

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Igor Žmitek Prošić

Skupnostni radio in participacija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Igor Žmitek Prošić

Mentor: doc. dr. Igor Vobič

Somentor: asist. dr. Aleksander Sašo Slaček Brlek

Skupnostni radio in participacija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Skupnostni radio in participacija

Diplomsko delo se preko kvantitativne analize participacije v skupnostnih medijih s pomočjo raziskovalnih metod anketnega vprašalnika in metode razvrščanja v skupine sooči s teoretskim poljem skupnostnih medijev in državljanske participacije. Delo temelji na teoretskih okvirih skupnosti, pomena komuniciranja v skupnosti, opredelitve skupnostnih medijev in participacije, ki so znotraj besedila strnjeni v indikatorje participacije, preko katerih skupnostni radii naslavljajo in integrirajo svoje skupnosti. V drugem delu naloge empirična raziskava participativnih praks in njihova kategorizacija osvetli odgovor na vprašanje, kako se participacija artikulira skozi skupnostne radijske postaje v različnih državah in kateri družbeni dejavniki pomembno oblikujejo njihov participativni značaj. Naloga izhaja iz konceptov skupnosti in preko tipologij državljanske participacije pokaže, kako so skupnostni radii zares instrumentalnega pomena pri udeležanju predpogoja komuniciranja za formiranje skupnosti. Ponuja odgovore na nekatera vprašanja, kdo in kako intenzivno participira v delovanju radijskega medija in, pomembneje, v katerih segmentih delovanja radia to počne.

Ključne besede: teorija skupnosti, model skupnostnega medija, skupnostni radio, pomen komuniciranja, pomen participacije.

Community media and participation

The thesis faces the theoretical field of social media and civic participation through the quantitative analysis of participation in social media carried out by the survey questionnaires research method as well as the method of group classification. The thesis is based on the theoretical realms of community, the meaning of communication within a community, as well as the definition of social media and participation, which are, within the text, combined into a group of indicators of participation through which the community radios address and integrate their communities. The second part of the thesis uses the empirical research of the participative practices and their categorization to try and answer the following research problem: how does participation manifest itself through community radio and which social factors shape their participative character. The thesis originates from the concept of community and shows, through typology of civic participation, that community radios are of key importance in enabling the precondition of communication in the forming of a community. It offers the answers to questions such as who is intensely and actively participating in the work of the radio medium, how this is done, and, most importantly, in which segments of the work at the radio is this done.

Keywords: community theory, community media model, community radio, meaning of communication, meaning of participation.

KAZALO

1	UVOD	7
2	SKUPNOSTNI MEDIJI IN PARTICIPACIJA	10
2.1	Pojmovanje skupnosti.....	11
2.2	Pomen komuniciranja za skupnost	13
2.3	Pomen skupnostnih medijev za skupnost	13
2.4	Participacija v skupnostnih medijih.....	15
2.4.1	Arnsteinina lestev participacije	20
3	METODOLOGIJA	24
3.1	Zbiranje podatkov.....	26
3.2	Vzorec.....	26
4	REZULTATI IN INTERPRETACIJA	28
4.1	Razvrščanje v skupine	32
4.1.1	Skupina dostopa	35
4.1.2	Interaktivna skupina radijskih postaj.....	37
4.1.3	Participativna skupina radijskih postaj.....	39
4.1.4	Primerjava skupin na relaciji dostopa, interakcije in participacije.....	40
4.2	Sinteza po skupinah radijskih postaj	45
5	ZAKLJUČEK	51
6	LITERATURA	54
	PRILOGA.....	57
	Priloga A: Anketni vprašalnik	57

KAZALO SLIK IN TABEL

Slika	2.1:	Arnsteinina	(1969)	lestev	državlanske	
participacije.....						18
Slika 4.1:		Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v segmentu dostopa.....				26
Slika 4.2:		Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v delu »interakcija«.....				27
Slika 4.3:		Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v delu »participacija«.....				28
Slika 4.4:		Dendrogram razvrščanja v skupine.....				31
Slika 4.5:		Delež pritrdilnih odgovorov v skupini dostopa.....				33
Slika 4.6:		Delež pritrdilnih odgovorov v interaktivni skupini.....				35
Slika 4.7:		Delež pritrdilnih odgovorov v participativni skupini.....				37
Slika 4.8:		Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Kulturni in glasbeni dogodki, namenjeni skupnosti.....				39
Slika 4.9:		Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Organizacija in izvedba izobraževanj.....				39
Slika 4.10:		Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Pridobivanje odzivov skozi radijski eter.....				40
Slika 4.11:		Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Odprte volitve glavnih urednikov..				41
Slika 4.12:		Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Zavezujoči vzvodi neposrednega odločanja o strategiji in viziji.....				42
Slika 4.13:		Naslavljanje vrst skupnosti po skupinah postaj.....				44
Tabela 3.1:		Arnsteinina lestev participacije in komunikacijske prakse.....				23
Tabela 3.2:		Skupnostne radijske postaje vključene v raziskavo.....				25
Tabela	4.1:	Radijske	postaje	razvrščene	v	tri
skupine.....						32
Tabela 4.2:		Razvrstitev radijskih postaj po skupinah glede na razred letnega proračuna.....				45
Tabela 4.3:		Zastopanost držav po skupinah.....				45

1 UVOD

Vlogo skupnostnih medijev je moč opredeliti kot spreminjanje sveta ali družbe v boljšo socialno in kulturno družbo, kjer slehernik ni pomanjšan na potrošnika medijev, ampak lahko doživi opolnomočenje in samoizpolnitev kot človeško bitje (Traber v Atton 2002, 16). Poslanstvo skupnostnih medijev na podlagi avtorjev (Jankowski 2001; Rodriguez 2001; Atton 2002) lahko razumemo kot zavzemanje za družbene spremembe in za postopke opolnomočenja marginaliziranih članov skupnosti, ki se uresničuje preko vključevanja v ustvarjanje medijskih vsebin.

Bistvo skupnostnih medijev je torej oskrbovanje skupnosti z informacijami, ki so zanjo zanimive in ključnega pomena. Tako omogočajo in motivirajo člane skupnosti k diskusiji v javnosti in preko tega prispevajo k družbenemu in tudi političnemu opolnomočenju (Jankowski 2003, 7). Skupnostni mediji, med katere sodijo tudi v diplomskem delu izpostavljene radijske postaje, so torej pomemben gradnik življenja v demokraciji. Čeprav so orodje skupnosti in za skupnost, pa raziskovanja vredno ni le njihovo delovanje in obstoj kot tak, temveč je enako pomembno raziskovati notranje procese delovanja z vidika članov skupnosti, ki medij tvorijo, ter stopnjo delovanja in intenzivnost vključevanja članov skupnosti v (svoje) radijske postaje.

Ena izmed opredelitev vloge in namena skupnostnih radijev, ki jo na svoji spletni strani ponuja mednarodna mreža skupnostnih radijskih postaj AMARC, se glasi:

Kot prvo, je skupnostni radio opredeljen z aktivno participacijo skupnosti v procesu ustvarjanja novic, informacij, zabave in kulturno relevantnega materiala, s poudarkom na lokalnih tematikah in zadevah. S treningi lahko lokalni producenti ustvarjajo programe tako, da uporabljajo lokalne glasove. Skupnost lahko tudi aktivno participira v menedžmentu radijske postaje in ima besedo pri koordinaciji in vsebini programov [...] Ker je skupnost hkrati tudi lastnik postaje, odgovarja za njeno delovanje. [...] Skupnost se sama odloča, kaj so njene potrebe v smislu priskrbovanja informacij (VOICES. India).

Namen diplomskega dela je raziskovati participacijo v in skozi skupnostne medije. Glavni raziskovalni problem diplomskega dela je, kako se participacija artikulira skozi skupnostne radijske postaje v različnih državah in kateri družbeni dejavniki pomembno oblikujejo njihov participativni značaj. Cilj diplomskega dela je v tem kontekstu ugotoviti, katere skupine

skupnostnih radijskih postaj obstajajo glede na participacijo in v čem se radijske postaje, ki tvorijo te skupine razlikujejo.

Že etimološki vidik oznake tovrstnega radija vodi do pojma skupnost, ki ga opredelim na začetku te naloge. Da bi kar se da dobro predstavil srž in etos skupnostnih radijev, sem se v prvem delu naloge odločil nasloniti in izhajati iz razmišljanj ameriškega političnega filozofa Johna Deweyja, ki v svojem delu *Javnost in njeni problemi* iz leta 1927 najbolj zgoščeno predstavi koncepte skupnosti, javnosti in posledično pomena komuniciranja v skupnosti, ki so orodje in ogrodje te raziskovalne naloge.

Konceptualizacije skupnosti (Dewey 1927/1999; Jankowski 2003, Cohen 1989; Hollander 2002) povežem s pomenom komuniciranja v skupnosti in vlogo ter namenom skupnostnih medijev, ki v tem primeru služijo kot kontekst raziskovanja participacije. Skupnostnih medijev namreč ni moč razumeti brez razdelave teh dveh ključnih konceptov. Dewey koncept javnosti tesno povezuje s participativno demokracijo, ki pa temelji na medosebnem komuniciranju v skupnosti (Splichal 2007, lvii). Koncept participacije članov skupnosti v družbenih in političnih procesih je jedro demokracije in svobodnega izražanja. Dewey publiciteto označi kot predpogoj svobodnega izražanja ki se zrcali v komuniciranju o družbenih tematikah in obstoju javnega mnjenja. Brez publicitete javnost ne more obstajati (Dewey 1927/1999, 121).

Na osnovi definicije in opredelitve pomena participacije v skupnostnih radijskih postajah teoretični del naloge sklenem s pregledom nekaterih tipologij participacije (Arnstein 1969; Pretty 1995; Pateman 1979; Carpentier 2011). V tem poglavju se kritično opredelim do Arnsteinine tipologije participacije in jo nadgradim s Carpentierjevo (2016) kritiko preko vključevanja konceptov moči v procesih odločanja s pomočjo politoloških definicij participacije. Poglavje zaokrožim s podrobnejšo obravnavo Arnsteinine lestve državljanske participacije, ki nudi apparatus in podlago za empirično raziskavo o vrstah skupnostnih radijev glede na participacijo, predstavljeno v zadnjem delu naloge.

Pri obravnavi vključevanja v produkcijo (in ostale segmente radijske dejavnosti) se ni moč izogniti participaciji. Raziskovalni problem naloge tako preizprašuje udejanjanje poslanstva skupnostnih medijev, sploh koncept participacije, saj ta (kot bo razvidno iz teoretskega in tudi empiričnega dela) ni homogena celota, ampak se normativno deli na stopnje intenzitete in načine vključevanja skupnosti, predvsem pa glede na razporeditev moči članov skupnosti v procesih odločanja.

Participacijo raziskujem preko empirične raziskave, v katero je bilo vključenih več kot 70 radijskih postaj iz 33 različnih držav sveta, ki sem jo izvedel s pomočjo analize podatkov, pridobljenih preko vprašalnika, ki poizveduje o participativnih praksah v skupnostnih radijih.

Ob preučevanju koncepta participacije v navezavi s skupnostnimi mediji sem večinsko naletel na kvalitativne raziskave in študije primera ter intervjuje, nisem pa zasledil nobenih kvantitativnih raziskav. Zato in pa zaradi lažjega pregleda participativnih praks skupnostnih radijskih postaj, sem se odločil za empirično raziskovanje participacije s pomočjo metode anketnega vprašalnika, prevedenega v pet različnih jezikov, s katerim sem poskušal evidentirati, kaj točno radijske postaje počno, da vključujejo člane svojih skupnosti. Nadalje sem na podlagi pridobljenih podatkov radijske postaje preko statistične metode razvrščanja v skupine razdelil v tri skupine in ugotavljal njihove karakteristike.

Delo zaključim z evidentiranjem različnih tipov radijskih postaj, ki člane svoje skupnosti nagovarjajo in vključujejo na relaciji 1) dostopa (nanašajoč se na uporabo medijev za dojetje javnih informacij in raznolikih relevantnih programov); 2) participacije (vključenost javnosti v produkcijo, management in planiranje javnih komunikacijskih dobrin ali nadzor nad delovanjem medijskih organizacij) in 3) samo-determinacije (oblike samoupravljanja, v katerih člani skupnosti posedujejo ali nadzorujejo postopke komuniciranja ali medijske organizacije) (UNESCO v Servaes 1999, 171). Kot razdelano v poglavju o participaciji, normativno skupnostne radijske postaje namreč vključujejo skupnost, empirično pa ni znano, ali in kako to prakticirajo.

2 SKUPNOSTNI MEDIJI IN PARTICIPACIJA

Preden začetkom raziskovanja participacije v skupnostnih medijih, je treba razjasniti nekatere temeljne pojme, ki bodo na koncu tvorili raziskovalno orodje. Da bi izoblikoval konceptualni okvir raziskovalnega dela naloge, moram najprej nasloviti pojmovanje skupnosti, komunikacije in participacije. V štirih poglavjih, ki sledijo, s pomočjo pregleda različnih definicij skupnostnih medijev opredelim, zakaj so skupnostni mediji pomemben gradnik demokratičnega življenja, še pred tem pa razložim pojmovanje objekta, ki ga ti mediji nagovarjajo. Koncept skupnosti je tako predstavljen skozi pojmovanje Johna Deweyja, ki se ukvarja tudi s pomenom komuniciranja v skupnosti. Iz nadaljnjih poglavij je razvidna komplementarnost vrednot skupnostnih medijev s karakteristikami skupnosti, kot jih opredeli Dewey. Vloga komuniciranja igra tukaj ključno vlogo, saj služi kot orodje, da se skupnost, ki je »izgubljena« v množici kompleksnih posledic hitrega tehnološkega napredka, ponovno zave same sebe in tako znova prepozna. Komuniciranje je tisto, ki bo omogočilo, da se ta ponovno preoblikuje v povezano skupnost, ki se zaveda same sebe, kar obravnavam v poglavju o pomenu komuniciranja v skupnosti. Vloga skupnostnih medijev je izrednega pomena, saj delujejo kot okolje, v katerem se lahko ideja o ponovni povezanosti skupnosti sploh udejani. Odnosi med radijskimi postajami in skupnostmi so definirani preko dvosmernega komuniciranja. Dostop skupnosti in participacija skupnosti sta temeljna faktorja. So sredstvo za izražanje skupnosti bolj kot za skupnost (Berrigan 1979, 7). Četudi so orodje skupnosti in za skupnost, je enako pomembno kot raziskovanje njihovega delovanja in obstoja samega tudi raziskovanje notranjih procesov delovanja glede na člane skupnosti, ki medij tvorijo, ter stopnje delovanja in intenzivnosti, s katero se člani skupnosti vključujejo v (svoje) radijske postaje. To na kraju privede do pojasnjevanja načinov preučevanja participacije članov skupnosti v (svojih) radijskih postajah.

2.1 Pojemovanje skupnosti

Preučevanje skupnosti je že zaradi prej omenjenega preseka skupnostnih medijev in skupnosti primerno začeti pri Johnu Deweyju, ki organsko privede svoje pojmovanje skupnosti do komuniciranja in pomena komuniciranja v skupnosti, razdelam pa tudi nekatera druga pojmovanja skupnosti, ki jih lahko apliciramo na skupnostne medije.

V sklopu dobro poznane serije predavanj z naslovom *Javnost in njeni problemi* (1927/1999) John Dewey naslavlja določene konceptualne probleme demokratične družbe v luči novih komunikacijskih in medijskih tehnologij. V tistem času je te predstavljalo komuniciranje preko radia, telegrafije in telefonije. Dewey začne s tezo, da ukrepajo zgolj posamezniki, ne pa skupine ali javnost nasploh. Javnost pojmuje kot veliko skupino ljudi, ki si deli interes za nadzor nad posledicami družbenih transakcij in jo razume v tesni povezavi z državo (Dewey v Splichal 1997, 162). Javna dejanja razume kot tista, ki nosijo posledice za druge posameznike, ki v dejanju niso neposredno udeleženi. »Zaradi trajnih, obsežnih in resnih posledic združene dejavnosti nastane javnost« (Dewey 1927/1999, 67). Sestavljajo jo vsi tisti, na katere vplivajo te posledice, posledično pa postane nujno sistematično skrbeti za njih (Dewey v Splichal 1997, 162). Javnost se vzpostavi kot taka in zaradi posledic delovanja ljudi ter zaznavanja teh posledic oblikuje občo voljo. Zavedanje o teh posledicah pogojuje nastajanje skupnega interesa in potrebe po oblikovanju in uporabi mehanizmov, ki z njimi upravljajo, jih regulirajo. Ta potreba je za Deweyja potreba po politični organiziranosti javnosti v državo (Splichal 1997, 164).

Z napredkom so se oblikovale ogromne kompaktne zveze, ki delujejo na medosebni in ne na skupnostni ravni, in katerih posredni učinki so se zapletli, intenzivirali in razširili do te mere, da se javnost ne zmore več identificirati in prepoznati (Dewey 1927/1999, 126). »Elektrika in parni pogon sta možnosti človeškega združevanja spremenila bolj kot vsi drugi dejavniki, ki so na odnos med ljudmi vplivali pred tem« (Dewey 1927/1999, 109). Povezave med ljudmi, s katerimi so povezani v svojem delovanju, je veliko, niso pa otipljive in prepoznane. Trdi, da je taka javnost v mrku, da je nujno, da se organizira in naslovi te posledice, da bi se formirala v veliko skupnost (Dewey 1927/1999, 109).

Dewey si tako zamišlja neke vrste tehnokracijo novih komunikacijskih tehnologij, ki ustvari mrežo posrednih in razširjenih posledic brez bližnje medosebne človeške interakcije ali usmeritve k lokalnim skupinam ali sosedski skupnosti. Tako postane celotna struktura odločanja v demokratičnih in političnih procesih abstraktna ter distancirana od praktičnih

temeljev v neposredni človeški interakciji, ki sloni na tradicionalnih odnosih in družbenem prenosu informacij.

Dewey eksplicitno poudari, da mora skupnost v svojem najglobljem in najbolj bogatem smislu vselej ostati stvar medosebnih odnosov in da se mora demokracija začeti doma, njen dom pa je sosedska skupnost (Dewey v Splichal 1997, 169). »Samo komuniciranje lahko ustvari veliko skupnost« (Splichal 1997, 169). S tem meri na rekonstrukcijo medosebnega komuniciranja in tudi množične medije obravnava kot podaljšek medosebnega komuniciranja (Dewey v Splichal 1997, 169).

Dewey meni, da obstaja veliko več kot le verbalna vez med besedami skupno, skupnost in komuniciranje. »Ljudje živijo v skupnosti spričo reči, ki so jim skupne, sporočanje pa je način, kako jim reči postanejo skupne« (Dewey 1983, 7). Deweyjev vpogled je zato primeren začetek za raziskovanje skupnostnih medijev in vloge, ki jo ti zavzemajo v simbolični konstrukciji skupnosti (Cohen 1989, 70).

2.2 Pomen komuniciranja za skupnost

Skupnostni mediji so usmerjeni k skupnosti ne glede na njeno naravo (geografsko ali kako drugače definirano). Odnos med skupnostnim medijem in dejansko skupnostjo presega navadno enosmerno komuniciranje, kjer so teme in informacije izbrane na enak način s strani profesionalnih komunikatorjev in usmerjene k domnevnim potrebam in interesom publike (Berrigan 1979, 7).

Za Deweyja komuniciranje ni problem harmonične povezave dveh umov. Komuniciranje je predpogoj, da bi bili polno participativni člani javnega življenja znotraj skupnosti. Brez tega skupnostnega udejstvovanja bi družba bila zgolj simbioza, ne pa demokratična človeška združba. Deweyjevo pojmovanje komuniciranja temelji na trditvi, da je izkustvo javnega in ne zasebnega značaja. Izkustvo je sklop dejanj in priznanj znotraj skupnosti. Je repertoar zgodb, ki so lahko pripovedovane, in situacij, v katerih so lahko pripovedovane.

Komuniciranje tesno povezuje z inteligenco, ki biva v izboljšanju metod in pogojev diskusije, debate in prepričevanja (Dewey 1927/1999, 143). Inteligenca je zanj tipsko javna, objektivni nabor možnosti razumske debate in diskurza, ki je na voljo v skupnosti. Komuniciranje ni proces, preko katerega človeški um pride v stik z drugim, ampak je stvar diskurzivnih praks in skupnosti kulturnih form in forumov. »Našega Babilona ne tvorijo različne govornice, marveč različni znaki in simboli, brez katerih skupno izkustvo ni mogoče« (Dewey 1927/1999, 109). Dewey tako dojema komuniciranje kot rešitev ali odgovor na dislocirano javno življenje in tudi rešitev krize demokracije.

2.3 Pomen skupnostnih medijev za skupnost

Skupnostni mediji so danes (vsaj za tiste, ki jih proučujejo in se v njih udeležujejo) uveljavljen globalni fenomen. Skupnostne radijske in televizijske postaje delujejo ob svojih tekmečih – komercialnih in javnih servisih na vseh kontinentih. Mednarodno združenje skupnostnih medijev radios L'Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires (AMARC) trdi, da ima približno 4.000 članov iz 110 držav. Skupnostni medijski forum Evrope Community Media Forum Europe (CMFE) podaja oceno iz leta 2012, da v EU deluje več kot 2.000 skupnostnih radijskih postaj.

Jankowski (2003) predstavi skupnostne medije kot medije, ki člane skupnosti oskrbujejo z njim relevantnimi informacijami. Člane skupnosti spodbujajo k javni participaciji in diskusiji ter s tem omogočajo opolnomočenje tistih, ki so politično marginalizirani. Lastništvo in nadzor skupnostnih medijev je običajno deljeno s člani skupnosti, lokalno upravo in drugimi

skupnostnimi organizacijami. Vsebina je producirana in orientirana lokalno. Medijska produkcija sestoji iz prostovoljcev in neprofesionalcev. Občinstvo je običajno majhno in lokalno, zaokroženo in definirano z določeno geografsko regijo. Skupnostni mediji so v svojem bistvu nekomercialne narave, čeprav se lahko napajajo tudi iz sponzorskih sredstev, oglaševanja in vladnih subvencij (Jankowski 2002, 7). Pri modelu skupnostnega komuniciranja gre za dvosmeren in recipročen odnos med medijem in skupnostjo. Gre bolj za postopek izmenjave vsebin kot pa samo enosmerno posredovanje, na podlagi tega lahko sklepamo o dobrobiti skupnostnih medijev za družbo in o njihovi participativni komponenti (Jankowski 2001, 44).

Govora je torej o medijih, ki dajejo skupnostim glas, jim priskrbijo informacije o tematikah, ki jih zadevajo in zanimajo, ki razpravljajo o problematiki skupnosti tako, da navajajo primere, ki so ji znani, pa naj bo to geografska ali interesna skupnost. Skupnostni mediji omogočajo kanal, preko katerega so lahko ljudje v skupnosti slišani, imajo glas v javni domeni, prav tako pa omogočajo mehanizme preverjanja verodostojnosti in transparentnosti lokalne oblasti, ki na podlagi tega odgovarja za svoje odločitve in dejanja (Deane 2007, 210). Iz tega sledi, da za tiste skupnosti, ki imajo zgolj malo ali nič možnosti, da bi vstopile v množične medije, skupnostni mediji predstavljajo sredstvo in priložnost, da povedo svoje zgodbe s svojimi glasovi, uporabljajoč svoje distinktivne idiome. Skupnostni mediji so tako vitalen element za lokalne skupnosti (Howley 2010, 5).

Skupnostni radio je danes presegel družbeno realizacijo radijske tehnologije in kot skupnostna organizacija našel načine, kako generirati kanale za odzive preko lastništva, skupnostnega preverjanja in zasledovanja vključenosti skupnosti. Navkljub navideznemu manku zmožnosti za neposredno odzivanje na radijske oddaje skupnostni radio vključuje svoje poslušalce preko »klubov poslušalcev«, anket in direktnega odziva za oblikovanje radijskih programov (Jallov 2012, 27). Danes bi lahko rekli, da se je radio uspešno transformiral iz zgolj aparata distribucije v aparat komuniciranja. Posledično je radio postal pomemben medij za razvoj in družbene spremembe, s tem ko ponuja skupnostim platformo za komuniciranje o lokalnih zadevah, novicah in problemih, ki neposredno vplivajo na njihov vsakdan.

Za skupnostne radie velja, da so mesto dvosmernega komuniciranja, kjer lahko skupnosti neposredno vplivajo in so vključene v produkcijo vsebin in organizacijo; je neprofitne narave; uporablja lokalne jezike; promovira lokalno glasbo in; je v lastništvu skupnosti. Radio takšne narave je v svojem bistvu participativen in deluje kot komunikacijski mehanizem skupnosti in platforma za lokalni razvoj, ki je definiran s strani skupnosti same (Jallov 2012, 14).

Skupnostni radio ponuja torej platformo za člane skupnosti, s katero držijo lokalno upravo v odnosu odgovornosti za zagovarjanje njihovih pravic in kot sredstvo, ki promovira družbene spremembe. Poseduje mnogo pozitivnih atributov, ki koristijo in ohranjajo lokalno kulturo, dajejo skupnosti glas in kapaciteto za izražanje identitete in opolnomočijo skupnosti z neposrednimi pozitivnimi učinki na demokracijo (Mtimde 2000; Myers 2011; Odine 2013). Še ena prednost radia v kontekstu razvoja in družbenih sprememb je dostopnost. Oprema je cenovno dostopna, tako za tiste, ki oddajajo, kot za tiste, ki valove sprejemajo. Radio je na voljo tudi nepismenim in lahko služi skupnosti v njenem lokalnem jeziku (Oidine 2013, 7).

Ko Jankowski in Prehn (2003) predstavita poglavitne karakteristike skupnostnih medijev, jih jasno oddvojita od komercialnih in javnih servisov v njihovih ciljih – posredovanje novic in informacij, ki so relevantne za potrebe članov skupnosti, vključevanje članov v javno razpravo in prispevanje njihovemu družbenemu in političnemu opolnomočenju – in njihovih strukturah lastništva, nadzora in financiranja, ki je deljeno z lokalnim prebivalstvom. Na kratko, skupnostni radio ne razbija tradicionalnih modelov množične medijske produkcije, tako da člani skupnosti niso smatrani kot publika v tradicionalnem pomenu. So potencialni in dejanski izdajatelji in producenti, aktivni udeleženci v svojih projektih lokalne medijske produkcije.

Definiranje skupnostnih medijev kot »adaptacij medijev za svobodno izbiro namena uporabe medijev« (Berrigan 1979, 8) predpostavlja, da sta dostop in participacija v skupnostnih medijih dve najpomembnejši lastnosti, ki identificirata prave skupnostne medije. Dostop se nanaša na možnost članov skupnosti za pridobitev medijske infrastrukture, da bi komunicirala z lokalno skupnostjo. Če je mišljeno, da bi bil skupnostni radio orodje skupnosti, da dostopajo in izbirajo različne in relevantne programe, da imajo medij za sporočanje svojih odzivov in zahtev, potem je sposobnost radijske postaje, da živi te aspekte, to, kar definira karakteristike skupnostnega radia. Omenjeni stopnji, dostop in participacija, sta le dve, ki ju pripisujemo konceptu participacije. Z naslednjim poglavjem pridemo do teoretskega okvirja, na katerem sloni raziskovalni del naloge. Pogledi na participacijo so mnogi, kar daje vedeti, da gre za kompleksen pojem, ki pomeni veliko več od zgolj »udeležbe v«, in ni neločljivo povezan z nosilci moči, delegiranimi izvedenci in ostalimi akterji, ki pa jih že Dewey omenja pri svojem konceptualiziranju skupnosti in komuniciranja.

2.4 Participacija v skupnostnih medijih

Participacija je koncept, ki se uporablja na mnogih področjih, kar je privedlo do primerno širokega spektra pomenov. Področja, načini in stopnje participacije ali neparticipacije so

obravnavani tudi preko demokratičnih teorij, kar omogoča uvedbo diferenciacije med minimalistično in maksimalistično obliko participacije (Carpentier 2011, 17). Medtem ko je koncept participacije znotraj medijev mnogokrat viden zgolj skozi prizmo oddajanja programa, je pri skupnostnih radijih drugače.

Ko se pojavi pojem participativne demokracije v šestdesetih letih prejšnjega stoletja, se sočasno oblikuje ideja o skupnostnih medijih. Oblika participativne demokracije temelji na večjem soodločanju članov skupnosti o tematikah, ki jih zadevajo, ter večji participaciji pri formiranju in izražanju mnenj tistih, ki so neposredno vpleteni (Hollander in drugi 2002, 24).

V tem poglavju se posvetim nekaterim tipologijam participacije, saj to omogoča izoblikovanje koristnega izhodišča za operacionalizacijo stopenj participacije in praks ter aktivnosti, ki jih omogočajo v sklopu skupnostnih radijskih postaj. Večina tipologij ponuja serijo idealnih tipov, ki jim je moč ob bok postaviti različne oblike participacije in s sabo nosijo implicitne normativne predpostavke, ki plasirajo te oblike participacije na os »dobro ali slabo«. Predstavljena bosta dva glavna pristopa, in sicer sociološki in politološki.

Sociološki pristop definira participacijo kot udeležbo v določenih socialnih procesih. Ta pristop vključuje večino človeških interakcij v kombinaciji z interakcijami z in preko tekstov in tehnologij (Carpentier 2016, 72). Eden izmed primerov, kako je participacija opredeljena v tem pristopu, je Meluccijska definicija, ki trdi, da ima participacija dvojni pomen. Pomeni tako biti udeležen, to je, ravnati tako, da se promovirajo lastni interesi akterja, kakor tudi pripadati sistemu, identificirati se s splošnimi interesi skupnosti (Melluci v Carpentier 2016, 71). Sociološki pristop na primer pomeni, da je tudi potrošništvo participativno, ker se potrošniki udeležujejo v potrošniški kulturi in prakticirajo potrošniške odločitve (Lury v Carpentier 2016, 72). Podoben pristop velja tudi za koncept kulturne participacije, kjer je kot participacija označena posameznikova izpostavitve kulturnim in umetniškim dobrinam.

Znotraj medijskih študij je sociološki pristop na primer predstavljen skozi prizmo reprezentacije skupnih prepričanj, kjer ljudje tvorijo del kulture preko ritualne participacije. Ta ritualni model komuniciranja je tesno povezan s koncepti deljenja, participacije, skupnega delovanja, bratstva in posedovanjem skupne vere (Carey 2009, 15). Po Careyju (2009) igrajo množični mediji ključno vlogo pri formiranju subjektivnih pozicij odjemalcev, ali bolje, družbenih vlog, s katerimi se lahko identificirajo. Tak tip ritualne participacije definira participacijo kot udeleževanje v medijskih tekstih preko serije interakcij.

V kontrastu s sociološkimi, politološki pristopi ponujajo veliko bolj restriktivno definicijo participacije, ki temelji na izenačenju moči v specifičnih odločevalskih procesih (Carpentier 2016, 84). Participacija je tako definirana kot izenačenje odnosov moči med privilegiranimi in neprivilegiranimi deležniki v formalnih in neformalnih procesih odločanja.

Tipologije, ki slonijo na politoloških pristopih, veljajo za normativne in segajo od nižjih (manj dobrih) ali minimalističnih pa do višjih (dobrih) ali maksimalističnih stopenj oz. intenzitet participacije. Ena takšnih je na primer definicija Carole Pateman (1970), ki participacijo deli na delno in polno participacijo. Delna participacija je proces, v katerem dve ali več strani vplivata druga na drugo v procesu odločanja, a končna moč nad odločitvijo še zmeraj ostaja zgolj na eni strani, medtem ko je polna participacija proces, kjer ima sleherni član odločevalskega telesa enako moč, da vpliva na izid odločevanja (Pateman v Carpentier 2016 73).

Pretty predstavi lestvico, ki kombinira modalitete in prostore participacije v analiziranju nadzora nad fazami projektov, ki se ukvarjajo z naravnimi viri. V 7-stopenjski lestvici, ki poteka od pasivne participacije do samo-mobilizacije, identificira vmesne stopnje s številnimi epizodami, preko katerih ljudje dobijo priložnost, da vplivajo na razvojne projekte, tako da; se odzivajo na prej definirane načrte (participacija s posvetovanjem); prispevajo vire v zameno za koristi (participacija s pobudami); opravljajo vnaprej določene naloge za implementacijo intervencije in da bi zmanjšali stroške (funkcionalna participacija); so prepoznani kot pomembni deležniki in vabljeni, da se pridružijo analizi in razvoju akcijskih načrtov projekta (interaktivna participacija) (Pretty 1995, 1252).

Njegova tipologija je enako normativna in sega od »manj dobrih« oblik participacije – vključevanje navideznih predstavnikov brez prave moči, ki jo karakterizira kot manipulativno participacijo in naknadno tudi pasivno participacijo na odločitve, ki so že bile sprejete, – do dobrih oblik, kot so participacija s posvetovanjem in za materialne spodbude. Funkcionalna participacija zajema obliko participacije, ki je največkrat asociirana z argumenti učinkovitosti: ljudje participirajo, da bi dosegli cilje projekta bolj učinkovito in da bi zmanjšali stroške, po tem ko so glavne odločitve že bile sprejete s strani zunanjih nosilcev moči (Rudqvist in Woodford-Berger 1996, 13).

Relativno aktualna je vezava Prettyjevih idej na analizo komunikacijsko razvojnih intervencij (Mefalopulos 2008; Tufte in Mefalopulos 2009). Razlikujejo med praksami, kot sta gledanje in poslušanje, kot pasivnimi oblikami participacije; deljenjem informacij, interaktivnostjo in

posvetovanjem kot funkcionalnimi oblikami participacije; in koprodukcijo in partnerstvi kot opolnomočenimi ali transformirajočimi participativnimi praksami. Poudarjajo, da sta problem družbene potrditve in prezentacija v odločanju ključni za večanje skupnostnega vpliva v tem procesu. Z mislijo na to sta participacija v odločanju o produkciji medijskih vsebin in v organizacijskih strukturah skupnostnih medijev aspekta, ki še najbolj prispevata k demokratizaciji lokalnih medijskih sfer.

Čeprav sta tako Arnsteinina kot Prettyjeva tipologija obe normativni in opisujeta spekter, definiran z zasukom od nadzora oblasti do nadzora s strani državljanov, sta njuni končni točki dokaj različni. Državljski nadzor seže mnogo dlje kot samo-mobilizacija. Kot ugotavlja Pretty, samoiniciirana mobilizacija ne izziva obstoječe distribucije bogastva in moči. Prettyjeva tipologija obelodani, da je motivacija tistih, ki prakticirajo participativne pristope, zelo pomemben faktor pri oblikovanju intervencij. Medtem Arnsteinova opozarja, da je participacija v končni fazi zmeraj stvar moči in nadzora. Njena vplivna lestev participacije umešča državljanski nadzor nad sredstvi v najbolj napredno stopnjo državljskega udejstvovanja, manipulacijo, plasacijo, informacijo in celo posvetovanje pa identificira kot inferiorno, navidezno obliko participativnih praks. Arnsteinine ideje so navdihnile mnoge analize participativnih procesov, ki se med drugim ukvarjajo tudi s tem, kako komuniciranje in informacijski tokovi oblikujejo te procese.

Nekateri avtorji so priključili te ideje UNESCO razpravi pri definiranju »participativne komunikacije«. UNESCO jasno razlikuje med tremi dimenzijami: 1) dostop (nanašajoč se na uporabo medijev za dojetanje javnih informacij in raznolikih relevantnih programov); 2) participacija (vključenost javnosti v produkcijo, management in planiranje javnih komunikacijskih dobrin ali nadzor nad delovanjem medijskih organizacij) in 3) samo-upravljanje (oblike samoupravljanja, v katerih člani skupnosti posedujejo ali nadzorujejo postopke komuniciranja ali medijske organizacije) (Servaes 1999, 171).

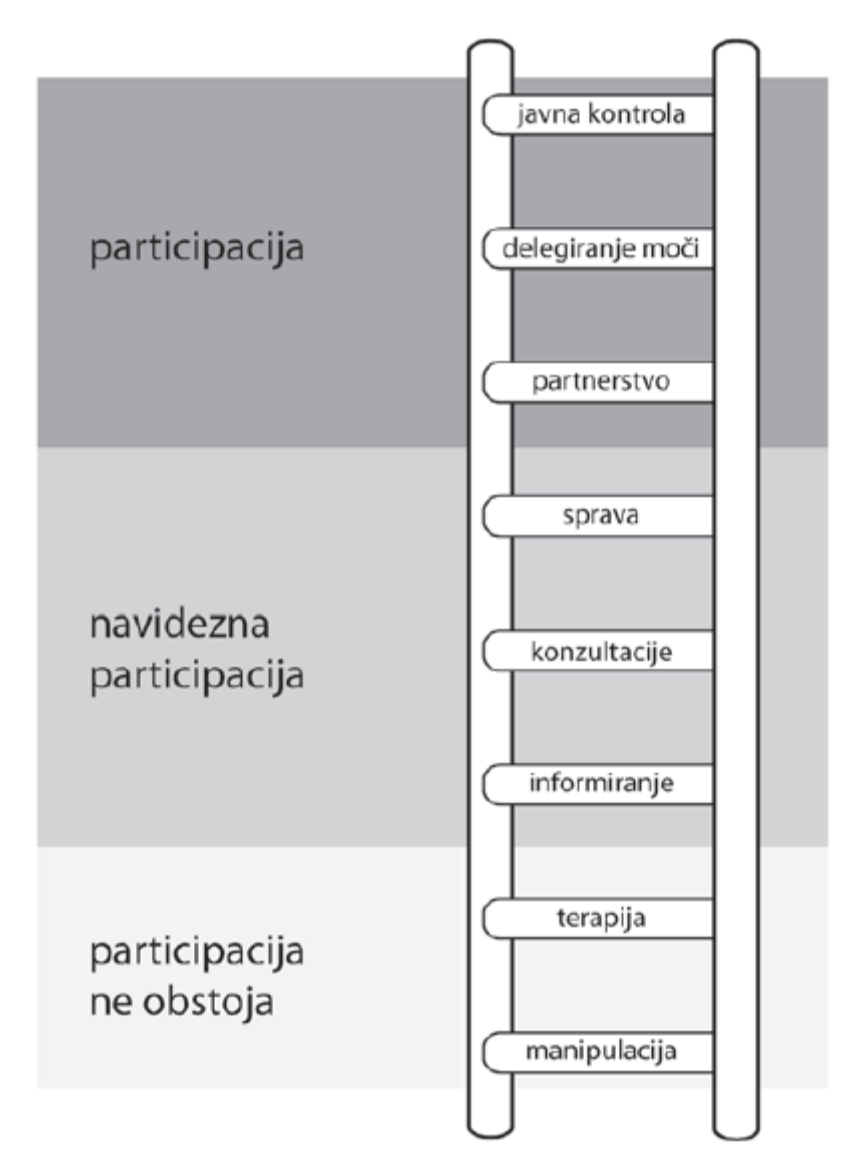
Z opredelitvijo različnih prostorov participacije Carpentier podobno kot UNSECO postavi ločnico med participacijo »v« in »skozi« medije. Prva se ukvarja s participacijo neprofesionalcev v produkciji medijskih vsebin (participacija, vezana na vsebino) in v odločevalskih procesih medijev (strukturna participacija), druga se nanaša na priložnosti za obsežno participacijo v javni debati in za samo-reprezentacijo v javni sferi (participacija v javni sferi) (Carpentier 2011, 68). Trdi, da kategorija medijskega dostopa ni v celoti participativna. Nanaša se namreč na priložnosti izbire posameznika in družbenih skupin znotraj prednastavljenih setov medijskih servisov, običajno zagotovljenih s strani ponudnikov

vsebin. To Carpentier označi kot »minimalistični« pristop k medijski participaciji. »Maksimalistični« pristop bi vedno vključeval prakse posvetovanja, sodelovanja in so-odločanja v produkciji in distribuciji medijskih vsebin in storitev. Izhajajoč in nadgrajujoč te diskusije, Carpentier predlaga raziskovanje in analizo odnosa med ljudmi in mediji z »dostopom, interaktivnostjo in participacijo«. Ta AIP (angl. access, interaction, participation) model prikazuje, kako komunikacijski tokovi oblikujejo državljansko vključenost v medijih (Carpentier 2011, 129).

Na tem mestu velja v izogib terminološki zmedi omeniti, da se za koncept participacije v teoriji uporablja isti termin kot pri določanju enega izmed treh segmentov participacije (dostopa, interakcije in participacije), zato v nadaljevanju za najvišjo stopnjo participacije uporabljam izraz »prava participacija«.

2.4.1 Arnsteinina lestev participacije

Participacijo je težko meriti kvantitativno, vendar obstaja kar nekaj kvalitativnih orodij. Nekatera med njimi se nanašajo strogo na politično participacijo, druga so širša. Za Arnsteinino lestev sem se odločil zato, ker je dovolj široka, da jo je možno preslikati na marsikateri odnos med članom skupnosti in skupnostjo, med drugim tudi na odnos posameznega člana skupnosti do medijev. Arnsteinova stopnje državljske participacije in s tem tudi moči formira kot lestev, po kateri se člani skupnosti vzpenjajo od prve proti osmi stopnički.



Slika 2.1: Arnsteinina (1969) lestev državljske participacije

1. Manipulacija. Na tej stopnji so člani skupnosti podrejeni tistim, ki odločajo. Služijo njim, namesto da bi odločevalci služili skupnosti. Odločevalci izobražujejo člane skupnosti, hkrati pa jim naročajo, kako ravnati.
2. Terapija. Sprejemanje vseh odločitev na tej stopnji je še vedno na strani odločevalcev pod krinko participacije. Na tej točki velja opozoriti, da je manipulacija v svojih bolj ali manj prikritih različicah lahko prisotna na vse stopnjah lestvice.
3. Informiranje. Arnsteinova (1969, 218) trdi, da šele z informiranjem naredimo prvi korak k participaciji. Z informiranjem so ljudem predstavljene njihove pravice in možnosti. Na tej stopnji je komuniciranje le enosmerno in v našem primeru poteka preko radijskega programa ali predstavitvene spletne strani. Je prvi in najbolj ključen predpogoj k polnopravni participaciji članov skupnosti. Tukaj Arnsteinova poudarja, da informiranje v tem smislu pogojuje le enosmernost toka sporočil – od odločevalcev proti članom skupnosti – kar posledično zmanjša priložnosti članov skupnosti za vplivanje na oblikovanje skupnostnega medija v njihovo korist. Informiranje samo po sebi udejanja izključno transparentnost, ki pa je nižje od dejanske odprtosti, ki potrebuje aktivnosti sodelovanja in komuniciranja med upravo (medija) in državljani (člani skupnosti).
4. Posvetovanje. Na tej stopnji že poteka dvosmerno komuniciranje, kjer so ideje članov skupnosti slišane in sprejete. Določeni nosilci moči se sicer posvetujejo, ni pa nujno, da upoštevajo to, kar je bilo na posvetu podanega. Rezultat tega je zmanjšano zaupanje. Pravo posvetovanje torej mora upoštevati vsebino dogovora pri odločitvah.
5. Sprava. Med nosilce moči in tiste, ki odločajo, je na tej stopnji povabljenih le nekaj izbrancev, ki pa imajo načeloma majhen vpliv na odločitve. Odločevalci imajo še vedno pridržano pravico sodbe o ustreznosti teh izbranih predstavnikov in tudi o ustreznosti odločitve. Arnsteinova stopnje 3, 4 in 5 označi kot inferiorno oz. navidezno participacijo, saj pravila članom skupnosti omogočajo svetovanje, pri čemer so vse odločitve še vedno v rokah nosilcev moči.
6. Partnerstvo. Ko gre za partnerstvo, se moč razdeli med tiste, ki odločajo in ostale. Sklenjen je konsenz glede skupnega načrtovanja in prevzemanja odgovornosti za odločanje preko teles, kot so strokovne komisije, odbori, komiteji in druga telesa.
7. Delegirana moč. Ta stopnja participacije se pojavi, ko člani skupnosti dosežejo večinsko odločevalsko avtoriteto o določenem projektu, po navadi kot izid pogajanj.

8. Državlanski nadzor. Člani skupnosti imajo popolno avtonomijo. So nosilci odgovornosti za tvorbo načrtov, politik in sprejemanje odločitev o vidikih življenja, ki jih zadevajo. Arnsteinova v zvezi s to stopnjo svari pred nevarnostmi oportunizma določenih predstavnikov, odsotnostjo strokovnosti in morebitno nekompatibilnostjo s sistemom vrednot (Arnstein 1969; Cepin 2009; Bizjak 2012).

Predstavljeni pristop k členitvi participacije (v našem primeru) članov skupnosti je uporaben prav zaradi poenostavitve kompleksnih odnosov med člani skupnosti in odločevalci. Ta poenostavitev pa je tudi glavna omejitev lestvice. Arnsteinova predpostavlja, da je participacija reducirana na opazovanje moči med dvema skupinama akterjev (Carpentier 2016, 82). Druga problematična točka je linearnost povezave med posameznimi stopnjami participacije. Linearnost bi bila možna samo pod pogojem, da bi bili problemi, s katerimi se člani skupnosti soočajo, vedno enaki, spreminjal pa bi se zgolj pristop reševanja teh problemov, in sicer glede na stopnjo moči, ki je na razpolago članom skupnosti. Kot kažejo izkušnje, se oblika in stopnja participacije spreminja glede na unikatnost problema in glede na situacijo in okoliščine, v katerih ta nastopi (Collins in Ilson 2006, 5). Kot tretjo problematično točko bi lahko izpostavil neupoštevanje kompleksnosti relacij znotraj izbrane oblike participacije v določeni situaciji, pri čemer vloga posameznikov in stopnja njihove odgovornosti znotraj danega problema naj ne bi bila pogojena z občutkom moči, pač pa z njihovimi interesi (Collins in Ilson 2006, 6).

Ne glede na to, da Arnsteinina lestev relativno rigidno in izključujoče opredeljuje participacijo, jo v poenostavljeni obliki vseeno uporabljam za potrebe raziskovalnega okvira, preseči pa jo poskušam s pomočjo Carpentierjeve (2016) misli, ki pravi, da lahko te stopnje participacije soobstajajo. Sam ne začnem z vnaprej določenimi stopnjami participacije, ampak dejansko obstoječe oblike participacije, ki jih skupnostne radijske postaje izvajajo, postavim na stopničke lestve S. Arnstein in jih smatram za neizključujoče. Ti »lestvični« modeli mnogokrat nakazujejo na prisotnost enostavnih točk reza (cut-off points) med dihotomnimi pozicijami. Četudi je evidentiranih veliko korakov ali stopničk, še zmeraj nakazujejo na surove kategorizacije (Carpentier 2016, 76).

Z opredelitvijo participacije, ki se nanaša na skupnost in skupnostne medije, sklenem teoretski okvir, ki naj služi kot orodje za raziskovanje, kako se člani skupnosti udeležujejo v radijskih postajah. Kot že omenjeno, je participacija v skupnostnih medijih pomemben element življenja v demokraciji. Razložil sem tudi, da ni vsa participacija enaka. Četudi je medosebna komunikacija izrednega pomena za vzpostavitev skupnosti, pa ni možna vrnitev nazaj v čas

majhnih lokalnih skupnostih, kjer bi se vsi poznali in lahko komunicirali (face to face). V našem primeru lahko skupnostne medije pojmem kot podaljške skupnosti. Naj bo ta skupnost ali javnost definirana na osnovi interesa, geografije ali pomena, treba je premostiti dislociranost posameznih članov skupnosti. Trdim lahko, da se to zgodi preko komunikacije in prav skupnostne komunikacije, kjer je skupnost hkrati tvorec in prejemnik sporočil. V naslednjem poglavju prehajam na raziskovanje tega, kakšne so lastnosti v skupnostnih radiih, ki to komuniciranje skupnosti omogočajo.

3 METODOLOGIJA

Teoretski okvir naloge, predstavljen v prejšnjih poglavjih, predvsem poglavje o participaciji, služi kot raziskovalni okvir pri empiričnem delu naloge. Skupnostne medije sem uporabil za kontekst raziskovanja participacije, na straneh, ki sledijo, pa skušam ugotoviti, katere skupine skupnostnih radijev obstajajo glede na participacijo in kakšne so njihove karakteristike.

Normativnost participacije je izrednega pomena, v svojem raziskovanju pa nisem naletel na kvantitativne raziskave, ki bi ta koncept raziskovale, sploh pa ne v okviru skupnostnih medijev.

V zadnjih nekaj letih se kot sodelavec Radia Študent smatram za uporabnika in tvorca te radijske postaje, večkratne udeležbe v mednarodnih projektih, kjer sem prihajal v stik z drugimi skupnostnimi radii, pa so omogočile, da je moje poznavanje sektorja lahko služilo kot osnova za formiranje pričujoče raziskovalne ankete. Odločil sem se, da bom participacijo preizpraševal preko enostavne (DA/NE) ankete, ki mi bo omogočila hiter, a temeljit pregled praks in aktivnosti skupnostnih radijskih postaj, ki jih izvajajo z mislijo na svoje ciljne skupnosti. Z vprašalnikom sem najprej želel doseči čim širši krog radijskih postaj, vendar se je zaradi časa izvajanja in izzivov pri diseminaciji ta krog izkazal za manjšega, kot sem upal. Ciljal sem predvsem na radijske delavce, ki so na vodilnih položajih na svojih radijskih postajah, saj sem sklepal, da njihova funkcija v organizaciji daje verodostojne rezultate in kar najgloblji vpogled v delovanje njihovih organizacij.

Teoretsko izhodišče za formiranje tako raziskovalnega problema kot anketnega vprašalnika je bila tipologija participacije avtorice Sherry Arnstein (1969). Po vzoru njene lestve državljske participacije sem lahko operacionaliziral stopnje na lestvici, tako da sem vsaki stopnji ali stopnički pripisal ustrezno obliko participativne prakse radijske postaje. Lestev sem nadgradil s Carpentierjevo (2011) tipologijo participacije na podlagi minimalističnega in maksimalističnega pristopa. Ta pristopa razumem kot izhodiščna, nekakšni nadmnožici, na podlagi katerih lahko koncept participacije nadalje razdelim na tri ključne normativne stopnje, ki jih prav tako omenja Carpentier. To so dostop, interakcija in participacija. Nadaljnja členitev privede do osmih ključnih stopničk na Arnsteinini lestvici participacije.

Tabela 3.1: Arnsteinina lestev participacije in komunikacijske prakse – povzeto po Arnstein (1969, 217) in Carpentier (2011, 130)

		Pojem	Razlaga	Operacionalizacije stopenj na lestvi participacije za primer skupnostnih radiev
Maksimalistični pristop k participaciji	Participacija: Dvosmerna komunikacija, stopnje soodločanja, moč odločanja je deljena	Državljski nadzor	Na najvišjih prečkih na lestvi sta delegirana moč in državljanski nadzor, ki dovoljujeta zapostavljenim državljanom, da zasedejo večino mest za odločanje ali v celoti prevzamejo vodenje.	organizacijska struktura radijskih postaj volitve področnih in glavnega urednika struktura in oblika lastništva struktura in oblika pravne organizacije imenovanje direktorja pozicija v svetu zavoda
		Delegirana moč		solastništvo sestanki razširjenega uredništva
		Partnerstvo	Pogajanja in sklepanja kompromisov z običajnimi nosilci oblasti.	
	Interaktivnost: Dvosmerna komunikacija, moč odločanja ostaja pri »pošiljatelju«	Sprava	Ko je sodelovanje omejeno na te ravni, ni na voljo nikakršno nadaljnje ukrepanje, nikakršna »moč« in tako tudi nobeno zagotovilo za spremembe danega položaja. Stopnja sprave omogoča zapostavljenim posvetovanje, a pridrži pravico do odločanja nosilcem moči.	kontaktna oddaja, debata, okrogla miza, drugi žanri... člani uredništva - kreiranje vsebin in programa izobraževanja, usposabljanja + feedback
		Posvetovanje	Naslednji stopnički predstavljajo stopnje »navidezne participacije«, ki omogočajo zapostavljenim, da so obveščeni in tudi sami dobijo besedo: informiranje in posvetovanje. Ko ponudijo nosilci moči državljanom sodelovanje, imajo ti možnost, da so informirani in slišani. V teh okoliščinah pa jim primanjkuje moči, da se zavarujejo, da bi nosilci moči upoštevali njihova mnenja.	feedback in evalvacija programa kulturni in glasbeni dogodki, avdicije, članstvo v posameznem uredništvu, sodelovanje v projektih in njihovo sooblikovanje komentiranje na forumu interakcija na socialnih omrežjih IRC kanali dajanje pobude za lastne projekte – realizacija svojih vsebin
Minimalistični pristop k participaciji	Dostop: enosmerna komunikacija, različne namere, moč odločanja ostaja pri »pošiljatelju«	Informiranje		oddajanje dnevnega programa kulturni in glasbeni dogodki (perspektiva obiskovalca) izkazovanje podpore v obliki donacije mailing liste spletne strani radijskih postaj

3.1 Zbiranje podatkov

Vprašalnik je nastajal v več fazah. V prvi fazi so bili indikatorji participacije preverjeni na sodelavcih Radia Študent. Vprašalnik je po rahli modifikaciji vprašanj in poglobljenem pogovoru z anketiranci pokazal zadostno ujemanje pri odgovorih za prehod v naslednjo fazo. Ugotovil sem nekatere pomanjkljivosti, predvsem pri razumevanju vprašanj o določenih aktivnostih, ki nakazujejo na participacijo. To sem razrešil tako, da sem ob rahlo spremenjenih vprašanjih pri večini dodal še primere aktivnosti. Nadalje sem opravil poglobljen pogovor s kolegom, ki zaseda mesto generalnega sekretarja svetovne mreže skupnostnih radijskih postaj AMARC, in pa kolegico, ki dela na isti funkciji na evropski podružnici, AMARC Europe. Z njima sem prišel do načrta, kako najbolj učinkovito razširiti vprašalnik, po pogovoru pa sem sklenil tudi, da bom vprašalnik prevedel in razširjal v angleškem, španskem, portugalskem in francoskem jeziku. Končni vprašalnik sem uredil v skladu s poprej omenjenimi popravki, za zbiranje podatkov na večjem vzorcu pa sem izbral spletno orodje 1ka, dostopno preko www.1ka.si. Rezultati te raziskave so bili uporabljeni za namene izpitne naloge pri predmetu Metodologija komunikoloških raziskav na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

Povezavo do vprašalnika sem julija 2016 med člane AMARC v referenčnih jezikih razširjal s pomočjo regionalnih koordinatorjev mreže AMARC preko obveščevalnih list, socialnih omrežij in direktnega elektronskega komuniciranja. Bistveno je bilo, da na vprašalnik odgovarjajo ljudje, ki imajo poglobljeno znanje o svojih radijskih postajah, tako da sem ciljiral po večini na vodilne položaje, kot so uredniki radijskih postaj, menedžerji, zakoniti zastopniki. Preko sodelovanja in komuniciranja z že omenjenimi lokalnimi koordinatorji AMARC sem iz njihove liste za elektronsko obveščanje izluščil te ključne kadre in tako zagotovil, da vprašalnik najde prave ljudi. Poleg povezave na vprašalnik (kjer so respondenti lahko izbrali želeni jezik), sem poslal še krajši nagovor z osebno predstavitvijo in prošnjo za izpolnitev vprašalnika, katerega izsledki bodo koristni tudi za AMARC. Anketa je bila aktivna dva tedna.

3.2 Vzorec

Do spletne ankete je v času njene aktivnosti dostopalo 221 posameznikov (klik na nagovor), od tega jih je 106 kliknilo na vprašalnik. Izmed 95 respondentov, ki so pričeli reševati anketo, jih je 70 tudi zaključilo reševanje. Tako je končno skupno število respondentov za to raziskavo $N = 70$. Vzorec sestoji iz 70 skupnostnih radijskih postaj, ki prihajajo iz 33 različnih držav sveta.

Tabela 3.2: Skupnostne radijske postaje vključene v raziskavo

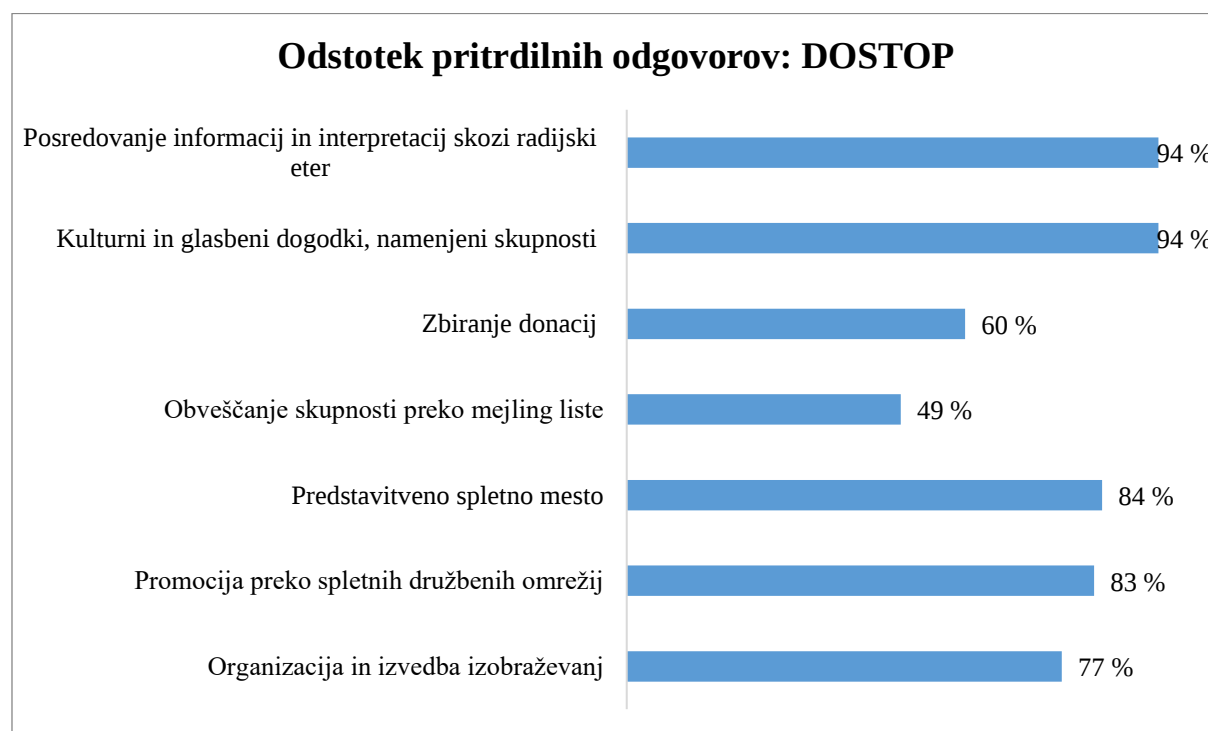
DRŽAVA	IME RADIJSKE POSTAJE	DRŽAVA	IME RADIJSKE POSTAJE
Argentina	FM EN TRÁNSITO	Madžarska	CIVIL RADIO
Avstrija	RADIO HELSINKI	Indija	SAIYERE JO RADIO
Avstrija	FREIES RADIO B138	Indiana	WELT-LP 95.7
Avstrija	RADIO HELSINKI	Irak	RADIO DANGE NWE
Avstrija	RADIO OP 98.8	Irska	NEAR FM
Avstrija	FREIES RADIO OBERÖSTERREICH	Irska	RADIO PIRATE WOMAN
Belgija	RADIO ARDENNE	Irska	CONNEMARA COMMUNITY RADIO
Belgija	RADIO PANIK	Irska	NEAR FM
Belgija	RADIO CENTRAAL	Irska	FLIRT FM
Kalifornija	KPFA	Irska	DUBLIN SOUTH FM
Kanada	CIVL	Irska	CAMGLEN RADIO
Kanada	CKNA-MF	Italija	RADIO ONDE FURLANE
Hrvaška	STUDENTSKI RADIO UNIOS	Slonokoščena obala	RADIO ZANZAN
Hrvaška	UNIDU RADIO	Kenija	KOCH FM
Hrvaška	YAMMAT FM	Luksemburg	RADIO LNW
Hrvaška	RADIO STUDENT	Makedonija	KANAL 103
Češka	RADIO R	Nepal	COMMUNITY RADIO SAMAD FM 102.6 MHZ
Anglija	SOURCE FM	Nikaragva	RADIO CAMOAPA
Anglija	PHONIC.FM	Paragvaj	RADIO UNIVERSIDAD FM 100.7
Francija	FRÉQUENCE-SILLÉ	Demokratska republika Kongo	RADIO BANGU
Francija	RADIO ARRELS	Demokratska republika Kongo	RADIO BUBUSA FM
Francija	RADIO VERDON	Republika Benin	BIO GUERRA FM
Francija	SUN	Škotska	KEITH COMMUNITY RADIO
Francija	RADIO CRAPONNE	Slovenija	RADIO STUDENT
Francija	RADIO BALAGNE	Slovenija	MARIBOR STUDENT RADIO - MARS
Francija	HAG` FM	Španija	ONDA COLOR
Francija	PAC	Španija	EMA-RTV - 90 RADIOS NETWORK
Francija	GURE IRRATIA	Španija	RADIO ALMENARA
Francija	RADIO LASER	Sirija	ARTA FM
Francija	RADIO LENG D`OC	Uganda	RADIO APAC
Francija	BERRY FM	Uganda	102.5 TIGER FM RADIO NABWERU
Francija	RADIO G!	Uganda	DELTA FM RADIO
Nemčija	RADIO CORAX	Neznana	UNKNOWN

Nemčija	RADIO DREYECKLAND	Neznana ¹	UNKNOWN
Grčija	PROTO PROGRAMMA	Urugvaj	LAELEGIDA FM

4 REZULTATI IN INTERPRETACIJA

Zbrane podatke sem iz orodja za izvajanje ankete 1ka neposredno izvozil v program za obdelavo podatkov SPSS 23. Najprej sem spremenljivke, ki so se nanašale na operacionalizacijo participacije (jedro vprašalnika), rekodiral in jim določil nove vrednosti, ki so mi omogočale lažjo obdelavo podatkov (vrednost odgovora »NE« sem spremenil iz 2 v 0). Uporabil sem orodja za opisne statistike in crosstabs, nato pa metodo razvrščanja v skupine. Na koncu sem si pomagal z orodjem za primerjanje aritmetične sredine.

Slika 4.1: Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v segmentu dostopa



Medtem ko se prej opisane stopničke lestvice participacije, ki spadajo v »pravo participacijo« in »interaktivnost«, po Carpentierju štejeje (2011) pod maksimalistični pristop, spada »dostop« v domeno »neparticipacije« in tako imenovanega minimalističnega pristopa k participaciji. »Dostop« je namreč enosmerno komuniciranje, različne namere, moč odločanja ostaja pri »pošiljatelju« in je glavna lastnost javnih servisov in množičnih medijev.

¹ Dva respondenta nista podala imena radijske postaje in izvirne države, a vseeno v celoti rešila vprašalnik, zato sem ocenil, da so pridobljeni podatki vseeno uporabni in pomembni za analizo.

Indikatorji, ki odražajo »dostop«, so posredovanje informacij skozi eter (dnevni informativni program), kulturni in glasbeni dogodki, ki so namenjeni članom skupnosti, predstavitveno spletno mesto radijske postaje, promocija preko spletnih družbenih omrežij in organizacija ter izvedba izobraževanj. Po pričakovanjih imajo skupnostne radijske postaje velik interes v izvajanju tovrstnih aktivnosti. Delež pritrdilnih odgovorov pri omenjenih indikatorjih je najvišji izmed celotnega sklopa vprašanj in se giba med 80 % in 94 %, s tem da se najvišji delež pritrdilnih odgovorov nanaša na informativni program in izvajanje dogodkov.

Radijske postaje so na vprašanja, ali zbirajo donacije in ali svojo skupnost obveščajo preko mailing liste, odgovorile z bistveno nižjim deležem pritrditev (60 % in 49 %), kar pa nakazuje, da to niso standardizirane aktivnosti, ki so najbrž prav tako pogojene s kulturo doniranja in pa omejene s človeškimi in finančnimi viri.

Slika 4.2: Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v segmentu interakcija



Ko je sodelovanje omejeno na tej ravni, ni na voljo nikakršno nadaljnje ukrepanje, nikakršna moč in tako tudi nobeno zagotovilo za spremembe danega položaja. Stopnja sprave omogoča zapostavljenim posvetovanje, a pridrži pravico do odločanja nosilcem moči.

Naslednji stopnički predstavljajo stopnje »navidezne participacije«, ki omogočajo zapostavljenim, da so obveščeni in tudi sami dobijo besedo: informiranje in posvetovanje. Ko ponudijo nosilci moči državljanom sodelovanje, imajo ti možnost, da so informirani in slišani, ni pa zagotovila, da bodo nosilci moči upoštevali njihova mnenja.

Relativno visok odstotek pritrdilnih odgovorov na tej stopnji kaže, da je za skupnostne radijske postaje interakcija s člani skupnosti in preko članov skupnosti zelo pomemben vidik participacije. Indikatorji, kot so pridobivanje odzivov skozi radijski eter in preko drugih metod, sodelovanje članov skupnosti v izvedbi projektov izven radijskega etra in prispevek k njihovim vsebinam, prispevek skupnosti k vsebinam kulturnih in glasbenih dogodkov ter interakcija preko spletnih družbenih omrežij, beležijo najvišji odstotek pritrdilnih odgovorov v tem sklopu vprašanj. Razpon pritrdilnih odgovorov, ki nakazujejo na to, da so skupnostne radijske postaje interaktivne s svojimi skupnostmi (a hkrati ohranjajo pozicijo moči in nadzora nad odločitvami), se giba okrog 81 % in vrh doseže pri vprašanju o sodelovanju članov skupnosti pri izvedbi projektov izven etra z 90 %.

Najnižji odstotek pritrdilnih odgovorov beležita vprašanji o pridobivanju radijskih sodelavcev z vzpostavljenimi kriteriji z odločanjem komisije (63 %) in pa dvosmernem komuniciranju v interaktivnih okoljih spletnega mesta (54 %). Veliko radijskih postaj ima letne avdicije, nekatere radijske postaje imajo možnost pristopa čez celo leto, dobra polovica teh ima avdicije, ki so pod nadzorom komisije.

Slika 4.3: Analiza indikatorjev participacije vseh radijskih postaj v segmentu participacija



Pod »pravo participacijo« po Arnsteinovi se uvrščajo zadnje tri stopničke lestvice participacije, ki nakazujejo na to, da ima skupnost moč upravljanja s »svojo« radijsko postajo, da je

udeležena v procese odločanja in upravljanja z viri ter ima nadzor nad in je soudeležena v strateškem odločanju o delovanju organizacije.

V raziskavi 70 skupnostnih radijskih postaj je 7 ključnih indikatorjev, ki merijo participacijo na tej stopnji. V vzorcu je 23 % radijskih postaj potrdilo, da prakticirajo odprte volitve za določanje svojih glavnih urednikov in nekoliko več (30 % radijskih postaj), da izvajajo odprte volitve za glavne upravljske predstavnike radijske postaje.

Nizek odstotek pritrdilnih odgovorov na prvi dve vprašanji oz. obliki participacije lahko pomeni bolj hierarhične modele in omejitve teh odločevalskih vzvodov na notranjo radijsko skupnost, tj. polnopravne člane organizacij, ki delujejo znotraj radijske postaje, ne vključujoč člane širše skupnosti, ki jo radio nagovarja.

67 % skupnostnih radijskih postaj daje pravico članom širše skupnosti, da imenujejo svoje predstavnike v odločevalska telesa organizacije, še višji odstotek (83 %) pa nakazuje na to, da imajo člani skupnosti popolno avtonomijo pri ustvarjanju radijskega programa in projektov.

Avtonomija ustvarjanja programa je pogosto »paradni konj« etosa skupnostnih radijev, saj naj bi ti bili »glas neslišanih« in odražali interese skupnosti. V vzorcu skupnostnih radijskih postaj je avtonomno ustvarjanje programa in projektov prejelo najvišji odstotek pritrdilnih odgovorov, iz česar lahko sklepam, da imajo člani skupnosti bistveno več nadzora in moči pri sami vsebini v primerjavi z nadzorom nad »formo« organizacije.

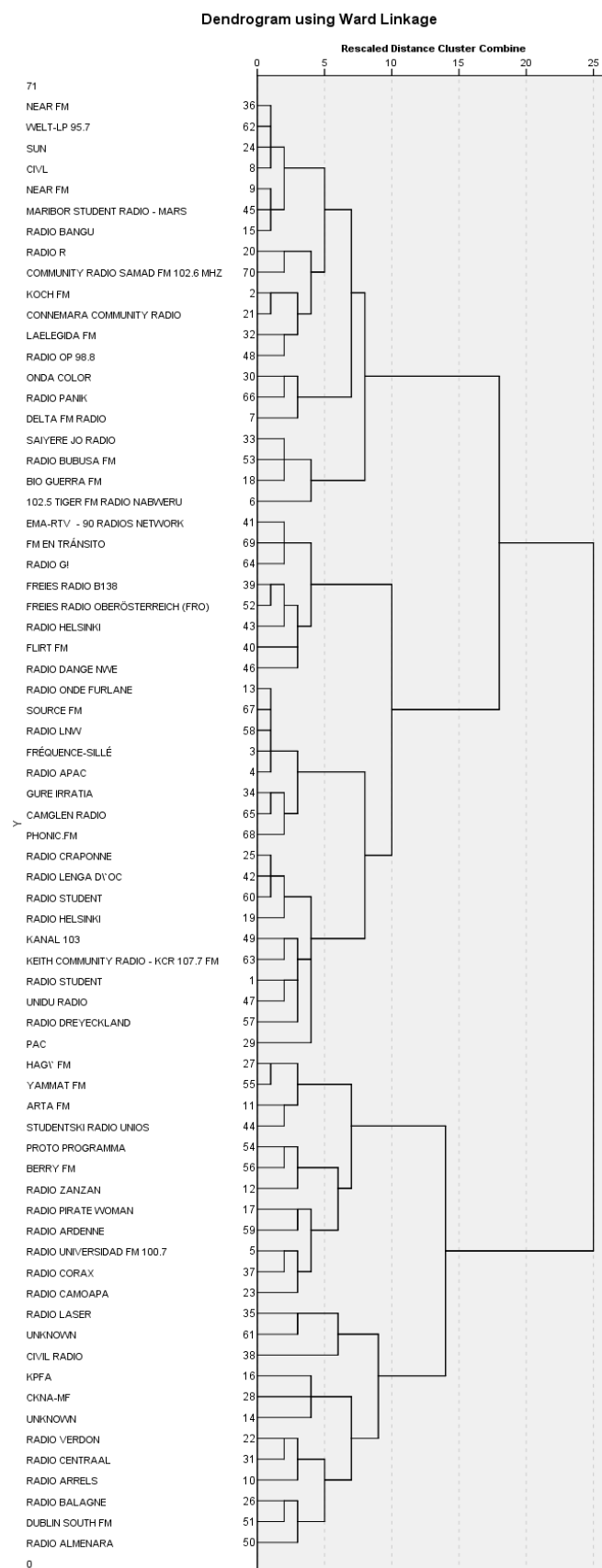
Zadnja tri vprašanja se nanašajo na moč in nadzor skupnosti pri zavezujočih vzvodih odločanja o vsebini, programski shemi, strategiji in viziji organizacije. Relativno nizka prisotnost teh aktivnosti oz. oblik participacije ponovno kaže na to, da so člani širše skupnosti največkrat udeleženi v procese, ki se nanašajo na ustvarjanje vsebine, bolj kot na managerske odločitve. Ta odstotek je podoben pri vseh treh vprašanjih in se giblje med 40 % in 49 %.

4.1 Razvrščanje v skupine

Z metodami razvrščanja v skupine je mogoče učinkovito pregledati podatke (npr. 'otipati' strukturo v podatkih). V tej fazi analize podatkov gre bolj za postavljanje začetnih delovnih domnev o obravnavanem problemu. Razvrščanje v skupine je mogoče uporabiti tudi za empirično določitev tipologije pojavov v konkretnem področju raziskovanja in preverjanje domnev o tipologiji, ki jo raziskovalec postavi na osnovi teorije ali že opravljenih analiz podatkov (Ferligoj 2003, 18).

Za potrebe analize rezultatov sem spremenljivke najprej rekodiral in jim določil nove vrednosti. Določil sem množico spremenljivk, ki določajo enote, nato pa sem uporabil Wardovo metodo hierarhičnega združevanja. Metode hierarhičnega združevanja v skupine so zelo priljubljene, ker je računalniški postopek preprost, rezultat združevanja pa je mogoče nazorno prikazati z drevesom združevanja (dendrogramom), uporabniku pa ni treba vnaprej določiti števila skupin. Razlike med enotami sem po tem meril s kvadratno evklidsko razdaljo, nato pa uporabil ukaz za izris dendrograma.

Slika 4.4: Dendrogram razvrščanja v skupine



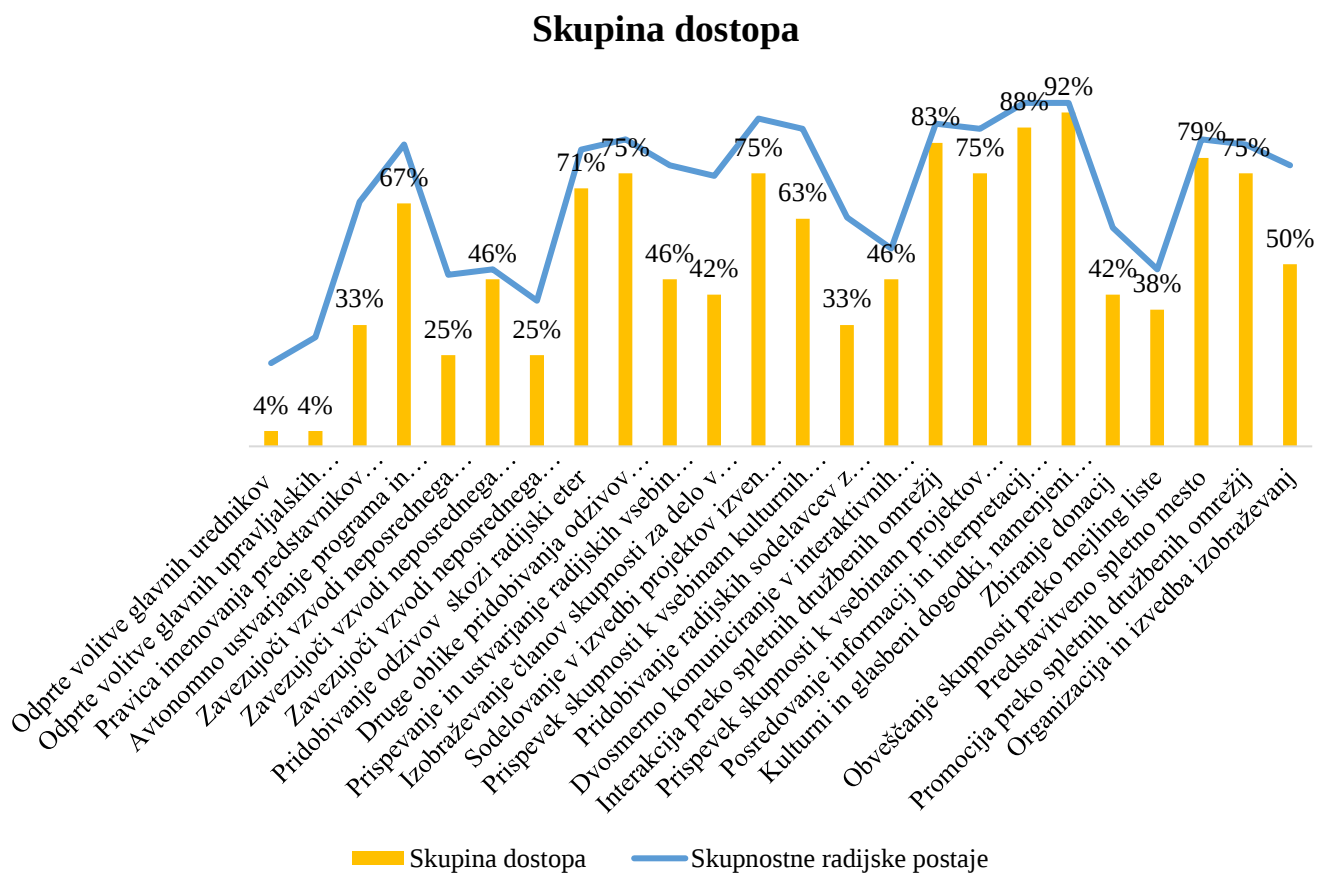
Po strukturi drevesa združevanja sem na podlagi razdalj med spremenljivkami lahko ocenil, da je smiselno določiti tri relativno enako velike skupine enot (radijskih postaj), s katerimi sem sklenil nadaljevati analizo in interpretacijo.

Tabela 4.1: Radijske postaje razvrščene v tri skupine

Interaktivna skupina	Participativna skupina	Skupina dostopa
Radio Student	KOCH FM	Radio Universidad FM 100.7
Fréquence-Sillé	102.5 Tiger fm Radio Nabweru	RADIO ARRELS
RADIO APAC	DELTA FM RADIO	ARTA FM
Radio Onde Furlane	CIVL	RADIO ZANZAN
Radio Helsinki	Near fm	Neznana
radio craponne	RADIO BANGU	KPFA
PAC	BIO GUERRA FM	radio pirate woman
GURE IRRATIA	Radio R	RADIO VERDON
Freies Radio B138	Connemara Community Radio	Radio Camoapa
Flirt FM	SUN	radio balagne
EMA-RTV - 90 radios network	ONDA COLOR	HAG\` FM
Radio Lenga d\`Oc	laelegida fm	CKNA-MF
Radio helsinki	saiyere jo radio	Radio Centraal
Radio Dange NWE	Near FM	RADIO LASER
UNIDU radio	Maribor Student Radio - MARS	Radio Corax
Kanal 103	Radio OP 98.8	Civil Radio
Freies radio oberösterreich (FRO)	Radio Bubusa FM	Studentski Radio UNIOS
Radio Dreyeckland	WELT-LP 95.7	Radio Almenara
Radio LNW	Radio Panik	Dublin South fm
Radio Student Zagreb	Community Radio Samad FM 102.6 MHZ	Proto Programma
Keith Community Radio - KCR 107.7 FM		Yammat FM
RADIO G!		BERRY FM
CamGlen Radio		Radio Ardenne
Source FM		Neznana
Phonic.FM		
FM en tránsito		

4.1.1 Skupina dostopa

Slika 4.5: Delež pritrtilnih odgovorov v skupini dostopa



Pri opazovanju skupine dostopa, deleža pritrtilnih odgovorov v njej in v relaciji do povprečnega deleža pritrtilnih odgovorov skupaj, ugotavljam, da je ta skupina v vseh postavkah pod povprečjem. Kar se tiče vprašanj, ki obravnavajo državljansko moč in spadajo pod »pravo participacijo,« je celo izrazito pod povprečjem. Ta skupina vsebuje torej skupnostne radijske postaje, ki so v oziru skupnosti najmanj »skupnostne«. Pri vprašanjih, ali radijske postaje izvajajo participativne aktivnosti, kot so za člane širše skupnosti odprte volitve glavnih urednikov in upravljalških predstavnikov ter pravica imenovanja članov skupnosti v odločevalska telesa organizacije, beleži ta skupina izredno nizek delež pritrtilnih odgovorov.

Število pritrtilnih odgovorov za kategorijo za širšo skupnost odprte volitve oz. odločanje o glavnem uredniku radia in glavnih upravljalških predstavnikov radia (npr. direktor, zakoniti zastopnik, manager ...) je v tej skupini izrazito pod povprečjem (4 % pritrtilnih odgovorov). Izrazito podpovprečno zastopana je tudi pravica imenovanja predstavnikov skupnosti v

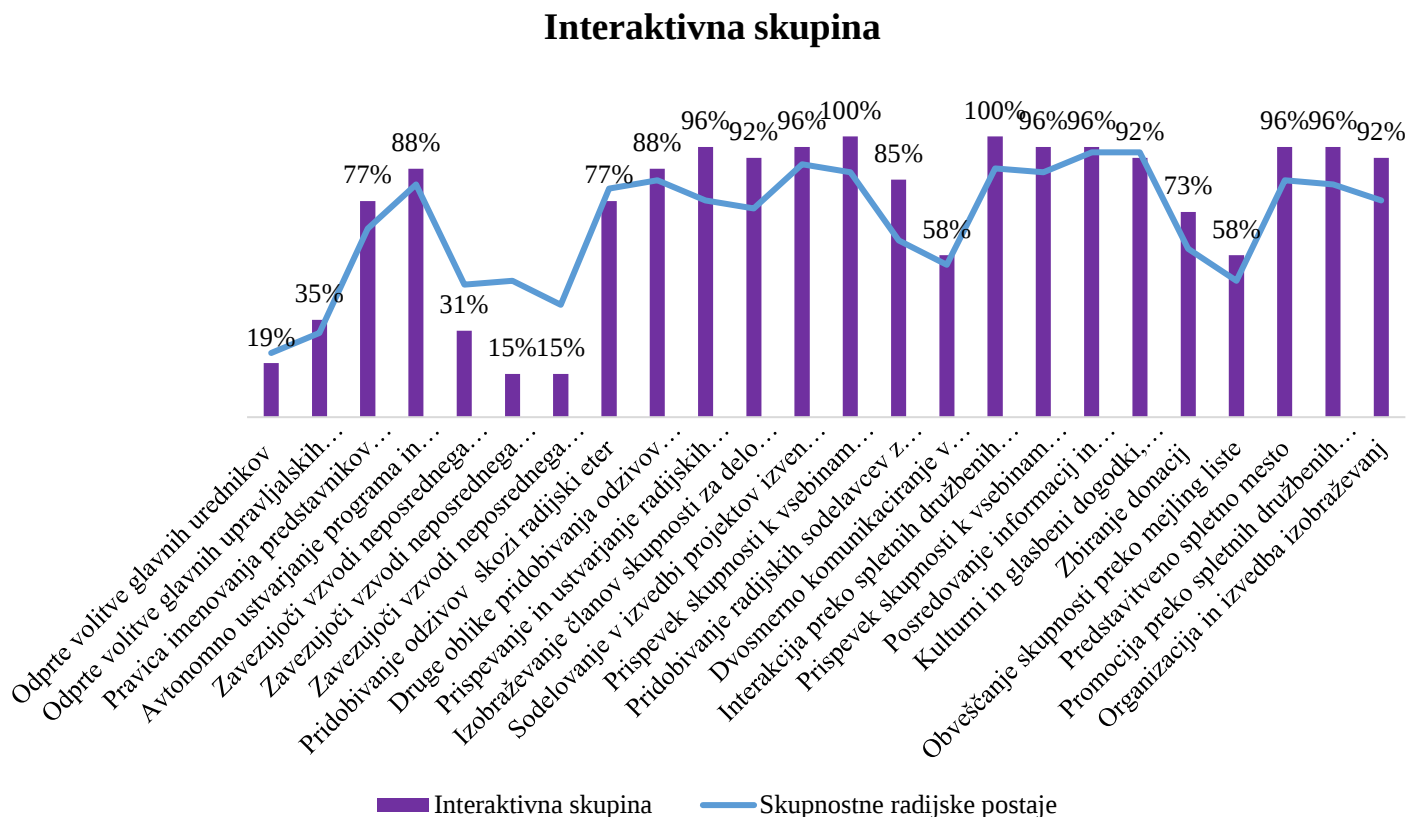
odločevalska telesa (svet zavoda, upravni odbor organizacije, strokovni odbori in telesa organizacije (33 % pritrdilnih odgovorov).

Relativno velik odklon pod povprečjem pa kažejo tudi indikatorji: zavezujoči vzvodi neposrednega odločanja skupnosti o strategiji in viziji radia (npr. neposredno glasovanje preko ankete, referendum, odprta skupščina) in prispevanje ter ustvarjanje radijskih vsebin članov skupnosti pod uredniškim nadzorom in odločanjem (46 % pritrdilnih odgovorov) Izobraževanje članov skupnosti za delo v radijskem uredništvu (42 % pritrdilnih odgovorov), pridobivanje radijskih sodelavcev z vzpostavljenimi kriteriji z odločanjem komisije, npr. avdicija (33 % pritrdilnih odgovorov) ter organizacija in izvedba izobraževanj za pripadnike skupnost (50 % pritrdilnih odgovorov) so prav tako ene izmed najmanj zastopanih oblik participacije v tej skupini postaj.

Po tem lahko sklepam, da so torej manj »skupnostne«, manj odprte in bolj hierarhično zaprto strukturirane. Zaupanje članom skupnosti, kar se tiče managerskih procesov, je nižje. V delu, vezanem na »interakcijo«, ta skupina radijskih postaj pri nobenem vprašanju ne doseže povprečnega deleža pritrdilnih odgovorov. V relaciji do dela, povezanega z dostopom, je delež pritrdilnih odgovorov nekoliko višji, a še zmeraj pod povprečjem. Za to skupino lahko trdim, da združuje radijske postaje, ki so najmanj skupnostne in se najbolj posvečajo golemu dostopu do informacij. V tej skupini je 24 radijskih postaj.

4.1.2 Interaktivna skupina radijskih postaj

Slika 4.6: Delež pritrtilnih odgovorov v interaktivni skupini



Interaktivna skupina vsebuje največ pritrtilnih odgovorov v delu vprašanj, razvrščenih pod interakcijo in dostop. Z izjemo dveh vprašanj (ki pa so tudi zelo blizu povprečja), pritrtilni odgovori v tej skupini kažejo rahlo nadpovprečen delež. Iz tega lahko sklepam, da interaktivna skupina združuje radijske postaje, ki svoje aktivnosti posvečajo bolj interakciji in dostopu članov skupnosti do informacij in projektnih aktivnosti, še zmeraj pa imajo te radijske postaje (in ne toliko člani skupnosti) zadnjo besedo v procesu odločanja in nadzora o teh aktivnostih. Koncept interakcije, ki je v raziskavi sestavljen iz desetih vprašanj oz. indikatorjev participacije, beleži delež pritrtilnih odgovorov, ki se giblje večinoma nad 90 %. Koncept participacije ali »prave participacije«, ki odraža stopnjo vpetosti članov skupnosti v odločevalske procese organizacije, nadzor nad odločitvami in tudi lastništvom informacij in virov, je v tej skupini najmanj zastopan. Indikatorji participacije, kot so: za širšo skupnost odprte volitve oz. odločanje o glavnem uredniku radia (19 % pritrtilnih odgovorov), zavezujoči vzvodi neposrednega odločanja skupnosti o strategiji in viziji radia (npr. neposredno glasovanje preko ankete, referendum, odprta skupščina) (31 % pritrtilnih

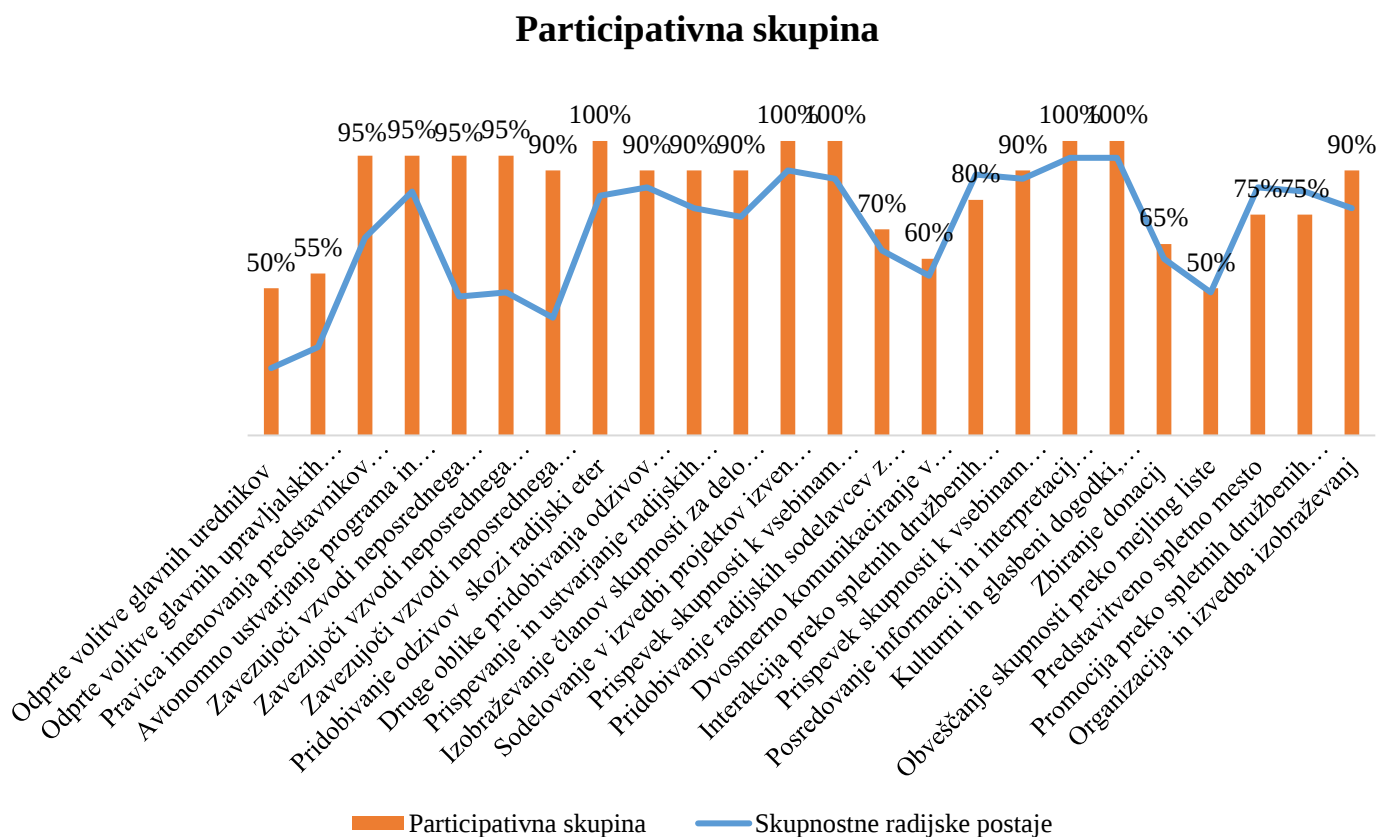
odgovorov), kulturni in glasbeni dogodki, namenjeni skupnosti (92 % pritrdilnih odgovorov), zavezujoči vzvodi neposrednega odločanja skupnosti o vsebini posameznih programskih enot (npr. neposredno glasovanje preko ankete, referendum, odprta skupščina) in o programski shemi (npr. neposredno glasovanje preko ankete, referendum, odprta skupščina) (15 % pritrdilnih odgovorov) so najmanj prisotni v tej skupini radijskih postaj, s tem da sta slednja izrazito pod povprečjem.

Po drugi strani pa ta skupina vsebuje radijske postaje, ki v najvišjem odstotku izmed vseh treh skupin nagovarja in vključuje člane skupnosti preko aktivnosti, kot so: prispevanje in ustvarjanje radijskih vsebin članov skupnosti pod uredniškim nadzorom in odločanjem (96 % pritrdilnih odgovorov), izobraževanje članov skupnosti za delo v radijskem uredništvu (92 % pritrdilnih odgovorov), interakcija skupnosti preko spletnih družbenih omrežij (npr. Facebook, Twitter) (100 % pritrdilnih odgovorov), predstavitevno spletno mesto radijske postaje (96 % pritrdilnih odgovorov), promocija radia preko spletnih družbenih omrežij (96 % pritrdilnih odgovorov), organizacija in izvedba izobraževanj za pripadnike skupnost (92 % pritrdilnih odgovorov).

Iz tega lahko sklepam, da ta skupina vsebuje radijske postaje, ki so manj dostopne in odprte za člane skupnosti, kar se tiče »državlanskega nadzora«. Participacija, ki temelji na dvosmernem komuniciranju, stopnjah soodločanja in kjer je moč odločanja deljena s člani širše skupnosti, je manj prezentna kot pa »dostop« in »interakcija«. V tej skupini je 20 radijskih postaj.

4.1.3 Participativna skupina radijskih postaj

Slika 4.7: Delež pritrtilnih odgovorov v participativni skupini



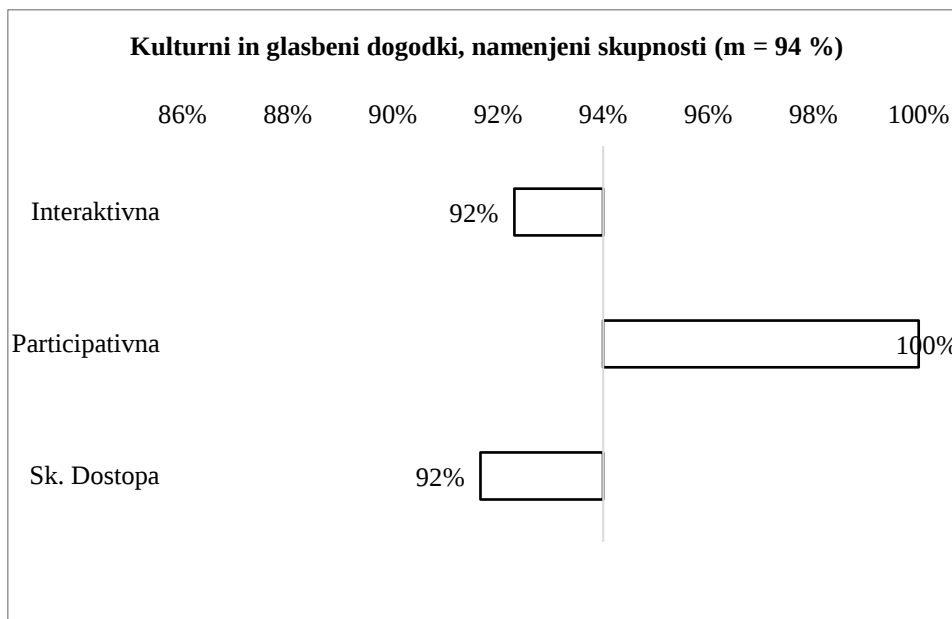
Opazovanje participativnih aktivnosti oz. indikatorjev participacije, ki so razdeljeni v že prej omenjene tri koncepte – participacijo ali »pravo participacijo«, interakcijo in dostop, potrди, da je participativna skupina večinoma nad povprečjem. Nadpovprečno visok delež pritrtilnih odgovorov je moč zaznati v delu »prave participacije«, ki se nanaša na aktivnosti radijskih postaj in oblike participacije, ki zagotavljajo članom skupnosti dvosmerno komuniciranje, stopnjo soodločanja in kjer je moč odločanja deljena s člani širše skupnosti. Ta skupina vsebuje radijske postaje, ki imajo edine nadpovprečen delež pritrtilnih odgovorov na vprašanja, omogočajo članom širše skupnosti, da volijo glavne urednike in predstavnike uprave radijske postaje in kjer ima skupnost moč in nadzor pri zavezujočih vzvodih neposrednega odločanja članov skupnosti o strategiji in viziji, vsebini posameznih programskih enot ter programski shemi. Ugotovitve kažejo, da to skupino sestavljajo radijske postaje, ki so dokaj odprte in dostopne, ki zaupajo članom skupnosti in jim omogočajo participacijo v upravljalških procesih. Kar se tiče dela vprašanj, ki spadajo v kategorijo »interaktivnosti«, je ta skupina v vseh primerih nad (ali zelo blizu) povprečjem pritrtilnih

odgovorov. Nekoliko preseneča, da skupina radijskih postaj s tako visoko prisotnostjo skupnosti v delu »prave participacije«, beleži pri nekaterih vprašanjih, ki se razvrščajo v koncept »dostopa,« delež pritrdilnih odgovorov pod povprečjem. Pri dostopu gre za enosmerno komuniciranje, kjer člani skupnosti zgolj dojemajo informacije. To je del, ki se ne šteje v participacijo. Na vprašanje, ali imajo radijske postaje predstavitevno spletno mesto in ali komunicirajo preko socialnih omrežij, so v tej skupini pritrdilni odgovori rahlo pod povprečjem. Kot kaže, se ta skupina radijskih postaj bolj posveča integraciji svoje skupnosti v »srce« in etos radijske postaje, živi in dela z njimi, manj pa enosmerno komunicira s publiko in se ji promovira preko spleta. V tej skupini je 20 radijskih postaj.

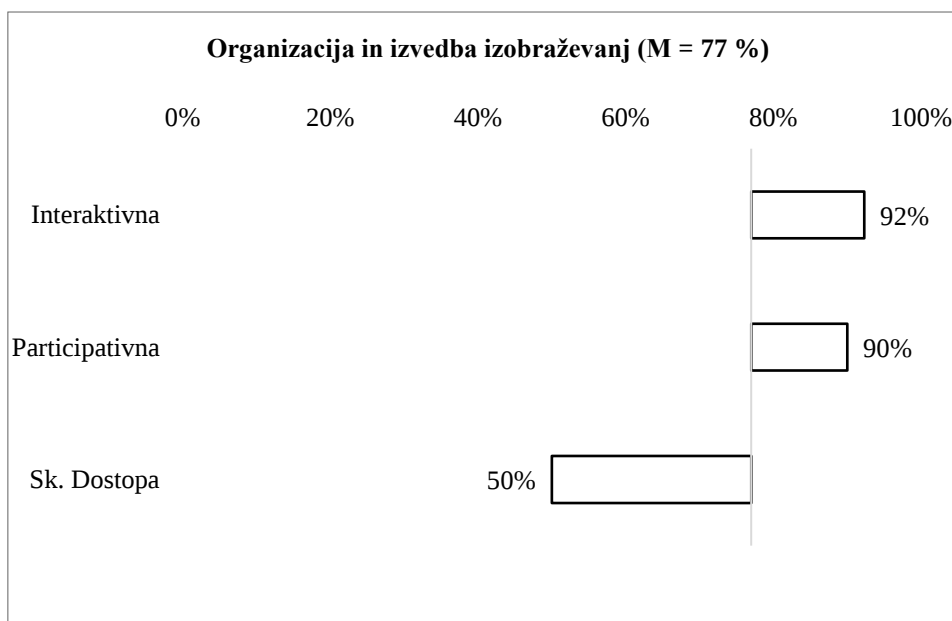
4.1.4 Primerjava skupin na relaciji dostopa, interakcije in participacije

V poglavju, ki sledi, bom predstavil nekatere splošne razlike med skupinami radijskih postaj. Iz tega lahko podrobneje razberemo, pri katerih indikatorjih participacije se skupine bolj razlikujejo in pri katerih so si morda bližje. Kot sem že omenil v poglavju o participaciji, lahko različne stopnje participacije soobstajajo in se ne izključujejo. Razlike med skupinami pokažejo, da so si nekatere skupine radijskih postaj lahko podobne v določenem segmentu participacije, hkrati pa se v drugem elementarno razlikujejo oz. prihaja med njimi do večjih odstopanj pri zastopanosti določene oblike participacije. Primerjavo med tremi skupinami skupnostnih radijskih postaj naredim na vsakem segmentu participacije (dostop, interakcija, participacija) posebej.

Slika 4.8: Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Kulturni in glasbeni dogodki, namenjeni skupnosti



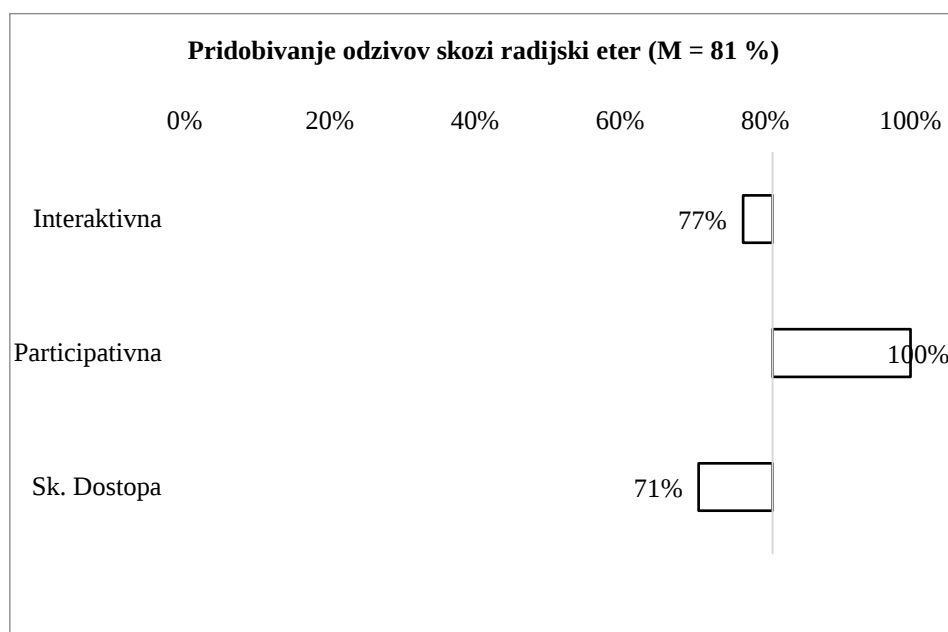
Slika 4.9: Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Organizacija in izvedba izobraževanj



Dostop Arnsteinina tipologija participacije uvršča v t. i. neparticipacijo. Je enosmerno komuniciranje, kjer moč odločanja ostaja pri »pošiljatelju«. Je glavna dejavnost medijev, ki članom skupnosti omogoča dostop do vsebin brez kakršne koli možnosti o odločanju in nadzoru. V kategoriji »dostopa« je po izvedeni raziskavi sedem aktivnosti oz. oblik participacije, ki jih skupnostni radii izvajajo. T. i. »interaktivna skupina«, ki beleži tukaj največji delež pritrdilnih odgovorov, si je vnovič zelo podobna s »participativno skupino«, s tem da se od nje razlikuje v dveh postavkah. Participativna skupina, kot prikazano, težišče

svojih participativnih procesov namenja »pravi participaciji« – najvišji stopnji in obliki participacije, medtem ko pa se pri »dostopu« nahaja pod povprečjem pri predstavitvi in promociji preko spletnih mest in socialnih omrežij. Tukaj je ta 75-odstotna, kar je nekoliko pod povprečjem vseh pritrdilnih odgovorov. »Skupina dostopa« je kot na ostalih področjih podpovprečna, vendar manj kot pri »pravi participaciji« in »interaktivnosti«. Ta skupina radijskih postaj se, kot kaže, najbolj posveča enosmernemu komuniciranju s svojimi skupnostmi in jo zato glede na drugi dve skupini ocenjujem kot najmanj participativno.

Slika 4.10: Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Pridobivanje odzivov skozi radijski eter

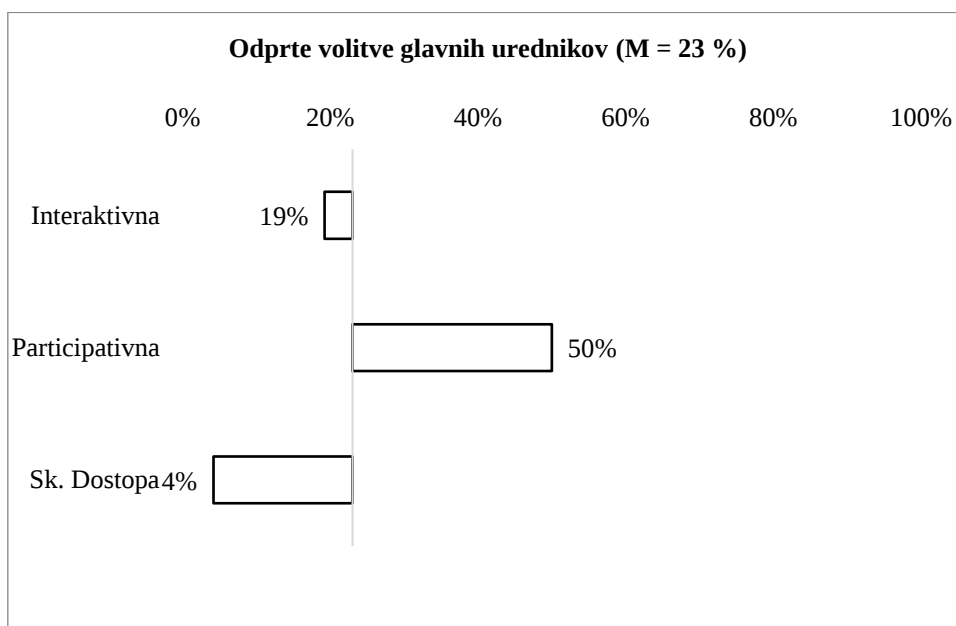


Pri delu participacije, ki se nanaša na t. i. interakcijo, kjer med člani skupnosti in nosilci moči in nadzora poteka dvosmerno komuniciranje, moč odločanja ostaja pri »pošiljatelju«. Ta del predstavlja stopnjo »navidezne participacije²«, ki omogoča zapostavljenim, da so obveščeni in tudi sami dobijo besedo: informiranje in posvetovanje. Ko ponudijo nosilci moči državljanom sodelovanje, imajo ti možnost, da so informirani in slišani. V teh okoliščinah pa jim primanjkuje moči, da se zavarujejo, da bi nosilci moči upoštevali njihova mnenja. Tukaj sta si »participativna« in »interaktivna« skupina bolj podobni kot različni. Obe skozi serijo desetih indikatorjev »navidezne participacije« beležita pritrdilne odgovore rahlo nad povprečjem. V obeh skupinah si je to povprečje blizu in se giba v večini primerov med 80 % in 100 % pritrdilnih odgovorov. Nekoliko se razlikujeta v aktivnostih v zvezi s pridobivanjem odzivov

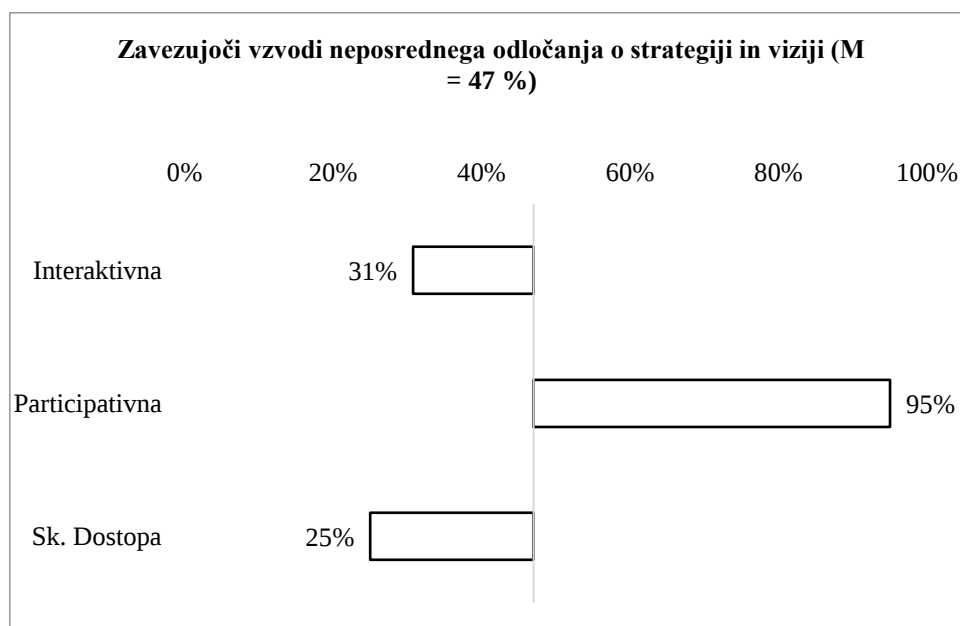
² Čeprav je morda tovrstno poimenovanje te stopnje participacije izključevalno, sem ga obdržal zaradi skladja z izrazom iz literature. To ne pomeni, da se ta stopnja izključuje z višjo stopnjo participacije, ampak se ponekod celo dopolnjujeta.

skupnosti na radijsko delovanje. Tukaj kaže, da je interaktivna skupina radijskih postaj manj participativna in se giblje rahlo pod povprečjem. Čeprav stopnjo teorija označuje kot »navidezno participacijo«, lahko trdim, da je to ena izmed pomembnejših stopenj. Vidik vpenjanja članov skupnosti v radijske aktivnosti, čeprav brez njihove moči odločanja o procesih in nadzora nad njimi, zaokroža jedro radijske dejavnosti. Najmanj pritrdilnih odgovorov tukaj beleži »skupina dostopa«, ki pa je venomer pod povprečjem.

Slika 4.11: Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Odprte volitve glavnih urednikov



Slika 4.12: Delež pritrdilnih odgovorov pri indikatorju – Zavezujoči vzvodi neposrednega odločanja o strategiji in viziji



Ob primerjavi vseh treh skupin skupnostnih radijskih postaj pri delu participativnih aktivnosti, ki jih štejem v »pravo participacijo«, opažam, da se participativna skupina bistveno razlikuje od preostalih dveh (skupine dostopa in interaktivne skupine). Participativna skupina ima izrazito višji delež pritrdilnih odgovorov na prvih sedem vprašanj, ki odražajo stopnjo državljske moči in nadzora. Pri vprašanju o za širšo skupnost odprtih volitvah glavnih urednikov in pa upravljavskih predstavnikov organizacije beleži »participativna skupina« najvišji delež pritrdilnih odgovorov (50 % in 55 %), v primerjavi s »skupino dostopa«, ki pri teh aktivnostih beleži izrazito podpovprečen delež (4 % pritrdilnih odgovorov). Pri vprašanju, ali imajo radijske skupine s strani skupnosti zavezujoče vzvode odločanja o strateških in krovno-programskih vidikih delovanja radijskih postaj, ima participativna skupina bistveno nadpovprečen delež pritrdilnih odgovorov (90–95 %) v primerjavi s skupino dostopa, ki je rahlo pod povprečjem in »interaktivno skupino«, ki ima zgolj 15 % pritrditev in je izrazito pod povprečjem. V primerjavi z ostalima dvema skupinama torej participativna skupina upraviči svoje poimenovanje in velja za najbolj dostopno z vidika participacije.

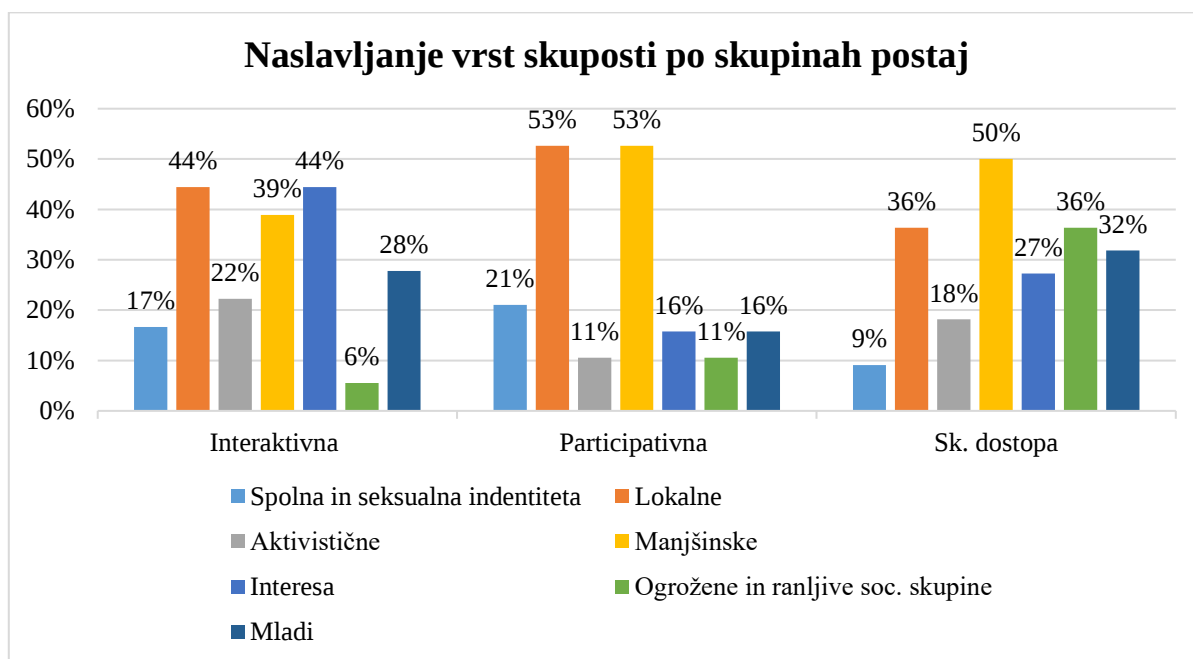
4.2 Sinteza po skupinah radijskih postaj

Vprašalnik je na začetku vseboval tudi spremenljivke, katerih namen je bil pridobiti nekaj osnovnih podatkov o skupnostnih radijskih postajah. Spremenljivki, ki sta se izkazali za pomembni za interpretacijo rezultatov, sta letni proračun radijske postaje in ciljne skupine oz. skupnosti, s katerimi radii prihajajo v stik, jih nagovarjajo in integrirajo.

Letni proračun je tako kot skupnostne postaje same zelo heterogen. Ker je bilo to vprašanje opsijsko (za tak tip sem se odločil, ker sem menil, da nekatere svojega proračuna ne smejo javno razkrivati), je bilo pri tej spremenljivki nekaj manjkajočih vrednosti. Vrednosti oz. tuje valute sem nato pretvoril v evre. Smiselno se mi je zdelo, da zelo velik razpon letnih proračunov radijskih postaj od 0,00 € pa vse do 1.000.000,00 €, razdelim na tri razrede (< 100.000 €, 100.001–200.000 €, > 200.001 €) in spremenljivke rekodiram. Podatke sem uporabil za podrobnejšo interpretacijo dobljenih skupin.

Za vprašanje o ciljnih skupinah oz. skupnostih sem zaradi zelo različnih odgovorov uporabil kodirnik, kjer sem vse našteje ciljne skupine razvrstil v šest novih spremenljivk. To vprašanje je bilo odprtega tipa, kjer sem pridobil tudi zelo zanimive odgovore. Opazil sem, da skupnostne radijske postaje zelo različno dojemajo svoje skupnosti. Ob tem so nekateri odgovarjali, da nagovarjajo kar vse skupnosti, nekateri so se omejili na geografsko determinanto, spet drugi na jezikovne ali etnične skupnosti. Da bi dobil predstavbo, katerim vrstam skupnosti posveča katera skupina radijskih postaj pozornost, sem delil število radijskih postaj v posamezni skupini s pogostostjo odgovora za določeno vrsto skupnosti po skupinah radijskih postaj. Tudi na to vprašanje niso odgovorili vsi respondenti, tako da sem izločil 10 radijskih postaj in operiral s šestdesetimi, pri čemer s sem dobil sledečo razporeditev:

Slika 4.13: Naslavljanje vrst skupnosti po skupinah postaj



Mnoštvo navedenih odgovorov na vprašanje, katere skupine radijske postaje nagovarjajo, sem razvrstil v naslednje množice: skupnosti, ki so determinirane s spolno ali seksualno identiteto (LGBTQUI, enakopravnost žensk), lokalne skupnosti, aktivistične skupnosti (politični, družbeni, borci za socialne in delavske pravice, okoljevarstveni aktivisti), manjšine (etnične, jezikovne, migranti), interesne skupnosti (alternativci, umetniki, ljubitelji glasbe, ekologi in okoljevarstveniki, socialno podjetništvo), ogrožene in ranljive ciljne skupine (brezposelni, upokojeanci, invalidi, ljudje s posebnimi potrebami), mladi (študenti, otroci, srednješolci).

Tukaj je vredno omeniti, da so respondenti navajali le nekatere skupnosti, ki jih nagovarjajo, prepričan pa sem, da niso zajeli vseh (na primer, prepričan sem, da vse radijske postaje neizbežno vsaj dosegaajo, če že ne nagovarjajo lokalne skupnosti). Dejstvo, da so sami želeli izpostaviti le nekatere, se mi zdi zanimiv pokazatelj, na katere skupnosti in skupine se osredotočajo.

Tabela 4.2: Razvrstitev radijskih postaj po skupinah glede na razred letnega proračuna

Letni proračun v evrih	Skupina			Skupaj
	Interaktivna	Participativna	Sk. dostopa	
Pod 100.000	50,0 %	62,5 %	61,1 %	57,1 %
100.001–200.000	18,2 %	25,0 %	38,9 %	26,8 %
Nad 200.000	31,8 %	12,5 %	0	16,1 %

Tabela 4.3: Zastopanost držav po skupinah

Interaktivna	Participativna	Sk. dostopa
Slovenija	Kenija	Francija
Francija	Uganda	Sirija
Uganda	Kanada	Slonokoščena obala
Italija	Irska	France
Avstrija	Demokratska republika Kongo	Nikaragva
Francija	Republika Benin	Francija
Francija	Irska	Francija
Francija	Francija	Kanada
Avstrija	Španija	Belgija
Irska	Indija	Francija
Španija	Slovenija	Nemčija
Francija	Avstrija	Madžarska
Avstrija	Demokratska republika Kongo	Hrvaška
Irak	Belgija	Španija
Nemčija	Nepal	Irska
Luksemburg		Francija
Hrvaška		Belgija
Škotska		
Francija		
Anglija		
Anglija		

V **skupini dostopa** je največ radijskih postaj, ki spadajo v srednjo kategorijo letnega proračuna, ta proračun pa je še zmeraj relativno visok. V tej skupini je najbolj prezentna manjšinska skupnost, lokalna in ranljive socialno ogrožene skupine pa so takoj za tem zastopane v istem deležu. Relativno visoko zastopana je tudi skupnost mladih. Kot že omenjeno, beleži skupina dostopa izredno nizek delež pritrdilnih odgovorov, ki nakazujejo na pravo participacijo. Ta skupina svojih članov skupnosti ne vključuje pretirano v odločitve, ki so strateške narave. Na vprašanja odločanja članov skupnosti o volitvah glavnih urednikov in

strateškem odločanju o gibanju organizacije beleži ta nizko participativna skupina izredno nizek delež vseh pritrdilnih odgovorov. Iz tega lahko sklepam, da so njihove aktivnosti usmerjene večinsko v sporočanje in informiranje teh skupin. Glede na to, da je tudi ta skupina pretežno sestavljena iz evropskih držav, bi lahko veljalo podobno kot pri interaktivni skupini – da so njihove aktivnosti in delovanje v večji meri pogojene s pridobivanjem nepovratnih sredstev iz razpisov in pa sponzorskega denarja, ki targetira prav te skupnosti, ki so v skupini dostopa najbolj zastopane.

Največ radijskih postaj, ki spadajo v kategorijo najvišjega letnega proračuna, sodi v **interaktivno skupino** radijskih postaj. Že pri analizi indikatorjev participacije je ta skupina pokazala največjo intenziteto pri segmentu dostopa in interakcije. Te aktivnosti so verjetno bolj posredno pogojene s stopnjo moči pri soodločanju procesov, hkrati pa zahtevajo tudi zadostna sredstva za izvedbo aktivnosti, ki se nanašajo na predstavitvena spletna mesta, celovito komuniciranje na socialnih omrežjih, izvedbo usposabljanj, izvedbo različnih kulturnih in glasbenih projektov. Opažam, da so v tej skupini v veliki večini radijske postaje iz visoko razvitih evropskih držav. Kar se tiče skupin in skupnosti, ki jih nagovarjajo te radijske postaje, pa beležijo najvišji odstotek pri vključevanju in nagovarjanju interesnih in lokalnih skupnosti. Zelo veliko zastopanost beležita tudi manjšinska skupnost in skupnost mladih.

Na podlagi tega, katere skupine nagovarjajo in z njimi sodelujejo, bi lahko sklenil, da jih res zgolj nagovarjajo in vključujejo v svoje aktivnosti, ne pa tudi spustijo v celoti v organizacijsko strukturo, procese odločanja. Na to kaže tudi izredno nizek odstotek participativnih procesov v segmentu prave participacije. Radijske postaje, ki spadajo v razred z največ letnega proračuna, prihajajo iz razvitih držav, so očitno manj odprte v smislu enakovredne porazdelitve moči pri procesih odločanja in se bolj osredotočajo na integracijo in informiranje svojih ciljnih skupin, s tem da vodilni v organizaciji vseeno obdržijo primat nad ključnimi strateškimi odločitvami.

Iz prioritet večjih programov financiranja je razvidno, da so pri črpanju nepovratnih sredstev največkrat favorizirane prav določene ciljne skupine, ki naj bi jih projekti vključevali. Socialno podjetništvo, ekologija (spadajo v interesne skupnosti), skupine mladih in manjšinske skupine so mnogokrat objekti državne administracije. Menim, da je tako tudi v primeru interaktivne skupine. Večji programi financiranja Evropske komisije, kot so

Erasmus+³, so večinsko namenjeni podpori projektov, ki so usmerjeni na izobraževanje in mobilnost mladih. Do leta 2020 je v novi perspektivi financiranja tako za ta program namenjen skupni proračun 14,7 milijarde evrov. Do tega denarja so večinsko upravičene države članice EU. Letni proračun EU⁴ znaša 145 milijard evrov (2015) in kar 34 % tega denarja je namenjenih pomoči slabše razvitim regijam EU in prikrajšanim družbenim skupinam. Evropski socialni sklad⁵ je namenjen spodbujanju zaposlovanja in socialnega vključevanja v EU, predvsem pomoči ljudem pri iskanju zaposlitve (ali boljše službe), vključevanju prikrajšanih oseb v družbo in zagotavljanju pravičnejših življenjskih možnosti za vse. Sklad bo v obdobju 2014–2020 zagotovil sredstva v višini 80 milijard evrov. Diskrepanca med višino letnega proračuna, ki ga imajo te radijske postaje, in stopnjo participacije na najvišjih segmentih participacije je dokaj velika. Morda te radijske postaje svoje aktivnosti tematsko res usmerjajo v te skupine in jih nagovarjajo, ponekod tudi aktivno vključujejo v tvorjenje radia, niso pa zares odprte, da bi člane teh skupnosti celovito integrirale v procese vodenja in odločanja, jim podelile moč za sprejemanje strateških odločitev. Najslabše je zastopana skupnost ranljivih in socialno ogroženih. To ni izključujoče pri dejstvu, da so organizacije pri letnem proračunu nad 200.000 € velike, relativno hierarhične in semi-profesionalizirane strukture, katerih vodilne položaje zaseda profesionalni kader, ki, kot kaže, ni sam del skupnosti, ki jih postaja nagovarja. Ocenjujem, da je interaktivna skupina radijskih postaj manj naklonjena višjim stopnjam participacije in zato tudi manj enakopravni porazdelitvi moči, kar se tiče odločanja članov skupnosti, ki jih postaja nagovarja, o (svoji) radijski postaji.

Participativna skupina radijskih postaj nagovarja lokalne in manjšinske skupnosti v enakem, zelo visokem deležu. Kot je razvidno iz stopnje pritrdilnih odgovorov v segmentu prave participacije pri tej skupini, beleži ta skupina izredno nadpovprečen delež pritrdilnih odgovorov na vprašanja, ki zadevajo zavezujoče vzvode odločanja pri imenovanju urednikov in glavnih managerjev, pri odločanju o strateških odločitvah radijskih postaj. Menim, da je participativna skupina bolj odprta za enakopravnost, kar se tiče vpliva in moči pri odločanju članov skupnosti o »svoji« radijski postaji. Tukaj najdemo radijske postaje, ki po večini niso iz Evrope, ampak iz držav v razvoju. Čeprav bi za natančnejšo analizo razporejanja sredstev moral bolj secirati proračun, sklepam, da imajo manj sredstev za razvoj aktivnosti, ki pritičejo

³ Dejavnosti EU na področju mladih: https://europa.eu/european-union/topics/education-training-youth_sl

⁴ Razrez proračuna EU: https://europa.eu/european-union/topics/budget_sl

⁵ Evropski socialni sklad: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&langId=sl>

dostopu, kamor sodijo predstavitvene spletne strani, izvedba izobraževanj, promocijske aktivnosti preko socialnih omrežij, kratka aktivnosti in projekti, ki zahtevajo usposobljen kader in denarna sredstva. To skupino tvori največji delež radijskih postaj, ki spadajo v najnižji razred letnega proračuna. Te radijske postaje so lahko odvisne tudi od aktivne participacije članov skupnosti. Verjetno veliko bolj, kot pa od raznih razpisov in črpanja nepovratnih sredstev, kot nemalo večjih evropskih NVO. Pri pregledu zastopanosti vrst skupnosti opažam, da so skupnosti mladih, interesne skupnosti in pa ranljive družbene skupine nizko zastopane. Sklepam, da ta skupina radijskih postaj ne segmentira posebej svojih ciljnih skupin in ne diferencira aktivnosti ter jih posebej prilagaja za določeno vrsto skupnosti. Lokalne skupnosti so v primeru omenjenih neevropskih držav večkrat hkrati tudi skupnosti, ki se kategorizirajo kot manjšinske (po etničnosti, jeziku ...). Verjetno je, da so letni proračuni teh radijskih postaj namenjeni delovanju radijske postaje v splošnem smislu, da so (lokalne in manjšinske) skupnosti, ki so odgovorne za oddajanje programa hkrati tudi odgovorne za strateško delovanje organizacije. Ocenjujem, da je participativna skupina radijskih postaj bolj naklonjena višjim stopnjam participacije in zato tudi bolj enakopravni porazdelitvi moči, kar se tiče odločanja o (svoji) radijski postaji.

5 ZAKLJUČEK

Diplomsko delo se preko kvantitativne empirične analize participacije v skupnostnih medijih s pomočjo anketnega vprašalnika in metode razvrščanja v skupine sooča s kompleksnim teoretskim poljem skupnostnih medijev in participacije ter tako z interpretacijo skupin radijskih postaj odgovarja na raziskovalni problem: kako se participacija artikulira skozi skupnostne radijske postaje v različnih državah in kateri družbeni dejavniki pomembno oblikujejo njihov participativni značaj? Raziskovanje je temeljilo na teoretskih okvirih skupnosti (Dewey 1927; Cohen 1989), pomena komuniciranja v skupnosti (Dewey 1927; Berrigan 1979), opredelitve skupnostnih medijev (Jankowski in Prehn 2002; Hollander in drugi 2002; Howley 2010) in participacije (Arnstein 1969; Carpentier 2011), ki so znotraj besedila strnjeni v serijo 24 indikatorjev participacije, preko katerih skupnostni radii naslavlajo in integrirajo svoje skupnosti.

Ko vežemo Arnsteinino in druge tipologije participacije na Deweyjevo pojmovanje skupnosti, ugotovimo, da so skupnostni radii zares instrumentalnega pomena pri udejanjanju predpogoja komuniciranja za formiranje skupnosti. Deweyjevo transformacijo velike družbe v veliko skupnost s pomočjo komuniciranja je moč postaviti analogno pomenu skupnostnih medijev kot mostu, ki preči to dislocirano javnost z omogočanjem dvosmernega komuniciranja med člani skupnosti in služi kot podaljšek medosebnega komuniciranja. Komuniciranje smo že prej evidentirali kot predpogoj, da bi postali polno participativni člani javnega življenja znotraj skupnosti. Moramo se zavedati, da zgolj sporočanje danes ne zadostuje za to, da bi se člani skupnosti počutili vključene v procese delovanja radijske postaje. Način participativne komunikacije preko skupnostnih medijev ni omejen zgolj na pošiljanje sporočil javnosti; je agent družbenih sprememb, kulturnega razvoja in demokratizacije. To implicira na demokratično dimenzijo, participacijo v upravljavski strukturi in produkciji programa pri vsakem skupnostnem radiu. Etos, cilji in namen skupnostnih radijev slonijo na dvosmerni komunikaciji, skozi katero člani skupnosti uporabljajo medije tako, kot želijo in za izraz svojih perečih zadev. Poraja pa se vprašanje, kako je s participacijo in ne zgolj komuniciranjem v in skozi skupnostne radije.

Empirična raziskava participativnih praks in njihova kategorizacija osvetli odgovor na vprašanje, kako se participacija artikulira skozi skupnostne radijske postaje in kateri družbeni dejavniki pomembno oblikujejo njihov participativni značaj. Ponuja odgovore na nekatera vprašanja, kdo in kako intenzivno participira v delovanju radijskega medija, še bolj pomembno pa, v katerih segmentih delovanja radia to počne. Z raziskavo sem pokazal, da je

skupnostne radijske postaje moč deliti na skupine, ki jih determinirajo določene karakteristike. Tri evidentirane skupine radijskih postaj (skupina dostopa, interakcijska skupina in participativna skupina) so si vsekakor različne po intenziteti stopenj participacije in pa temu, v katere segmente delovanja radijske postaje vključujejo svoje člane. Znotraj pa vsaka izmed njih kaže nekatere karakteristike, ki določeno skupino zaokrožajo.

Glede na zastavljen problem – raziskati participativne prakse skupnostnih radijskih postaj, lahko povzamem, da višina letnega proračuna ni eksplicitno povezana z več in boljšimi participativnimi aktivnostmi, ki bi na visokih stopnjah participacije vključevale člane skupnosti. Skupnostne radijske postaje, ki ne segmentirajo svojih skupnosti, ampak jih nagovarjajo kot splošno geografsko skupnost, prihajajo iz revnejših delov sveta, so hkrati bolj odprte za višje stopnje participacije. Navkljub ali morda tudi zaradi manj hierarhizirane strukture nižjega letnega proračuna svoje člane bolj intenzivno vključujejo v procese strateškega odločanja o programu in delovanju radijske postaje.

Ugotavljam, da bi bilo treba podrobneje segmentirati letne proračune radijskih postaj in še bolj preveriti relacije moči med odločevalci (vodilnimi kadri v radijskih postajah) in pa člani širših skupnosti. Vseeno pa lahko na osnovi analize in interpretacije sklenem, da so neevropske radijske postaje, ki imajo hkrati najmanj denarja, najbolj odprte na višjih stopnjah participacije do članov svojih skupnosti. Morda so paradoksalno manj obremenjene s finančnim obstojem in bolj odvisne od svojih skupnosti, ki so hkrati poslušalci in upravljavci (svojih) radijskih postaj.

Glede na geografsko poreklo, višino letnega proračuna in vrste skupnosti, ki jih nagovarjajo, bi morda lahko predvideval, da radijske postaje, ki sodijo v interaktivno skupino, intenzivneje črpajo evropska sredstva in bi lahko bile nekoliko zasidrane v mrežo evropske birokracije. Svojo pozornost posledično posvečajo komuniciranju bolj kot celoviti integraciji članov skupnosti. Mojo domnevo o črpanju evropskih sredstev bi bilo treba še preveriti, kajti anketni vprašalnik ni raziskoval neposredno tega vidika. Zanimivo bi bilo raziskati tudi stopnjo samozavedanja skupnostnih radijskih postaj, seveda v relaciji z njihovim etosom, cilji in poslanstvom ter v kolikšni meri ga zares uresničujejo. Če ocenim stopnje participacije skozi prizmo dostopa – interakcije – participacije kot premice, ki se sega od »manj dobrih« stopenj participacije k boljšim, lahko zaključim, da so skupnostne radijske postaje zadostne pri zagotavljanju dvosmernega komuniciranja s in preko svojih članov skupnosti, prostor za izboljšanje pa ostaja pri tisti najboljši stopnji, to je (državlanski) moči.

Če bi želel povsem preseči zgolj dostop in interakcijo v in skozi skupnostne radijske postaje in se resnično poglobiti v koncepte moči, ki jih imajo člani skupnosti pri delovanju v sklopu svojih radijev, pa bi moral nadgraditi Arnsteinino lestev participacije. Čeprav služi kot odličen referenčni okvir in izhodišče za preizpraševanje participacije kot take, ima relativno grobo odrezane segmente med dihotomnimi pozicijami. Participacija (v medijih) je izredno kompleksen pojem, ki ne sme biti reduciran na relativno toge kategorizacije. Pri tovrstnih tipologijah participacije je koncept moči velikokrat nezadostno teoretiziran, čeprav se nanj obrača (Carpentier 2016, 77). Za devalviranje participativnih procesov v tej nalogi je bilo pomembno izhajati tudi iz Carpentierjeve tipologije participacije in distinkcije med dostopom, interakcijo in participacijo. Če pa bi želel globlje preučiti koncept, pa bi bilo treba instrumentalizirati odnose moči pri odločevalskih procesih, predvsem preko političnih pristopov k proučevanju. Nujno si je postaviti vprašanje, ali je pri procesih participacije ta enakopravna razdelitev moči sploh lahko prisotna. Zaključim lahko s tezo, da so normativno skupnostni mediji zares najprej orodje skupnosti, šele nato medij, empirično pa tega ne morem posplošiti na celoten sektor skupnostnih medijev. Odgovor na vprašanje, koliko so člani skupnosti dejansko udeleženi pri genezi tega orodja, pa je predmet prihodnjega truda raziskovanja.

6 LITERATURA

1. Arnstein, Sherry. 1969. A ladder of citizen participation. *AIP Journal* 35(4): 216–214.
2. Atton, Chris. 2002. *Alternative Media*. London: Sage.
3. Berrigan, Frances J. 1979. *Community Communications. The Role of Community Media in Development*. Paris: Unesco.
4. Bizjak, Igor. 2012. Izboljšanje javne participacije pri prostorskem načrtovanju s pomočjo orodij spleta 2.0. V *Urbani izziv*, ur. Boštjan Kerbler, 36–48. Ljubljana: Urbanistični inštitut Republike Slovenije.
5. Carey, James W. 2009. *Communication as Culture. Essays on Media and Society. Revised Edition*. New York: Routledge.
6. Carpentier, Nico. 2011. *Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle*. Bristol, UK: Intellect Books.
7. Cepin, Matej. 2009. Kaj je in kaj ni participacija? V *Vključevanje, participacija in aktivno državljanstvo*, ur. Janez Škulj, 19–22. Ljubljana: Movit na mladina.
8. Cohen, Anthony P. 1989. *The Symbolic Construction of Community*. London: Routledge.
9. Cohen, John in Uphoff, Norman. 1980. Participation's place in rural development: seeking clarity through specificity. V *World Development* 8, ur. Arun Agrawal, 213–235. Oxford: Pergamon Press.
10. Collins Kevin in Ison Ray. 2006. *Dare we jump off Arnstein's ladder? Social learning as a new policy paradigm*. Dostopno prek:
http://www.macaulay.ac.uk/PATHconference/outputs/PATH_abstract_3.1.2.pdf (20. julij 2016).
11. Deane, James. 2007. Alternative and Participatory Media in Developing Countries. V *The Alternative Media Handbook*, ur. Kate Coyer, Tony Dowmunt in Alan Fountain. 206–211. London and NY: Routledge.
12. Dewey, John. 1922/1983. Public Opinion by Walter Lippmann. V *J. Dewey, The Middle Works*, zv. 13, ur. J. A. Boydston. Carbondale: Southern Illinois University Press.
13. Dewey, John. 1927/1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

14. Ferligoj, Anuška. 2003. *Razvrščanje v skupine*. Zbirka Metodološki zvezki, št. 4. Ljubljana: Raziskovalni inštitut, Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
15. Hollander, Ed, James Stappers in Nicholas Jankowski. 2002. Community Media and Community Communication. V *Community Media in an Information Age: Perspectives and Prospects*, ur. Ole Prehn in Nicholas Jankowski, 19–30. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
16. Hollander, Ed. 2002. Towards a Theoretical and Methodological Framework. V *Community Media in an Information Age: Perspectives and Prospects*, ur. Ole Prehn in Nicholas Jankowski, 31–46. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
17. Howley, Kevin. 2010. Notes of a Theory of Community Radio. V *Understanding Community Media*, ur. Kevin Howley, 63–70. London: Sage Publications.
18. Jallof, Brigitte. 2012. *Empowerment Radio - Voices Building a Community*. Gudhjem: Empowerhouse.
19. Mefalopulos, Paolo. 2008. *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. Washington D.C.: The World Bank.
20. Mtimde, Lumko. 2000. Radio broadcasting in South Africa: An overview. *International Journal of Cultural Studies* 3(2): 173–179.
21. Myers, Mary. 2011. *Voices from Villages. Community Radio in the Developing World*. Dostopno prek: <http://www.cima.ned.org/resource/voices-from-villages-community-radio-in-the-developing-world/> (25. julij 2016).
22. Odine, M. 2013. Use of Radio to Promote Culture in South Africa. *Journal of Radio & Audio Media* (20)1: 181–196.
23. Pateman, Carole. 1970. *Participation and Democratic Theory*. Boston: McGraw-Hill.
24. Pretty, Jules. 1995. Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development* 23 (8): 1247–1263.
25. Rodriguez, Clemencia. 2001. *Fissures in the Mediascope. An International Study of Citizen's Media*. New Jersey: Hampton Press.
26. Rudqvist, Anders in Prudence Woodford-Berger. 1996. *Evaluation and Participation: Some Lessons*. Stockholm: Department for Evaluation and Internal Audit, DAC Expert Group on Aid Evaluation.
27. Servaes, Jan. 1999. *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*. New Jersey: Hampton Press.
28. Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede

29. Splichal, Slavko. 2007. *Komunikološka hrestomatija. Teorije javnega mnenja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
30. Tufte, Thomas in Paolo Mefalopulos. 2009. *Participatory Communication: A practical Guide*. Washington: The World Bank.

PRILOGA

Priloga A: Anketni vprašalnik

Radio stations and their communities

I am Igor Žmitek Prošić, co-worker of Radio Student from Slovenia and for my thesis I'm researching the relationship of community radio stations and their communities. Before you is a short questionnaire which tries to identify the ways and activities by which you interact and engage with your communities.

I am doing my research with the help of the AMARC World Network which will gladly use the results by their future endeavours. I kindly ask you for 10 min of your time to answer the questionnaire by the 12th of August 2016. Doing so, you will enable the network of community radio stations a better understanding of your relationship with your communities which you address, and enable me to finish my educational path in the field that interests me.

When answering the questions please bear in mind that by communities I am thinking of the wider community of the radio station. This means the listeners, event goers, special minority communities, radio staff and volunteers.

Language:

English

French

Portuguese

Spanish

Radio stations and their communities

To begin with I would like you to offer me some demographical data of your radio stations

*

Name of your radio station

City and country

Legal organisational form or your organization

Your function in the organization

Your e-mail address (for feedback and results)

(npr. janez.novak@gmail.com)

Number of listeners (approximate estimation)

Yearly budget of your organisation (approximate estimation if it is a public information)

Please list all (types of) communities, that your radio station includes, addresses, focuses on

When answering the questions please bear in mind that by communities I am thinking of the wider community of the radio station. This means the listeners, event goers, special minority communities, radio staff and volunteers. Please answer the following research question by ticking the appropriate answer:

Does your radio utilise following practices with its communities?

*

Open elections for the main editor in chief by members of the wider community

YES/NO

Open election of main managerial representatives/staff of the radio by the members of the wider community (director, legal representative, manager...)

YES/NO

The right of a member of the wider community to be elected or nominated for a managerial – decision making position (board of directors, managerial board, board of experts...)

YES/NO

Autonomous programme and project making from the members of the wider community

YES/NO

Binding actions of direct decision making of the wider community about the strategy and vision of the radio station (direct voting via survey, referendum, open plenary session...)

YES/NO

Binding actions of direct decision making of the wider community about content of the radio programme (direct voting via survey, referendum, open plenary session...)

YES/NO

Binding actions of direct decision making of the wider community about the radio programme scheme (direct voting via survey, referendum, open plenary session...)

YES/NO

Collecting responses from the wider community on air (call in radio, open phone/microphone, music requests, contact radio shows...)

YES/NO

Other forms of collecting response and feedback from the community (survey, access via phone, e-mail, programme evaluation...)

YES/NO

Contribution to content and radio programme making of the members of the community under the editorial supervision

YES/NO

Education and trainings for members of wider community for work on the radio

YES/NO

Cooperation of the community in project management outside the regular radio programme (cultural and musical events)

YES/NO

Contribution of the community to the content and programme of cultural and musical events under the editorial supervision

YES/NO

Recruitment of new radio coworkers (auditions) with defined criteria and a selection commission

YES/NO

Two-way communication via interactive web environments of the radio station (online forums, IRC, web comments)

YES/NO

Interaction via social media networks (Facebook, Twitter)

YES/NO

Contribution of the community to the content and programme of the projects/events outside of radio air (cultural and musical events)

YES/NO

Information forwarding through the radio air (informative radio shows)

YES/NO

Cultural and musical events for the community

YES/NO

Collection donations from the community

YES/NO

Informing the wider community via mailing lists

YES/NO

Radio presentational website

YES/NO

Promotion via web social networks

YES/NO

Organisation and execution of trainings and educational programme

YES/NO

Anything you wish to additionally explain or add?