

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Peter Čakš

Informativni program regionalnih radiev

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Peter Čakš

Mentorica: doc. dr. Tina Lengar Verovnik

Informativni program regionalnih radiev

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Informativni programi regionalnega radia

Radijski program že od samega začetka tvorita dve ključni programski vsebini – glasba in informacije. Z razvojem radia je informativni program le še pridobil pomembnost in dokončno prvo mesto po aktualnosti informiranja med mediji zasedel med 2. svetovno vojno. Radijski informativni program je zato še danes pomemben ali ponekod celo najpomembnejši člen programa. Je osrednji vir informacij za poslušalce in vir, iz katerega programski delavci črpajo vsebine za druge dele programa. Umeščen je v splet ostalih programskih vsebin, ki jih opredeljujeta format radijskega programa in programska shema. Težko bi našli radijski program, ki nima vsaj nekaj informativnih oddaj, čeprav velja za eno najdražjih programskih vsebin, ki zahteva tudi primerno izobražene in usposobljene kadre. Informativni program poslušalci poslušajo tako na komercialnih programih, na zasebnih nepridobitnih in javnih radijskih programih, kjer informacije pridobivajo skozi dve glavni skupini oddaj – dnevne informativne oddaje, ki jih informirajo o aktualnem dnevnem dogajanju, in občasne informativne oddaje, ki so namenjene obširnejšemu informiranju o določeni temi. Skupino dnevnih informativnih oddaj tvorijo različne vrste oddaj, ki se med seboj razlikujejo po trajanju, uporabljenih žanrih, zvočni podobi ... Krajše informativne oddaje, kot so npr. novice, večinoma uporabljajo različne krajše oblike žanrov, kot so kratka vest, vest, razširjena vest, daljše, kot so poročila, pa različne oblike žanra poročilo, lahko tudi komentarje ali ankete. Dnevne informativne oddaje radijski programi predvajajo v različnih delih dneva. Najpogosteje so v radijskem programu na sporedu vsako polno uro, od jutra do večera, s čimer prevzemajo funkcijo ločevanja ene radijske ure od druge, in so časovna konstanta, saj so vedno na sporedu ob isti uri. Proces nastanka informativne oddaje je povezan s formatom in shemo radijskega programa, ki določata vrsto informativnih oddaj. Regionalne in lokalne radijske postaje pripravljajo lastni informativni program, ki vključuje lokalne ali regionalne tematike ter včasih tudi nacionalne in globalne. Poslušalce namreč zanima, kaj se dogaja v njihovi okolici, zato lokalni ali regionalni radio tukaj nosi pomembno poslanstvo uresničevanja javnega interesa. Izbira tem in njihova obdelava skozi žanre poteka v za radio prilagojenem stilu pisanja, ki se razlikuje od pisanja za druge vrste medijev, npr. od tiska, saj uporablja slog, prilagojen govorno-slušnemu prenosniku. Zaradi upoštevanja specifik slednjega so v informativnih oddajah pogosto prisotne zvočne izjave novinarjev in različnih govorcev, ki podajajo informacije o obravnavani temi ter tako radiu dajejo lastnost živega medija. Informativne oddaje se od drugih programskih vsebin razlikujejo po govorni realizaciji, ki je prilagojena resnosti vsebine tega dela in je zato drugačna od tiste v npr. sproščenih moderacijah voditeljev programa. Prav tako so informativnemu programu namenjeni posebni zvočni elementi, ki označujejo začetek, vmesne dele in konec informativnih oddaj ter jih tako ločijo od preostanka programa. V digitalni dobi so radijski programi informativne vsebine razširili na nove platforme, kot so spletne strani in družbeni mediji, ter tako vzpostavili nove kanale, s katerimi dosegajo občinstva. S spletom vseh naštetih produkcijskih praks v informativnem programu radii pri poslušalcih krepijo svoj ugled relevantnega vira in radijskemu trgu ponujajo še en produkt v vrsti programskih vsebin, po katerem se lahko ločijo od konkurence.

Ključne besede: radio, radijski program, radijski informativni program, radijski informativni žanri.

Regional Radio News Programme

From the very beginnings, two key areas of programming content have formed the radio programme – music and information. Throughout the development of radio, news programme kept gaining importance and reached its final number one spot as the most topical source of information among media during World War II. Radio news programme is therefore today still an important or in some instances even the vital part of radio programming. It is the focal source of information for the audience and the source from which the staff responsible for programming obtains contents. It places itself within other programming contents defined by the format of the radio programme and its scheme. It would be difficult to find a radio programme without any news shows even though they are considered to be among the most expensive parts of the programming that also requires suitably educated and trained personnel. Radio audience listens to news programme on commercial radio stations, private non-profit as well as public radio stations where information can be obtained via two main groups of shows – daily news shows informing about current daily events and occasional news shows aimed at general provision of information about a certain topic. The group of daily news shows encompasses various types of shows that differ with regard to their length, applied genres, sound design... Shorter news shows, e.g. bulletins, mostly use various shorter genres, such as short pieces of news, pieces of news, extended pieces of news, whereas longer new shows offer various forms of reports, also comments and surveys. Daily news shows are broadcast by radio stations throughout the day. Mostly, they are broadcast once per hour from morning until the evening, assuming the function of delimiting individual hours of radio programming and representing a temporal constant since they always take place at the same time. The process of a creation of a news show is linked to the radio programme format and scheme determining the type of news shows. Regional and local radio stations create their own news programme including local or regional topics, and sometimes those of national and global significance. Listeners are namely interested in what is going on in their immediate environment, therefore local or regional radios play an important role of fulfilling the public interest. The selection of topics and their processing via genres are performed in a writing style adapted to the radio. It differs from the writing style for other media, e.g. the print, since it uses a style adapted to speaking and listening. In order to meet its specifics, news shows often feature spoken statements of journalists and various other speakers providing information about the topic in question, thus giving the radio the role of a living medium. News shows differ from other contents of programming on the basis of their speech realization that is adapted to the serious nature of this part of programming as opposed to the speech realization in e.g. the more relaxed parts of the programming. News shows also get assigned their own sound effects for the beginning, intermediate parts, and the ending in order to be separated from the remaining programme. In the digital era, radio stations have expanded news content also to other platforms, such as websites and social media, thus establishing new channels to reach the audience. By combining all the aforementioned production practices in their news programme radios strengthen their image as a relevant source and offer another product in the multitude of radio programmes to the radio market in order to be distinguished from the competition.

Keywords: radio, radio programme, radio news programme, radio news genres.

KAZALO

1	UVOD	8
2	RADIO.....	12
2.1	RADIJSKI PROGRAM.....	12
2.2	REGIONALNI RADIJSKI PROGRAMI	14
2.3	KOMERCIALNI RADIJSKI PROGRAMI	16
2.4	RADIJSKI FORMAT.....	18
2.4.1	Glasbeni radijski format	19
2.4.2	Informativni radijski format	20
2.4.3	Pogovorni radijski format.....	21
2.5	RADIJSKA PROGRAMSKA SHEMA	21
2.6	RADIJSKI PROGRAMSKI NAČRT	23
3	INFORMATIVNI PROGRAM	26
3.1	INFORMATIVNI PROGRAM V RADIJSKEM PROGRAMU.....	28
3.2	ZGODOVINSKI VIDIK IN SPREMEMBE PRODUKCIJSKIH PRAKS	30
3.2.1	Informativni program danes	31
3.3	VRSTE INFORMATIVNIH ODDAJ.....	32
3.3.1	Novice.....	34
3.3.2	Poročila.....	36
3.3.3	Osrednje informativne oddaje	37
3.3.4	Intervju	37
3.4	RADIJSKI INFORMATIVNI ŽANRI	38
3.4.1	Vest.....	39
3.4.2	Poročilo.....	42
3.4.3	Anketa	43
3.4.4	Intervju	44
3.4.5	Vremenske in cestne informacije.....	46
4	PRODUKCIJA RADIJSKIH INFORMATIVNIH ODDAJ	47
4.1	IZBIRA NOVIC ZA INFORMATIVNE ODDAJE	49
4.2	PISANJE ZA RADIO.....	53

4.3	UREJANJE INFORMATIVNIH ODDAJ	56
4.3.1	Sheme informativnih oddaj	58
4.3.2	Kriteriji za razvrščanje	59
4.3.3	Naslovi	60
4.4	GLAS IN GOVOR V INFORMATIVNIH ODDAJAH	61
4.5	ZVOČNA PODOBA INFORMATIVNIH ODDAJ	64
4.6	POVEZOVANJE Z NOVIMI PLATFORMAMI	65
4.7	PROFIL RADIJSKEGA NOVINARJA	67
5	INFORMATIVNI PROGRAM REGIONALNE RADIJSKE POSTAJE	68
5.1	RAZISKOVALNA VPRAŠANJA	68
5.2	METODOLOGIJA	70
5.2.1	Kvantitativna analiza vsebine	71
5.2.2	Analiza diskurza	72
5.2.3	Polstrukturirani intervjuji	73
5.2.4	Študija primera	74
5.3	PRIDOBIVANJE GRADIVA ZA RAZISKAVO	74
5.3.1	Podatki o gradivu	75
5.4	PREDSTAVITEV PREDMETOV RAZISKAVE	75
5.4.1	Radio Štajerski val	76
5.4.2	Radio Celje	76
5.4.3	Radio Rogla	77
5.4.4	Radio Antena Štajerska	77
6	UGOTOVITVE	78
6.1	VRSTE INFORMATIVNIH ODDAJ	78
6.2	Informativni žanri v informativnih oddajah	83
6.2.1	Kratka vest	84
6.2.2	Vest	85
6.2.3	Razširjena vest	86
6.2.4	Naznanilo	88
6.2.5	Poročilo	90
6.2.6	Neuvrščeno – vestičarsko poročilo?	93
6.3	Produksijske in prezentacijske prakse	98
6.3.1	Tematska področja informativnih oddaj	98

6.3.2	Lokalnost tem v informativnih oddajah	103
6.3.3	Ponavljjanje tem v informativnih oddajah	104
6.3.4	Zvočna podoba informativnih oddaj	105
6.3.5	Proces dela v uredništvih	110
6.3.6	Povezovanje s spletnimi stranmi in družbenimi mediji	112
7	SKLEP.....	114
8	LITERATURA.....	119
	PRILOGE	128
	PRILOGA A: Intervjuji z urednicami informativnih programov	129
	PRILOGA A.1: Intervjuji z urednico informativnega programa Radia Štajerski val Anjo Deučman	130
	PRILOGA A.2: Intervjuji z urednico informativnega programa Radia Antena Štajerska Moniko Oštir.....	133
	PRILOGA A.3: Intervjuji z odgovorno urednico Radia Rogla Valerijo Motaln	135
	PRILOGA A.4: Intervjuji z odgovorno urednico Radia Celje Bojano Avguštinčič	138
	PRILOGA B: Zabeležke iz pogovorov v opazovanju z udeležbo	141
	Priloga B.1: Zabeležke iz pogovorov v opazovanju z udeležbo z dežurnima novinarkama na Radiu Štajerski val.....	142

1 UVOD

Z oblikovanjem radijske medijske krajine od začetka devetdesetih let so se med obstoječimi ponudniki radijskih programov znašli različno profilirani radijski programi, od takšnih, ki imajo status lokalnega ali regionalnega radijskega programa posebnega pomena, do komercialnih radijskih programov. Zakon o medijih izdajateljem radijskih programov nalaga določene programske obveznosti, ki so veliko bolj stroge v primeru programov s statusom posebnega pomena. Ti morajo 20–30 % dnevnega oddajnega časa nameniti programskim vsebinam, ki tematsko izhajajo iz informativnih, kulturnih, športnih, zabavnih, izobraževalnih, verskih, otroških in mladinskih vsebin, a pri tem ne določa njihove forme. Prav zato te vsebine pogosto najdejo prostor v informativnih oddajah. Komercialni radijski programi teh omejitev nimajo, a kljub temu, v želji po doseganju čim večjega števila poslušalcev, svoj program v primerni obliki programskih vsebin, kot so informativne oddaje, posamezni pasovi programa ali naključne moderacije, zapolnjujejo z informativnimi vsebinami.

Informativne oddaje so torej ne glede na obliko sestavni del programov od majhnih lokalnih do velikih nacionalnih radiev, kot na primeru Velike Britanije izpostavlja Purdey (2000, 330). Radii danes delujejo v tržno usmerjeni družbi, tako kot ostali mediji, zato je tudi informativni program kot sestavni del celote programa orodje, s katerim radii ohranjajo ali pridobivajo poslušalce. Kot opozarja Barnard (2000, 48), se vrednost radijskega programa vedno ustvarja glede na njegovo zanimivost za oglaševalca, kar je še posebej izrazito na komercialnih programih, a tudi ostali na to ne morejo ostati imuni. Sistemsko financiranje radijskih programov v Sloveniji namreč omogoča le delno zagotavljanje sredstev za ustvarjanje kakovostnih programskih vsebin, kamor sodijo tudi informativne.

Različen pristop do vloge informativnih oddaj v radijskem programu, njihove forme, uporabljenih žanrov in obsega informacij v tej nalogi odpira vprašanje o razlikah v informativnih vsebinah pri regionalnih radijskih postajah različnih statusov in formatov. Raziskovanje vloge informativnega programa v radijskem programu se začne pri temeljih, pri formatu radijske postaje. Ta ni odvisen od njene statusne oblike (zasebni nepridobitni program ali komercialni, ki bosta opredeljena v nalogi), ampak od formata, ki ga radio izbere za predvajanje svojih vsebin. Komercialni radijski programi so zvečine naklonjeni glasbenemu

programu s sproščenimi moderacijami in takšen je tudi njihov informativni program. Zasebni nepridobitni programi, v primeru Slovenije so to radii s statusom programa posebnega pomena, pa svojega programa ne morejo graditi le na glasbenem formatu, ampak mu dodajajo različne vsebine – informativne, izobraževalne, kulturne, umetniške ... Naša naloga bo na primerih regionalnih radijskih programov ugotoviti, kakšne informativne programe imajo, kateri žanri se pojavljajo v njih in kakšne produkcijske razlike so slišne pri končnih izdelkih uredništev – informativnih oddajah.

Radio je svojo informativno vlogo krepil od začetkov, ko je bil še podrejen tisku, npr. v Veliki Britaniji, kar opisuje Chapman (2009, 9). Sčasoma se je oblikovala za radio primerna forma posredovanja informacij, ki je upoštevala specifične govorno-slušnega prenosnika (Stephens 2007, 268). Kljub temu, da je radio drugi najstarejši medij za tiskom, so raziskave, ki bi se poglobljeno ukvarjale z radiem in njegovim informativnim poslanstvom ali njegovimi oblikami, redke. Italijanska raziskovalca Bonini in Morello (2014) sta to ugotovila, ko sta se lotila proučevanja tamkajšnjih informativnih radijskih programov. Proučevala sta vsebine, vrste oddaj, njihovo trajanje in ob tem ugotovila, da mnoge tovrstne raziskave že obstajajo za tisk ali mlajši medij od radijskega – televizijo. Slovenska novinarska teorija se je podrobno ukvarjala z analizo tiska in žanrov (npr. Košir 1988; Milosavljevič 2003), opravljen je podroben pregled televizijskih žanrov (Laban 2007), medtem ko je bilo radijsko področje podrobneje obravnavano le s stališča govorne realizacije in dvogovornih žanrov (Lengar Verovnik 2012) ter posameznih žanrskih značilnosti (Čakš 2009). Radijsko novinarstvo je tako dokaj neraziskano področje, zato želimo skozi pregled obstoječe domače in tuje znanstvene literature podati smernice za proučevanje nekaterih pojmov in pojavov znotraj radijskega novinarstva, konkretnije vrste informativnih oddaj in radijskih žanrov z njihovimi specifičnimi lastnostmi glede na naravo medija.

V drugem poglavju naloge bomo zato postavili teoretski okvir radijskemu programu z vidika statusno-ekonomske oblike, radijskega formata kot okvira, ki z izbiro glasbenih zvrsti, vrste govornih vsebin in drugih programskih vsebin postavlja okvir programu, ter radijske sheme, ki je, kot jo opredeljuje Marti (2015, 11), »skupek vsebin, ki jih neka radijska postaja ponuja svojemu avditoriju, organiziran v posebne oddaje, ustreza določeni ureditvi in je načrtovana

za neko časovno obdobje«. Na konkretnih primerih iz radijskega programa bomo pogledali, kam so v sospletu drugih vsebin uvrščene informativne oddaje.

V tretjem poglavju bomo podrobneje opredelili informativni program kot sestavni člen radijskega programa. Ta del programa se je razvijal od začetka nastanka radia, največ pomembnosti pa je pridobil med 2. svetovno vojno, ko je radio prevzel vlogo prvega obveščevalca, in kasneje, ko je skozi participacijo poslušalcev v etru omogočil povezavo s svetom in svojo okolico (Bosch 2012, 159). Pri proučevanju vrst informativnih oddaj nas bo zanimalo, katere prepozna teorija in katere oz. kakšne se pojavljajo v etru. Bonini in Morello (2014, 219) ugotavljata, da sta dve najpogostejši uporabljeni skupini oddaj dnevne informativne oddaje (novice, poročila) in aktualne oddaje, kjer so teme pogosto pospremljene z gosti v studiu, posnetki strokovnjakov in klici poslušalcev. V raziskavi se bomo osredotočili na prvo skupino oddaj, ki sodi v vsakodnevni radijski program, in zanimalo nas bo, kateri žanri so v rabi. Laban (2007) je v svoji raziskavi hibridizacije žanrov in stilov v televizijskem novinarstvu proučevala vesti, poročila, izjave, ankete, intervjuje, pregledne prispevke, reportaže in zgodbe. Naš nabor radijskih informativnih žanrov bo pripravljen ob pregledu literature, ki se ukvarja z radijskim novinarstvom.

Postavljeni okvir programa in vrste oddaj pripelje do realizacije teh oddaj v radijskem etru, zato se bomo v četrtem poglavju posvetili pregledu produkcijskih praks, ki so v rabi pri informativnih oddajah. Priprava informativnih oddaj lastne produkcije zahteva določen obseg uredništva, kjer jih sodelavci različnih profilov vsakodnevno pripravljajo, in prav zato je radijski informativni program stroškovno zelo obsežen. V proučevanju procesov priprave informativnih vsebin se bomo osredotočili na specifične pisanja za radio, ki so drugačne od pravil, ki veljajo za tisk, kar ugotavlja Lengar Verovnik (2012, 28–29). Zanimalo nas bo, kakšna govorna realizacija je značilna za informativne oddaje in ali se ta loči od preostanka programa. Prav tako bomo postavili okvir za proučevanje zvočne podobe informativnih oddaj, od zvočnih ločil, podlag in drugih zvočnih elementov, ki so lahko v rabi pri različnih vrstah oddaj. Čeprav se v radijski in novinarski teoriji nasploh pojavljajo različne teorije, kaj vpliva na izbiro novic in posledično oblikovanje informativnih oddaj (npr. Harrison (2009, 65) izpostavlja pri izbiri novic »čut« novinarjev pri presoji, kaj je pomembno in vredno objave), bomo skušali postaviti bolj trdne smernice izbire in oblikovanja informativnih oddaj.

Teoretska izhodišča bomo preverili na konkretnih primerih štirih regionalnih oziroma lokalnih radijskih programov s sedežem v savinjski regiji. Proučevali bomo informativni program lastne produkcije in znotraj njega vrste informativnih oddaj, ki jih uporabljajo, žanre, ki so v rabi (še posebej morebitno pojavljanje hibridnega žanra na meji med vestjo in poročilom), in produkcijske prakse, skozi katere uredništva pripravljajo vsebine. Poleg kvantitativne analize vsebine, kot sta jo uporabila Bonini in Morello (2014), bomo uporabili analizo diskurza, ki je primerna, kot pravi Splichal (1990, 26), ko na podlagi prepoznavanja jezikovnih lastnosti besedila ustvarjamo okvir, iz katerega lahko sklepamo o lastnostih zunajjezikovnih pojavov. Z urednicami informativnih programov radiev bomo opravili polstrukturirane intervjuje ter z opazovanjem z udeležbo poskušali dobiti dodaten vpogled in razlage za ugotovitve iz analize. Zbrali bomo podatke treh dni informativnih programov, jih razvrstili in pripravili za analizo. Pozorni bomo tudi na morebitna povezovanja z digitalnimi platformami, kot so radijske spletne strani ter profili na Facebooku in Twitterju.

2 RADIO

2.1 RADIJSKI PROGRAM

Radijski programi se med seboj delijo glede na različna področja proučevanja, od statusa, financiranja, programa, območja delovanja. V Sloveniji in tujini se pojavljajo različne klasifikacije, ki se razlikujejo glede na namen razvrščanja (Marti 2005; La Roche 2004). Osnovno zelo pregledno razlikovanje med različnimi radijskimi programi, glede na status in območje oddajanja, ponuja tabela v Lengar Verovnik (2009, 791), ki radijske programe loči na naslednje tipe:

Tabela 2.1: Tipi radijskih programov v slovenskem medijskem prostoru

	Pokritost	Poglavitne značilnost
Javni servis	nacionalna ali regionalna	S svojimi programi zagotavlja programske vsebine javnega interesa; največja raznolikost vsebin in oblik.
Zasebni nepridobitni programi	nacionalna, regionalna ali lokalna	V delu programa zagotavlja programske vsebine javnega interesa; navadno regionalno ali lokalno obarvane.
Komercialni programi	nacionalna, regionalna ali lokalna	Oblikovanje programa podrejeno tržnim interesom; vsebinsko in žanrsko najmanj raznolik.
Alternativni programi	praviloma lokalna	Močan poudarek na vsebinah in zlasti oblikah, ki jih v drugih medijih ni.

Vir: Lengar Verovnik (2009, 791).

V moji nalogi sta iz te klasifikacije ključna dva tipa radijskih programov: komercialni programi in zasebni nepridobitni programi, v moji nalogi poimenovani radijski programi (s statusom) posebnega pomena. V nadaljevanju bom uporabljal ta termin, saj »nepridobistnost« zaradi vedno pogostejšega konkuriranja komercialnim radijskim programom na oglaševalskem področju ni dovolj celovita oznaka. Res je, da cilj teh radijev ostaja v prvi vrsti zagotavljanje programskih vsebin in ne maksimizacija dobička, po drugi strani pa prav zaradi narave virov financiranja ne morejo biti označeni za nepridobitne.

Za razumevanje poslanstva in vloge določenega radijskega programa v medijski krajini je ključno poznati strukturo in vire financiranja, ki so pogojeni s statusom radia. Struktura prihodkov je v primeru radiev s statusom posebnega pomena večplastna. Ko zadostijo zakonskim obvezam, ki jih prinaša status, lahko državo na razpisih za sofinanciranje programskih vsebin zaprosijo za podporo pri programu. A zaradi vsako leto manjšega obsega sredstev ti radii niso povsem neodvisni od trga, saj jih, tako kot v tujini poznane skupnostne radie (angl. *community radio*), kot jih opredeljuje Barnard (2000, 73), ne podpirajo poslušalci¹ ali lokalne skupnosti. Del prihodkov morajo ustvariti na trgu, tudi za financiranje s statusom predpisanih vsebin, zato so po strukturi prihodkov nekakšni hibridi med skupnostno in komercialno statusno obliko. Za razliko od njih komercialni radijski programi ves prihodek ustvarjajo na trgu in program financirajo s prodajo oglaševalskih vsebin. Imajo tudi možnost kandidiranja na razpisih Ministrstva za kulturo Republike Slovenije, vendar je vsota, ki jih to namenja za podporo programskim vsebinam nestatusnih radijskih programov, bistveno manjša od tiste, namenjene programom s statusi.

Radijske programe lahko nadalje delimo glede na format programa, ki je skupek celote različnih programskih vsebin ter ga določata programski načrt in dnevne programske sheme. Format radijskega programa definira lastnosti programa in omogoča, da radio nagovarja izbrani tip občinstva (Barnard 2000, 65). Slovenska zakonodaja se pri opredeljevanju vrste radijskih programov ne spušča v formate, ampak programom določa le tematska področja, ki jih morajo za ohranjanje statusa posredovati v program. Radijski programi se delijo glede na format na glasbene, informativne, pogovorne ali druge specializirane radijske formate (Barnard 2000, 7–68). Lahko gre za čiste formate ali mešanico več formatov, kar je najpogostejše pri regionalnih radijskih programih s statusom posebnega pomena. Če na radiu prevladujejo informativne vsebine v različnih oblikah, potem je takšen radio informativni, vendar lahko na primer tudi glasbeni radio dopolnjujejo informativne vsebine. Takšni hibridi programov so v Sloveniji pri komercialnih radiih najpogostejši in med najbolj priljubljenimi.²

¹ Takšen klub pozna Radio Ognjišče, kjer poslušalci prispevajo donacije za delovanje radia.

² Raziskava radijske poslušalnosti Radiometrija agencije Mediapool kaže, da so bili marca 2016 med prvimi petimi najbolj poslušanimi radijskimi programi trije komercialni. Radio 1 je bil drugi z 202.000 poslušalci, Radio Aktual tretji s 164.000 poslušalci, Radio Center pa peti z 80.000 poslušalci. Na prvem mestu je bil program javnega radia Val 202 z 217.000 poslušalci (Radiometrija 2016).

2.2 REGIONALNI RADIJSKI PROGRAMI

Regionalne radijske postaje, če izvzamemo njihov status in se osredotočimo na poslanstvo, program oddajajo prebivalcem na določenem območju. Angleška »Community Media Association« regionalne radie, v slovenskem primeru so to programi posebnega pomena, prepoznavna po nekaterih skupnih lastnostih: ali delujejo na geografsko zaključenem območju ali za določene skupnosti. Poslušalcem omogočajo, da z njimi zapolnjujejo svoje potrebe po informacijah, komunikaciji in kulturne potrebe, spodbujajo njihovo sodelovanje v programu ter vključujejo obrobne in manjšinske skupine, ki v drugih medijih ne najdejo prostora. Ne spodbujajo seksističnih ali rasističnih vsebin, sledijo pluralnosti in različnosti mnenj svojih skupnosti. Večino programa črpajo iz lokalnega ali regionalnega okolja. Njihovo poslovno in programsko politiko določajo sveti medija ali vodstva in vanjo so vključeni tudi programski delavci. Prihodke pridobivajo iz več kot enega vira, torej ne samo od oglaševanja, ampak tudi od države, evropskih skladov, lokalne skupnosti ... (Community Media Association Code of Practice 2016). Tako bi lahko opredelili tudi radijske postaje s statusom posebnega pomena, kot jih poznamo v Sloveniji in ki so pri svojem delu zavezane zakonskim dolžnostim o poslanstvu in programu. Njihovo statusno obliko podrobneje opredeljujemo v nadaljevanju.

Regionalni radijski programi v Sloveniji so se začeli razvijati v 50. letih 20. stoletja³ kot dopolnitev obstoječim nacionalnim radijskim programom. Do začetka 90. let 20. stoletja so se razvili v domala vseh slovenskih regijah, kjer ni bil prisoten javni radijski program; v savinjski regiji Radio Štajerski val in Radio Celje, v Pomurju Radio Murski val, v Podravju Radio Ptuj, na Koroškem Koroški radio, v Šaleški dolini Radio Velenje, na Kočevskem Radio Univox, na Primorskem Radio Kobarid in Radio Robin, na Gorenjskem Radio Triglav, Radio Gorenc, Radio Kranj in Radio Sora, na Notranjskem Radio 94 in Radio Cerklje. Takšna oblika radia se ni razvila v Kopru, Mariboru in Ljubljani, kjer imajo sedež javni radijski programi Radio Koper, Radio Slovenija in Radio Maribor. Regionalni radijski programi so na začetku predvsem z informativnim programom in aktualnimi oddajami, kasneje tudi z drugimi oblikami programskih vsebin informirali poslušalce na geografsko definiranih območjih. Zaradi kadrovske in finančne omejitve so mnogi oddajali samo nekaj dni ali ur v tednu, preostanek

³ Najstarejša slovenska regionalna radijska postaja je Radio Štajerski val, nekoč Radio Šmarje pri Jelšah, ki neprekinjeno oddaja od leta 1953 (Štajerski val).

programa pa so prenašali program javnih radijskih programov, kot so na primer osrednje dnevnoinformativne oddaje.

Regionalni radijski programi posebnega pomena imajo ponavadi razpršeno lastništvo. V Sloveniji je to posledica privatizacije v 90. letih 20. stoletja, ko so radijske postaje lastniško pristale v rokah zaposlenih, različnih finančnih skladov in kasneje drugih radijskih medijskih hiš. Takšni primeri razpršenega lastništva so znani tudi iz tujine, npr. Velike Britanije, Avstralije in Združenih držav Amerike (Barnard 2000, 71).

Zakon o medijih (2006) lokalni radijski program med drugim opredeljuje kot program, ki pokriva območje ene ali več lokalnih skupnosti oziroma pokriva območje, ki s prizemeljskim radiodifuznim oddajanjem pokriva območja, na katerih živi največ 10 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, in ima v oddajnem času med 6. in 20. uro dnevno najmanj 20 odstotkov lokalnih vsebin lastne produkcije. Regionalni radijski program je namenjen prebivalcem območja (pokrajine, mesta), na katerem živi več kot deset (10) in ne več kot petdeset (50) odstotkov prebivalcev Republike Slovenije, ki v oddajnem času med 6. in 20. uro obsega najmanj trideset (30) odstotkov regionalnih vsebin lastne produkcije za radijski program.

Oglaševanje je sestavni del radijskih programov posebnega pomena, vendar ti mediji niso primarno usmerjeni v zagotavljanje dobička, ampak je prodaja oglasnega prostora na trgu aktivnost za podporo vsem programskim vsebinam (Barnard 2000, 71). Prav večsmernost narave prihodkov radijskih programov posebnega pomena jim zagotavlja relativno zadovoljivo programsko neodvisnost, ki ni nujno podrejena zgolj in samo zakonitostim trga ter pričakovanjem oglaševalcev, ampak lahko zasleduje poslanstvo regionalnega medija, kot je zapisano v Zakonu o medijih. Tako so odbiratelji programskih vsebin še vedno novinarji, uredniki in moderatorji, ki v skladu s programsko politiko medija ali z državne strani sofinanciranimi projekti pripravljajo programske vsebine za lokalne skupnosti. Nikakor ti programi niso imuni na povpraševanja trga, le da se izven oglasnih blokov komercialne vsebine kot podpora posameznim programskim vsebinam pojavljajo manj intenzivno. Zanimivo je še, da del prihodkov prispevajo poslušalci, ki podpirajo različne komercialne vsebine v takšnih programih, kot so: mali oglasi, osmrtnice in zahvale, radijske čestitke ...

2.3 KOMERCIALNI RADIJSKI PROGRAMI

Komercialni radijski programi so v lasti podjetij, ki na medijskem trgu uresničujejo vizijo lastnikov po maksimizaciji vloška v produkt. Pri njih na osnovni ravni ne moremo govoriti o zasledovanju nekih višjih medijskih ciljev, kot jih opredeljuje Barnard (2000, 48), npr. spodbujanje javne diskusije, celovito in večstransko obveščanje občinstev, jim pa težko odvzamemo vlogo v pluralizaciji medijske krajine. So njen sestavni del in z vsako svojo programsko vsebino vseeno tvorijo člen te krajine. Komercialni radii tako v prvi vrsti obstajajo zaradi želje po doseganju finančnih dobičkov (Barnard 2000, 48) in so daleč najbolj prevladujoča oblika radijskih programov v svetu. Pojavljati so se začeli iz različnih razlogov; v Združenih državah Amerike zaradi odsotnosti regulatornega okolja, v Veliki Britaniji se pojavljajo od 1973, ko so začeli dopolnjevati javne nacionalne in lokalne radijske programe BBC-ja (Barnard 2000, 48), v Sloveniji je njihov pojav opazen po letu 1991, ko je država začela podeljevati frekvence zasebnikom in te niso bile več na voljo le javnim ali lokalnim/regionalnim radijskim program, ki so bili povečini v lasti lokalnih skupnosti. Takšen pojav je bil opazen tudi v drugih nekdanjih komunističnih državah, kjer so po menjavi režimov države skušale ohraniti nadzor nad mediji, v primeru radiev nad javnimi radijskimi postajami, svobodno gospodarsko pobudo pa so omejile na lokalne in regionalne radie (Aumente in drugi 1999, 97).

Razmah komercialnega radia v Sloveniji je povečal postopek privatizacije, čemur je po letu 2000 sledilo združevanje v radijske mreže⁴. Te so večinoma komercialne (Radio 1, Radio Center, Radio Aktual), že iz 90. let pa obstaja tudi Združenje lokalnih in regionalnih radijskih in televizijskih programov posebnega pomena, ki je interesna povezava in ne temelji na izmenjavi programskih vsebin, skupnih službah ali skupnem nastopu na trgu, kot to velja za komercialne radijske mreže. Tako kot za radijske programe s statusom posebnega pomena tudi za komercialne radijske programe veljajo določene programske omejitve, ki pa se ne nanašajo na predpisovanje obveznih tematskih področij programskih vsebin, ampak jih omejujejo na primer v kvotah predvajane glasbe slovenskega izvora ali v omejitvi oglaševalskih vsebin na uro programa (Zakon o medijih 2006).

⁴ Radio 1, Radio Center in Radio Aktual so v svoje nacionalne programe povezale manjše lokalne komercialne radijske postaje, ki so jih pridobili z nakupi, saj ni bilo razpisov za nove nacionalne frekvence.

Komercialni radijski programi imajo večinoma en vir prihodkov – prodajo radijskega oglasnega prostora ali drugih komercialnih programskih produktov. Ne glede na format jih vodijo predvsem cilji po čim večji poslušanosti in finančni uspešnosti. Višina prihodkov je odvisna od njihove uspešnosti na trgu, tj. moči prodajne ekipe, poslušanosti in vrednosti njihove ciljne publike, ki je za oglaševalce najbolj zanimiva med 35. in 50. letom. Prav zato komercialni radijski programi s svojim formatom najpogosteje nagovarjajo to celotno množico poslušalcev ali posamezne segmente, s čimer oblikujejo še bolj profilirane produkte za prodajo na trgu. Prav oblika oglaševalskega pojavljanja v radijskem etru je skozi leta doživela največjo evolucijo. Danes se oglaševalci zavedajo, da lahko s pokroviteljstvom določene programske vsebine, naj si bo to programski pas, na primer jutranji program, vremenska napoved ali nagradna igra v popoldanskem programu, poslušalce dosežejo veliko bolje in manj vsiljivo, kot če se njihov oglas ali ime pojavi sredi oglasnega bloka, v množici drugih oglasnih sporočil. Prav zato je naloga programskih ekip na komercialnih radijskih programih ustvarjanje takšnega programa, v katerem je ime ali produkt oglaševalca sprejet kot integrirani del preostalih programskih vsebin, ne pa kot vsiljena vsebina (Barnard 2000, 52). Vrednost poslušalca komercialnega radijskega programa je vedno generirana z njegovo zanimivostjo za posameznega oglaševalca, prav tako se cene prodaje programa razlikujejo glede na dele dneva, v katerih je program (Barnard 2000, 48), ter glede na pozicije oglasa v informativnih ali oglasnih blokih, posebne promocijske akcije, kot so nagradne igre, in pokroviteljstva posameznih delov programa ali določenih drugih programskih vsebin.

Glavni namen programske strategije komercialnega radia je pripraviti takšen program, ki bo privabil poslušalce in jih obdržal pri poslušanju, da bodo lahko izpostavljeni oglaševalskim vsebinam (Barnard 2000, 49). V takšni obliki programa funkcija odbiranja (angl. *gatekeeping*) dobi povsem drugačen pomen, saj je podrejena zakonitostim oglaševalskega trga in vpliva na izbor glasbe, izbiro radijskih voditeljev, strategijo in obliko informativnega programa.

Komercialni radijski programi zaradi zasledovanja primarnega poslanstva, ustvariti marketinško zanimiv produkt, veliko pozornosti posvečajo strateškemu načrtovanju programa. Jasno je, da bo program, ki oddaja veselo glasbo hitrejših ritmov in pripravlja zabavne vsebine, veliko bolj zanimiv za oglaševalca, ki trgu ponuja produkte za zabavo. Prav zato komercialni radijski programi program usmerjajo s pomočjo fokusnih skupin in najetih

svetovalcev za različna programska področja, katerih glavna naloga je zmanjšati tveganja (Barnard 2000, 65) in se tako čim bolje prodati na trgu. Takšna usmeritev ne pomeni, da zapostavljajo poslanstvo, značilno za lokalne ali regionalne radije. Barnard (2000, 65) izpostavlja, da so lahko komercialni radii za manjšinske skupine prebivalstva, npr. v Združenih državah Amerike, prav tako komercialno uspešni.

2.4 RADIJSKI FORMAT

Radijski programi se med seboj ločijo po radijskih formatih, ki definirajo njihov program in programske sheme. Radijski format določa, kakšno glasbo predvaja program, kakšne in koliko govornih vsebin ima v etru glede na glasbo, delež informativnih vsebin in način prezentacije vsebin (La Roche 2004, 270), ter določa stil in občutenje skupka vseh programskih, vizualnih in drugih vsebin, ki jih program ponuja občinstvu (angl. *feel*). Za vsakodnevno pripravo programa je ključno, da ustvarjalci vsebin razumejo format radijskega programa (Simmons 1995, 86), saj ga le tako lahko vnašajo v sleherno točko programskih vsebin. Ključna naloga radijskega formata je, da nagovarja izbrano občinstvo in mu ob časovno predvidljivih trenutkih ponuja vsebine, ki jih poslušalec takrat pričakuje.

V grobem radijske formate delimo na glasbene in informativne (Simmons 1995, 87). Znotraj njih obstajajo še podkategorije, kot so pri glasbi pop, rock, country, jazz in klasična glasba z različnimi podžanri (Marti 2005, 51) ali v primeru Slovenije narodnozabavna glasba oziroma samo slovenska glasba. V primeru informativnih formatov se radijske postaje delijo glede na vrsto govornih vsebin na informativne in pogovorne, informativne in igrani ali dokumentarni program. V tujini je zelo v porastu t. i. pogovorni (angl. *talk*) radijski format, kot je na primer BBC Radio 4, ki združuje informativne oddaje, kvize, igrani in dokumentarni program (Barnard 2000, 157).

Ob čistih formatih, kot so »*all news*«, ki imajo samo informativne vsebine, se pojavlja mešani format. Glavno temo (npr. glasbo ali informativne vsebine) dopolnjuje z drugimi vsebinami, kar predstavlja primer programa, ki predvaja glasbo in informativne vsebine (Marti 2005, 52). Pogosti so tudi mešani radijski formati, ki združujejo lastnosti glasbenega, informativnega in pogovornega programa. Takšni so radijski programi, ki oddajajo specializirane informacije in

glasbo, temu pa dodajajo še splošne informacije (Marti 2005, 53). V Nemčiji je bil v 90. letih najbolj razširjen hibridni format (La Roche 2004, 274), v Sloveniji ga lahko marsikje najdemo še danes, predvsem na regionalnih radijskih programih. Za takšen hibridni format je značilno, da se spreminja glede na ure programa. Tako je ena ura izrazito »magazinska«, pogosto oblikovana v oddajo, z večjo količino (po)govora ali drugih govornih vsebin in manj glasbe, vodi jo lahko novinar ali moderator. Temu lahko, kot še piše La Roche, sledi ura, ki je bolj glasbena, torej z več glasbe in manj govornih vsebin, in ki jo vodi moderator.

2.4.1 Glasbeni radijski format

Glasba je na radiu že od začetka pomemben, če ne celo najpomembnejši sestavni del programa. Glasbeni formati se od radia do radia v osnovi razlikujejo glede na žanr glasbe, ki jo vrtijo. Znotraj tega se pojavlja še bolj podrobna delitev, saj radii istih glasbenih formatov ne predvajajo nujno istih glasbenih izvajalcev, istih skladb, v isto pogosti rotaciji (Barnard 2000, 124; Marti 2005, 50) in se ločijo po slogu, žanrih, obdobjih nastanka itd. Toliko kot je teh značilnosti, toliko programov lahko najdemo in po njih se radii tudi pomembno ločijo med sabo.

Med najpogostejše glasbene formate sodi t. i. »Top 40«, ki se je v Združenih državah Amerike pojavil v zgodnjih 50. letih 20. stoletja. Nastal je na podlagi preferenc občinstva, ki so si na džuboksih zaželeli vedno ene in iste skladbe, preslikava v radijski format pa je prinesla izbor aktualnih in najbolj priljubljenih skladb. Takšen format radia ni zahteval nikakršnih vložkov v programske vsebine, na primer v informativni program. Dovolj so bile le glasbene lestvice, ki so predstavljale novosti, ali preprosto napovedovanje glasbe.

Format »Top 40« je predhodnik danes dobro uveljavljenega pop formata, ki je pogost tudi v Sloveniji (npr. Radio 1, Radio Center) in se je skozi leta segmentiral. Tako je nastal glasbeni format radia CHR (angl. *contemporary hit radio*), ki je namenjen poslušalcem, mlajšim od 35 let. Radijski format AC (angl. *adult contemporary*) je namenjen poslušalcem, starejšim od 35 let, in se nadalje deli v različne podzvrsti na podlagi glavnine predvajane glasbe, npr. »oldies« predvaja starejšo glasbo, »easy-listening« bolj umirjeno glasbo ali »new age music«, ki

predvaja sodobnejšo glasbo (Barnard 2000, 125–138; La Roche 2004, 271–272; Marti 2005, 51).

H glasbenim formatom prištevamo še jazz, ki ga v Sloveniji v celoti ne predvaja noben glasbeni program, rock, ki ga predvajata Radio Rock Maribor in Rock radio, ter slovensko narodnozabavno glasbo, ki jo predvaja Radio Veseljak. Glavnina radijskih postaj v Sloveniji bi se po tej klasifikaciji uvrstila v glasbene formate AC, z večjimi ali manjšimi odmiki zaradi posameznih zvrsti, ki jih predvajajo.

2.4.2 Informativni radijski format

Informativni format radia (angl. *news radio*) definirajo različni obsegi informativnih programskih vsebin, podani skozi različne oblike oddaj.⁵ Ura programa takšnega radijskega formata je ponavadi sestavljena iz vsakourne informativne oddaje in aktualne oddaje, ki sledi in se, kot izpostavlja Barnard (2000, 139), tematsko lahko navezuje na predhodno informativno oddajo. Na takšni vrsti radijskih postaj je skrb za zbiranje, obdelavo in posredovanje informativnih vsebin v prvem planu in temu je podrejen preostanek programa.

V svetu so poznane različne tovrstne radijske postaje, npr. B5 Aktuell, Inforadio Berlin-Brandenburg, NDR Info, MDR Info v Nemčiji (La Roche 2004, 273), Radio 24 v Italiji, LBC News 1152 v Veliki Britaniji, ki predvajajo informativne programske vsebine v različnih obsegih. Tovrstni format radia je lahko združen tudi z drugimi formati, npr. »*talk radio*«, kjer se značilnosti obeh formatov prepletajo oz. dopolnjujejo v radijski uri. Ni tudi nujno, da takšen program predvaja zgolj informativne vsebine, ampak so lahko te združene tudi z glasbo, le da je glasba v tem primeru drugotnega pomena.

⁵ Na radijskih programih BBC-ja (Radio 1–5) ure, namenjene informativnemu programu, predstavljajo 4,4–64,9 % oddajnega časa (BBC network radio news: total broadcasting hours 1997–98; v Barnard 2000, 140).

2.4.3 Pogovorni radijski format

V Združenih državah Amerike se je v 60. letih 20. stoletja izoblikoval t. i. pogovorni radijski format (angl. *talk radio*). Če predvaja informativne oddaje, ima tudi lastnosti »*news radio*«, ob njih pa v programu daje veliko prostora kontaktnim oddajam s poslušalci (angl. *phone-in shows*), ki so osrednji fokus programa. Zanimivo je, da so se takšni formati v Evropi najprej pojavili v Veliki Britaniji, na lokalnih radijskih programih BBC-ja. Za takšne formate radiev je značilno, da imajo veliko manj obratovalnih stroškov kot glasbeni formati, saj ne potrebujejo programske opreme, osebja za izbiro glasbe in plačevanja različnih nadomestil za uporabo avtorske in sorodnih pravic. Dovolj je radijski moderator, ki ima nadzor nad vsebino pogovora in ga tudi usmerja. Ta format daje poslušalcem občutek nenehne povezanosti radia z njimi in jih tako opozarja, da so kot posamezniki del veliko širše skupine poslušalcev (Barnard 2000, 157–159). Skozi leta je prisotnost poslušalcev v etru doživela razmah in danes je takšna oblika participacije lahko slišna tudi v drugih formatih, od glasbenega komercialnega radijskega programa, kjer poslušalci sodelujejo v nagradnih igrah ali kvizih, do informativnega lokalnega radia, kjer v pogovorni oddaji predstavnikom lokalne skupnosti zastavljajo vprašanja ali komentirajo njihovo delo.

2.5 RADIJSKA PROGRAMSKA SHEMA

Programska shema je realizacija formata radijske postaje v etru ter hkrati vključuje še njegovo statusno in ekonomsko obliko. Na različnih točkah implementira lastnosti izbranega radijskega formata in je skupek vsebin, ki jih radijski program ponuja svojemu občinstvu in ki so umeščene v oddaje ali programske pasove. Tako tvori stično točko med različnimi oddajami ali vsebinami in potencialnimi poslušalci v vsakem trenutku oddajanja programa (Marti 2015, 11, 39). Načrtovana je za neko določeno časovno obdobje; dan, teden, trimesečje, sezono itd. Programska shema povezuje vsebine radia z občinstvi, zato je stična točka, ki mora upoštevati, kdaj želi radio poslušalce doseči. Marti (2005, 12) izpostavlja tri jamstva programske sheme: jamstvo kontinuitete (tok oddajanja mora biti nepretrgan), jamstvo raznolikosti ali specializacije (odvisno od modela programske sheme, ki jo določa program) in jamstvo homogenosti (program v celoti ustreza podobi, ki jo ima o njej poslušalec).

Ko govorimo o vlogah programske sheme, je osnova programska kontinuiteta. Ta zagotavlja, da program teče nemoteno, da vsebine prehajajo ena v drugo v logičnem zaporedju, ki sledi širšemu kontekstu, upošteva dnevne življenjske navade poslušalcev in potrebe po določenih vsebinah v določenem času. Tako vsak del programa, kot izpostavlja Marti (2005, 12), ustreza določenemu vrstnemu redu, si sledi v času in sestavlja celoto, poslušalcu slišano kot tisti del programa, ki ga posluša. Raznolikost ali specializacija radijskega programa je povezana z izbranim formatom radia, ki definira programske vsebine, od oddaj, različnih žanrov, tematik in trajanja do izbora glasbe različnih ali le ene zvrsti. Poslušalci od radia pričakujejo doslednost uresničevanja, zato mora sestava programske sheme, kot poudarja Marti (2015, 12), ustrezati eni ali drugi vlogi. Homogenost programske sheme pomeni doslednost v vsebinah, vrsti izbrane sheme, tipizirane radijske ure ali dnevnega programskega načrta. Tako je skupek lastnosti, ki radio predstavljajo poslušalcu in ga hkrati ločijo od drugih na trgu. Marti razlikuje še med vrstami programskih shem, ki so lahko splošne in prinašajo različne programske vsebine ali specializirane v ožje programske žanre.

Osrednja naloga programske sheme je tako poslušalcu ob pričakovanem času ponuditi pričakovano vsebino, za katero mogoče poslušalec niti ne ve, da jo potrebuje, zaznava pa to potrebo radijski program. Bolj kot je shema zaprta in predvidljiva glede posredovanja govornih ali glasbenih vsebin oziroma tematsko specializirana, lažje se poslušalec v njej znajde, saj vedno ve, kakšne vsebine (informacije, vremensko napoved, pogovorne vsebine, kontaktne oddaje, razmere na cestah, komedijo ali glasbo) bo slišal ob določeni uri ali delu dneva oziroma tedna. Če je shema splošna ali bolj sproščena in ne zapisuje strogo točnega časa predvajanja določenih programskih vsebin, ima program več možnosti, da poslušalca preseneti, kar mu lahko tudi ne ustreza in zato izbere drug program. To pravilo načeloma ne velja za informativne oddaje, ki so vedno na sporedu ob določenih terminih.

2.6 RADIJSKI PROGRAMSKI NAČRT

Radijski programski načrt je uresničitev radijskega formata skozi programsko shemo. Na dnevni ravni je to orodje, ki je namenjeno urejanju in razpolaganju z oddajami in rubrikami (Marti 2005, 13). Pogosto ga pogovorno imenujemo radijski program, saj z njim mislimo na dnevne vsebine, prisotne v etru. Zaradi radijskega programa, ki je lahko tudi širša, dalj časa trajajoča programska celota radijskega medija, bomo za uresničitev programske sheme na dnevni bazi uporabljali termin radijski programski načrt.

Dnevni radijski programski načrt se danes pogosto, kot ugotavljajo avtorji (npr. La Roche 2004, 285; Marti 2015, 13), pojavlja kot tipizirana radijska ura (angl. *hot clock* ali *default clock*). V grobem določa razmerje med glasbo, govornimi vsebinami, kot so informativne oddaje, servisne informacije, napovedi, rubrike, ter oglasi, samopromocijskimi in zvočnimi elementi znotraj posameznega programskega pasu (npr. zjutraj, dopoldne, popoldne, zvečer) ali v celotnem programu, ko ta poteka v živo. Takšna programska ura je lahko nefleksibilna ali fleksibilna, kjer so mogoči odmiki znotraj trajanja govornih vsebin in prestavljanje časa predvajanja predvidene glasbe.

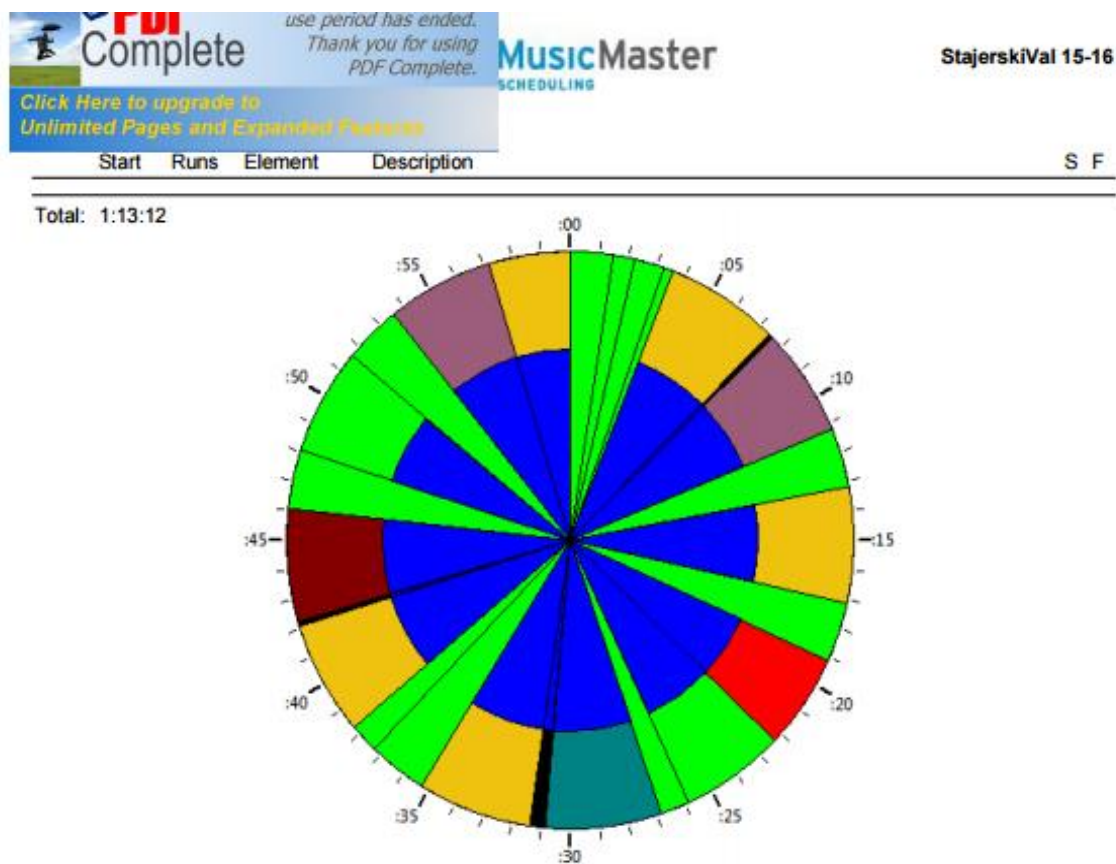
Glede na izbrani dan v tednu in termin predvajanja takšno programsko uro zapolnimo z vsebinami. Glasbeno uredništvo s pomočjo programa ali sodelavcev izbere zahtevano število enot glasbe, programski delavci pripravijo izhodišča ali govorne vsebine v celoti, moderator pripravi moderacije za posredovanje teh vsebin v eter. Tako se model priprave radijske ure ponavlja iz ure v uro in se glede na razporeditev vsebin ponavadi menja ob zamenjavi terminov; ob prehodu iz jutra v dopoldne, popoldne v večer itd.

Slika 2.1: Primer linearnega načrta radijske ure

 Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.  StajerskiVal 15-16					
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features					
	Start	Runs	Element	Description	S F
1	0:00	01:30	Lognote	BLOCK 00 - NOVICE	
2	1:30	00:45	Lognote	BLOCK 01 - VREME	
3	2:15	01:00	Lognote	BLOCK 02 - PROMET	
4	3:15	00:20	Lognote	OPENER	
5	3:35	03:52	Fixed	G1 - GOLD	
6	7:27	00:11	Fixed	J - JINGLES	
7	7:38	03:37	Fixed	M1 - Millenium	
8	11:15	02:00	Lognote	MAIN TOPIC 1	
9	13:15	03:52	Fixed	G1 - GOLD	
10	17:07	02:00	Lognote	BLOCK 15 - \$ EPP \$	
11	19:07	03:10	Fixed	H1 - HOT	
12	22:17	03:35	Fixed	X1 - Xmas GOLD	
13	25:52	01:00	Lognote	SHORT TOPIC	
14	26:52	03:57	Fixed	91 - 90s	
15	30:49	00:32	Fixed	JFX - FORMAT MIXES	
16	31:21	03:52	Fixed	G1 - GOLD	
17	35:13	00:00	Lognote	-- HALF HOUR STOPSET --	S
18	35:13	02:00	Lognote	BLOCK 30 - OBVESTILA	
19	37:13	01:00	Lognote	BLOCK 31 - VREME + PROMET	
20	38:13	03:52	Fixed	G1 - GOLD	
21	42:05	00:11	Fixed	J - JINGLES	
22	42:16	03:45	Fixed	B1 - RE-CURRENT	
23	46:01	02:00	Lognote	MAIN TOPIC 2	
24	48:01	03:35	Fixed	X1 - Xmas GOLD	
25	51:36	02:00	Lognote	BLOCK 45 - \$ EPP \$	
26	53:36	03:37	Fixed	M1 - Millenium	
27	57:13	03:52	Fixed	G1 - GOLD	
28	1:01:05	01:00	Lognote	SHORT TOPIC	
29	1:02:05	03:57	Fixed	91 - 90s	
30	1:06:02	00:04	Fixed	JSW - SWEEPERS	
31	1:06:06	03:14	Fixed	A1 - CURRENT	
32	1:09:20	00:00	Lognote	! DROPSONG !	
33	1:09:20	03:52	Fixed	G1 - GOLD	

Vir: Radio Štajerski val 2016.

Slika 2.2: Primer radijske ure krožne oblike



Legenda: Zelena barva od sredine kroga do mejne črte označuje govorne vsebine, modra barva pa glasbo, ki se v nadaljevanju loči glede na zvrst, kar opredeljujejo druge barve (rjava, vijolična, rdeča, zelena, sivomodra, bordo rdeča).

Vir: Radio Štajerski val 2016.

3 INFORMATIVNI PROGRAM

Informativni program predstavlja osrednjo točko pridobivanja informacij v radijskem programu. Če je to glasbeni program, so novice ločnica med eno in drugo uro, v katerih poslušalec izve, kaj je trenutno aktualnega. Ko jih poslušamo na programu posebnega pomena, so lahko poleg samostojne oddaje tudi tematsko izhodišče za pogovorno oddajo, ki jim sledi. Radio je skozi informativni program do nedavno nosil težo najbolj ažurnega medija, kjer so ga s svojim pojavom prehiteli družbeni mediji⁶. A še vedno ostaja najbolj ažuren medij iz nabora tradicionalnih⁷ medijev. Informativni program lahko, kot piše Barnard (2000, 140), definiramo skozi raziskovanje novinarskih virov, uredniških vrednot in odločitev, lastništva, pričakovanj občinstva ter političnega in gospodarskega okolja, v katerem medij deluje. Kot še poudarja Barnard, je pomembno, da na informativne vsebine nikoli ne gledamo kot na nekaj, kar se samo zgodi, ampak so posledica razumljive interpretacije izbranih dogodkov in so tako posledica določenih procesov odbire in obdelave, ki jih podrobneje opredeljujemo v podpoglavju 4.1.

Neredko, zaradi svoje vloge v preteklosti, ko so tvorile jedro radijskega programa, ter najverjetneje zaradi visoke pričakovane ravni pripravljenosti besedila in govorno nevtralnega načina posredovanja informacij, ki zadevajo predvideno najširši krog poslušalcev, so informativne oddaje merilo kakovosti programa (Barnard 2000, 139; Bosch 2012, 159). Poslušalci po njih odmerjajo svoje zaupanje radiu ter jih presojujejo po vsebini in načinu realizacije v etru, zato morajo slediti kriterijem natančnosti, uravnoteženosti različnih vrst (od vsebinske, geografske in demografske do žanrske) in časovne odzivnosti. Prav zato mnogi programi še danes, kljub vplivu komercializacije vsebin in medijev, informativnemu programu posvečajo veliko pozornosti – programskega časa in sodelavcev, ki pripravljajo vsebine. V Sloveniji so radijski programi s statusom posebnega pomena že po zakonu dolžni poslušalcem posredovati informativne vsebine, s čimer uresničujejo javni interes glede obveščenosti o dogajanju v neposredni okolici, državi in svetu.

⁶ Tukaj mislimo na Twitter, Facebook, spletne platforme za video vsebine, kot je Youtube, in aplikacijo za posredovanje foto-video vsebin Snapchat, ki ga mnogi mediji prav tako uporabljajo za obveščanje občinstev.

⁷ Med tradicionalne medije uvrščamo: tisk, radio in televizijo.

Druga pomembna naloga informativnega programa je, kot zgodovino raziskovanja informativnega programa povzema Bosch (2012, 159), omogočanje uresničevanja reprezentativne demokracije, saj poslušalcem daje možnost, da so povezani s svetom in svojo okolico. Slednje je še posebej izrazito v informativnih oddajah na regionalnih radijskih programih, saj razvoj in vloga tiska na lokalnem oziroma regionalnem nivoju najverjetneje nista uspela slediti dnevnemu tempu oddajanja radijskega informativnega programa. Danes, v času informativnih portalov in profilov na družbenih omrežjih, je ta vloga okrnjena, a verjetno ne dosti načeta, saj so regionalni radijski programi (na primer v Sloveniji) še vedno pogosto prvi vir informacij o dogajanju v lokalnem okolju. Pomembno je, da radijski medij, tako Bosch (2012, 160), ne samo informira, ampak tudi povezuje in konsolidira skupnost, kar je še posebej izrazito pri tematikah, ki jih obravnavajo regionalni radijski programi in ne najdejo prostora v drugih medijih.

Informativni program velja za enega najdražjih, ponekod celo za najdražji člen radijskega programa, ki zahteva visoko raven novinarskih veščin. Če pri časopisih velja, da dobre informacije večajo prodajo in s tem posledično vse vrste prihodkov, je na radiu slika obratna. Le malo radijskih programov, v Sloveniji jih sploh ni, gradi na informativnem programu kot osrednji konkurenčni prednosti v boju za občinstva. Prav zaradi stroškov je lahko radijski informativni program ovirajoč dejavnik pri maksimizaciji ekonomske uspešnosti radijske postaje, še posebej komercialne. Informativni program nastaja v informativnih uredništvih ali je na radio posredovan prek informativnih servisov, ki za radijski program pripravljajo oddaje, prilagojene njihovem formatu, kar pogosto uporabljajo komercialni programi (Ohler 2004, 226), tako v Sloveniji (npr. radijske novice Infonet⁸) kot v svetu, npr. v Veliki Britaniji, kar opisuje Barnard (2000, 153). Takšni programi samo občasno dodajajo lastne informativne oddaje, npr. lokalni radii tiste z lokalno vsebino.

⁸ Radijske novice Infonet na kratek, a jedrnat način ponujajo informacije o aktualnem dogajanju. Predvaja se vsako polno uro, med tednom med 6.00 in 20.00 ter med 7.00 in 20.00 ob vikendih (Infonet). Infonet pripravlja radijske informativne oddaje za komercialne radijske programe in delno tudi za tiste s statusom posebnega pomena. Pri tem ne pripravljajo vsebinsko, žanrsko in oblikovno različnih oddaj, ampak eno oddajo na uro, ki jo posredujejo radiem, ne glede na njihov format.

3.1 INFORMATIVNI PROGRAM V RADIJSKEM PROGRAMU

Radijski programi zaradi vrste statusa, formatov in programskih shem na različno pomembna mesta v programu postavljajo informativne oddaje. Če radii s statusom posebnega pomena informativnemu programu, v Sloveniji tudi zaradi zakonskih obveznosti, posvečajo veliko pozornosti, je na komercialnih radiih ta vrsta programske vsebine postavljena v drugi ali celo tretji plan pri pripravi in realizaciji programa, a je ne izpuščajo.

Na informativni program moramo pogledati tudi kot na vir informacij in vsebin za pripravo preostanka programa, ne glede na format radia. Na radiih, ki imajo v shemi pogovorne oddaje, tvorijo informativne oddaje jedro, iz katerega se te razvijajo. Tovrstne aktualne oddaje, povezane s tematikami iz informativnih oddaj, omogočajo bolj poglobljeno obdelavo informacij in prinašajo širši kontekst. Celo na komercialnih radiih, kjer vloga informativnega programa ni na najvišjem mestu po prioriteti programskih vsebin, lahko iz informativnih oddaj izhajajo moderacije radijskih voditeljev v programu, ki teme obdelajo in podajo na svoj način. Kot opozarja Gage (1999: 58), imajo novinarji, ki pripravljajo dnevne informativne oddaje, in tisti, ki pripravljajo druge oblike informativnih oddaj (npr. aktualne pogovorne oddaje), iste profesionalne kvalifikacije, le da informacije obdelujejo na drugačen način.

Komercialni programi si ne morejo privoščiti zanemarjanja preferenc občinstva, saj se borijo za svoj del oglaševalskega kolača, ki ga s poslušanjem generirajo tudi poslušalci informativnih oddaj. Za komercialne radijske postaje, tako pri nas kot npr. v Veliki Britaniji (Purdey 2000, 329), je značilno, da na njih prevladujejo manj zahtevni formati programov, sestavljeni večinoma iz glasbe, kratkih moderacij in nekajminutnih informativnih oddaj. Komercialne radijske postaje v informativnem programu ne vidijo nujno takšnih dimenzij kot tiste s statusom posebnega pomena, saj ga jemljejo kot dopolnitev obstoječi programski shemi in kot še eno izmed dodatnih programskih vsebin v boju za čim višjo poslušnost. Prav zato verjetno v radijskem svetu velja percepcija, da so informativne oddaje na komercialnih radijskih programih manj vredne za poslušalce kot na programih s statusom, saj jih, kot opozarja Purdey (2000, 330), vodijo preference občinstva in ne poslanstvo medija, kot na primer pri programih s statusom posebnega pomena. Takšni programi ustvarjajo občutek, da poslušalcu v dveh ali treh minutah povedo tisto, kar drugje slišijo v 10-, 20- ali celo še

večminutnih oddajah. Pri tem ni najbolj problematičen nabor obdelanih tematik, omenjenih zgoraj, ki se znajdejo v oddajah, ampak pristop in širši kontekst, ki so ga v nekajminutnih oddajah sposobni posredovati poslušalcu, zato takšne oddaje ponavadi dajejo le osnovne informacije o dogodkih in dogajanju.

Regionalni programi s statusom posebnega pomena svoj ugled in pomen pri občinstvu gradijo s pomočjo informativnega programa in s tem izkoriščajo svojo prednost, ko so lahko prvi obveščevalci o dogajanju v regiji ali na lokalnem nivoju. Raziskave⁹ kažejo, da prav od te vrste radijev poslušalci pričakujejo več informacij kot od nacionalnih ali regionalnih komercialnih radijskih programov. Prav tako je vloga, ki jo ti programi nosijo pri povezovanju z lokalnim prebivalstvom, vedno pomembnejša. Bosch v študiji različnih skupnostnih radijev (2012, 159–166) ugotavlja, da so poslušalci s takšnimi radii še posebej povezani. Pogosto so zanje viri informacij; pokličejo v uredništva, povejo, kaj se dogaja, in pristanejo na to, da so uradno imenovani kot vir. Poslušalci se vključujejo v radijske vsebine na multimedijskih platformah in družbenih omrežjih. Tako se je lokalni radio spremenil iz stare forme, kjer je z informativnimi vsebinami nagovarjal relativno pasivno občinstvo, v medij, ki na več načinov nagovarja dokaj aktivno občinstvo, danes, zaradi družbenih medijev, sposoben tudi nenehnih takojšnjih odzivov na posredovane informacije. Ugotovljena večsmerenost finančnih prihodkov radijskih postaj s statusom posebnega pomena je tudi vedno bolj podvržena želji po čim boljši poslušanosti, zato si v programu ne smejo dovoliti zanemarjanja preferenc občinstva, na čemer svoj program gradijo komercialni radii, in njihove demografske slike. Kot izpostavlja Purdey (2000, 300), tudi javne radijske postaje, kot je BBC, iščejo načine, da bi ostale konkurenčne komercialnim radijskim postajam. Prav zasledovanje teženj po delnem konkuriranju komercialnim radijskim postajam, zaradi boja za oglaševalski kolač na trgu, lahko vpliva na obliko informativne oddaje, način izbire vsebin, ubeseditvene in govorne pristope ter produkcijo vsebin.

⁹ Kvalitativna analiza poslušanosti radijskega programa in konkurence, ki je bila v 2. polletju 2014 opravljena za Radio Štajerski val, je na primer pokazala, da ta program zaradi informativnih oddaj poslušalci poslušajo v 18,3 %. Analiza njihove konkurence v savinjski regiji, v raziskavo so bili vključeni Radio Celje, Radio Rogla in Radio Aktual, je pokazala, da so poročila v programu razlog za poslušanje: pri radiu Celje v 32,4 %, pri Radiu Aktual v 5,7 % in pri Radiu Rogla v 4,6 %. Drugačno je razmerje pri glasbi, saj zaradi nje Radio Štajerski val posluša 33,3 % poslušalcev, Radio Celje pa 32,4 %. Drugače je na komercialnih programih: Radio Rogla poslušalci zaradi glasbe poslušajo v 52,7 %, Radio Aktual pa v 63,1 % (Radiometrija 2015).

3.2 ZGODOVINSKI VIDIK IN SPREMEMBE PRODUKCIJSKIH PRAKS

Osnovno poslanstvo radia je bilo najprej informiranje, ki se mu je kasneje pridružila glasba. Še danes sta ti programski vsebini pogosto osnova radijskih programov različnih formatov. Informativni program je od začetka tvoril jedro radijskih programov, npr. na prvem komercialnem radiu, ameriškem KDKA, francoskem Radiola ali britanskem BBC-ju (Stephens 2007, 268–269; Chapman 2009, 9). Na začetku je radijsko novinarstvo posnemalo časopisno, saj so napovedovalci brali časopisne članke, prvi zaposleni novinarji so prihajali s časopisov in radijski govor je posledično zvenel kot branje časopisa. Radijski programski delavci so poleg časopisnih besedil prejeli tudi pripravljena novinarska besedila tiskovnih agencij, na primer Reutersa. BBC je lahko posredoval novice šele po izidu jutranje in večerne izdaje časopisov (Chapman 2009, 9), a kljub vsemu trudu tiska, ki je želel ustvariti regulatorno restriktivno okolje za radie in ohraniti prvo mesto prinašalca novic, se je radio izkazal kot veliko bolj fleksibilen medij za to vlogo.

Zaradi svojih specifik »zvočnega« medija je radio zahteval določene prilagoditve pri pripravi besedil in načinu posredovanja vsebin. Tako so se skozi čas izoblikovale glavne značilnosti radijskega jezika – krajše povedi ter preprosto, jasno in jedrnato besedišče (Stephens 2007, 268). Kljub pretvorbi v besedilo »za poslušanje«, tj. radiu primeren slog, v vsebinah ni bilo intervjujev, zgodb in aktualnosti. Radio je tako posredoval novice brez pomembnih dodatnih vsebin in karakteristik, ki so ga kasneje za nekaj desetletij naredile za prvi medij informiranja občinstev. S pojavom »obrnjene piramide« v 30. letih 20. stoletja se je na radiu začela pojavljati težnja po »avtentičnih« novicah, ki prinašajo poročila s kraja dogajanja, in tako so se te, na začetku manjkajoče vsebine in karakteristike začele razvijati, z njimi pa tudi poklic radijskega novinarja (Chapman 2009, 9). Danes si verjetno težko predstavljamo informativno oddajo brez izjav sogovornikov, strokovnjakov ali radijskih novinarjev, ki osnovnim informacijam dodajajo nova dejstva, kontekste, prinašajo izjave neposredno s kraja dogajanja ...

Čeprav sta radio že od začetka opredeljevala glasba in posredovanje informacij, je svoj prvi večji razcvet doživel v 30. in 40. letih 20. stoletja, ko je postal množični vir informacij in zabave množic (Chapman 2009, 9). Kot informativni medij je pridobil moč predvsem v drugi svetovni

vojni; v Združenih državah Amerike npr. s poročanjem o napadu na Pearl Harbour, marsikje tudi zaradi dostopnosti v zakloniščih, kamor časopisi niso mogli. Zanimiv je tudi nadaljnji razvoj medijev in vloga radia v njem. Tako kot so bile novinarske redakcije časopisov prvi vir radijskih novinarjev, tako so radijske redakcije postale v 50. letih prvi vir televizijskih novinarjev (Stephens 2007, 270–272).

3.2.1 Informativni program danes

Pri vseh formatih radiev se je mogoče strinjati z Ohlerjem (2004, 207), ki pravi, da kljub informativnim programom na televiziji, internetu, teletekstu in mobilnem telefonu ljudje željo po informacijah še vedno pogosto najhitreje zadovoljijo s poslušanjem radia. Če je včasih veljalo, da informativne oddaje na malem številu radiev posluša dokaj predvidljivo občinstvo, so danes, s pojavom novih radiev, ta občinstva številčnejša in ne več tako homogena. Od pripravilcev programa to zahteva prilagajanje novic njihovim pričakovanjem in potrebam, kar ima neposreden vpliv na to, kar slišimo v etru, od vsebine do vrste informativnih oddaj, kako so prebrane in zvočno sestavljene (Barnard 2000, 153). Glede na ta izhodišča bi lahko sklepali, da so postale radijske informativne oddaje same po sebi marketinško orodje, ki skrbi, da določena ciljna skupina poslušalcev posluša program. Takšen pristop, kot še izpostavlja Barnard (2000, 153), vpliva na to, da tudi informativne oddaje, tako kot drugi deli programa, skušajo zadostiti pričakovanjem ciljnega občinstva. Tako se ožijo merila za izbor dogodkov – izogibanje katerikoli novicam, ki bi lahko vznemirile ali zmotile lahkoten (angl. *easy-going*) tok programa, s poudarkom na lahkotnejših novicah in novicah iz sveta zabave. Takšen pristop, kot opozarja, lahko vodi do osiromašenja informiranosti občinstva zaradi ignorance do določenih tematik in do padca povezovanja z zunanjim svetom.

Čeprav bi lahko prehitro sklepali, da komercialni radijski programi danes popreproščajo informativni program, kot ga poznamo z radiev s statusom, nekatere raziskave kažejo nasprotno. Lengar Verovnik (2013, 242) izpostavlja, da se na komercialnih radiih ne pojavlja nujno manj profesionalno dnevno informiranje, temveč prej informiranje, prilagojeno ciljnemu občinstvu programa. To ima danes dostop do informacij tudi po drugih kanalih, ki omogočajo, da so potrošniki medijskih vsebin obveščeni o dogajanju, ko to želijo, in to o temah, ki jih zanimajo, zato radio le dopolnjuje njihovo informiranost (Purdey 2000, 348–350).

Če so informativne oddaje nepogrešljive in pričakovane sestavine radijskih programov s statusom posebnega pomena, so lahko v primeru komercialnih programov tudi nišni produkt, ki skrbi, da so poslušalci, ob drugih dosegljivih informacijskih kanalih in vsebinah v programu, obveščeni o dogodkih in dogajanju.

Radijske informativne oddaje imajo pomemben vpliv na ostale programske vsebine. Pomembno je, da za ustvarjalce programskih vsebin, kot ugotavlja Barnard (2000, 139), prav te oddaje ostajajo osrednji ali pa primarni viri, iz katerih izhaja preostali program. Tako je njihova informativna vloga tudi v povezavi z ostalimi deli programa in s tem povezanim informiranjem občinstva neizpodbitna.

3.3 VRSTE INFORMATIVNIH ODDAJ

Informacije so v radijskih programih posredovane v različnih oblikah, od oddaj, rubrik do moderacij v programu. Najbolj institucionalizirana oblika posredovanja informacij na radiu je že od samega začetka pojava radia informativna oddaja. Njihovo obliko, pogostost in trajanje opredeljujejo formati radijskih programov in radijske programske sheme. Radijske informativne oddaje v osnovi delimo na celodnevne informativne oddaje (različne oblike novic in poročil), ki so časovna konstanta in so na sporedu vedno ob istih urah, aktualne oddaje, ki so na sporedu ob določenih časovnih terminih, in osrednje dnevnoinformativne oddaje, ki so na sporedu do nekajkrat v posameznem dnevu. Po času trajanja jih delimo v novice, kjer radijski govorec bere vnaprej pripravljeno besedilo, kratke novice (angl. *flash news*), ki dogajanje strnejo v največ dveh minutah, o-ton novice¹⁰, ki vsebujejo vsaj eno izjavo, izsek iz dogodka ali drug zvočni posnetek (Marx 2004, 227–228), in poročila, ki trajajo od pet do deset minut in kjer se pojavlja širši nabor tem, novinarskih žanrov in zvočnih posnetkov (Čakš 2007, 26). Ob tem so v programu lahko še druge oblike oddaj, ki nosijo informativno vlogo, npr. pogovorne oddaje, tematski intervjuji, aktualne oddaje, ki obravnavajo določene teme.

¹⁰ O-ton Marx (2004) opredeljuje kot zvok iz okolja. O-ton ali »original ton« je originalen, izviren zvok, ki prihaja s terena, kjer snemamo posnetek, in je lahko izjava, anketa ali izsek iz druge oddaje (Čakš 2007, 25). V. Laban (2007, 54) takšno vrsto zvoka v primeru televizije prevaja kot mednarodni ton, ki je izvirni, naravni zvok dogodka, ki ga snemalec posname hkrati s sliko. O-ton ali poslovenjeno mednarodni ton torej v radijski terminologiji pomeni originalni ton, tj. zvok iz realnega okolja.

Informativne oddaje so determinirane z ažurnostjo, so časovna konstanta in se pojavljajo v programu ob določenih terminih. Glede na čas predvajanja informativne oddaje (Čakš 2007, 21) razvrščamo v jutranje, dopoldanske, popoldanske, večerne in nočne. Informativne oddaje so na sporedu ponavadi ob polni uri,¹¹ v jutranjih programih je pogosto mogoče slišati tudi informativne oddaje, ki se pojavljajo na pol ure (Ohler 2004, 224). Ob polni uri so na sporedu obširnejše informativne oddaje, novice ali poročila, ob pol ure pa krajše – *flash* novice. Informativne oddaje na radiih so svojstven označevalec, kot ugotavlja Barnard (2000, 139), saj so prehodni element iz ene ure radijskega programa v drugo. To vlogo nosijo od jutra do večera, ponekod tudi ponoči. Čas predvajanja tudi vsebinsko in glede na obliko oddaje posnema dnevno rutino poslušalcev (Barnard 2000, 198) in se ji prilagaja.

Tematski obseg informativnih oddaj je pogojen z njihovim časovnim trajanjem, shemo in formatom radijskega programa. Tako so lahko oddaje sestavljene iz različnih tem ali so posvečene le eni temi, npr. poslovne ali športne vsebine. Pri pripravi informativnih oddaj morajo ustvarjalci upoštevati, da se poslušalec lahko na njihov program priklopi prvič šele pozno popoldne, zato oddaje ne smejo nikoli vsebovati le novic, ki so se zgodile v zadnji uri, ampak ravnotežje med dnevno najbolj aktualnimi novicami in tistimi najnovejšimi (Ohler 2004, 224). Besedila se ne smejo dobesedno ponavljati, da poslušalec ne dobi občutka poslušanja istega, tako ob osmih zjutraj kot ob petih popoldne. Novice skozi dan dobivajo nova dejstva, ozadja in to mora dopolnjevati novo objavljena besedila v informativnih oddajah. Večinoma radijske informativne oddaje sestavljajo vnaprej pripravljena besedila in posnetki, ki so z dolžino in obliko prilagojeni formatu oddaje (Čakš 2007, 23–26).

Osrednji vir informacij za poslušalce predstavljajo informativne oddaje dveh najpogostejših oblik – novice ali poročila, ki vsak dan ob istih urah prinašajo pregled trenutnega aktualnega dogajanja v različnih novinarskih žanrih in obsegu. Radijske informativne oddaje so od preostanka programa praviloma ločene z lastno zvočno identiteto, ki jo sestavljajo različna zvočna ločila – začetek, vmesni vsebinski sklopi, konec – in glasbene podlage.

¹¹ Informativne oddaje so lahko na sporedu tudi ob pol ure (npr. na Valu 202) ali pet minut pred polno uro (Radio Center), kar služi tudi kot pozicioniranje radijske postaje kot najhitrejšega prinašalca aktualnih novic.

Informativni program pogosto tvori jedro regionalnih radijskih programov s statusom posebnega pomena. Sestavljen je iz različnih vrst oddaj, ki vsebujejo različne novinarske žanre in imajo različne časovne obsege. Na komercialnih radijskih programih je pestrost informativnih oddaj ožja, pogosto predvajajo informativne oddaje samo enega tipa. Težko si predstavljamo, kot izpostavlja Ohler (2004, 225), da se klasične, 5-minutne novice z napovedjo kraja dogajanja novice in formalnim bralcem znajdejo v dinamičnem formatu za mlajše poslušalce, in obratno, novice z glasbeno podlago, izjavami in mladim novinarskim glasom ne morejo biti del programa narodnozabavnega radia ali takšnega s klasično glasbo.

3.3.1 Novice

Novice so najpogostejša oblika radijskih informativnih oddaj in so v različnih oblikah prisotne v domala vseh radijskih programih. Pogosto tvorijo jedro informativnega programa radijskih programov, ki ga pri nekaterih formatih dopolnjujejo še druge oblike informativnih oddaj. V Veliki Britaniji obstaja za novice termin *bulletin*, medtem ko v Združenih državah Amerike ta termin pomeni en del udarne novice, kar je v Veliki Britaniji poznano kot *flash news* (Boyd 2004, 126). Novice so vedno so na sporedu ob določenem času, ob polni uri, zjutraj ob pol ure ali pet minut pred uro (Stümpert 2004, 274). Osrednji žanr radijskih novic so vesti (Čakš 2007, 23). Zaradi dokaj kratkega časovnega intervala, ki preteče med eno in drugo oddajo, od njih poslušalci pričakujejo najvišjo stopnjo ažurnosti. Trajajo od dveh minut, kar je meja za kratke novice, do pet minut, kjer se začnejo poročila. Sestavljajo jih trenutno aktualne teme, ki so lahko nove ali pa so nadgradnja tem, posredovanih v preteklih informativnih oddajah, z novimi dejstvi.

Klasične novice, kot jih definira Marx (2004, 226), so zbir besedil, ki jih podaja en radijski glas, bralec informativnih oddaj ali novinar. Samo besedilo vesti je lahko v nadgrajenem formatu klasičnih novic dopolnjeno z različnimi tematskimi indeksi (nem. *Themenmarke*), ki na začetku vesti označujejo, o čem bo vest govorila, in označbami kraja (nem. *Ortsmarke*), ki prav tako na začetku vesti vodijo poslušalca geografsko od ene vesti k drugi. Vlogo vodila v vest in še večjo funkcijo pritegniti k poslušanju ima naslov, ki ni nujno vedno samo v zbiru več naslovov na začetku ali koncu informativne oddaje, ampak lahko stoji pred vsako vestjo (Marx 2004, 226–227).

Posebna oblika novic so **krajše novice**, t. i. *flash news*. Ponavadi služijo kot dopolnitev obstoječi shemi informativnih oddaj in stojijo med dvema oddajama, npr. ob pol ure, če so novice, poročila ali osrednja informativna oddaja na sporedu ob polni uri. Te oddaje dopolnjujejo tematsko, s funkcijo podajanja zadnjih novic, saj omogočajo le krajše povzemanje aktualnega dogajanja ali kratko uvajanje novosti v dogodkih. Marx (2004, 227–228) kratke novice opredeljuje kot največ dve minuti dolge informativne oddaje, pri čemer so lahko besedila različno strukturirana. Na začetku lahko stoji naslov, ki mu sledi ena poved, ki povzema bistvo dogajanja. Povedi sta lahko tudi dve. V zbiru drugih besedil se lahko pojavi tudi samo naslov, ki opomni na določeno temo.

V informativnih programih na slovenskih radijskih postajah lahko pogosto slišimo novice, ki vsebujejo različne glasove in posnetke, od bralcev, novinarjev, posnetkov s terena in sogovornikov, a vseeno ne presegajo časovnih okvirov klasičnih novic in ne uporabljajo drugega žanra kot vesti. Marx (2004, 228–229) takšne informativne oddaje poimenuje **o-ton novice** (nem. *O-T-Nachrichten*), ki imajo lahko v enem, dveh ali vseh besedilih zvočni posnetek, pri nas pa je v splošni rabi izraz novice, ki označuje takšno vrsto informativne oddaje. Na začetku takšne oddaje so lahko naslovi, ki uvajajo teme, poleg tega vsebujejo še vremensko napoved v krajši obliki, včasih tudi najaktualnejše stanje na cestah. Berejo jih dežurni novinarji in ne bralci. Takšne informativne oddaje, kot piše La Roche (2004), poskrbijo, da v besedilih ni citiranja, da 30 sekund ne zveni suhoparno in da namesto bralčevega razlaganja skozi golo besedilo to naredijo novinarji v svojih govornih prispevkih. Prav zaradi dinamičnosti, ustvarjene skozi časovno kratka besedila in glasovno pestrost, je ta format informativnih oddaj v zadnjem času izjemno priljubljen in široko uporabljen na radijskih programih. Zagotavlja časovno sprejemljivo, dokaj celovito obveščenost, ki ni zgolj golo nizanje dejstev, ampak zaradi drugih glasov ponuja kontekstualizacijo dogajanja. Z zvočno pestrostjo daje oddaji še dodatno kredibilnost, saj poslušalec sliši informacije iz oz. od originalnega vira, ne pa le od bralca informativnih oddaj.

Opredelitev novinarskega žanra, ki se pojavlja v teh informativnih oddajah in nosi zgoraj naštetе značilnosti, je problematična. Kljub temu, da ta informativni žanr ohranja lastnosti vesti (odgovarjala na 5K in ne nujno na Z), daje vtis veliko širšega konteksta, prav zaradi zvočne

pestrosti, čeprav ne prinaša nujno dodatnih dejstev, ki bi to utemeljevala. Takšen žanr, ki je na meji med razširjeno vestjo in poročilom, je značilen prav za o-ton novice in je zato pogost tudi na slovenskih radijskih programih, kar bomo podrobneje raziskovali v nadaljevanju naloge (podpoglavje 6.2.6), ko bomo obravnavali primere uporabe radijskih informativnih žanrov v analiziranih informativnih oddajah.

3.3.2 Poročila

Poročila so pogosto uporabljena forma informativnih oddaj na radijskih programih, ki so verjetno dobila ime po prevladujočem žanru, uporabljenem v tem tipu oddaj. V literaturi najdemo zanje različna poimenovanja, ki kažejo na njihov tematski značaj, kot so kronika (nem. *Chronik-Sendung*) ali pregled dogajanja (nem. *Umschau-Sendung*), ki jih uvaja Machatschke (2004, 231). Prevladujoči zvrsti sta poročilo in vest, prav tako se lahko pojavljajo komentarji, deli intervjujev ali tej vrsti informativne oddaje časovno prilagojene reportaže in novinarske zgodbe. Kot oddaja trajajo od pet do deset minut in načeloma niso posneta vnaprej (Čakš 2007, 26). Ta format oddaje je, kot izpostavlja Machatschke (2004, 231), pogosto uporabljen tudi za monotematske informativne oddaje različnih redakcij, kot je na primer uredništvo verskega, kulturnega ali političnega programa.

Poročila se začnejo z naslovi, ki poslušalca uvedejo v teme. Pri daljših oddajah so lahko uporabljeni tudi mednaslovi oz. napovedi tem, ki sledijo, pri čemer takšne naslove uvrstimo nekje na sredino oddaje (Machatschke 2004, 231). Glasovne podobe oddaje, kot še poudarja Machatschke, ne zaznamuje glasba, so pa lahko uporabljena zvočna ločila, ki v informativnih oddajah označujejo začetek in vmesne dele oz. rubrike ter zaključek. Za poročila je zaradi dolžine in pestrosti žanrov značilna glasovna pestrost, saj se poleg bralcev, ki so lahko tudi dežurni novinarji, pojavljajo še glasovi drugih novinarjev, sogovornikov, strokovnjakov ... Način vodenja takšnih oddaj je časovno kratek (napoved prispevka novinarja naj bi trajala 10–15 % celotnega besedila), natančen in informativen (Machatschke 2004, 233).

3.3.3 Osrednje informativne oddaje

Osrednje informativne oddaje (nem. *Umschau-Sendung*) prinašajo še bolj razširjen nabor tem od novic ali poročil in širše, bolj poglobljene informacije o dogajanju. V oddaji, ki traja od 20 do 60 minut, so strnjene najbolj pomembne zgodbe tekočega ali prejšnjega dneva (Boyd 2004, 127), ki so podane v daljših žanrskih oblikah, večinoma poročilih. Strukturo žanrov lahko dopolnjujejo različne oblike vesti, s čimer oddaja pridobiva pri širini obravnavanih tematik, ali komentarji, ki pa v slovenskem radijskem prostoru izginjajo in so večinoma prisotni le še znotraj kulturnih ali športnih vsebin. Dodatno pestrost in kredibilnost v teh oddajah gradi širok nabor novinarskih prispevkov, umeščenih v žanre, od pogovorov, izjav do telefonskih pogovorov (Marx 2004, 229).

Takšne vrste oddaj so na primer Dogodki in odmevi ali Radijski dnevnik na Radiu Slovenija ali »*Mittgasmagazin*« na nemškem radiu WDR 2, kjer, kot izpostavlja Buchholz (2004, 234), prinašajo pregled najaktualnejših dnevnih dogodkov skozi različne žanre. Regionalne radijske postaje s statusom programa posebnega pomena prav tako uporabljajo to obliko informativnih oddaj, a je lahko časovno krajša (od 10 do 15 minut), medtem ko se na komercialnih radijskih programih praviloma ne pojavlja.

3.3.4 Intervju

Intervju se na radiu pojavlja kot samostojna oddaja ali kot sestavni del drugih oddaj. Lahko so le intervjuji z eno osebo ali pogovor s širšim omizjem sogovornikov o izbrani temi (t. i. okrogle mize), so pa vseeno obema tipoma oddaj skupne določene lastnosti, ki jih lahko opredelimo skozi osnovne karakteristike intervjuja kot novinarskega žanra. Ko se intervjuji pojavijo v informativnih oddajah, voditelj ali novinar intervjuvata sogovornika (Hudson in Rowlands 2012, 361), a še takrat to niso intervjuji v dolžini samostojne oddaje, ampak so zvečine vezani na posamezno obravnavano tematiko. Tako se voditelj in sogovornik poglobita le v nekaj vprašanj, ki pojasnjujejo kontekst, ozadje ali širše dogajanje okoli obravnavanega dogodka.

3.4 RADIJSKI INFORMATIVNI ŽANRI

Radijski informativne zvrsti, uporabljene v informativnih oddajah, so se skozi čas izoblikovale iz novinarskih zvrsti tiskanih medijev. V slovenski novinarski teoriji za osnovno klasifikacijo stalnih oblik novinarskega sporočanja velja opredelitev novinarskih žanrov Mance Košir (1988), ki je skozi leta na področjih časopisnega novinarstva (Milosavljevič 2003) in televizije (Laban 2007) doživela določene nadgradnje. Pri radijskem novinarstvu posebne tipologije ni, zato, kot ugotavlja Lengar Verovnik (2009, 788), torej velja, da so radijske informativne zvrsti izšle iz časopisnih. Tako po tipizaciji Koširjeve med informativne zvrsti uvršča radijsko vest in radijsko poročilo, ki sta v radijskih informativnih programih najpogostejši obliki upovedovanja dogodkov. Med informativne zvrsti po Koširjevi uvrščamo še reportažno in pogovorno vrsto, med interpretativne pa komentatorsko, člankarsko in portretno vrsto. Novinarski žanr Koširjeva (1988, 31) opredeljuje kot »tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedovana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi«. Laban (2005, 34) pri proučevanju novinarskih žanrov izpostavlja, da so ti bolj dinamični in fleksibilni od novinarskih vrst, saj se hitreje spreminjajo, odmirajo in pojavljajo se novi; imajo vse lastnosti določene vrste, a se te lastnosti kažejo na določene načine.

Ob poslušanju informativnih oddaj, tako novic kot poročil, se poraja vprašanje, ali poslušalce informirajo samo z vestmi in poročili ali se pojavlja tudi hibridni žanr, ki je kombinacija radijske vesti in poročila oziroma v prejšnjih poglavjih opredeljenih lastnosti. Pogosto namreč radijsko besedilo nosi lastnosti kratke vesti ali vesti, saj odgovarja na 5K + Z (Laban 2005, 39, 42), in hkrati vsebuje radiofonske prvine, kot so anketa, posnetek dogodka ali izjave, včasih tudi več sogovornikov hkrati. Še vedno se takšno besedilo po obsegu (dolžina v sekundah) ne približa radijskemu poročilu, ki ponavadi traja od 1 do 2 minut in je značilno za daljše informativne oddaje. Vest namreč traja le od 20 do 40 sekund (Boyd 2004, 211), tudi če vsebuje hibridne lastnosti.

3.4.1 Vest

Vest¹² je osnovna oblika novinarskega izražanja in je večinoma prevladujoča zvrst v informativnih oddajah na radijskih programih. Med vesti sodijo kratka vest, razširjena vest, vest v nadaljevanju in naznanilo (Laban 2005, 38), ki upovedujejo manjše pretekle dogodke z relativno majhnim številom prvin, le žanr naznanilo napoveduje dogodke v prihodnosti. Uporabljajo se za upovedovanje ponavljajočih se dogodkov, o katerih poslušalec že ima osnovno znanje. Prav zato verjetno poslušalec, kot pravi Korošec (1998, 300), ne preverja resničnosti vesti, ampak jo sprejme kot tako. Kot pravi Laban (2005, 38), je vsak dogodek sicer enkratno dejanje, a v primeru vesti poslušalca zanimajo le novi, enkratni, individualni elementi, kar je odgovarjajoča forma za radijske informativne oddaje, npr. novice, ki so na sporedu vsako uro, in lahko iz ure v uro nadgrajujejo informacije o dogodkih ali dogajanju. Koširjeva (1988, 67–73) v definiciji vesti izpostavlja, da v njej ni prostora za poglobljeno informiranje ali iskanje vzrokov, saj želi biti poslušalec o dogodkih čim hitreje, ažurno obveščen. Prav na radiu, zaradi časovnih omejitev informativnih oddaj in znotraj njih časovno omejenih posameznih enot, v prevladujočem žanru vesti ne bomo našli analiziranja, širjenja ozadij in poglobljenega nizanja dejstev, saj za to ni prostora. Korošec (1998, 300) za vest določa naslednje karakteristike: kratkost, novost, aktualnost, resničnost, pomembnost in zanimivost, trdnost in enostavnost zgodbe, jezikovna jasnost, stvarnost, zgoščenost, natančnost in zanesljivost.

Kratko vest lahko prepoznamo kot najbolj osnovni podžanr novinarskega dela na radiu, saj je zaradi svojega kratkega obsega in informativne zgoščenosti primerna za različne dele programa, še posebej pa za informativne oddaje – novice, kratke novice in o-ton novice. V teoriji radijskih informativnih žanrov je kratka vest (angl. *copy*) največ 20-sekundna besedilna vsebina v informativni oddaji, ki jo posreduje bralec, in ne vsebuje drugih zvočnih prvin (Hudson in Rowlands 2012, 360). Kratka vest prinaša le osnovne informacije; odgovarja na osnovna štiri vprašanja, ki se sprašujejo po identifikacijskih znakih dogodka – KAJ se je zgodilo? KDAJ se je zgodilo? KJE se je zgodilo? KDO so bili nosilci dogodka? (Laban 2005, 39). Njena

¹² V vsakdanji rabi se namesto termina vest pogosto uporablja termin novica. Raba pojmov vest in novica na Katedri za novinarstvo na FDV ima jasno ločnico, ki jo ugotavlja tudi Korošec (1998, 299), saj novica pomeni vsebino vesti, tj. tisto novo, kar se upoveduje v vesti. Novica je prav zato lahko tudi ubesedena v kakšnem drugem novinarskem žanru.

zgradba je preprosta; sestavljena je iz kratkih in nezapletenih stavkov, napisanih v stvarnem, jasnem in jedrnatem jeziku. V. Laban navaja še druge lastnosti, ki so značilne za časopisno kratko vest in za radio ne pridejo v poštev. Edina sestavina, ki jo lahko vzporejamo, je naslov, včasih prisoten tudi v radijskih vesteh, bodisi kot sestavni del besedila ali ločeno, na začetku informativne oddaje.

Časovno dokaj kratka, a vsebinsko izčrpnjša in zato z bolj izraženo informativno močjo je razširjena vest. Kot jo definira Laban (2005, 42), za razliko od kratke vesti odgovarja še na dodatni vprašanji poleg osnovnih štirih: ZAKAJ se je zgodilo? KAKO se je zgodilo? V njej navajamo dodatne podatke, ki za identifikacijo dogodka niso nujno, zato je obsežnejša in ima obliko obrnjene piramide¹³. Najprej odgovori na vprašanja, ki so za dogodek najpomembnejša, kar v radijskem novinarstvu prepoznamo kot uvodno poved, s katero povemo bistvo, nadaljuje pa z odgovori na manj pomembna. Prav tako kot kratko vest jo lahko spremlja naslov pred besedilom znotraj oddaje ali pa je ta podan na začetku oddaje. V radijskih informativnih žanrih bi razširjena vest že lahko spremljal o-ton, kot smo ga opredelili zgoraj, in tako funkcijo podajanja dodatnih informacij navidezno ali dobesedno od avtorja besedila prevzame drug govorec. V novinarski teoriji se pojavlja kategorizacija vesti, ki so razčlenjene glede na obseg in zvočno podobo. Hudson in Rowlands (2012, 360) na meji med vestjo in poročilom uvajata žanr »voicer«, ki vsebuje bralčevo napoved vsebine in živo ali posneto poročanje novinarja. Marx (2004, 228–229) v zvrsti informativne oddaje novice prepozna več kategorij zvočnih posnetkov, ki sledijo bralčevemu uvodu v temo in nam lahko pomagajo umestiti zvočne posnetke v žanr vesti:

- izjave, ki jih posebej za ta namen dajo politiki, direktorji, predstavniki policije za odnose z javnostmi in drugi;
- izrezi iz pogovorov, novinarskih konferenc, intervjujev ...;
- dopisniki, ki poročajo ali analizirajo dogajanje;
- povzetki ali dodatni opisi kolegov iz redakcije.

K temu moramo dodati še vesti, ki jih napove bralec novic – dežurni novinar in so jih pripravili drugi novinarji v redakciji:

¹³ Model obrnjene piramide (angl. *inverted pyramid*) je ena izmed najbolj tradicionalnih oblik novinarskega upovedovanja. Informacije si v besedilu sledijo od najbolj pomembne proti najmanj pomembni (Laban 2005, 43).

- vesti ali oglašanja s terena drugih novinarjev, ki pokrivajo določena tematska področja.

Odzivnost radia kot medija je skozi razvoj informativnih žanrov generirala pojav podžanra vest v nadaljevanju, ki omogoča časovno odzivno in v najkrajšem času v eter posredovano sledenje dogajanju. Radijski programi lahko tako v informativnih oddajah, ki so na sporedu vsako uro, ažurno sledijo novostim, povezanim z določeno novico. Vest v nadaljevanju z več prvinami obvešča o velikem dogodku, o katerem ne more povedati vseh podatkov naenkrat ali pa se podatki o njem spreminjajo in dopolnjujejo, zato jih niza v nadaljevanjih (Laban 2005, 44). Struktura, ki jo definira Košir (1988, 73), je podrejena temu namenu; vest je nadaljevanje prejšnje, zato je na začetku prisotna kratka informacija, ki je občinstvu znana, potem pa sledijo novice, ki so nove. Vest v nadaljevanju je uporaben žanr pri velikih naravnih nesrečah, terorističnih napadih, požarih, nesrečah letal ali ladij oziroma pri drugih dogodkih, ki se razvijajo iz ure v uro in jih uredništva spremljajo.

Naznanilo se od preostalih vestičarskih vrst loči po uporabljenem času. Če kratka vest, razširjena vest in vest v nadaljevanju upovedujejo pretekle dogodke (kar pa ne pogojuje izbire preteklika, saj radio kot ažuren medij teži k rabi sedanjika), naznanilo napoveduje prihodnje, zato v njem uporabljamo prihodnjik. Naznanila uredništva uporabljajo za dogodke, ki si zaslužijo posebno pozornost (pomembnejši kulturni dogodki, okrogle mize, športna prvenstva, kongresi, proslave) (Laban 2005, 45). Laban še izpostavlja, da je naznanilo lahko kratko ali dolgo, napisano z naslovom in enim odstavkom ali več njimi. Najpomembnejše je zapisano takoj na začetku, kar v primeru naznanila pomenita vprašanji: Kje? in Kdaj?.

Vest je sestavljena iz dveh ključnih elementov – glave in telesa. Glavo, ki tvori začetek vesti in je njena uvodna poved Korošec (1988, 191) poimenuje vestično težišče. V tem delu vesti ubesedimo vestiški pravzorec z najnужnejšimi, za vest zadostnimi podatki. Ker je v glavi pravzorec že izpolnjen, mora nadaljevanje besedila, kot opozarja Korošec, prinesiti nadaljnje informacije. Ohler (2004, 209) izpostavlja, da lahko v določenih primerih zgodba prinaša toliko prvin, da jih je nemogoče strniti samo v uvodno poved, zato je nadaljnje pojasnjevanje izjemno pomembno. Vest se zato nadaljuje s telesom, ki je, kot ugotavlja Korošec (1988, 191), glede

vsebine vzročno pojasnjevanje, utemeljevanje, razlaga vsebine vestičnega težišča, časovno pa se nanaša na dogodke ali dogajanje pred dogodkom v vestičnem težišču.

3.4.2 Poročilo

Poročilo kot žanr ima na radiu prostor v dveh oblikah informativnih oddaj, osrednjih dnevno-informativnih oddajah in poročilih, ki so prevzela ime po prevladujočem žanru v njih. M. Košir (1988, 73–77) v to vrsto novinarskega sporočanja uvršča običajno poročilo, komentatorsko poročilo, reportersko poročilo, nekrolog in prikaz. Poročilo poleg osnovne informacije, kar uresničuje vest, podaja še potek dogodkov, jih opisuje, pojasnjuje in razlaga. Je časovno obsežnejši žanr, zato piscu omogoča navajanje vseh teh informacij. Predmet poročila ni dogodek, ampak dogajanje, potek in rezultat vnaprej napovedanih, predvidljivih dogodkov, ki so obsežnejši in imajo več prvin, kot so npr. novinarske konference, okrogle mize, sestanki političnih strank, seje odborov, govori, srečanja, obiski tujih politikov (Laban 2005, 46). Prav zaradi obsežnih dogodkov ali tem, ki so predmet poročil, Mitchell (2009, 120) izpostavlja pomembnost priprave na ta žanr, ko naj bi imel novinar jasen pregled nad materialom, ki ga zbral za svoj novinarski prispevek.

Običajno poročilo odgovarja na vprašanja KAJ se je dogajalo? KJE se je dogajalo? KDAJ se je dogajalo? in KDO so bili nosilci dogajanja? (Laban 2005, 46). Dokaj osnovna vprašanja Laban pojasnjuje s pričakovani občinstva, ki pričakujejo pripovedovanje o dogodku skozi enostavno nizanje dejstev, povezanih v dogajalski lok in podanih po kronološkem ali pomembnostnem redu. Pri prvem novinar podaja dejstva tako, kot so se v zgodbi zgodila, v drugem pa začne z najpomembnejšo informacijo in nadaljuje do najmanj pomembne. Povsem čiste strukture sicer obstajajo, a se v praksi pojavlja tudi kombinacija obeh načinov podajanja. Namen poročila je torej poslušalcu predstaviti kompleksnejše dogodke, kjer novinar v besedilu niza dejstva v smiselnem zaporedju (Boyd 2004, 69).

Poročilo sestavljata glava oz. vodilo in jedro. Vloga vodila je, da poslušalca vpelje v dogodek skozi najpomembnejše informacije in napoveduje nadaljevanje, zato tam ni prostora za nepomembne informacije (točen čas, naslov, imena in starosti vpletenih); vsebuje najbolj pomembno in konkretno informacijo o dogodku, pri čemer ne sme vsebovati preveč

informacij ali presplošne, ampak nenavadne in enkratne vidike dogodka (Laban 2005, 47–48). Boyd (2004, 70) vodilu pripisuje naslednje vloge: izpostaviti najpomembnejše dejstvo, privabiti pozornost, zbuditi zanimanje in nakazati nadaljevanje dogodka ali dogajanja, ki ga novinar obdeluje. V nadaljevanju jedro informacije iz vodila razširi, pojasni, podkrepi s primeri in razdela, pogosto predstavi nove informacije, organizirane po pomembnosti, in ozadje dogodka. Gage (1999, 20) jedrnemu delu pripisuje vlogo informiranja, kjer novinar, kljub obsežnemu gradivu, ne sme pretiravati z dolžino besedila, da bodo poslušalci povedanemu lahko sledili. V jedru poročila informacije pogosto dopolnjujejo zvočne izjave s terena ali posnetki preko telefona in pogovori v radijskem studiu. Takšno glasovno pestro podajanje informacij dela radijsko poročilo za izjemno kompleksen žanr, ki poslušalcu na slikovit način omogoča vpogled v dogodek in njegove dimenzije.

Radijska poročila lahko delimo glede na obseg in vrsto vključenih zvočnih posnetkov. Zaradi večjega števila govornih prvih lahko med poročilo uvrstimo t. i. *wrap* ali poslovenjeno ovojo, ki je zvočno poročilo z bralčevo napovedjo in enim ali več posnetimi govornimi izseki, ki ponavadi izhajajo iz intervjuja. *Package* ali prevedeno paket je kompleksnejši žanr, ki vsebuje bralčevo napoved in več posnetkov, od intervjuja, komentarja o aktualnosti ali posnetka s kraja dogodka in glasbe. Prav tako sem sodita *clip* oziroma prevedeno posnetek ter *grab*, prevedeno kot zajetje, ki ju sestavljajo bralčeva napoved in izseki iz daljših intervjujev. *Two-ways* ali dvogovore sestavljajo izmenjave vprašanj in odgovorov med novinarjem, ki pokriva zgodbo, in sogovornikom, lahko v živo ali posneto (Hudson in Rowlands 2012, 360).

Kot past poročila Laban (2005, 46) navaja, da je zaradi širšega nabora informacij v tem žanru večja možnost manipuliranja s stvarnostjo kot pri vesti; nabor posredovanih informacij je namreč v celoti stvar novinarjeve ali urednikove presoje. To je še posebej izrazito pri radijskih poročilih, kjer je morebitna vključitev glasovnih posnetkov sogovornikov, ki govorijo o temi, povsem stvar novinarjev, njihove presoje in angažiranosti.

3.4.3 Anketa

Anketa je žanr pogovorne vrste, saj po M. Košir (1988, 80) sodi v pogovorno vrsto novinarskega sporočanja, in kot jo opredeljujeta Hudson in Rowlands (2012, 360), je niz kratkih, obdelanih

komentarjev javnosti. Z njo želimo občinstvu predstaviti mnenje selektivno izbranega števila sogovornikov, ki jih izberejo novinarji, zato to niso reprezentativne predstavitve javnega mnenja, ampak zgolj prikaz mnenj dela javnosti, kar je na radiu še posebej slikovito zaradi zvočnega prepleta različnih glasov sogovornikov. Laban (2005, 57) izpostavlja, da je namen ankete predstaviti čim bolj različna mnenja, ocene in stališča različnih ljudi (različnih slojev, starosti, poklicev, spolov ...) o trenutno aktualnem oziroma zanimivem dogodku ali vprašanju. Pri tem poudarja, da je izbira sogovornikov vedno stvar odločitve novinarja, zato anketa skozi takšen nereprezentativni vzorec vprašanih nikakor ne more predstavljati večinskega mnenja javnosti o določeni temi, ampak je namenjena predvsem popestritvi novinarskega upovedovanja določenega dogodka. Anketa sodi med informativne novinarske zvrsti, zato avtor nikoli ne komentira dogodka, ampak o njem predstavi konkretne podatke, ki kažejo na to, da je tematika zanimiva, pereča in/ali trenutno aktualna.

Na radiu je lahko anketa uporabljena kot samostojna vsebina v programu, sestavni del različnih vrst oddaj, tudi informativnih, kjer je lahko vključena v poročilo. V tem primeru jo na začetku spremlja napoved bralca ali je sestavni del drugega žanra, ponavadi poročila (Hudson in Rowlands 2012, 360). Pri pripravi ankete mora novinar paziti, da so dolžine pogovorov, izbranih za eter, podobne in da nehote z daljšim ali krajšim trajanjem ne preferira določenih mnenj in stališč.

3.4.4 Intervju

Intervju Korošec (1998, 245) opredeljuje kot poročevalski žanr, kjer jezikovna stran temelji na dvogovoru kot jezikovni (in nejezikovni) dejavnosti praviloma dveh oseb. Na ravni besedilne uresničitve pri radijskem intervjuju poteka ta skozi govorjeno besedilo, ki je usmerjeno k poslušalcem, tj. javnosti. Lengar Verovnik (2012, 33) izpostavlja, da je med radijskimi dvogovornimi žanri smiselna delitev na tiste, ki nastanejo z več priprave (intervjuji), in take, ki nastanejo z manj priprave (pogovori). Z novinarskega vidika gre predvsem za razliko v stopnji empatije (vživljanja v sogovorca) in poglobljenosti, kar sta ključni značilnosti dobrega intervjuja, in kot še ugotavlja, so v primeru radijskega intervjuja ti za razliko od televizijskih načeloma daljši, namenjene so jim celotne (redne) oddaje, torej imajo radijski novinarji več časa in možnosti za poglobljene, bolj temeljite in empatične prispevke.

Intervju je strukturiran pogovor s postavljenimi vprašanji in podanimi odgovori, pri čemer je zastavljanje vprašanj, kot opozarja Milosavljevič (2005, 136), eno od ključnih novinarskih orodij za pridobivanje informacij in interpretacij. Pri tem je po njegovem poznavanju načel in značilnosti intervjuja ključno za delo vsakega novinarja, ne glede na to, v katerem mediju ali na tematskem področju deluje. M. Košir (1988, 82) intervju opredeljuje kot »pogovorno vrsto novinarskega sporočanja informativne zvrsti, ki sporoča o po novinarju poizvedenem pogovoru z javnostjo zanimivo osebnostjo ali o aktualni tematiki tako, da odgovarja naslovnik na vprašanja, ki so spodbujena s praviloma vnaprejšnjim vedenjem o udeležencih ali o temi pogovora«.

Lengar Verovnik (2012) skozi klasifikacijo uvaja tri vrste radijskih intervjujev: informativni, mnenjski in osebni. S stališča proučevanja radijskih informativnih žanrov je kot osnova zagotovo najbolj pomemben in prevladujoč prvi tip. »V informativnih intervjujih novinar opravlja vlogo spodbujevalca, motivatorja sogovorca. Namen te vrste intervjuja je občinstvo informirati o aktualnem dogajanju ali dogodku. Intervjuvanec v njem nastopa kot strokovnjak s področja, o katerem teče pogovor, ali kot aktivni udeleženec/očividec nekega dogodka oziroma dogajanja. Kadar tema ni povezana z aktualnim dogajanjem, je v ospredju navadno izobraževalna prvina /.../. V informativnih intervjujih je lahko sogovorcev več« (Lengar Verovnik, 2012, 34).

Na radiu lahko po načinu podajanja v eter ločimo med intervjuji, ki potekajo v živo, in tistimi, ki so posneti ter so lahko tudi redne tedenske samostojne oddaje. Tematsko v teoriji radijskega novinarstva velja, da mora biti intervju o resnih temah kratek in usmerjen v bistvo, tisti o zgodbah je lahko bolj sproščen in daljši, pri čemer so lahko sogovorniki različni, od politikov do rock zvezd ali kolegov novinarjev (Hudson in Rowlands 2012, 80, 92). Namen intervjujev v živo v informativnem programu je poročati s kraja dogajanja in tako ugotoviti, kaj se je zgodilo. S takšnim pristopom podamo nova dejstva, odpremo priložnosti za nadaljnje raziskovanje zgodbe in damo priložnost za komentiranje dogajanja (Boyd 2004, 240–241; Hudson in Rowlands 2012, 93). So krajši od klasičnih intervjujev in trajajo od 90 sekund do treh minut,¹⁴ pri čemer so lahko v specializiranih programih tudi daljši ter so lahko sestavni del informativne

¹⁴ Podoben čas trajanja, okoli tri minute, za televizijski intervju ugotavlja tudi Laban (2007, 125).

oddaje ali samostojna oddaja znotraj programa. Prav tako so lahko izseki iz posnetega intervjuja umeščeni kot samostojne enote znotraj informativne oddaje (Boyd 2004, 242).

3.4.5 Vremenske in cestne informacije

Radijske informativne oddaje poleg zgoraj navedenih žanrov sestavljajo tudi servisni informativni žanri, ki podajajo informacije o vremenu in stanju na cestah. Lahko segajo zgolj od kratke, enostavčne vesti v naslovnem delu oddaje do obširnejših poročil na koncu. Te informacije bi bilo težko umestiti v samostojni žanr, saj ne izpolnjujejo osnovnih kriterijev vsebinske delitve (npr. za vest: Kdo? Kje? Kdaj? Kaj? Kam? in Zakaj?), kljub temu pa prinašajo določen obseg informacij, povezanih s to tematiko. Vremenske in cestne informacije ponavadi ne prinašajo razlag, zakaj se je pojavi določen tip vremena ali zakaj je na cesti zastoj oz. prometna nesreča.

Vremenske napovedi so sestavni deli informativnih oddaj. Nekatere jih v skrajšani obliki uvrščajo na začetek kot samostojno enoto ali kot del napovednika vsebin. V večini informativnih oddaj na koncu sledi vremenska napoved, ki je lahko časovno prilagojena glede na splošno trajanje informativne oddaje, in tako informativne oddaje ne presežejo predvidenega časa trajanja (Hudson in Rowlands 2012, 360).

4 PRODUKCIJA RADIJSKIH INFORMATIVNIH ODDAJ

Količina informativnih oddaj, ki jih na dan pripravi radijski program, je zelo različna, pogojena s formatom in programsko shemo. Prav tako so različne oblike oddaj in žanrov v njih. A v splošnem je vsem oddajam skupno to, da poslušalci v njih pričakujejo aktualne in ažurne informacije. Če velja, da radijski programi ponavljajo glasbo, je pri informativnih vsebinah stvar bolj zapletena. Odziv poslušalcev na vedno eno in isto vest zagotovo ne bi bil dober, saj takšen pristop ne bi izpolnjeval osnovnega poslanstva radia – vedno prinašati nekaj novega. Informativni program na radiu, tudi ko ponavlja temo, vedno dodaja nekaj novega (Barnard 2000, 199). Osnovnim dejstvom dodaja nova, nove izjave, komentarje strokovnjakov, in kot še opozarja Barnard, je namen pri poslušalcu ustvariti občutek, da bo zamudil nekaj pomembnega, če ne bo še naprej poslušal programa. Priprava in razvrščanje vsebin v informativnih oddajah je zato kompleksen proces, ki terja upoštevanje različnih parametrov, od formata programa, dnevne programske sheme, izbire novic in dogodkov, internih pravil uredništva, radijskega jezika in govora do končne realizacije v etru. Pri tem se, kot izpostavlja Boyd (2004, 146), noben medij ne more zanesti na zvesto občinstvo, ampak se na medijskem trgu bori za svoj del poslušalcev.

Priprava vsebin informativnih oddaj na radiu se tako kot v vsakem uredništvu ponavadi začne na jutranjem sestanku, na katerem novinarji in uredniki določijo teme, ki jih bodo tisti dan obdelali, in določijo še morebitne druge naloge, če je redakcija integrirana in zahteva obdelavo tem še za druge platforme. Uredniki pričakujejo, da novinarji poznajo svoja področja in da predlagajo teme, na urednikih pa je sugestija, kaj obdelati in kako. Obdelava posamezne teme se začne z zbiranjem in obdelavo podatkov, ki so že na voljo. Temu sledijo nadaljnji koraki, ki se od medija do medija razlikujejo. Verjetno si ne predstavljamo radijske informativne oddaje brez vsaj enega zvoka, ki prihaja izven uredništva. Najboljše radijsko novinarstvo je »živahno«, opisno in odpelje poslušalca v zgodbo (Holmes in drugi 2009, 86). Snemanje na terenu ustvarja atmosfero in daje smisel zgodbi, zato je zelo pomembno, da se odločimo, katere posnetke sogovornikov ali iz okolja potrebujemo za svojo zgodbo, kam se moramo za to odpeljati, koga poklicati in kdaj. Prav tako (Brooks in drugi 2002, 409–410) je zelo pomembno, kako novinar zaradi časovnega pritiska po čimprejšnji objavi zgodbe to zapiše – strnjeno in jasno.

Pri sami izbiri novic za informativne oddaje je pomembno, kako mediji svoje vrednote in uredniško politiko prenašajo na novinarske ekipe, za kar se pojavlja termin »socializacija v uredništvu« (angl. *newsroom socialisation*), ki ga uvajata Starkey in Crissel (2009, 66–67). Za skupno enotno podobo informativnega programa je torej ključno, kako mediji te svoje vrednote in uredniško politiko prenašajo na vsakega posameznika v uredništvu. Za poslušalca je ključno, da informativne oddaje prinašajo enotno linijo pri izbiri novic, njihovi ubeseditvi in produkciji, saj bi lahko pristopi k tej nalogi, ki bi se razlikovali od novinarja do novinarja, povzročili zmedo. Takšen prenos vrednot vključuje eksplicitno (formalno in vodstveno) in implicitno (neformalno in kolegialno) komponento, kot navajata Starkey in Crissel (2009, 66).

Pri proučevanju produkcijskih in prezentacijskih praks v radijskih programih se pojavi vprašanje, ali se med radii s statusom posebnega pomena in komercialnimi radii pojavljajo enake razlike v tipu novinarstva, kot ga Lengar Verovnik (2013) opredeljuje v odnosu javni nacionalni radio – komercialni nacionalni radio. V tem primeru namreč velja, da javni servis, ki so mu najbližje radii s statusom posebnega pomena, uporablja normativno novinarstvo¹⁵, ki ima za osnovno nalogo obveščanje javnosti o zanjo pomembnih zadevah in kjer te vsebine izbirajo novinarji, uredniki. Za komercialne radie velja, da izbor novic določa zavedanje o strukturi ciljnega občinstva, ki mu je medij namenjen in čemur se prilagajajo ostale programske vsebine, od glasbe do zabavnih vsebin in dogodkov za poslušalce. Tako so na komercialnih radiih odbiralci ne le novinar in urednik, kot je to na radiih s statusom, ampak tudi oglaševalec in potrošnik (Niblock in Marchin, 2007), zato poleg dejavnikov objavnosti vrednosti v procesu oblikovanja vsebin za informativne oddaje v ospredje prihajajo življenjskostilne značilnosti ciljnih občinstev, njihova stališča, mnenja, prepričanja, pritožbe in interesi in potrošniške navade (Lengar Verovnik 2013, 242).

V procesu priprave informativne oddaje je po izbiri teme zagotovo ključna izbira žanra, v katerem jo bo novinar posredoval poslušalcem. Poleg vesti in poročil z vsemi podžanri novinarji uporabljajo tudi hibridni žanr, ki smo ga opredelili v prejšnjem poglavju in ki ga lahko slišimo na komercialnih, javnih ali programih posebnega pomena. V povezavi s tako časovno

¹⁵ V Lengar Verovnik (2013, 242) je normativno novinarstvo opredeljeno kot »novinarstvo, značilno za programe javnega servisa, ki ima za primarno nalogo obveščati javnost o zanjo pomembnih zadevah. V procesu tvorjenja novinarskih besedil o relevantnosti vsebin odločajo odbiralci, pri čemer jih primarno vodijo dejavniki objavnosti vrednosti«.

omejenimi žanri mora novinar še posebej upoštevati lastnosti radijskega jezika upovedovanja, ki vključujejo (Hilliard 2011, 163) ustvarjanje živih slik z besedami, tj. posredovanje jasnih in presenetljivih vizualnih podob skozi besede.

Prehajanje med različnimi žanri, vrstami informativnih oddaj in cilji, ki jim sledi radijska postaja, zahtevajo od novinarjev več kot le znanje priprave in produkcije klasičnih novinarskih zvrsti, kot sta vest in poročilo. Purdey (2000, 343) na podlagi svoje raziskave radijske novinarje danes vidi kot visoko motivirane osebe, ki se zlahka priučijo novih veščin, se dobro znajdejo v delovnem okolju in se lahko odzovejo na vsako novico. Prav tako je pomembna sposobnost hitrega razumevanja informacij, ne pa nujno tudi zmožnost povezovanja. Te lastnosti omogočajo reduciranje informacij iz obsežnejših form in različnih platform v časovno in stilno omejene okvire radijskih vesti, poročil ali hibridnega žanra.

Radijski jezik v informativnih oddajah terja dobro poznavanje vsebine, da bi lahko sledili časovnim omejitvam, ki jih prinašajo radijski informativni žanri. Mitchell (2009, 116) izpostavlja, da je naloga radijskega novinarja izkoristiti moč zvoka, s katerim poslušalca pripelje v zgodbo, na dogodke, o katerih poroča. Radijski govor, ki spremlja te posnetke, naj bi bil čim bolj podoben vsakodnevnemu. Jezik in struktura povedi v besedilih naj bi bila preprostejša kot na primer v tisku, informacije manj kompleksne, a z izpostavljenimi podrobnostmi. Kot še opozarja, je v praksi nemogoče ločiti med pisanjem za radio in radijskim branjem, saj gre že pri pisanju za zapis govorne besede.

4.1 IZBIRA NOVIC ZA INFORMATIVNE ODDAJE

Viri so osnova novinarskega dela in vsebina informativne oddaje je sestavljena iz različnih virov. Ko se zgodba pojavi v več medijih, je to posledica podobnih novičarskih kriterijev in tega, kako mediji obravnavajo določene primarne vire (Barnard 2000, 144). Za Barnarda so to tiskovne agencije, ki imajo primarno vlogo v določanju globalnih zgodb v informativnih oddajah. Drugi pomemben vir so lahko ostali mediji, kar je po njegovem še posebej pogosto na radiih, ki nenehno opazujejo, o čem poročajo televizija, tisk in internet. Pri tem ne smemo pozabiti na novinarje, ki so sestavni deli uredništev in ki prav tako kot primarni viri ali kot tisti, ki dobivajo ideje za zgodbe v drugih virih, prinašajo teme v informativne oddaje. Različni

teoretiki navajajo dokaj podobne vire novinarjev (npr. Boyd 2004, 29; Gage 1999, 28–50; Hudson in Rowlands 2012, 51–65; Harcup 2004, 46):

- politiki,
- skupine pritiska,
- psevdodogodki (angl. *staged events*),
- sporočila za medije,
- tiskovne agencije,
- (radijske) mreže,
- ostali mediji,
- internet,
- referenčna literatura,
- arhivi,
- družbeni mediji.

Barnard (2000, 148) izpostavlja, da se informativni programi na radiih razlikujejo po tem, kakšno geografsko območje pokrivajo, od tega pa je lahko odvisna tudi potreba po virih. Ni namreč nujno, da se vsi tipi virov pojavljajo na vseh ravneh delovanja medijev, npr. skupine pritiska ali tiskovne agencije na lokalni ravni.

Pri opredeljevanju virov je treba opozoriti na pojav različnih dimenzij moči in prodora v medije. Pri prehajanju od informacij do zgodb v informativnih oddajah so veliko uspešnejši viri iz podjetij ali družbenih skupin, ki razumejo način delovanja novinarskih redakcij (Manning 2001, 67), na kar niso imuni ne komercialni radii ne radii s statusom posebnega pomena. Njihov obstoj na trgu je namreč odvisen prav od tega, kako zadovoljijo potrebe svojega občinstva (Campbell 2004, 56), katerega člani so tudi oglaševalci, ki so lahko prav ta podjetja in skupine. Novinarji se pri svojem delu srečujejo z vedno bolj tržno usmerjeno kulturo, ne glede na to, v kakšnem mediju, glede na status, delajo (Purdey 2000, 330). Pri svojem delu se zato prilagajajo interesu poslušalcev, torej tudi oglaševalcev, in temu, kaj morajo ti izvedeti, da radio vzamejo za svoj vir informacij.

Dnevna izbira novic za informativne oddaje je ponavadi skupek več različnih dejavnikov, ki so konsenz parametrov izbire in obsegajo: pomembnost, aktualnost in trenutnost (Čakš 2007,

16–17), lokalnost, nacionalnost ali mednarodnost teme ter različne tipe uravnoveženosti, od geografske in žanrske do vsebinske. Ne moremo pričakovati, da bodo vsi radii posvečali isto pozornost in v enaki meri podrobno obdelali izbrane teme, se bodo pa te teme znotraj posameznega dneva zagotovo delno ali v celoti prekrivale, kar bo zanimivo proučevati na regionalni ravni, saj je nabor vsebin iz regionalnega okolja omejen. Vseeno se velja pri izbiri tem za informativne oddaje, ne glede na to, ali gre za nacionalni, regionalni ali lokalni radijski program, držati splošnih novičarskih kriterijev (dejavniki objave vrednosti),¹⁶ kot jih izpostavlja novinarska teorija, ki jo povzema Laban (2005, 35–36):

- *Širina vpliva: Dogodek je tem pomembnejši, čim več ljudi zadeva in čim bolj neposreden je njegov vpliv.*
- *Zemljepisna širina: Bližje ko se dogodek zgodi ali dogaja, večja je verjetnost, da bo zanimal ciljno občinstvo.*
- *Časovnost: Bolj kot je novica sveža, pomembnejša je. O dogodku se poroča takoj, ko je mogoče.*
- *Prominentnost: Poudarek je na poročanju o pomembnih in znanih ljudeh – kaj delajo, kako živijo, s kom se družijo itd.*
- *Novost, nenavadnost: Nenavadni, nepričakovani in redki dogodki, ki jih večina ljudi nikoli ne doživi neposredno, so za občinstvo zelo zanimivi, pritegnejo pozornost in zbujajo domišljijo.*
- *Konfliktnost: Umori, atentati, vojne, napadi in demonstracije pritegnejo pozornost občinstva.*

Ne glede na to, ali so viri novinarji sami ali so to institucionalizirani viri, kot so tiskovne agencije, službe za odnose z javnostmi in drugi, morajo biti uredniki, ki pripravljajo informativne oddaje, še posebej pozorni pri presoji vrednosti informacij in njihove zanesljivosti (Hilliard 2011, 129). Univerzalnih kriterijev za izbiro vsebine informativnih oddaj ni. Pri izbiri vsebine je ključno upoštevanje normativnih novičarskih vrednot,¹⁷ ki veljajo za novinarske ideale, h katerim teži novinar pri svojem delu, ter deskriptivnih novičarskih

¹⁶ Donsbach (2004) dejavnike objave vrednosti definira kot profesionalno presojo tistih značilnosti zgodbe, ki zgodbo delajo vredno, da se o njej poroča.

¹⁷ Sem sodi odnos do resnice, ki vključuje natančnost, iskrenost in razumevanje trenutnih dogodkov, ki prinaša zmožnost kritične interpretacije razmerij med dogodki v času in prostoru.

vrednot,¹⁸ ki so realne in nam pomagajo razumeti, zakaj včasih izbor novic ni v skladu z novinarskimi ideali (Harrison 2009, 60–67). Dimenziji nista ločeni, ampak se prepleteta, kar se kaže v vsakodnevni oddajah uredništev. Posebej pomembno je, da se vse tri dimenzije deskriptivnih vrednosti (organizacijska, notranja in socializacijska) med seboj ne izključujejo, ampak se prekrivajo, zato so uredništva prostor vsakodnevnega konsenza. Prav deskriptivne vrednote omogočajo, da vidimo, zakaj novinarskim idealom uredništva ne sledijo vedno oziroma jim ne morejo slediti. Različni teoretiki (Boyd 2004, 19; Harrison 2009, 65) pri izbiri novic izpostavljajo »čut« novinarjev pri presoji, kaj je pomembno in vredno objave. Novinar je nenazadnje tisti, ki kot subjekt nadzira temeljne procese v medijski realnosti; zbira informacije, izbira dogodke in dejstva ter oblikuje sporočila (Poler Kovačič 2004, 24). Laban (2005, 35) izpostavlja, da se mnogo teorij ukvarja s procesom izbire vsebin, ampak pravila nikakor niso absolutna, temveč spremenljiva v času in prostoru.

V današnji ponudbi se bo le stežka zgodilo, da bo novinar v novinarski prispevek vključil vse informacije, ki jih je pridobil, prav tako je časovno omejen glede izbranega žanra. Ta segment priprave prispevkov lahko olajšujejo uredniška pravila, po katerih novinarji umeščajo vsebine v informativne oddaje. Ko novinar prepozna novico kot vredno objave, so mu pri nadaljnjem pisanju v pomoč naslednja osnovna vprašanja (npr. Crook 1998, 26; Boyd 2004, 70; Harcup 2004, 2; Laban 2005, 36):

- Kdo?
- Kaj?
- Kje?
- Kdaj?
- Kako?
- Zakaj?

Ta vprašanja pomagajo novinarju pri oblikovanju novinarskega besedila, in glede na to, koliko odgovorov lahko pridobi, se odloči za ustrezen žanr, ki ga lahko prepoznamo prav po tem, na koliko različnih vprašanj odgovarja (Košir 1988, 46).

¹⁸ Med deskriptivne novičarske vrednote sodijo vrednote posameznega medija (organizacijske), notranje novičarske vrednote (notranje) in vrednote, ki se izoblikujejo znotraj uredništev (socializacijske).

4.2 PISANJE ZA RADIO

Radijska stilistika se je izoblikovala skozi leta, z razvojem samega medija, kar smo opredelili v prejšnjem poglavju. Od čisto časopisnih besedil, ki so jih brali v radijski eter, se je vzporedno razvijal slog, ki je upošteval govorno podobo medija ter zahteval drugačno izbiro besedišča in strukturo besedil. Za informativne vsebine, kot jih definira Ohler (2004, 207), je značilno, da ne vsebujejo nič odvečnega, so verodostojne in se ločujejo od mnenjskih žanrov. Prav zato je poseben tudi njihov jezik, saj so zaradi strogih žanrskih in stilističnih pravil razmeroma preprosto razumljive. Kot opozarja Gage (1999, 18), poslušalec nima možnosti vračanja nazaj v besedilu, kot jo ima bralec časopisa. Prav zato je ključna izbira besed, ki so poslušalcu razumljive takoj ob poslušanju. Pri pisanju za radio pogosto slišimo različna poimenovanja: pisanje za uho (angl. *writting for ear*) ali »*write the way you talk*«, ki ga Brooks in drugi (2002, 411) dajejo kot izhodišče pri pisanju za radio ali televizijo, pri čemer naj bi pisci oblikovali preprosta besedila z nezapletenimi povedmi, ki naj bi čim bolj spominjala na vsakdanji govor, a brez pogovornosti in slovničnih nepravilnosti.

Lengar Verovnik (2012, 28–29) opredeljuje značilnosti radijskega jezika na podlagi raziskovanja različnih teoretskih pristopov in jih strni v naslednje razlike glede na tiskane medije:

- *poslušanje radia v primerjavi z branjem zahteva manjšo mero osredotočanja, lahko gre le za spremljevalno dejavnost (ob neki drugi aktivnosti, denimo vožnji avtomobila, gospodinskih opravilih ipd.). Na ravni praktične stilistike to pomeni zahtevo po izbiri nekompleksnih stavčnih zgradb, ustrezne leksike, razločnejšo oziroma izrazitejšo artikulacijo; na vsebinski ravni pa dajanje prednosti konkretnemu pred abstraktnim (kadar to seveda dopušča tema);*
- *poslušalec je pri sprejemanju sporočila omejen na čas oddajanja, slišane (načeloma) ne more ponovno poslušati. Pred tvorca (novinarja) to postavlja zahtevo po takem oblikovanju besedila, da čim manj obremenjuje poslušalčevo pomnjenje. To pomeni krajše in manj zapletene povedi kot v tisku, izbiro čim nevtralnejše leksike ... Tudi hitrost govora mora ustrezati zmožnosti naslovnikovega dekodiranja sporočila;*
- *za razliko od tiska naslovnik nima pregleda nad jezikovnim sporočilom kot celoto – novinar mora zato besedilo smiselno graditi in členiti v skladu z načeli kohezije in koherence kot konstitutivnih načel oblikovanja besedil, pri tem pa v skladu z načelom*

situacijskosti naslovnika tudi ves čas opozarjati na to, kar je (časovno in vsebinsko gledano) že bilo, ter na to, kar sledi; ne sme ga preobremeniti s podatki, temveč jih mora podajati čim bolj postopno in v mediju prilagojeni obliki, pri čemer se drži načela linearnosti (za razliko od tiska, ki omogoča tudi drugačno branje in zato drugačno gradnjo besedilnega sveta).

Razlike glede na neposredno govorno interakcijo:

- *poslušalčev edini stik z radijskim sporočilom je slušni, kar ima dvojno implikacijo. Tvorec mora verbalizirati tisti del vizualnega konteksta, za katerega presodi, da je pomemben za pravilno razumevanje sporočila, oziroma ki poslušalcu pomaga ustvarjati vizualno predstavo o prvotnem govornem dogodku. Pozoren pa mora biti tudi na sporočilnost, ki jo oblikuje z izbiro prvin stavčne fonetike (ustrezne intonacije, poudarkov, hitrosti, relativne višine, tudi barve govora) in z rabo parajezikovnih sredstev – slišnih signalov, ki jim poslušalec pripiše kontekstualni pomen (smeh, vzdih ipd.);*
- *razumevanje pri neposredni interakciji olajšujejo geste in mimika sodelujočih; pri televizijskih pogovorih so lahko uporabljena dodatna vizualna sredstva (gibljiva slika, grafikoni ipd.). Odsotnost vizualnega konteksta zahteva višjo stopnjo redundance – na ravni jezikovnih izbir torej prej ponavljanje kot variiranje. To pomeni tudi večjo predvidljivost in konvencionalnost govora kot pri neposredni interakciji;*
- *odsotnost naslovnika pomeni tudi umanjkanje takojšnjega odziva, zato govorec ne ve, kako je bilo sprejeto njegovo sporočilo, oziroma v primeru dvogovornih žanrov, kako je bil sprejet govorni dogodek, diskurz; pri tem si lahko pomaga z umišljanjem idealnega poslušalca (idealnega v smislu modela, vendar gre za kompleksno problematiko /.../).*

Ko govorimo o radijskih besedilih, jih moramo umestiti v klasifikacijo funkcijskih zvrsti slovenskega knjižnega jezika. Kalin Golob povzema J. Toporišiča in znotraj funkcijski zvrsti prepozna naslednje (2005, 86): praktičnosporazumevalna, strokovna, znanstvena in publicistična zvrst, pri čemer radijska besedila sodijo v slednjo. Vanjo umeščamo različne tipe besedil, ki se ločijo po lastnostih publicističnega stilnega tipa (Korošec 1998, 10). Publicistična funkcijska zvrst se deli na podpodročja, kamor se uvršča tudi poročevalstvo, ki ga Kalin Golob (2005, 90–92) opredeljuje kot »ožje publicistično dejavnost, praviloma dnevnikovega obveščanja javnosti o dogodku in dogajanju iz tistih sfer življenja, ki so našemu spoznanju

dostopne in nas zanimajo«. Kalin Golob še opozarja, da moramo poročevalska besedila obravnavati kot del publicistične zvrsti, omejene na časopisna (radijska, televizijska) dnevniška besedila. Pri proučevanju poročevalskih besedil moramo upoštevati poročevalski stil, ki se uresničuje v poročevalskih besedilih, medtem ko ta tvorijo poročevalsko podzvrst publicistične funkcijske zvrsti. Če upoštevamo teorije novinarskih žanrov, jih lahko nadalje delimo na informativno¹⁹ in interpretativno²⁰ zvrst novinarskih besedil.

Radijska besedila, pripravljena za informativni program, se ločijo od ostalih novinarskih besedil za druge medije. Kako izločiti najpomembnejše dejstvo, ga ustrezno podati s pričakovanim besediščem in z umeščanjem v pričakovano formo, je najpomembnejša naloga piscev informativnih vsebin (Ohler 2004, 207–208). To še posebej pride do izraza pri oblikovanju uvodne povedi besedila (nem. *Leadsatz*, angl. *lead*), ki naj bi bila zapisana tako, da jo je poslušalec sposoben ponoviti. Uvodna poved naj bi bila, če je oblikovana primerno, lahko že sama zase vest, kar izpostavlja Korošec (1998, 196), ki vestiški pravzorec kot najmanjšo poročevalsko enoto pripoznava kot samostojno vest. Vloga uvodne povedi naj bi bila pritegniti poslušalca, ki se na podlagi te uvodne povedi odloči, ali bo prisluhnil nadaljevanju vsebine ali ne.²¹ Tako je v svojem namenu zelo podobna časopisnem naslovu, ki bralca pritegne k branju nadaljevanja vsebine. Če te vloge uvodna poved ne opravi, je nevarno, da poslušalci preusmerijo pozornost. V najslabšem primeru lahko zamenjajo radijski program, česar si ne želi noben radijski programski delavec.

Pri pisanju vodila Ohler (2004, 209) daje v pomoč vprašanja: Kdo je kaj naredil? Komu se je kaj zgodilo? In tem krajša ko je poved, tem boljša je. V vodilu besedila je nemogoče povedati vse, še posebej če je novica kompleksnejša, zato so pojasnjevanju namenjene povedi v nadaljevanju. To velja tako za vest kot za poročilo, kjer ima uvod namen pritegniti k poslušanju, povedati bistvo, a še ne povedati vsega. Kot izpostavljajo Brooks in drugi (2002, 415), nekatera

¹⁹ Laban (2005, 33) v informativno zvrst, ki ima prevladujočo funkcijo informirati, uvršča tista besedila, ki se kažejo kot objektivna sporočila ter obsegajo dejstva in podatke. Avtor v besedilo ne vnaša mnenj, ocen, interpretacij in subjektivnega pogleda.

²⁰ Laban (2005, 34) v interpretativno zvrst, ki je mnenjska, analitična ali publicistična, uvršča subjektivna novinarska besedila, saj avtorji k predmetu obravnavanja pristopajo angažirano, v besedilu pa so prisotna njihova mnenja.

²¹ Brooks in drugi (2002, 415) izpostavljajo, da morajo novinarji, ne glede na medij, pritegniti pozornost občinstva. Na radiu nosi to vlogo vodilo, ki poslušalce prepriča, da prisluhnejo programu.

vodila takoj odgovorijo na vprašanji Kaj? in Kdo?, pri čemer je prvo na radiu najpomembnejše za napovedovanje zgodbe. Prav tako sta lahko v vodilo umeščena čas in kraj, redkeje pa odgovori na vprašanji Zakaj? in Kako?. Odgovorom na ti vprašanji in podajanju širšega konteksta oz. novih dejstev so namenjeni nadaljevalni sestavni deli besedil – jedro in tudi zaključek (Čakš 2007, 52). Brooks in drugi (2002, 416) pri pisanju moderiranih – nadaljevalnih povedi (angl. *lead-in*), ki predstavljajo napoved posnetega poročanja novinarskega vira ali drugega novinarja, navajajo, da je naloga tega dela besedila postaviti sceno/okolje, s tem da se na kratko pove kje, kdaj in v časih kaj ter da se identificira vir ali novinar. General naj bi zanimanje in ne vključeval to, kar je v zgodbi (sodišče, umor, ne pa kaj se je dogajalo na sodišču).

Opozoriti je treba na pomembno razliko, kjer morajo uvodne povedi (Ohler 2004, 209) postaviti ločnico med informativnim in mnenjskim besedilom, kot je komentar. V primeru slednjega mora biti v uvodni povedi jasno navedeno, da gre za mnenje posameznega novinarja in ne splošna dejstva, kot v primeru vesti ali poročil.

4.3 UREJANJE INFORMATIVNIH ODDAJ

V procesu nastajanja informativnih oddaj sodelujejo različni profili medijskih delavcev. Medtem ko je na javnih radijskih programih ta nabor širši, je na lokalnih in regionalnih, primerno obsegu dela in glede na širino ter poglobljenost obravnavanih tem, prilagojen. Boyd (2004, 132) med ustvarjalce informativnega programa na lokalnih oziroma regionalnih radijskih programih uvršča: urednika informativnega programa, dežurnega urednika, športnega urednika, producente programa, novinarje, asistente programa ali tehnike in podporno osebje. Njihove naloge so različne. Urednik informativnega programa je odgovoren za delovanje tega segmenta radijskega programa, kadrovske zadeve, uresničevanje programske politike, nadzor kakovosti ... Na dnevnih urednikih je skrb za dnevno izpolnjevanje zahtev do novinarske redakcije, tj. pričakovano število informativnih oddaj na zahtevanem kakovostnem in vsebinskem nivoju. Športni urednik skrbi za športne vsebine v informativnem programu in pogosto tudi za širjenje teh vsebin v preostanek programa, kar je tudi naloga producentov programa, ki so vezni členi med informativnim programom in preostankom programskih vsebin. Skrbijo za širjenje tistih informativnih vsebin, ki so lahko zanimive še za

ostale dele programa, njihovo pripravo in obdelavo (npr. za jutranji ali popoldanski program, tematske oddaje, rubrike). Novinarji opravljajo zbiranje in pripravo informativnih vsebin za oddaje. Asistenti programov in tehniki skrbijo za tehnično in tonsko realizacijo informativnega programa, podporno osebje, npr. tajnice redakcije, pa za podporo operativnim procesom dela v redakciji. Med profile sodelavcev v informativnem programu lahko uvrstimo še bralce informativnih oddaj (Boyd 2004, 167), ki se zvečine pojavljajo le na javnih ali specializiranih radijskih programih. Na programih posebnega pomena ali komercialnih radiih to nalogo opravljajo dežurni dnevni uredniki ali celo voditelji programa – moderatorji, pri čemer zadnje velja predvsem za manjše komercialne programe, ki niti ne prejemajo posnetih informativnih oddaj, ampak samo besedila. Danes lahko v nabor profilov v novinarski redakciji prištejemo še skrbnike spletnih strani in družbenih omrežij, saj ta kanala širjenja informativnih vsebin pogosto tvorita sestavni člen integrirane redakcije sodobnega radia. Pri tem ni nujno, da so za urejanje vsebin zaposleni posebni kadri, ampak lahko te naloge izpolnjujejo zgoraj navedeni sodelavci.

Pri vsebini informativnih oddaj moramo nujno upoštevati programsko zasnovo radijskega programa, tako da jih ne smemo obravnavati le v luči posredovanja tehtnih novic (angl. *hard news*), ampak tudi mehkejših (angl. *soft news*), poznanih tudi kot infozabava (angl. *infotainment*). Osnovno hrbtenico informativnih oddaj tudi na komercialnih radiih še vedno predstavljajo tehtne novice, za katere Boyd (2004, 137) iz proučevanja novinarskega dela ugotavlja, da so poslušalcem pomembne. Dopolnjujejo jih lahko mehkejše novice, ki so zanimive, zabavne in privlačne, prav zaradi tega pa uresničujejo eno od osnovnih poslanstev komercialnih radijskih programov, tj. pridobiti čim več poslušalcev.

Posebnost urejanja informativnih oddaj na regionalnih radijskih programih prinaša regionalna tematika, ki ima lahko različne pozicije znotraj informativnih oddaj. Če regionalna tema ni dovolj zanimiva za nacionalni program in je ustvarjalci ne bi uvrstili v oddajo, lahko takšna tema na regionalnem radijskem programu zasede prvo mesto v oddaji. Prav zato je pri urejanju informativnih oddaj na regionalnih radijskih programih treba upoštevati, kot pravi Boyd (2004, 141), ali določena nacionalna tema sploh zanima poslušalce regionalnega radijskega programa. Oddaje morajo, če so tako zasnovane, vsebovati pravo ravnovesje nacionalnih ali globalnih in regionalnih vsebin. Regionalni interes poslušalcev je najlažje zadovoljiti na

geografsko zaključenih območjih, npr. v mestih, medtem ko je to veliko težje na podeželju, kjer program pokriva več mest, vasi ali celo več regij. Pri geografski dimenziji vsebin tako trčimo ob kriterij razvrščanja po bližini novice. Veliko večino Britancev (Boyd 2004, 141) zanima, kaj se dogaja okoli njih, če pa oddaje govorijo o širšem dogajanju, jih zanimajo zgodbe, ki imajo neposredni vpliv na njihova življenja oziroma so tisti dan najpomembnejše zgodbe dneva v svetu. Takšni primeri so nesreče globalnih razsežnosti, veliki politični ali ekonomski dogodki, za komercialne programe pa tudi kronanje ali rojstvo prestolonaslednika.

Obstajajo različne definicije lokalnega, saj je lahko lokalno tudi regionalno. Laughton (2009, 40) izpostavlja, da je po definiciji britanskih podjetij za raziskovanje medijev »lokalno« tisto, kar cilja na geografsko zaokrožene skupnosti, od soseske z nekaj sto ali nekaj tisoč gospodinjst do velemestnega območja z nekaj milijoni prebivalcev. Ta definicija vključuje interesne skupnosti, kot so etnične manjšine, znotraj večjih območij. Laughton (2009, 43) izpostavlja, da različne raziskave, kljub predpostavki, da bo internet zrahljal vezi ljudi z njihovim primarnim okoljem, kažejo, da poslušalci pričakujejo vedno več lokalnih in regionalnih novic. To potrjuje tudi prej omenjena raziskava Radiometrija (glej podpoglavje 3.1), kjer poslušalci od regionalnih radijskih programov pričakujejo več tovrstnih vsebin kot na nacionalnih.

4.3.1 Sheme informativnih oddaj

Osnovna shema informativnih oddaj je lahko odprta ali zaprta. V prvem primeru je lahko znana le dolžina ali še dodatno število pričakovanih vsebin (npr. 3 poročila in 2 vesti). V primeru zaprte sheme sta dolžina in število žanrov natančno določena (Boyd 2004, 144), zapolnitev tega načrta pa je stvar dnevnega dežurnega urednika in njegove ekipe. Čas, ki je odmerjen informativni oddaji na radiu, tako zahteva določeno stopnjo prilagajanja, še posebej če oddaja traja pet minut in mora vključevati še šport, vreme in ceste. Bralec ali dežurni novinar ocenita trajanje prvega dela oddaje in ga lahko s hitrostjo branja tudi pospešita, če je jasno, da bo oddaja predloga, v skrajnem primeru lahko tudi kaj izpustita. Le redko se zgodi, da bi radijski program zahteval natančnost trajanja do sekunde, saj se to ponavadi giblje znotraj minutnega okvira, v daljših informativnih oddajah lahko tudi več. Prav tako obstajajo različne fleksibilnosti pri začenjanju informativnih oddaj. Če se na javnem radijskem servisu držijo do sekunde točnega začenjanja informativnih oddaj, komercialni ali tudi programi posebnega pomena

tukaj dajejo programskim delavcem več manevrskega prostora in tako ne dovolijo krajšanja glasbe, pogosto zaradi skrbi, da bi poslušalce zmotilo rezanje njim priljubljene skladbe. Do težave s krajšanjem glasbe pred informativno oddajo pride, ko glasba in druge programske vsebine v pretekli uri niso bile skrbno in natančno načrtovane, zato je zahtevana prilagoditev, da bi se informativna oddaja lahko začela ob predvidenem času in ne z zakasnitvijo, kar bi ponovno vplivalo na premaknitev predvidenih časov programskih vsebin v naslednji uri.

Podobno odprtost ali zaprtost srečamo pri tematskih shemah informativnih oddaj. Tukaj so si teoretiki različni. Hudson in Rowlands (2012, 360) zagovarjata odprto tematsko shemo, saj v primeru mednarodnih kriznih dogodkov ti ne morejo slediti lokalnim, ampak morajo biti uvrščeni na prvo mesto. Dogodek na prvem mestu bo, razen če ne gre za izredno zadnjo novico, praviloma skoraj vedno vseboval zvočni posnetek (*voicer, wrap, clip*). Prav tako je pomemben razvoj takšnih zgodb, kjer je lahko prva zgodba novinarjevo poročilo, druga lahko že vsebuje posnetke sogovornika (*wrap*), tretja pa je lahko kombinacija obojega (*clip*) (Hudson, Gary in Rowlands 2012, 361).

Z vidika zvočne pestrosti informativnih oddaj nekateri uredniki, tako Hudson, Gary in Rowlands (2012, 361), zagovarjajo, da enemu novinarskemu poročilu ne sledi drugo, ampak mu sledi drug žanr. Pomembno k zvočni pestrosti prispeva zvok iz okolja, o-ton oz. v slovenski novinarski teoriji mednarodni ton. Ta pristop še posebej pride do izraza pri poročanju v živo, ki ga v informativnih oddajah uporabljamo pri obsežnejših informativnih žanrih, kot je poročilo. Lahko gre za oglašanje s terena s čisto vsakdanjega dogodka ali za oglašanje ob izrednem dogodku, npr. bombnem napadu. V takšnem primeru občinstvo pričakuje še posebej odzivno posredovanje informacij, pri čemer ne sme umanjati njihovo umeščanje v kontekst (Kinsey 2009, 144).

4.3.2 Kriteriji za razvrščanje

Ob pripravljanju informativnih oddaj se dnevni uredniki, uredniki in novinarji srečujejo z vprašanjem, kaj in kako umestiti v oddajo. Proučevanje nastajanja informativnih oddaj moramo zato začeti z vprašanjem, kot pravi Barnard (2000, 140–142), kakšna interna pravila, uredniška filozofija in novinarske prakse vplivajo na pripravo informativnih vsebin, prav tako

pa na izbiro vsebin bolj kot kdaj koli prej vpliva upoštevanje preferenc in interesov občinstva. Hudson in Rowlands (2012, 361) izpostavljata, da je poslušalcu najpomembnejša razporeditev tem znotraj oddaje, bolj kot ravnovesje med žanri.

Harrison (2009, 64–66) navaja, da različni uredniki različno dojemajo pomembnost posameznih zgodb, vseeno pa obstaja nek splošni konsenz, kaj je za poslušalce posameznega radijskega programa pomembno. Če se v dnevu ne zgodi dogodek, ki sodi na prva mesta, bodo uredništva udejanjala svoje prioritete pri izbiri novic in njihove objavne vrednosti. To izbiro posameznega uredništva, skozi katero se kažejo novinarske vrednote, moramo proučevati skozi kulturološke, politične in ekonomske dejavnike, ki vplivajo na medij.

Na regionalnih radijskih programih se srečujemo z različnimi pristopi k razvrščanju vsebin po pomembnosti. Gage (1999, 58) pravi, da lokalne informativne oddaje odsevajo geografsko determiniranost in se zato lahko zelo razlikujejo od informativnega programa z nacionalnimi in globalnimi temami. Kar je pomembno za lokalnega prebivalca, se v določenih primerih zagotovo lahko izgubi na nacionalnem nivoju. Pomembno je vedeti, da informativne oddaje na lokalnih ali regionalnih programih lahko imajo ali pa sploh nimajo nacionalnih oziroma globalnih vsebin.

4.3.3 Naslovi

Naslovi so sestavni deli radijskih informativnih žanrov in so lahko postavljeni na začetek informativnih oddaj, pri čemer služijo kot prepričevalno orodje, da poslušalci prisluhnejo nadaljevanju vsebin. Sledijo jim različni žanri, lahko pa se informativne oddaje začnejo tudi brez naslovov (Hudson in Rowlands 2012, 360) ali pa so naslovi v sami informativni oddaji, pred posameznim besedilom. Kot povzetek se lahko pojavijo na koncu daljših informativnih oddaj, pri čemer imajo funkcijo ponovne izpostavitve (Boyd 2000, 236) najpomembnejših tem iz informativne oddaje. V daljših informativnih oddajah, kot so poročila in osrednje dnevno-informativne oddaje, se lahko pojavljajo tudi na sredini, pri čemer imajo vlogo napovedovanja vsebin v nadaljevanju informativnih oddaj.

4.4 GLAS IN GOVOR V INFORMATIVNIH ODDAJAH

Radijski govor je osnovna značilnost radijskega medija. Radio ustvarja slike skozi zvoke in glasove, kar nam omogoča, da si sami ustvarimo vizualne podobe, ki nam jih npr. televizija²² že predloži (Gage 1999, 18; Frost 2002, 114). Ko govorimo o radijskem govoru, je pomembno upoštevati glas programskega delavca pred mikrofonom. Prav glas je v osnovni izhodišče za začetek dela na radiu, saj se govor oblikuje z izobraževanji in izkušnjami. Osnovni pogoj za delo na radiu naj bi bil dober mikrofonski glas, ki je primerno »bogat«, svež, rezonančen in brez očitnih ovir, kot so govorne napake ali druge fizionomske nepravilnosti, ki vplivajo na kakovost glasu in jih izobraževalno-korekcijski procesi ne morejo odpraviti (Boyd 2004, 169–170). Prav tako lahko veliko oviro predstavlja narečje, še posebej pri izbiri glasu za informativni program, saj poslušalec tam pričakuje glasovno in govorno nevtralnost.

Govorjena beseda se po Urbančiču (v Kalin Golob 2001, 64) deli na knjižni (zborni) jezik in knjižno govorico, pri čemer je za prvega značilno, da je govor pripravljen vnaprej, kamor sodi tudi govor na radiu ali televiziji, pri knjižni govorici pa besedilo tvorimo sproti, kar je značilno za druge oblike vsebin radijskega programa. Radijske postaje naj bi imele dorečena pravila glede govora, kar pa v Sloveniji, glede na razpoložljive uradne vire, velja le za radijske programe v sklopu RTV Slovenija,²³ zato so druge radijski programi najverjetneje prepuščeni izobraženosti in jezikovni kultiviranosti posameznih govorcev v programu.²⁴

Radijski medij prinaša več oblik radijskega govora, pri čemer je tisti v informativnih oddajah najbolj formalen.²⁵ Barnard (2000, 176) izpostavlja še druge tipe radijskega govora:

²² Laban (2007, 53) kljub temu izpostavlja pomen zvoka na televiziji, ki prinaša podrobnosti in je zato po mnenju številnih teoretikov glavni nosilec informacij in pomenov na televiziji.

²³ Poklicna merila RTV Slovenija v razdelku 1.9 posebej opredeljujejo skrb za jezik v radijskih in televizijskih programih. RTV Slovenija namreč kot javna RTV-ustanova namenja posebno skrb slovenskemu jeziku. Prav tako jim skrb za slovenski jezik nalaga Zakon o Radioteleviziji Slovenija iz leta 2005.

²⁴ Kot v svoji raziskavi Organizirana skrb za govorno kulturo v slovenskih elektronskih medijih ugotavlja Peter Jurgec (2006), stanje glede jezika v zasebnih elektronskih medijih ni formalno regulirano. Zakon o javni rabi slovenščine v 22. členu določa, da je jezik v medijih, registriranih v Republiki Sloveniji, praviloma slovenščina, a h govorni kulturi nikakor formalno ne zavezuje, ne nagrajuje ali kaznuje.

²⁵ Lengar Verovnik (2012, 36–37) izpostavlja, da so »v radijski govor /.../ vgrajene performativne prvine, delno prevzete iz zasebnih govornih praks ali razvite posebej za medijske diskurze, katerih namen je zmanjševanje občutka distance med medijem in njegovim občinstvom. Žanr, v katerem je to najbolj očitno in v katerem se tudi koncept živosti najbolj popolno realizira, so t. i. kontaktne oddaje oziroma tisti del radijskega programa, v katerega se po telefonu dejavno vključujejo poslušalci.«

pripovedovanje iz scenarija, ki zahteva določeno stopnjo dramatičnega učinkovanja, komentiranje dogodkov, ko se ti dogajajo, pogovor ali intervju in prosti govor. Govor v informativnem programu naj bi se razlikoval od preostanka programa, saj zaradi same vsebine ne dopušča tako širokega polja interpretacijskih prijemov in ne dopušča jezikovnih odstopov od knjižnojezikovnega standarda, saj s tem na zadnji stopnji posredovanja vsebine ruši prej vzpostavljeno kredibilnost, ki se je začela graditi z izbiro teme. O ločevanju med glasovi in izločanju »neprimernih« skozi sociološki pogled piše Vogrinc (2008, 217–230), ki navaja primer selektivnosti izbire glasov na britanskem BBC in Radiu Ljubljana v iskanju primernih za branje poročil, kjer je bila to ideološka in politična operacija v imenu prepričljivosti institucionalnega diskurza.

Kombinacija glasu in govora radijskega novinarja ali napovedovalca, ki posreduje vsebino informativne oddaje, naj bi določale naslednje značilnosti (Hausman in drugi 1999, 164): vzbujanje zaupanja, energičnost in avtoriteta, k čemur Boyd (2004, 166–167) dodaja še kredibilnost, čistost glasu, toplino, osebnost, profesionalizem. Prav tako je govor v informativnih oddajah najbolj anonimen za radijskega govornika, kot poudarja Barnard (2000, 177), saj osebnost bralca nima neposrednega pomena za razumevanje posredovanih informacij. Na bralca je, da zagotovi pravilno izgovorjavo in ton za vsako besedilo ter da ohranja primeren tempo branja. Z nečustvenim posredovanjem vsebine pomaga ohraniti uredniško nevtralnost, ki je vključena v besedilo.

Za informativne oddaje je značilno, da je besedilo v celoti pripravljeno vnaprej in ni rezultat sprotnega tvorjenja govornika. Celo posamezna vezna besedila, ki v daljših informativnih oddajah ponavadi služijo kot povezovalni element med eno in drugo novico, so pripravljena vnaprej. Poslušalec, kot izpostavlja Barnard (2000, 148), ne sliši nič o procesu, zaradi katerega se novice pojavijo na radiu. Edini stik so glasovi bralcev in novinarjev, kar vse ostale, od dnevnih urednikov, urednik in novinarjev, ki ne berejo svojih besedil, potiska v ozadje. A ta govorna neprisotnost je samo navidezna, saj ustvarjalci informativnih oddaj, ne glede na to, ali so imenovani ali ne, ustvarjajo del programa, ki še vedno največ prispeva h kredibilnosti in tudi k ugledu posameznega radia, če je tako naravnan radijski format.

Pri branju informativnih vsebin je pomemben širši pogled na besedilo. Bralec informativnih oddaj, ne glede na osnovno vlogo v programu, naj bi imel zmožnost branja vnaprej, kar omogoča kasnejše tekoče in logično posredovanje vsebin (Boyd 2004, 170), o čemer piše tudi Škarić (2005, 55), ki takšen pristop opredeljuje kot spikersko branje²⁶. Od branja ali interpretativnega branja, ki ju prav tako opredeljuje, spikersko branje loči upoštevanje jezika na ravni glasov, besed in stavkov; je interpretativno nevtrarno. Podlaga takšnemu pogledu na besedilo je ustrezna predpriprava, ki vključuje večkratno branje besedila, preden ga posredujemo v eter (Kinsey 2009, 146), ali še bolje, že sama priprava besedila, kjer kot avtorji odpravljamo besedilne ali skladske zanke, ki bi lahko med branjem motile potek podajanja vsebine. Različni avtorji navajajo različne mere za ustrezno hitrost branja; Boyd (2004, 18) za angleščino kot ustrezno hitrost opredeljuje od 140 do 220 besed na minuto ali poenostavljeno tri besede na sekundo, kar za primer 20-sekundnega besedila pomeni 60 besed, 30-sekundnega 90 in tako dalje.

Premor je orodje, ki deli besedilo na logične dele in tako omogoča poslušalcu, da dojame povedano. Prav tako različni premori, med posameznimi deli v besedilu ali med enim in drugim besedilom, nosijo vlogo ločnice. Bralcu premor na drugi strani prinaša praktičen vidik, saj ga lahko izkoristi za vdih zraka, s čimer posredovanje besedila pridobiva kakovost (Boyd 2004, 182–184). Drugo pomembno orodje je poudarjanje besed, s čimer izpostavimo ključne člene posameznega besedila in tako v kombinaciji s premori ustvarjamo logično podano besedilo.

Osnovna formula, ki se je držijo mentorji na BBC-ju (Boyd 2004, 174–175), je: informacija + prezentacija = komunikacija. Uspešna komunikacija je tako kombinacija primerno pripravljene informacije in njene prezentacije poslušalcu, ki ne sme biti branje besedila ali mrmranje v mikrofona. Radijski govorniki se morajo zavedati, da vedno »govorijo« poslušalcu, tudi v informativnih oddajah. O govornem branju v opredelitvi tipa napovedovalca, ki mi pravimo napovedovalec – voditelj, piše Šeruga (1990, 45–53). Dober radijski govorec naj bi se, kot poudarja, pri govornem branju vedno potrudil, da bo na poslušalca napravil vtis, kot da ne bere, ampak govori, tudi ko ima vnaprej pripravljeno besedilo. Ker radio nima slike, je ključno, da to sliko prinesemo skozi interpretacijo besed in besedila. Le tako lahko vzpostavlja vez s

²⁶ Pri spikerskem branju se vsi stavki iste jezikovne konstrukcije izgovarjajo enako, ne glede na kontekst, neodvisno od pomena, če sploh kaj pomenijo, in neodvisno od tega, komu so namenjeni (Škarić 2005, 55).

poslušalcem, ki lahko v primeru odsotnega, neživljenjskega branja informacije presliči in preklopi radio.

Analiza izbire jezikovnih sredstev, ki jo je Lengar Verovnik (2013, 241–243) opravila za dva javna in dva komercialna radijska programa v Sloveniji, je pokazala razlike, ki se kažejo med različnimi formati radijskih programov. Na ravni izreke se je pokazalo, da najbolj dosledno izgovornim in naglasnim značilnostim zborne slovenščine sledijo napovedovalci, ki so brali informativne oddaje na javnem radiu, čeprav so se zborne izreke, z nekaj več spodrsljaji, držali tudi na komercialnih programih. Stavčnofonetična realizacija je bila pri javnih programih bolj umirjena, nevtralna, »neosebna«, medtem ko je bilo branje na komercialnih programih veliko bolj personificirano, saj se pojavljajo različni toni branja – prijateljsko kramljanje, prijazno poznavalski, rahlo pripovedovalski ton ... Takšen slog podajanja informativnih vsebin kaže na namero komercialnih postaj, ki se želijo na najboljše možne načine z vsemi programskimi vsebinami približati poslušalcem in jih obdržati pri poslušanju, medtem ko postulat podajanja informacij na javnih radijskih programih, čemur so blizu tudi nekateri programi posebnega pomena, ostaja nevtrarno, distancirano branje.

4.5 ZVOČNA PODOBA INFORMATIVNIH ODDAJ

Zvočna podoba informativnih oddaj se ponavadi razlikuje glede na format in status programa. Če velja, da ima javni servis ali radio s statusom bolj formalen način branja, na komercialnih programih prihaja v ospredje malo bolj »življenjski« način (Barnard 2000, 177). Radijski program z zvočno podobo informativnih oddaj gradi ločnico od drugih programov. Glasbeno-tematsko se informativne oddaje ponavadi navezujejo na osrednjo glasbeno temo radijskega programa, le da zvočno prinašajo določen nivo kredibilnosti. Biti morajo dovolj prepoznavne, da se ločijo od preostanka programa in da jih poslušalec ne more zamenjati z informativnimi oddajami drugih programov. Med najbolj pogostimi zvočnimi elementi informativnih oddaj Marx (2004, 229) prepozna:

- T. i. *opener*, ki bi ga lahko prevedli kot začetni/napovedni zvočni element, je zvočni signal – napevek (angl. *jingle*) za začetek informativne oddaje. Lahko ima vključeno besedilo, ki napove oddajo. Sledi mu lahko glasbena podlaga, v kateri napovemo

naslove iz oddaje. Slednje je pogosto predvsem pri o-ton novicah, poročilih in osrednjih informativnih oddajah.

- Ločilni zvočni elementi, ki delijo posamezne dele informativne oddaje, npr. pri novicah s krajevnim ali tematskim indeksom. Pri osrednjih oddajah ali poročilih pa jih delijo na posamezne sklope, npr. politiko, svet, gospodarstvo, šport.²⁷
- Glasbene podlage, ki lahko v celoti ali samo v posameznih delih (naslovi, vreme, ceste, povzetek na koncu oddaje) podlagajo besedila v informativni oddaji.
- Posebni zvočni elementi – t. i. *jingli*, ki jih lahko sestavlja glasbena tema, tudi govor, in ki delijo osrednji del informativne oddaje od servisnega bloka, tj. vremenske napovedi in razmer na cestah. Zvočnemu elementu ponavadi sledi glasbena podlaga, usklajena z zvočno podobo informativne oddaje in osrednjo glasbeno temo programa.

4.6 POVEZOVANJE Z NOVIMI PLATFORMAMI

Še konec 20. stoletja so bili glavni mediji časopisi, radio in televizija, a se je z razmahom internetne dobe medijski svet dodobra spremenil. Tako na radiu danes ne moremo mimo interneta, kot samostojnega ali podpornega kanala. Nove digitalne platforme odpirajo nove priložnosti za veliko širši nabor informiranja občanov, čemur se morajo klasični mediji prilagoditi (Laughton 2009, 42). Spletni portali, profili na Facebooku, Twitterju ali Instagramu so postali podporno orodje radijskemu informativnemu poslanstvu in ga zato dopolnjujejo, saj radii informativne vsebine pogosto razširjajo tudi skozi te platforme. Tudi za Barnarda (2000, 247) je največji izziv 21. stoletja konvergenca, ki jo prinaša združevanje klasičnih in novih medijev. Radiu je, kot pravi, prinesla fleksibilnost v delovanju, nove kanale dostavljanja vsebin, dvig produkcijske kakovosti in izboljšan zvok.

Ko govorimo o lokalnih oziroma regionalnih vsebinah na digitalnih platformah, naj bi te zadovoljevale naslednje javne potrebe (Laughton 2009, 44):

- dati več vsebin,

²⁷ Laban (2007, 54) pri proučevanju televizijskih žanrov v informativnih oddajah uvaja pojem »ločevalnik«, ki je zvočni signal, v televizijskem žargonu sicer poimenovan ločilo. Na primeru razloži, da je to dve sekundi dolg zvočni signal iz vizualne podobe in prepoznavne glasbe, ki se uporablja za ločevanje tematskih sklopov znotraj informativne oddaje na televiziji, predvsem med domačimi in tujimi dogodki.

- povezanost in participacijo,
- komunikacijo, dostop in vključenost,
- zagotavljati lokalne novice in informacije,
- podpirati lokalno produkcijo in izobraževanje,
- omogočati oglaševalcem dostop do lokalnih trgov.

Obsežni medijski informativni portali, Boyd (2004, 403–407) navaja kot primer BBC, zahtevajo nova znanja in nove pristope k obdelovanju vsebin. Pri tem je ključno upoštevati tri dimenzije, ki jih pri spletnih informativnih vsebinah izpostavlja Meikle (2009, 175–186): avtomatizacija, personalizacija in participacija. Vsako izmed njih omogoča medijska konvergenca, med seboj se prekrivajo in krepijo druga drugo v praksi. Avtomatizacija prinaša poenostavljen dostop do želenih vsebin (npr. RSS viri, podcasti), personalizacija omogoča krojenje posredovanih vsebin s strani spletnih medijev glede na želje in preference vsakega posameznika, participacija pa se generira skozi mobilne telefone in druge naprave, ki občinstvu omogočajo sooblikovanje vsebin s fotografijami, zvočnimi in video posnetki.

Za radio je neposredna objava novinarskih besedil, pripravljenih za program, težja kot npr. v časopisu, kjer lahko besedila neposredno objavimo na spletno stran. Radijske novinarske prispevke pogosto sestavljajo zvočni posnetki, ki jih mora nekdo zapisati in jih smiselno umestiti v besedilo prispevka, pri čemer dodatno težavo povzroča radijski jezik, ki je drugačen od tistega v tiskanih medijih (Domingo in Paterson 2011, 49). Kot najprimernejšo obliko spletnega objavljanja vsebin Domingo in Paterson (2011, 55) navajata podcaste, s katerimi radio ohranja bližino s poslušalcem in ki lahko pomagajo doseči nove poslušalce, do katerih vsebina v etru ni prišla. Ko novinarska redakcija besedilo, pripravljeno za eter, vzame samo kot izhodišče besedila za svoj spletni portal, tako ne moremo več govoriti o radijskem besedilu, ampak začne nastajati besedilo, prilagojeno za spletni medij, z vsemi multimedijskimi vsebinami (zvok, videoposnetek, fotografija, grafike, grafi ...) ter jezikovnimi in slogovnimi značilnostmi tega medija.

4.7 PROFIL RADIJSKEGA NOVINARJA

Radijski novinarji morajo biti, poleg splošnih novinarskih veščin, sposobni svoja sporočila govorno posredovati v eter, saj regionalni radijski programi ne poznajo napovedovalcev informativnih oddaj, kot jih ima javni servis.²⁸ Danes se poleg priprave besedila in podajanja v informativnih oddajah pričakovanja do njih večajo, saj radijski programi uvajajo integrirane redakcije in nove kanale, kot so spletni portali, profili na družbenih medijih ... Pri tem, kot v raziskavi ugotavlja Purdey (2000, 336–342), ne obstajajo velike razlike med javnimi radijskimi programi, v primeru Slovenije sem sodijo tudi programi s statusom posebnega pomena, in komercialnimi radii.

Sodobne novinarske redakcije danes proizvajajo medijske vsebine za več različnih medijev hkrati, zato so novinarji vešči posameznih stilov in načinov priprave medijskih besedil, ki jih zahtevajo specifične tiska, televizije, radia, interneta ali družbenih medijev. Ti novinarji, kot opisuje Harrison (2009, 67), delajo v timih, si delijo skupne arhive vsebin, vire informacij in zagotavljajo, da vsaka platforma prinaša različne vidike zgodbe, kar omogoča medsebojno promocijo kanalov in ohranja zanimanje bralcev / gledalcev / poslušalcev. Na takšen način se kanali znotraj posamezne medijske hiše medsebojno krepijo in skrbijo, da vsebine niso preslišane ali spregledane. Takšen način dela, kot še poudarja Harrison (2009, 67), prinaša dvoje: novinarji v takšnih uredništvih se morajo znajti v vseh medijih in biti resnično večopravilno izobraženi, kot drugo pa to hkrati pomeni zmanjševanje njihovega števila, saj se profil specializiranega novinarja za posamezni medij briše.

²⁸ Novinarji se v informativnih oddajah javnega servisa pojavljajo bodisi kot voditelji oddaj bodisi kot glasovi v svojih avtorskih prispevkih. Vso preostalo vsebino informativnih oddaj berejo napovedovalci. Pri regionalnih radijskih programih tega profila ni, saj oddaje berejo dežurni novinarji.

5 INFORMATIVNI PROGRAM REGIONALNE RADIJSKE POSTAJE

V prvih poglavjih naloge smo na teoretični ravni poskušali opredeliti ključne pojme, ki opredeljujejo informativni program na radiih, informativne žanre in druge dejavnike, ki vplivajo na realizacijo informativnih vsebin v etru, kot jih sliši poslušalec. V tem delu naloge bomo poskušali na praktičnih primerih preveriti, kako se podane teoretske smernice in trendi uresničujejo v regionalnih radijskih programih v Sloveniji. S kvantitativno analizo in analizo diskurza bomo skušali ugotoviti, katere značilnosti, glede na določene kriterije proučevanja – struktura, žanri, zvočna podoba – imajo informativne oddaje. Poleg tega bomo opravili intervjuje z uredniki, odgovornimi za informativni program na radiih, ter z opazovanjem z udeležbo ugotovili, kakšne so produkcijske in realizacijske prakse na enem od proučevanih regionalnih radijskih programov. S kombinacijo teh raziskovalnih pristopov bomo poskušali podkrepiti ugotovitve, izhajajoče iz prvega dela analize vsebine informativnih oddaj.

Slovenska novinarska teorija se srečuje s primanjkljajem relevantnih raziskav o radijskih novinarskih žanrih. Kot izpostavljata Bonini in Morello (2014, 221), je radio na račun analiz tiska in televizije zapostavljen pri proučevanju medijskih vsebin (npr. v sosednji Italiji, od koder avtorja prihajata), čeprav vsak dan še vedno dosega sto tisoče poslušalcev. Takšna raziskovalna vrzel je prisotna tudi pri nas, saj so opravljene podrobne analize tiskanih (npr. Košir 1988; Milosavljevič 2003) in televizijskih (npr. Laban 2007) žanrov, med tem ko radio ni bil predmet proučevanja. Opravljena je bila analiza radijskih dvogovornih novinarskih oblik (Lengar Verovnik 2012), manjka pa analiza radijskih žanrov, še posebej v luči sprememb v radijski medijski krajini v zadnjih letih (pojava novih komercialnih nacionalnih radijskih programov in prilagajanja ostalih, tudi tistih s statusom posebnega pomena) in s tem povezanimi formati radiev, ki zahtevajo drugačne upovedovalne žanre, kot jih pozna obstoječa klasifikacija novinarskih žanrov.

5.1 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA

Informativne oddaje na radiih so svojstven označevalec, kot ugotavlja Barnard (2000, 139), saj so prehodni element iz ene ure radijskega programa v drugo. Prav tako, kot smo ugotovili v prejšnjih poglavjih, pogosto tvorijo vir za preostanek radijskega programa in so identifikacijski

moment, po katerem se radii razlikujejo drug od drugega in ustvarjajo svoj ugled pri poslušalcih. Kot ugotavljata Bonini in Morello (2014), so informativne oddaje temeljna vsebina mnogih radijskih postaj, pri čemer jih v svoj program vključujejo celo programi z izključno glasbeno shemo, tj. komercialni. Glede na čas predvajanja se informativne oddaje ločijo po vsebini, trajanju in vrstnem redu besedil (Čakš 2007, 21). Po času trajanja jih delimo na novice, kjer radijski govorec bere vnaprej pripravljeno besedilo, kratke novice (angl. *flash news*), ki dogajanje strnejo v največ dveh minutah, o-ton novice, ki vsebujejo vsaj eno izjavo, izsek iz dogodka ali drug zvočni posnetek (Marx 2004, 227–228), poročila, ki trajajo od pet do deset minut, in osrednje dnevnoinformativne oddaje, ki časovno presegajo deset minut in trajajo tudi dvajset ali več minut. Del raziskovanja bo usmerjen v digitalizacijo informacij, ki od radijskih informativnih oddaj bolj kot osredotočenost na način zbiranja, obdelave in podajanja novic zahtevajo ažurnost (Gage 1999, 58), saj so v nenehni tekmi s spletnimi stranmi in družbenimi mediji. Radijski programi z informativnimi oddajami zato gradijo ugled in kredibilnost pri poslušalcih, saj ti v njih pričakujejo določeno kakovostno raven vsebin. Našteto ustvarja okvir, v katerem radijske postaje danes producirajo informativne oddaje, zato si zastavljamo vprašanje:

R1: Katere vrste informativnih oddaj so prisotne v programski shemi proučevanih regionalnih radijskih programov?

Ob poslušanju informativnih oddaj²⁹ se poraja vprašanje, ali poslušalce informirajo samo z vestmi in poročili v različnih podžanrih ali se pojavlja hibridni žanr, ki je kombinacija radijske vesti in poročila. Pogosto ima radijsko besedilo namreč lastnosti vesti in vsebuje radiofonske prvine, kot so anketa, posnetek dogodka ali izjave. Še vedno se takšno besedilo po obsegu ne približa radijskemu poročilu, ki ponavadi traja od 1 do 2 minut, a je daljše od vesti, ki traja od 20 do 30 sekund (Crook 1998, 122; Boyd 2004, 211). Pojav združevanja obstoječih žanrov v nov hibridni žanr lahko slišimo na komercialnih radiih in na radijskih programih javnega statusa ali posebnega pomena. Če se v informativnem programu pojavljajo nove oblike žanrov, potem obstoječa klasifikacija radijskih novinarskih žanrov potrebuje dopolnilo, saj v obstoječi

²⁹ Pri tem mislimo na poročila in novice, saj daljših, osrednjih dnevnoinformativnih oddaj, kot jih poznamo na nacionalnih javnih programih, npr. Radio Slovenija 1 in Val 202 – Prva in Druga jutranja kronika, Danes do trinajstih, Dogodki in odmevi, Radijski dnevnik, na regionalnih programih ni.

literaturi pojavov takšnega hibrida ni mogoče najti, zato si zastavljamo naslednje raziskovalno vprašanje:

R2: Kakšne oblike stalnega novinarskega sporočanja se pojavljajo v informativnih oddajah regionalnih radijskih programov?

V primerjavi dveh dnevnoinformativnih oddaj, ene »kakovostnega« in ene »popularnega« tipa, Crisell (1994, 88–122) ugotavlja, da sta si bili v izbiri jezikovnih sredstev in skladnji oddaji zelo podobni, večje razlike so se pokazale le v prezentaciji (načinu izreke) ter pri izbiri, novinarski obdelavi in produkciji vsebin. Na komercialnih radiih so pri informativnih oddajah odbiratelji ne le novinar in urednik, kot je to na radiih s statusom posebnega pomena, ampak tudi oglaševalec in potrošnik (Niblock in Marchin 2007), zato poleg dejavnikov objave vrednosti v procesu oblikovanja vsebin za informativne oddaje v ospredje prihajajo življenjskostilne značilnosti ciljnih občinstev, njihova stališča, mnenja, prepričanja, pristočni interesi in potrošniške navade (Lengar Verovnik 2013, 242). Način, na katerega radio pripravlja informativne vsebine (izbira glasov, dolžina, vsebina, vrstni red vsebin, zvočna podoba) tvori osnovno sestavino identitete, po kateri se, ne le zaradi izbora glasbe, temveč tudi zaradi oblike informativnih oddaj, radijski programi ločijo med seboj (Bonini in Morello 2014, 219). Vse to vpliva na produkcijske prakse: od izbire vsebin, njihovega oblikovanja za izbrani tip informativne oddaje do načina posredovanja v eter z vsemi zvočnimi in glasbenoločnimi prvinami, zato si kot zadnje raziskovalno vprašanje postavljamo:

R3: Kakšne razlike se kažejo v produkciji in prezentaciji vsebin v informativnih oddajah na proučevanih regionalnih radijskih programih?

5.2 METODOLOGIJA

V prvi fazi je bila za preverjanje teoretične podlage raziskovalnega problema uporabljena analiza sekundarnih virov – temeljne znanstvene literature in obstoječih raziskav, ki se deloma ali v celoti ukvarjajo s predmetom magistrskega dela. Tako je bila ključna analiza novinarskih študij in znotraj njih teorij radijskega novinarstva, produkcijskih praks in značilnosti radia kot

medija. Na podlagi zbranih dejstev smo postavili teoretski okvir za proučevanje raziskovalnega problema.

Kot začetek uvoda v analizo vsebine informativnih oddaj smo opravili kvantitativno analizo vsebine, ki bo pokazala določene lastnosti informativnih oddaj, kot so obseg oddaje, trajanje posameznih besedil, teme besedil ... Za proučevanje značilnosti informativnih oddaj in radijskih žanrov bo ključna analiza diskurza, s katero smo dobili vpogled v nastanek besedil in proučevali njihovo realizacijo. To metodo smo nadgradili z etnografskimi študijami, zato smo opravili polstrukturirane intervjuje z uredniki, ki so udeleženi v procesu priprave in realizacije informativnih oddaj, s čimer bomo dodatno raziskali ugotovitve iz analize diskurza. Opravili smo še opazovanje z udeležbo, kar je prineslo dodatne dimenzije vpogleda v nastanek informativnih oddaj na proučevanih regionalnih radijskih programih.

Zgoraj opisane pristope želimo povezati v metodološki okvir, ki bo skozi proces raziskovanja podal odgovore na raziskovalna vprašanja. Le s pomočjo kombinacije različnih raziskovalnih pristopov lahko analiziramo tako kompleksne procese, kot se dogajajo pri pripravi novinarskih vsebin in informativnih oddaj v radijskih programih.

5.2.1 Kvantitativna analiza vsebine

Okvir pridobljenih podatkov bomo postavili na osnovi kvantitativne analize vsebine informativnih oddaj proučevanih radijskih programov, ki so jo za podobne namene uporabile pretekle raziskave vsebine informativnih oddaj na radijskih programih (npr. Bonini in Morello 2014) ali raziskave drugih radijskih žanrov (npr. Lengar Verovnik 2012). Prav priprava reprezentativnih vzorcev vsebine in kodiranje vsebin je osnova za nadaljnjo analizo tipičnih vzorcev, lastnosti ali identifikacijo pomembnih odnosov med proučevanimi členi, ki pa jo je treba nadgraditi s kvalitativnimi raziskovalnimi metodami (Riffe in drugi 2014, 3). Tako bomo v osnovi razdelili informativne oddaje na posamezne tipe (kratke novice, novice, poročila, osrednje informativne oddaje), merili njihov čas trajanja, obravnavane teme, število govorcev, ostali pridobljeni podatki (vrste žanrov, število govorcev v posameznem prispevku, zvočni elementi v oddaji) pa bodo na podlagi tega kodiranja namenjeni uporabi nadaljnjih metod.

5.2.2 Analiza diskurza

V drugi, empirični fazi bomo torej uporabili kvalitativne metode proučevanja, značilne za novinarske študije. Prva bo analiza diskurza, ki se je v preteklosti v podobnih primerih analize novinarskih besedil ali govora (Laban 2004; Verovnik 2009) izkazala za primerno metodologijo.

Kot navaja Lengar Verovnik (2012, 13), so znane mnoge rabe in opredelitve pojma diskurz, ki mu natančno vsebino določamo glede na predmet in cilje analize ter pristop k raziskovalnemu vprašanju. Med referenčnimi avtorji (npr. Tolson 2006; Fairclough 1995) sta prisotni dve glavni pojmovanji, ki ju Lengar Verovnik (2012, 13) oblikuje v naslednjo definicijo: »Diskurzi so pojmovani kot uveljavljeni načini govora o določenih temah oziroma celo kot načini konstituiranja (in konstruiranja) posameznih tematik. Največkrat gre za iskanje povezav med jezikovno rabo ter (družbeno) močjo in ideologijami.« Temu pritrjuje tudi Splichal (1990, 26), ki pravi, da o tem raziskovalnem pristopu govorimo, ko gre za »objektivirano in sistematično identifikacijo, razčlenjevanje in merjenje jezikovnih lastnosti besedilnih enot, da bi iz njih lahko sklepali o lastnostnih zunajjezikovnih pojavov«. Prav zato nam lahko analiza diskurza v našem primeru pomaga prepoznati razmerja v družbi, v kateri deluje radijski program, in njihove morebitne spremembe, ki se kažejo v informativnih oddajah na proučevanih regionalnih radijskih programih. Prav analiza diskurzivne strukture informativnih oddaj se je pokazala kot primerna za proučevanje informativnih oddaj radijskih ali televizijskih medijev; npr. Montgomery (2007, 38–67) je proučeval strukturo žanrov v informativnih oddajah, strukturo posameznih delov informativnih oddaj (napovednik, zaključek) in sheme informativnih oddaj.

Za raziskovanje v tej nalogi je pomembno tudi ožje razumevanje diskurza, kjer, kot izpostavlja Lengar Verovnik (2012, 13), diskurz razumemo kot jezikoslovni koncept: »Izraz označuje izsek govora ali pisanja, torej 'besedilo', analiza diskurza pa analizo takega besedila ali več besedil iste vrste. Vendar se taka (primarno jezikoslovna) analiza ne ustavlja zgolj pri skladenjskih, slovničnih in drugih značilnostih besedila kot realizacijah abstraktnih entitet, temveč raziskuje in v interpretaciji upošteva tudi okoliščine njihove rabe, komunikacijske namene, ki sploh motivirajo nastanek besedila, ipd.« Skozi izbiro jezikovnih sredstev lahko tako ugotavljamo lastnosti informativnih oddaj in pravil, ki zavedno ali nezavedno delujejo v ozadju njihove priprave. Temu pritrjuje Laban (2004, 16), ki izpostavlja, da je vsako sporočanje rezultat

namernega, k cilju usmerjenega izbora med sredstvi jezikovnega sestava. Montgomery (2007, 38) prav analizo diskurzivne strukture informativnih oddaj izpostavlja kot primeren pristop pri analizi radijskih ali televizijskih informativnih oddaj, kjer ugotavljamo razloge za določeno sosledje sestavnih delov znotraj posameznega prispevka v oddaji ali oddaje kot celote. Bonini in Morello (2014, 220) analizo vsebine v medijih izpostavljata kot enega najpogostejše uporabljenih pristopov pri proučevanju medijev, ki pa se je v preteklosti usmerjal predvsem v tisk in televizijo, radio pa zapostavljal. Pri tem kot razlog za to navajata tradicionalno relevantnost tiska in televizije kot vira informacij ter minljivost radijskih vsebin, ob tem pa še tehnične ovire, ki jih je nekoč predstavljajo snemanje in analiziranje zvočnih vsebin napram tisku ali videu. Z danes dostopnimi programi za obdelavo zvoka to ni več težava, zato bomo analizo diskurza v informativnih oddajah na radijskih programih lahko opravili brez večjih težav.

Prav zato bomo lahko s to metodo, ki je sicer primarno jezikoslovna, raziskovali okoliščine rabe besedil in komunikacijske namene, ki jih želijo radijski programi na regionalni ravni doseči in smo jih opredelili na teoretski ravni (npr. informiranje poslušalcev, razlikovanje od konkurence, gradnja ugleda programa ...).

5.2.3 Polstrukturirani intervjuji

Naslednja uporabljena metoda bodo etnografske študije, ki so primerne za proučevanje ustvarjanja novinarskih besedil (Laban 2004, 15), saj omogočajo pridobitev podatkov o družbenih praksah, v našem primeru ustvarjanja besedil in radijskih informativnih oddaj, hkrati pa razkrivajo odnose, procese, vrednote in prepričanja sodelujočih v tem procesu. Te podatke bomo pridobili iz polstrukturiranih individualnih intervjujev z uredniki informativnih programov na proučevanih regionalnih radijskih programih, ki imajo najtemeljitejši vpogled v to področje dela, tako zaradi zakonodajnih odgovornosti kot zaradi zaupanja lastnikov medija ali uredništev, ki so jih postavila na to funkcijo.

5.2.4 Študija primera

Raziskovalna dognanja smo dopolnili s študijo primera radijskega programa s statusom posebnega pomena, kjer bomo z opazovanjem z udeležbo preverili pridobljene in pridobili dodatne z vpogledom v vsakokratne produkcijske prakse, ki se pojavljajo pri ustvarjanju informativnih oddaj. V tednu od 18. 4. 2016 do 22. 4. 2016 smo tako opravili opazovanje z udeležbo v informativnem uredništvu Radia Štajerski val. Opazovali smo delovne procese (zbiranje informacij za novinarske prispevke, pridobivanje gradiva, pripravo informativnih oddaj, objavljane informativnih vsebin na spletni strani in družbenih medijih) in opravili tri nestrukturirane intervjuje z dežurnimi novinarji, ki skrbijo za dnevno pripravo informativnih oddaj, o njihovih produkcijskih pristopih in poteku dela. Tako smo pridobili vpogled v produkcijske prakse in realizacijo informativnih oddaj v etru.

5.3 PRIDOBIVANJE GRADIVA ZA RAZISKAVO

Za raziskovanje realizacije radijskih informativnih oddaj v etru so ključni zvočni posnetki. Na našo prošnjo so nam jih proučevane radijske postaje posredovale za tri dni, 19. 4. 2016, 20. 4. 2016 in 21. 4. 2016. Za analizo smo načrtno izbrali tri dni v sredini tedna, ko je ponavadi gostota dogodkov večja in je temu primerna tematska pestrost oddaj. Dan po vikendu – ponedeljek – ali dan pred vikendom – petek – bi lahko bila bera prispevkov skromnejša; v primeru ponedeljka zaradi manjšega obsega dogodkov čez vikend in na prvi dan tedna, v primeru petka pa zaradi pripravljanja informativnih vsebin še za sobotni in nedeljski informativni program, če ga radijski program ima. Posnetki so bodisi posredovani takšni, kot so bili pripravljeni za posredovanje v eter (Radio Rogla, Radio Antena Štajerska) ali pridobljeni neposredno iz samodejnega snemalnika radijskega programa (angl. *logger*) (Radio Štajerski val, Radio Celje). Kot poudarja Lengar Verovnik (2012, 45), obstajata v teoriji raziskovanja kvalitativne analize govora ali diskurza dve skupini podatkov, kot jih opredeljuje Rapley (2007, 9): prvi, ki jih generira raziskovalec sam, in drugi, ki že obstajajo in jih mora raziskovalec le izbrati. Za našo analizo bomo uporabili drugi pristop ter ga aplicirali na analizo strukture, žanrov in produkcijskih praks radijskih informativnih oddaj. Osnova raziskave bodo torej zvočni posnetki oddaj, kar je bilo uporabljeno že v obstoječih raziskavah radijskih žanrov

(Lengar Verovnik 2012), kot dodatno verifikacijsko sredstvo bomo uporabili še transkripte, ki so jih posredovali radijski programi.

5.3.1 Podatki o gradivu

V analizo je bilo vključenih 105 posnetkov informativnih oddaj. Na radijskih programih s statusom posebnega pomena smo analizirali: na Radiu Štajerski val 51 posnetkov dveh različnih vrst oddaj in na Radiu Celje 24 posnetkov treh različnih vrst oddaj. Na komercialnih regionalnih oziroma lokalnih radijskih programih smo analizirali: na Radiu Antena Štajerska 6 posnetkov vrste oddaje in na Radiu Rogla 30 posnetkov dveh različnih vrst informativnih oddaj.

Tabela 5.1: Deleži analiziranih vsebin po skupnem času trajanja v treh dneh v radijskih programih.

Radio	trajanje 3 dni (min, sek)
Radio Antena Štajerska	13,46
Radio Celje	153,12
Radio Rogla	62,30
Radio Štajerski val	129,25

5.4 PREDSTAVITEV PREDMETOV RAZISKAVE

Za drugo fazo raziskovanja (empirična raven) smo izbrali dva regionalna radijska programa s statusom posebnega pomena in dva komercialna radijska programa. Takšna uravnoteženost med dvema vrstama programov bo omogočila pregledno primerljivost in ugotavljanje iskanih značilnosti v informativnih programih. Raziskava bo potekala v savinjski regiji, kjer imajo sedež: dva radijska programa s statusom posebnega pomena (Radio Celje, Radio Štajerski val) in dva komercialna radijska programa (Radio Rogla in Radio Antena Štajerska). Našteti radijski programi bodo predmet analize diskurza in z njihovimi uredniki so bili opravljeni polstrukturirani individualni intervjuji. Študija primera bo potekala na Radiu Štajerski val, ki je najstarejša slovenska regionalna radijska postaja, ki svoj program oddaja od leta 1953 in daje zelo velik pomen prav informativnemu programu. Zaradi lažje primerljivosti bodo v raziskavi primerjane le dnevnoinformativne oddaje na proučevanih regionalnih radiih, ki nastajajo v lastni produkciji, ne pa aktualne ali druge oblike oddaj, ki prav tako sodijo v informativni

program oziroma informativne oddaje radijskih informativnih servisov. Zato je obseg proučevanih informativnih oddaj na Radiu Antena Štajerska (13 Infonetovih informativnih oddaj na dan) in Radiu Rogla (10 Infonetovih informativnih oddaj na dan) in na Radiu Celje (2 informativni oddaji Radia Slovenija, druge informativne oddaje lastne produkcije) temu primeren.

5.4.1 Radio Štajerski val

Radio Štajerski val je najstarejši regionalni radio v Sloveniji, ki oddaja od leta 1953. V programu najdejo prostor ljudje in dogodki iz krajev, kjer je radio doma in ki jih drugi mediji prepogosto zaobidejo. Radio Štajerski val je najpomembnejši regionalni informativni medij v svojem domicilnem okolju JV Štajerske; novinarska ekipa vsakodnevno spremlja in poroča o dogajanju v regiji, ki obsega območje skoraj 20 občin. Programske vsebine in glasba Štajerskega vala so prilagojeni ciljni populaciji, ki je z njim odraščala od malih nog. Je ena najbolj priljubljenih radijskih postaj na Štajerskem, s tradicionalno visoko poslušanostjo na območju JV Štajerske ter zaledja Obsotelja in Kozjanskega. V programu Štajerskega vala so na prvem mestu lokalni dogodki in ljudje, ki živijo in ustvarjajo v njihovih krajih. Poročajo iz Obsotelja, Kozjanskega, Celjskega, Savinjskega, Konjiškega, Poljčanskega in Bistriškega oziroma iz savinjske in delno mariborske regije. Štajerski val oddaja na dveh frekvencah: 93,7 MHz in 87,6 MHz, preko spleta, na kabelskih sistemih ali preko različnih mobilnih aplikacij (Štajerski val).

5.4.2 Radio Celje

Radio Celje oddaja od leta 1954. Potreba po radiu se je v mestu prvič pokazala 4. aprila 1954, ko je Celje z okolico zajela huda poplava, informiranje pa je bilo mogoče samo preko neustreznih zvočnikov Ljudske tehnike. Z rednim programom je Radio Celje začel v začetku oktobra 1954 v traktu nedokončanega zdravstvenega doma v Celju. Prvo leto oddajanja se je program začel ob 17. uri in je trajal pol ure. Razširil se je na eno uro ob delavnikih in dodatno uro od 12. do 13. ure ob nedeljah. Do konca junija 1962 je Radio Celje spadal pod Radio Ljubljana, od 1. julija dalje pa pod Celjski tisk, ko je bila tudi prva združitev z Novim tednikom. Radio se je kasneje izločil iz tiskarske oziroma časopisne dejavnosti, leta 1967 pa se je ponovno združil z Novim tednikom, oba pa sta leta 1968 prišla pod okrilje Dela. Jeseni leta 1989 sta se

začeli za Radio Celje in Novi tednik oblikovati novi programski in vizualni podobi, nastal je tudi nov logotip NT&RC. Kot drugi radio v Sloveniji po Valu 202 so uvedli tako imenovani radijski stik s poslušalci v svojih oddajah v živo, ki so v obliki okroglih miz obravnavale najbolj žgoča vprašanja Celja in občin celjske regije, v katerih so s telefonskimi klici lahko sodelovali tudi poslušalci. Radio je veliko postoril tudi na kulturnem področju. Danes oddajajo na frekvencah 95, 1, 100, 3, 95, 9 in 90, 6 MHz (Radio Celje). Radio Celje danes pripravlja celodnevni program in ima status regionalnega radijskega programa posebnega pomena.

5.4.3 Radio Rogla

Radio Rogla oddaja od leta 1997 in je najbolj poslušan radio v nemestnih občinah med Celjem in Mariborom. Njegova ciljna skupina je aktivna populacija, torej 25+, na Štajerskem. Med glasbenimi zvrstmi vrtijo pop in rock ter narodnozabavno glasbo. Radijska shema je prilagojena ritmu poslušalca (s kratkimi govornimi vhodi moderatorjev, tudi v informativnem programu so informacije kratke). Informativne vsebine zagotavljajo z eno največjih lokalnih novinarskih mrež na Štajerskem, kar je zanje ena večjih primerjalnih prednosti. Oddajajo na frekvencah 101, 8, 89, 4 in 89, 1. Slogan Radia Rogla je: »To je ta dober občutek«, ki mu sledijo tudi pri izbiri informacij, saj poudarjajo predvsem »dobre« novice. Radio je del lokalno-regionalne medijske družine, v katero sodi še 5 lokalnih časopisov in regionalni spletni portal www.novice.si (Radio Rogla).

5.4.4 Radio Antena Štajerska

Radio Antena Štajerska od leta 1996 oddaja 24 ur na dan in predstavlja preplet največjih hitov ter poudarkov na lokalnih novicah, lokalnih prometnih informacijah, vremenu in vsem, kar poslušalci pričakujejo od svojega priljubljenega lokalnega radia. Področje pokritosti: Savinjsko-celjska dolina na 87, 8 Mhz in Šaleška dolina na 91, 6 Mhz. Njihova ciljna publika je od 10 do 49 let. Radio Antena Štajerska je član mreže Radio Antena Slovenija, ki združuje Radio Antena Ljubljana, Gorenjska in Štajerska, kar jim zagotavlja skupno trženje programskega prostora in dostop do Infonetovih radijskih novic.

6 UGOTOVITVE

V analizi pridobljenega gradiva smo se osredotočili na raziskovalna vprašanja, v katerih so nas zanimale vrste informativnih oddaj in njihove značilnosti, stalne oblike sporočanja v njih (novinarski žanri) in produkcijske prakse. Raziskovalna vprašanja smo obdelali s pomočjo analize vsebine in ugotovitve podkrepili z informacijami, pridobljenimi v intervjujih z uredniki, odgovornimi za informativni program na proučevanih radijskih programih. Zanimivo je, da prav noben proučevani program ni brez lastnih informativnih oddaj, ampak stavijo nanje kot na pomemben del, po katerem se ločijo od konkurence, čeprav vsi delujejo na bolj ali manj istem geografskem območju.

6.1 VRSTE INFORMATIVNIH ODDAJ

Na začetku raziskovanja smo si zastavili raziskovalno vprašanje, s katerim smo želeli preveriti, katere oblike informativnih oddaj se pojavljajo v radijskih programih. Identifikacija vrst informativnih oddaj je pomembna, saj lahko prav vrsta oddaje vpliva na izbiro žanrov in pristope k njihovem oblikovanju (prispevki drugih novinarjev, drugi govorci). Prav tako lahko vpliva na pogostost informativnih oddaj, saj od malih radijskih programov ne moremo pričakovati obsežne informativne oddaje vsako uro, ampak kvečjemu enkrat ali nekajkrat na dan.

R1: Katere vrste informativnih oddaj so prisotne v programski shemi proučevanih regionalnih radijskih programov?

V intervjujih z urednicami informativnih programov smo ugotavljali pomembnost informativnih oddaj v sklopu celotnega programa. Tako je urednica informativnega programa Radia Štajerski val A. Deučman (2016) izpostavila, da ima informativni program zelo pomembno mesto: »Tudi glede na to, koliko minut mu posvečamo.« Urednica informativnega programa Radia Antena Štajerska M. Oštir (2016) je izpostavila, da poleg novic z radijskega servisa Infonet lastne lokalne novice pripravljajo, »da ohranimo nek stik z lokalnim prebivalstvom.« Odgovorna urednica Radia Rogla V. Motaln (2016) pravi, da je lastni informativni program zanje zelo pomemben: »V bistvu se s tem najbolj razlikujemo od drugih

radijskih postaj, z lokalno informacijo.« Odgovorna urednica Radia Celje B. Avguštinčič (2016) pravi, da je program radia namenjen tistim, »ki jih zanima, kaj se dogaja v njihovem lokalnem okolju.«

Z opredelitvijo v predhodnih poglavjih smo identificirali več tipov oddaj in zato v raziskavi iskali naslednje vrste: kratke novice, novice, poročila in osrednje informativne oddaje. Namenoma smo izločili ostale oblike informativnih oddaj, saj so le navedene skupne večini programov. Oddaje, ki obravnavajo aktualne tematike na informativni način, so namreč prisotne le na Radiu Celje, npr. kulturni pregled tedna Kalejdoskop in Odmev, kjer obravnavajo določeno aktualno temo (Avguštinčič 2016), in Radiu Rogla, kjer je takšna oddaja Beseda je vaša, v kateri rešujejo težave poslušalcev oz. iščejo odgovore nanje (Motaln 2016). S stališča obravnave količine informativnih oddaj je pomembno upoštevati, da radii v najbolj poslušanem jutranjem terminu pogosto pripravljajo dve informativni oddaji na uro, s čimer pokrijejo jutranji povprečni čas poslušanja, ki se giblje med 15 in 30 minutami, kar na primeru jutranjega programa pojasnjuje Barnard (2000, 189–196), ki v ta del programa uvršča še servisne informacije, kot so cestne razmere in vreme, ali pa novice iz sveta slavnih. Podoben vzorec Radio Rogla ponovi še v popoldanskem programu, po 14. uri, ko so ob polni uri na sporedu novice iz mreže Infonet, ob pol ure pa njihove lastne lokalne informativne oddaje.

Tabela 6.1: Število lastnih informativnih oddaj na dan

Radio	Število lastnih informativnih oddaj na dan
Radio Antena Štajerska	2
Radio Celje	6
Radio Rogla	10
Radio Štajerski val	17

Opravljen raziskava je pokazala, da vsi radijski programi informacije posredujejo v vrsti informativne oddaje novice. Radio Rogla in Radio Štajerski val uporabljata tudi kratke novice, ki so pri obeh na sporedu v jutranjem programu, na Radiu Rogla pa še popoldne. Radio Celje je od obravnavanih edini program, ki ima v svoji shemi radijska poročila in osrednjo dnevnoinformativno oddajo Kronika Radia Celje, ki je na sporedu vsak dan ob 17. uri. Poleg lastnih informativnih oddaj trije radijski programi shemo dopolnjujejo še z informativnimi oddajami zunanje produkcije: Radio Celje z Drugo jutranjo kroniko ter Dogodki in odmevi

Radia Slovenija,³⁰ Radio Antena Štajerska in Radio Rogla pa z radijskimi novicami Infonet, ki so na sporedu vsako polno uro, razen ko oba programa pripravljata lastne oddaje. Na Radiu Antena Štajerska jih imajo v svoji shemi zato, ker ocenjujejo, da ljudi zanima, kaj se dogaja izven njihovega lokalnega okolja (Oštir 2016).

Radio Antena Štajerska ima lastni informativni oddaji Lokalno udarno na sporedu ob delavnikih ob 10.00 in 15.00. Radio Celje ima čez teden novice na sporedu ob 6.00, 10.00 in 12.00, poročila ob 8.00 in 14.00, osrednjo dnevnoinformativno oddajo pa ob 17.00. Radio Rogla ima kratke novice od ponedeljka do petka na sporedu ob 5.30, 9.30, 12.00, 14.00, 14.30, 15.30 in 17.00, novice pa ob 6.30, 7.30, 10.00 in 17.00. Radio Štajerski val kratke novice predvaja v jutranjem programu, ob 6.30, 7.30, 8.30 in 9.30, novice pa čez dan, ob 6.00, 7.00, 8.00, 9.00, 10.00, 11.00, 12.00, 13.00, 14.00, 15.00, 16.00, 17.00 in 18.00.

Radio Antena Štajerska je komercialni radijski program in temu primeren je tudi obseg lastnega informativnega programa, saj pripravljajo le dve lastni informativni oddaji na dan. Bistveno širša je informativna shema drugega obravnavanega komercialnega radijskega programa Radia Rogla, ki čez dan pripravlja deset lastnih informativnih oddaj, kar pa je verjetno posledica širše mreže sodelavcev, ki poleg radijskih novic v lokalnih uredništvih pripravljajo še lokalne časopise – Novice v Slovenskih Konjicah na sedežu radia, Celjana v Celju, Šentjurske novice v Šentjurju, Bistriške novice v Slovenski Bistrici in Rogaške novice v Rogaški Slatini (Motaln 2016). Do podobnega prepleta s tiskom prihaja pri Radiu Celje, kjer novinarji hkrati pripravljajo vsebine za časopis Novi tednik in radijski informativni program (Avguštinčič 2016). Skupaj na dan pripravijo šest splošnih informativnih oddaj in eno, ki je posvečena samo kulturi in je na sporedu ob 13.00. Po številu oddaj je najobsežnejša informativna shema Radia Štajerski val, ki ima tako kot Radio Celje status regionalnega radijskega programa posebnega pomena. Med delavniki pripravljajo 17 lastnih informativnih oddaj, a krajših vrst – novice in kratke novice, kot na Radiu Celje.

³⁰ Radio Celje je pred časom ukinil predvajanje oddaj Radia Slovenija Druga jutranja kronika ter Dogodki in odmevi, a je bil odziv poslušalcev negativen, tako da so jih ponovno uvrstili v program (Avguštinčič 2016).

Tabela 6.2: Povprečno trajanje lastnega informativnega programa na dan

Radio	Povprečno trajanje lastnega informativnega programa na dan (min, sek)
Radio Antena Štajerska	4,35
Radio Celje	51,04
Radio Rogla	20,5
Radio Štajerski val	43,08

Število oddaj in njihova vrsta zagotovo vpliva na časovni obseg informativnega programa v dnevu radijskega programa. Tako ta v primeru Radia Antena Štajerska v povprečju obsega 4,35 minute, na Radiu Rogla pa 20,5 minute. Obe urednici (Oštir 2016; Motaln 2016) sta poudarili, da težijo h kratkemu podajanju informacij, kar odraža tudi skupna slika minutaže informativnega programa. Radio Antena Štajerska je pred kratkim novice skrajšal na 120 sekund, saj so raziskave pokazale, da dotedanji format štiri minute in pol dolge informativne oddaje za njihove poslušalce ni zanimiv (Oštir 2016). Zakonske obveznosti zagotavljanja vsebin lastne produkcije, v tem primeru informativnih vsebin, zagotovo vplivajo na obseg informativnega programa na Radiu Celje in Radiu Štajerski val. V prvem primeru ta v povprečju na dan znaša 51,04 minute, na Radiu Štajerski val pa 43,08 minute.

Izbrana vrsta informativne oddaje v informativnem programu nadalje vpliva na povprečno trajanje oddaj. Gage (1999, 58) pri svojem proučevanju radijskega programa ugotavlja, da informativne oddaje v povprečju trajajo tri minute, kar lahko potrdimo tudi z našo raziskavo, pri čemer smo izločili vremenske in cestne informacije. Ob upoštevanju teh dveh vsebin bi se povprečna dolžina informativnih oddaj zagotovo gibala okoli treh minut. Uporabo vrste novice na Radiu Antena Štajerska dokazuje povprečno trajanje informativne oddaje, ki je 2,18 minute. Prevladujoča oblika kratkih novic in štiri oddaje novice na dan na Radiu Rogla povprečje trajanja informativne oddaje nekoliko skrajšajo na 2,05 minute. Zaradi prevladujoče oblike novice in le štirih oddaj tipa kratke novice informativna oddaja na Radiu Štajerski val v povprečju traja 2,32 minute. Daljše novice, poročila in osrednja informativna oddaja pa povprečje informativne oddaje na Radiu Celje najbolj oddaljijo od ostalih treh proučevanih programov. To znaša 8,31 minute, kar je posledica na eni strani trojih novic in na drugi dvojih poročil ter ene osrednje informativne oddaje.

Tabela 6.3: Povprečno trajanje lastne informativne oddaje

Radio	Povprečno trajanje lastne informativne oddaje (min, sek)
Radio Antena Štajerska	2,18
Radio Celje	8,31
Radio Rogla	2,05
Radio Štajerski val	2,32

Z vrstami informativnih oddaj in njihovim številom je povezano ugotovljeno povprečno število besedil v informativnih oddajah. Zaradi oblike informativne oddaje novice in dveh dnevnih terminov to na Radiu Antena Štajerska znaša 5,66. Na Radiu Celje je število oddaj sicer majhno (6), a so časovni obsegi oddaj daljši, zato je temu primerno tudi povprečje 43 besedil na dan. Deset informativnih oddaj na dan in veliko število informativnih oddaj kratke novice zagotovo vplivajo na le malenkost večje dnevno povprečje besedil na Radiu Rogla (43,6). Povprečje besedil je na dan skoraj konstantno na Radiu Štajerski val (48), kjer smo v raziskavi ugotovili le malenkostna odstopanja v posameznih dnevih, kar kaže na to, da je tam shema informativnih oddaj vnaprej zaprta in predvideva točno določeno število besedil.

Tabela 6.4: Povprečno dnevno število besedil v lastnih informativnih oddajah

Radio	Povprečno dnevno število besedil v lastnih informativnih oddajah
Radio Antena Štajerska	5,66
Radio Celje	43
Radio Rogla	43,6
Radio Štajerski val	48

Z vrsto in trajanjem informativne oddaje je povezano tudi povprečje besedil na posamezno oddajo. Če so ta povprečja dokaj nizka pri Radiu Antena Štajerska (2,38), Radiu Rogla (4,3) in Radiu Štajerski val (2,8), ki večinoma uporabljajo novice in kratke novice, je povprečje besedil na informativno oddajo na Radiu Celje višje (7,13). Ta radio namreč edini pripravlja poročila in osrednjo dnevnoinformativno oddajo.

Tabela 6.5: Povprečno število besedil v posamezni lastni informativni oddaji

Radio	Povprečno število besedil v posamezni lastni informativni oddaji
Radio Antena Štajerska	2,83
Radio Celje	7,13
Radio Rogla	4,3
Radio Štajerski val	2,8

Z analizo podatkov smo dobili odgovor na prvo raziskovalno vprašanje, kjer smo se spraševali po vrsti informativnih oddaj na radijski programih. Ugotovljene vrste (kratke novice, novice, poročila, osrednja informativna oddaja) smo še dodatno preverili s trajanjem informativnega programa na dnevni ravni ter s številom uporabljenih besedil na dan in v posamezni oddaji. Prav časovna dimenzija informativne oddaje je tista, ki oddaje ločuje med seboj. Kratke novice tako trajajo do 2 minuti, novice do 5 minut, poročila od 5 do 10 minut in osrednje informativne oddaje več kot 15 minut. S temi vrstami informativnih oddaj so svoj program opisale tudi urednice v intervjujih (Avguštinčič 2016; Deučman 2016; Motaln 2016; Oštir 2016), ugotovljeno stanje pa se sklada z uredniškimi politikami radijskih programov, saj Radio Antena Štajerska in Radio Rogla težita h kratkemu obveščanju poslušalcev, Radio Celje in Radio Štajerski val pa zasledujeta zadostitev zahtev, izhajajočih iz statusa programa posebnega pomena, pri čemer slednji uporablja vrste informativnih oddaj, značilne za komercialne programe, a z veliko večjo pogostostjo predvajanja.

6.2 Informativni žanri v informativnih oddajah

Najbolj zanimivo vprašanje naloge je zagotovo povezano z ugotavljanjem uporabe stalnih oblik sporočanja oziroma radijskih informativnih žanrov, kot smo jih opredelili v teoretičnem delu. Delno lahko o njih že sklepamo na podlagi prvega raziskovalnega vprašanja, kjer smo ugotavljali vrste informativnih oddaj. Ta zagotovo vpliva na izbiro žanra, saj je dolžina oddaje meja, v katero ne sodijo vsi informativni žanri. Tako se poročila ne ali le redko pojavijo v novicah, kratka vest in vest pa ne v poročilih.

R2: Kakšne oblike stalnega novinarskega sporočanja se pojavljajo v informativnih oddajah regionalnih radijskih programov?

Na podlagi ugotovljenih vrst informativnih oddaj smo določili nabor radijskih informativnih žanrov. Proučevali smo uporabo naslednjih: kratka vest, vest, razširjena vest, naznanilo, poročilo, komentar. Žanre smo identificirali po časovnem in vrstičnem obsegu ter strukturnih značilnostih (formula 5K + Z, uvodna poved ali uvod bralca, zvočni prispevek novinarja, drugi zvočni prispevki, prisotnost zaključka). Pri proučevanju smo bili posebej pozorni na pojav

hibridnega žanra med razširjeno vestjo in poročilom, ki smo ga uvrščali v kategorijo neuvrščeno. Naleteli smo na nekaj primerov na vseh proučevanih programih, ko novinarsko besedilo presega časovni in vsebinski obseg razširjene vesti in se pomika proti poročilu, hkrati pa nima tipične zgradbe poročila z uvodom ali napovedjo bralca informativne oddaje, ki ji sledi zvočni prispevek novinarja ali skozi besedilo ena ali več izjav govorca. Ugotovili smo, da so v proučevanih treh dneh vsi radijski programi v informativnih oddajah uporabili vse žanre razen ankete in komentarja, ki bi se najverjetneje lahko pojavil v kulturni ali športni vsebini, a ga redakcije, kljub trditvi iz intervjuja z odgovorno urednico Radia Celje, ne uporabljajo: »Poročila, vesti, ankete, komentarjev je mogoče nekaj manj. So pa včasih že skozi prispevke, ki jih dela novinar, kjer včasih kaj pokomentira. Komentarji tudi so, ampak ne tako pogosto« (Avguštinčič 2016).

Tabela 6.6: Žanri v informativnih oddajah

Žanri na dan (povprečje)	Radio Antena Štajerska	Radio Celje	Radio Rogla	Radio Štajerski val
Kratka vest	0	0	5	1,3
Vest	1	14	2	4,3
Razširjena vest	3,6	12	7,3	28,6
Naznanilo	0,3	8	21,6	0,6
Poročilo	0,3	12	3,6	7,6
Komentar	0	0	0	0
Neuvrščeno	0,3	1	1,3	4

6.2.1 Kratka vest

Kratko vest smo opredelili kot radijski informativni žanr, ki je kratek in ki podaja le osnovne informacije o dogodku. Ima preprosto zgradbo in je zapisana v stvarnem, jasnem in jedrnatem jeziku. Kot kratko vest smo klasificirali tudi samostojno poved, ki jo po Korošcu (1998, 191) lahko definiramo kot vestiški pravzorec, ki je najmanjša poročevalska enota in je že sama po sebi lahko vest. Laban (2007, 101–103) na primeru proučevanja televizijskih informativnih žanrov ugotavlja, da kratka vest ali žargonsko *flash* traja 10 sekund. Takšen primer kratkih vesti je bil najpogostejši v novicah na Radiu Rogla v osrednjem delu besedila. Prav tako se je v informativnih oddajah tega radia pojavljal v zaključni sekvenci informativne oddaje, po ostalih žanrih.

Primer: Radio Rogla, Novice (kratke novice), 21. april 2016, 15.30

Priznanje naj smučišče minule sezone na Tri kralje.

Primer: Radio Štajerski val, Novice (kratke novice), 20. april 2016, 9.30

Dom starejših v Poljčanah bodo obnavljali. Več o tem v novicah ob 10-ih.

Žanr kratke vesti smo zaznali v informativnih oddajah Radia Štajerski val (povprečje 1,3 na dan) in na Radiu Rogla (povprečje 5 na dan). Visoko povprečje tovrstnih kratkih vesti v informativnih oddajah Radia Rogla gre pripisati strukturi informativne oddaje Novice, kjer na koncu oddaje vedno povzamejo eno dejstvo, in jutranjim novicam ob 6.00. Uporabljajo kratke vesti v skrajni formi, ki sicer niso naslovi, a spominjajo na naslove kakšne daljše radijske informativne oddaje. Prav tako je na povprečje vplivala uporaba te oblike kratke vesti na koncu vsake informativne oddaje, kjer v strukturi dosledno uporabljajo kratko vest z informacijo, ki predhodno ni podana v oddaji, in tako zaključujejo novice.

6.2.2 Vest

Vest smo opredelili za osnovno obliko novinarskega izražanja na radiu, ki je v svojih oblikah prevladujoča zvrst v informativnih oddajah. Vest upoveduje manjše pretekle dogodke z relativno majhnim številom prvin (formula 4 K), zato v njej ni prostora za obširnejše informiranje, iskanje vzrokov. Povedi so kratke, večinoma eno- in dvostavčne, jezik je jasen in jedrnat. V primeru televizije (Laban 2007, 101) vest traja okrog 20 sekund, kar lahko ugotovimo tudi za radio.

Žanr vest smo zasledili na vseh radijskih programih (glej tabelo 6.6), prevladujoča pa je bila na Radiu Celje, kjer je dnevno povprečje uporabe tega žanra 14. Prav tako visoko je povprečje na Radiu Rogla, kjer znaša 9,3 vesti na dan. Na Radiu Štajerski val je povprečje 4,3 vesti, na Radiu Antena Štajerska pa 1 vest. Uporaba žanra je zagotovo povezana s prevladujočo vrsto informativnih oddaj (novice, kratke novice), na Radiu Celje pa z dosledno rabo tega žanra znotraj oddaje Novice (ob 6.00, 10.00 in 12.00), kjer tudi edini ne uporabljajo zvočnih posnetkov, kar vest premakne v razširjeno vest.

Primer: Radio Celje, Novice, 19. april 2016, 6.00

Danes bo predvidoma znano, ali bo Sindikat delavcev dejavnosti energetike Slovenije izvedel za četrtek napovedano stavko v dejavnosti. Socialni partnerji bodo namreč danes nadaljevali v petek začete pogovore o iskanju rešitev za izpolnitev stavkovnih zahtev. Stavka se je sicer začela 4. aprila, po načrtih naj bi se končala v četrtek.

Primer: Radio Rogla, Novice, 20. april 2016, 15.30

Precej praha je v Celju je dvignil nakup novega traktorja za dejavnosti Mestne občine Celje. Novi traktor bo nadomestil dosedanjega, ki je slabše zmogljivosti, uporabljali pa ga bodo predvsem za košnjo, prevoze materiala in pluženje. Kot pišejo v današnjem Celjanu, so do roka prejeli 3 ponudbe.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 20. april 2016, 12.00

Loke pri Mozirju so odslej poplavno bolj varne. Tam so namreč zgradili nov Ločki jez čez Savinjo, saj je bil stari zaradi visokih voda močno poškodovan. S tem se je lokalno izboljšala poplavna varnost samega naselja, niso pa so se poslabšale visokovodne razmere na Savinji pod Mozirjem. Denar za naložbo, vredno 300 tisoč evrov, sta zagotovila okoljsko ministrstvo in mozirska občina.

6.2.3 Razširjena vest

Razširjena vest je časovno še vedno dokaj kratka, a za razliko od kratke vesti odgovarja še na dodatni vprašanji poleg osnovnih štirih: ZAKAJ se je zgodilo? KAKO se je zgodilo? V njej navajamo dodatne podatke, ki za identifikacijo dogodka niso nujni, zato je obsežnejša in ima obliko obrnjene piramide. Opredelili smo tudi vrste zvočnih posnetkov, ki se pojavljajo v razširjeni vesti (izjave, izrezi iz npr. intervjujev, dopisniki, povzetki drugih novinarjev v redakciji). Razširjeno vest lahko obravnavamo kot kompromis med vestjo in poročilom, zato je primeren žanr za uporabo v vrsti informativne oddaje novice, ko uredništva težijo k vsebinsko obsežnejšemu, a časovno krajšemu informiranju. Gage (1999, 58) izpostavlja, da naj bi bile v triminutni informativni oddaji razširjene vesti (samo besedilo) dolge do 30 sekund, vesti z izjavami pa do 35 sekund, kar dobro pojasnjuje uporabo žanra razširjena vest v

informativnih oddajah. Podobno dolžino opredeljuje tudi Laban (2007, 102), ki pravi, da na televiziji razširjena vest traja 30 sekund ali več.

V informativnih oddajah Radia Štajerski val je žanr razširjene vesti na dan v povprečju zastopan z 28,6 besedila (glej tabelo 6.6). Prav tako je pogost na Radiu Celje, manj pogost pa na Radiu Rogla in Radiu Antena Štajerska, kjer je najpogostejše uporabljeni žanr. V uporabi tega žanra sta se pokazali dve smeri: uporaba golega besedila ali uporaba krajšega besedila z dodatkom zvočnega posnetka sogovornika, ki govori o obravnavani temi. Takšno strukturo razširjene vesti je v intervjuju opisala odgovorna urednica Radia Rogla V. Motaln (2016), ki pravi, da imajo pravilo 3 do 4 vrstice uvodnega dela in izjava, ki je dolga do 25 sekund.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 21. april 2016, 17.00

V občini Oplotnici izboljšujejo vodooskrbo. Občina vodovodni sistem obnavlja postopoma. Vsako leto v ta namen v proračunu zagotovi nekaj denarja. Letos ga je za vodovod v Brezju. Ob tem bodo po napovedih župana Matjaža Orterja na vodovodnem sistemu, ki povezuje Oplotnico z Lačno goro prenovili sistem za kloriranje:

Zvočna izjava: Matjaž Orter

To pa ni edina letošnja novost na področju vodooskrbe. V Čadramu bodo zamenjali upravljavca vodooskrbnega sistema. Krajanje namreč niso zadovoljnih z delom Komunale Slovenska Bistrica, zato bo upravljanje prevzela lokalna zadruga Pohorski izviri.

Primer: Radio Celje, Kronika Radia Celje, 21. april, 2016, 17.00

Gostinci iz celjske regije opozarjajo na težave, ki jih imajo, in ki jih še čakajo zaradi napovedanih sprememb zakonodaje. Pravkar so se zbrali na zboru v Šmarju pri Jelšah. Na njem bodo predstavili svoja stališča, s katerimi bodo odločno zahtevali spremembe, zbirali bodo tudi podpise pod peticijo proti dodatnim stroškom zaradi uvedbe licenčnih in preurejanju prodajnih mest, ki jih predvideva predlog tobačnega zakona. Kot trdijo, jim bo uvedba licenc za prodajo tobačnih izdelkov povzročila dodatne stroške ter omejila njihovo poslovanje.

Primer: Radio Rogla, Novice, 19. april 2016, 17.00

V Mercatorju Loče že od začetka aprila poteka dobrodelna akcija Radi delamo dobro, s katero želijo izboljšati kakovost življenja in vrniti dobro kraju, v katerem delujejo. Kupci bodo ob vsakem nakupu, ki ga bodo opravili do konca aprila prejeli poseben žeton. Z njim bodo lahko oddali svoj glas podpore trem lokalnim društvom oziroma organizacijam. Poslovodja Mercatorja Loče Zvonko Fevžar:

Zvočna izjava: Zvonko Fevžar

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 20. april 2016, 15.00

V Mozirju bodo sedaj bolj varni pred poplavami. V Lokah pri Mozirju so namreč odprli rekonstruirani Ločki jez. Nekdanji Ločki jez na Savinji v Mozirju je bil v poplavah močno poškodovan. Večina poškodb se je pojavila na desnem bregu, kjer so se po poplavah leta 2012 pojavile zajede, ki so ponekod že ogrožale stabilnost nasipa. Z obnovo jezu se je sedaj lokalno izboljšala poplavna varnost samega naselja, izvedeni ukrep pa predstavlja le enega od predvidenih ukrepov za dokončno zagotovitev poplavne varnosti Mozirja. Skupna vrednost rekonstrukcije jezu, ki sta jo sofinancirala Ministrstvo za okolje in mozirska občina, je sicer dobrih 300.000 evrov.

6.2.4 Naznanilo

Naznanilo za razliko od preostalih vestičarskih podžanrov napoveduje prihodnje dogodke, zato uporabljamo prihodnjik. V strukturi žanra je najpomembnejše povedano na začetku, s čimer odgovorimo na vprašanja: Kje? in Kdaj?. Naznanila so lahko kratka ali daljša, tudi z naslovom. V primeru Radia Rogla (glej tabelo 6.6) smo pri naznanilih ponovno naleteli na skrajno obliko kratke vesti, eno- ali dvostavčno poved, ki se večinoma pojavlja v jutranjih informativnih oddajah (5.30, 6.30, 7.30) ali ob koncu informativne oddaje Novice, v zaključni sekvenci. Pri uporabi v jutranjem programu je urednica (Motaln 2016) izpostavila, da v napovedi dogodkov včasih vključujejo tudi zvočne izjave govorcev, ki pa ne presegajo 10 sekund. V tem programu je bila uporaba žanra naznanilo najpogostejša in znaša v povprečju 21,6 na dan. Iskani žanr je bil prisoten tudi na Radiu Celje, kjer se v povprečju pojavi z 8 besedili na dan, in to zvečine v jutranjih in dopoldanskih informativnih oddajah. Le delno je prisoten na Radiu Antena

Štajerska, kjer je naznanilo v povprečju na dan uporabljeno v obsegu 0,3 besedila, in na Radiu Štajerski val, kjer je obseg 0,6 besedila na dan.

Primer: Radio Rogla, Novice, 19. april 2016, 5.30

V Šmarju pri Jelšah danes regijski zbor gostincev zaradi napovedanih dodatnih obremenitev

Na občinski seji v Šentjurju danes popoldne o pripojitvi ljudske univerze razvojni agenciji V Slovenski Bistrici nocoj predavanje o samooskrbi.

Območna revija otroških in mladinskih zborov osnovnih šol občin Slovenske Konjice, Zreče in Vitanje, bo popoldne v zreškem kulturnem domu.

Na četrti tekmi polfinala 1. slovenske futsal lige se bosta drevi v Rogaški Slatini pomerili ekipi Dobovec Pivovarna Kozel in PROEN Maribor.

Primer: Radio Celje, Novice, 20. april 2016, 6.00

V Zgodovinskem arhivu Celje bodo danes ob 19-ih odprli razstavo Arhivi – zakladnice spomina. Gre za potujočo razstavo slovenske arhivske dediščine, ki opozarja na sodelovanje med arhivskimi ustanovami v državi, hkrati pa tudi na letošnji jubilej, 60 let delovanja celjske hiše spominov.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 21. april 2016, 14.00

Društvo slovenskih režiserjev bo Mileni Zupančič nocoj podelilo nagrado bert, ki jo namenja za življenjsko delo na področju filmske igre. Kot piše v utemeljitvi, je z več kot 80 filmskimi in televizijskimi vlogami verjetno najprepoznavnejši obraz slovenskega filma. Z upodobitvijo Presečnikove Mete v Klopčičevem Cvetju v jeseni pa je postala simbol hrepenenja po ljubezni, življenju, svetu.

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 19. april 2016, 10.00

Galerija Velenje se bo pripojila k Festivalu Velenje. Mestna občina Velenje nadaljuje s procesom združevanja dveh zavodov, ki delujeta na področju kulture. Galerija Velenje bo s pripojitvijo Festivalu Velenje prenehala obstajati kot javni zavod in bo predstavljala notranjo organizacijsko enoto Festivala Velenje.

6.2.5 Poročilo

Poročilo kot žanr ima na radiu prostor v dveh oblikah informativnih oddaj, osrednjih informativnih oddajah in poročilih (Čakš 2007), ki so prevzela ime po prevladujočem žanru v njih. Poročilo poleg osnovne informacije, kar uresničuje vest, podaja še potek dogodkov, jih opisuje, pojasnjuje in razlaga. Je časovno obsežnejši žanr, sestavljata ga glava oz. vodilo in jedro. Pomembna je tudi njegova zvočna podoba, ki je sestavni del jedra in v katero so umeščene zvočne izjave s terena, posnetki preko telefona, pogovori v radijskem studiu. Poročilo ponavadi prebere novinar, bralec informativne oddaje ga le napove z osnovnimi vsebinskimi poudarki.

V naši analizi smo žanr poročilo identificirali v vrsti informativne oddaje novice, vendar se tam pojavlja prej kot izjema, kar dokazuje njegova raba v informativnih oddajah novice na Radiu Antena Štajerska, Radiu Rogla in Štajerski val. Glede na to, da ima Radio Celje edini vrsti informativnih oddaj poročila in osrednja informativna oddaja, je ta žanr v njihovem programu pričakovano močno zastopan in obsega v povprečju 12 besedil (glej tabelo 6.6) v informativnih oddajah na dan. Dokaj pogost je v informativnih oddajah Novice Štajerskega vala, kjer je v povprečju na dan uporabljen 7,6-krat, kar pomeni, da ga imajo v skoraj vsaki drugi informativni oddaji. Višje povprečje uporabe obsežnejšega novinarskega žanra bi lahko povezali s statusom programa posebnega pomena, ki ga imata omenjena radia in po katerem sta zavezana k zagotavljanju določenih časovnih obsegov različnih vsebin v dnevnem oddajnem času. Manjši obseg rabe poročila je v informativnem programu Radia Rogla, kjer je povprečje 3,6 besedila na dan, na Radiu Antena Štajerska pa znaša 0,3 besedila. V analiziranih posnetkih informativnih oddaj se pojavljata dve zvočni vrsti radijskega poročila; prvo, kjer bralec informativne oddaje napove poročilo, nato pa ga poda novinar, ki v besedilo vključuje tudi zvočne posnetke drugih govorcev, in poročilo, ki ga bere bralec informativne oddaje ter vključuje zvočne posnetke govorcev, praviloma dva krajša ali enega daljšega. Le redko se pojavi poročilo, ki ga v celoti prebere bralec informativne oddaje.

Primer: Radio Celje, Kronika Radia Celje, 19. april 2016, 17.00

Obnova parka ob paviljonu Tempelj v Rogaški Slatini, ki so jo začeli konec januarja, zaenkrat teče brez težav. Če bo vse po sreči, bo večina del v sklopu obnove zaključena do konca aprila, nekaj manjših posegov pa v maju. Prispevek Tine Strmčnik.

Zvočna izjava: *Prenova parka Rogaška*

Primer: Radio Rogla, Novice, 20. april 2016, 17.00

Ljudsko univerzo Šentjur bodo ukinili kot samostojni javni zavod in jo pripojili k Razvojni agenciji Kozjansko. Tako so se včeraj odločili občinski svetniki, ki so županov predlog potrdili v prvem branju, glede na večinsko soglasje pa je pričakovati enak rezultat v drugem branju. Hkrati so se odločili, da bo občina izstopila iz Mrežnega podjetniškega inkubatorja Vrelec. Občina je v več kot 200.000 evrov vreden proračun univerze lani prispevala 14.200 evrov. V. d. direktorica Ljudske univerze Šentjur Anja Polenek je takoj po seji dejala, da bo odstopila:

Zvočna izjava: *Anja Polenek*

Po besedah šentjurskega župana Marka Diacija so se za ta ukrep odločili zaradi racionalizacije:

Zvočna izjava: *Marko Diaci*

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 20. april 2016, 9.00

Ljudska univerza Šentjur ne bo več samostojni javni zavod. Občinski svet je podprl predlog, da jo pripojijo k Razvojni agenciji Kozjansko. A odločitev ni bila soglasna. Združitvi nasprotujejo svetniki stranke SDS. Glavna razloga povzema Lovro Perčič:

Zvočna izjava: *Lovro Perčič*

Župan Marko Diaci pravi, da bo skupni zavod pomenil sinergijo in racionalizacijo. Zagotavlja, da se ni bati okrnjenja vsebine:

Zvočna izjava: *Marko Diaci*

Poleg Ljudske univerze bo po novem kot organizacijska enota Razvojne agencije Kozjansko deloval tudi Mrežni podjetniški inkubator, ki je bil doslej enota slatinskega inkubatorja Vrelec.

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 19. april 2016, 10.00

Policija bo ta četrtek izvedla maraton nadzora hitrosti. Prehitra vožnja je še vedno problem številka ena in najpogostejši vzrok za prometne nesreče. Zato bo vse do 24. aprila tudi na celjskih cestah potekala nacionalna preventivna akcija Hitrost pod sloganom 'Vozimo pametno'. V času akcije bodo poleg policije meritve hitrosti in poostren nadzor na cestah izvajala tudi občinska redarstva. Javna agencija za varnost prometa pa bo v četrtek na več kot 600 lokacijah izvedla maraton nadzora hitrosti. Četrtkov nadzor bo potekal med 6. in 18. uro. Seznam lokacij, na katerih bo potekal nadzor, pa bodo skupaj z urami isti dan objavili na spletni strani policije.

Zvočna izjava: Robert Vehovec

je povedal Robert Vehovec iz sektorja prometne policije Generalne policijske uprave.

Primer: Radio Celje, Kronika Radia Celje, 21. april 2016, 17.00

V Termah Olimia so 1. marca začeli prenavljati svoj najbolj prestižni hotel Sotelia, ki letos praznuje desetletnico delovanja. Naložba je vredna 1,5 milijona evrov, dela bodo končana do 1. junija. Kot je povedal direktor Florjan Vasle, gre bolj za osvežitev hotela, saj prenova zajema le zamenjavo talnih oblog in pohištva v sobah, prebarvali bodo tudi stene ter dodali nekaj novega okrasja. V hotelu so temeljito posodobili tudi kongresni center. V času prenove hotela niso zaprli, saj dela potekajo po etapah. V Termah Olimia načrtujejo tudi temeljito obnovo in nadgradnjo bazenskega kompleksa Termalija. Če bodo dobili soglasje nadzornega sveta in bodo zbrali dovolj denarja, bodo dela začeli marca prihodnje leto, naložbo, ki bo potekala v dveh fazah in naj bi bila končana leta 2018, pa ocenjujejo na 7 milijonov evrov. Terme Olimia so tudi lani dobro poslovale. Podjetje je ustvarilo malo več kot 17 milijonov evrov čistih prihodkov od prodaje, kar je za dva odstotka bolje kot v letu 2014. Čistega dobička, ki je od predlanskega višji za petino, je bilo 1,1 milijona evrov. To jim je uspelo predvsem na račun dobre poletne sezone in večjega števila kopalcev v Aqualuni, pa tudi zaradi dviga povprečne cene penzionov. Za letos Vasle napoveduje še višjo rast prihodkov, saj so že prve tri mesece zabeležili občutno boljše rezultate kot lani v enakem času.

6.2.6 Neuvrščeno – vestičarsko poročilo?

V naši analizi smo bili poleg v teoriji opredeljenih novinarskih žanrov pozorni na morebitni pojav hibridnega radijskega informativnega žanra, ki smo ga opazili s predhodnim poslušanjem izbranih informativnih programov. Izbira vrste informativne oddaje, kot se je pokazalo predhodno v raziskavi, vpliva tudi na izbiro uporabljenih žanrov. Če vzamemo novice za prevladujočo vrsto informativne oddaje, lahko domnevamo, da se v njej pojavljajo kratke vesti, vesti in razširjene vesti, redkeje poročila. Raziskava je v točki 6.2.5 namreč pokazala, da poročilo v radijskem informativnem programu ni zgolj žanr, ki je rezerviran za informativne oddaje vrste poročila in osrednja informativna oddaja. Pojavil se je v novicah treh obravnavanih radijskih programov (Radio Antena Štajerska, Radio Rogla in Radio Štajerski val), čeprav na primer novice Radia Antena Štajerska trajajo le okoli 120 sekund. Prav zato ni nujno, da izbira vrste informativne oddaje dosledno pogojuje uporabo žanrov. Ker ti trije radijski programi svoj informativni program gradijo na novicah, ki so časovno omejene in se bolj ali manj, kot smo videli v raziskavi, držijo določenih časovnih okvirov, ne preseneča, da želijo določene informacije podati v obsežnejših žanrih, kar utemeljuje rabo poročila. Na to lahko vpliva ali širina tematike, uporaba zvočnih posnetkov ali zasledovanje želje po celovitejšem informiranju občinstva, ki ga v primeru Radia Štajerski val in Radia Celje določa že omenjeni status regionalnega radijskega programa posebnega pomena.

Raziskava je pokazala, da vsi štirje programi uporabljajo hibridni žanr, ki je na meji med razširjeno vestjo in poročilom. Razširjeni vesti ustreza bolj po strukturi (ima uvodno poved, ki navaja bistvo), poročilu pa se približuje po dolžini, a nikakor nima zgradbe poročila z napovedjo ali uvodom. Jedrni del se namreč začne takoj po uvodni povedi, v njem pa se nizajo informacije, ki vodilo podkrepijo in ga dodatno razlagajo z zvočnimi izjavami govorcev, posnetih po telefonu ali pridobljenih na terenu. Uvod nikakor ni narejen kot vodilo, kot ga opredeljuje Laban (2005, 46–52) za primere tiska, saj je bistveno krajši (v navedenih primerih večinoma enostavčna poved), a ima vseeno nalogo pritegniti k poslušanju.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 21. april 2016, 18.00

Začenja se Šentjurjevo.

Primer: Radio Rogla, Novice, 19. april 2016, 10.00

V Slovenski Bistrici želijo omogočiti širitev industrijske cone Impol.

Primer: Radio Celje, Regijske novice, 21. april 2016, 14.00

V Občini Laško bodo še nekaj časa brez novega direktorja občinske uprave.

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 20. april 2016, 10.00

Razmišljajo še o enem pontonskem mostu na Šmartinskem jezeru.

Vodilu bi v poročilu sledilo nizanje različnih dejstev, poročanje o dogodku z nizanjem povzetkov ali navedkov nosilcev dogajanja v kronološkem zaporedju ali po pomembnostnem vrstnem redu v obliki obrnjene piramide (Laban 2005, 47). Tudi v našem primeru gre za podobno razlaganje dejstev, a v lastnostih vesti, z odgovarjanjem na vestičarska vprašanja (5K+Z), pri čemer zvočne izjave služijo kot dodatna verifikacija že povedanega ali razširitev teme. Besedila v jedru po jezikovni plati spominjajo na vesti, saj je v večini raba dvostavčnih povedi, redkeje več ali manj.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 20. april 2016, 13.00

Obeležila bo kar tri jubileje, in sicer 110 let javnega knjižničarstva v Celju, 70 let nastanka študijske knjižnice na današnji lokaciji in 40 let delovanja domoznanskega oddelka. Poleg bogate zgodovine so v knjižnici ponosni tudi na to, da vsako leto krepijo članstvo in sledijo svojemu poslanstvu. Kot pravi Polonca Bajc Napret, je to:

Zvočna izjava: Polonca Bajc Napret

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 20. april 2016, 10.00

Letos naj bi končno ob jezeru zaživel tudi kamp. Celjski župan Bojan Šrot je prepričan, da mora turistično ponudbo ob Šmartinskem jezeru razvijati zasebni kapital in ne občina. Ob tem apelira predvsem na okoliške prebivalce. Že nekaj let je govora o kampu pri pregradi, ki naj bi letos končno zaživel. Na občini pa bodo sicer zagotovili vso potrebno infrastrukturo oz. tisto, kar še manjka. Nekaj upov polagajo v regijske projekte, kjer je ena izmed prioritet ureditev objezerskih območij. Predvsem bi radi dokončali kanalizacijo in pot okoli Šmartinskega jezera, pa tudi če z lastnimi sredstvi:

Zvočna izjava: Bojan Šrot

Ugotovljeni hibridni žanr ima tudi zaključek, kar je sicer značilnost radijskega poročila in ne vesti oziroma razširjene vesti. Le v primerih Radia Rogla se vedno končuje z zvočno izjavo in ne z zaključkom bralca informativne oddaje, ki se naveže na že podana dejstva, jih razširi, povzame ...

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 20. april 2016, 13.00

Praznični dogodki in prireditve se vrstijo že od začetka leta, vrhunec bo osrednja slovesnost v začetku junija.

Primer: Radio Celje, Regijske novice, 21. april 2016, 14.00

Kot je še povedal župan Franc Zdolšek, bodo razpis za novega direktorja občinske uprave predvidoma znova objavili v prihodnjem mesecu.

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 20. april 2016, 10.00

je povedal Bojan Šrot in dodal, da razmišljajo tudi o tem, da bi bregove jezera povezali še z enim pontonskim mostom. Želja pa je tudi, da bi uredili propadajoči skakalnici.

V nadaljevanju v celoti navajamo nekaj primerov hibridnega žanra iz proučevanih besedil, ki imajo ugotovljene lastnosti.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 21. april 2016, 18.00

Začenja se Šentjurjevo. Že tradicionalno ga bodo odprli z nocojšnjo slavnostno akademijo ob prazniku Mestne skupnosti Šentjur s podelitvijo priznanj najaktivnejšim in najzaslužnejšim meščanom. Njihova imena razkriva predsednik Jure Raztočnik:

Zvočna izjava: Jure Raztočnik

Do 2. maja se obeta še več kot 20 prireditev, tako etnoloških, turističnih in glasbenih kot zabavnih in športnih. Eden od vrhuncev bo znova sobotni sejem v Zgornjem trgu s pestrim zabavnim programom in tekmovanjem v kuhanju kisle juhe. Jutri bodo postavili mlaj na star način, razglasili Ipavčeva vina ter naj salame in kruh, prav tako bo tradicionalni Šentrock.

Primer: Radio Štajerski val, Novice, 20. april 2016, 13.00

Za Osrednjo knjižnico Celje je letošnje leto praznično obarvano. Obeležila bo kar tri jubileje, in sicer 110 let javnega knjižničarstva v Celju, 70 let nastanka študijske knjižnice na današnji lokaciji in 40 let delovanja domoznanskega oddelka. Poleg bogate zgodovine so v knjižnici ponosni tudi na to, da vsako leto krepijo članstvo in sledijo svojemu poslanstvu. Kot pravi Polonca Bajc Napret, je to:

Zvočna izjava: Polonca Bajc Napret

S pravljičnimi uricami bodo tudi najmlajšim bralcem omogočili, da se pridružijo praznovanju knjižnice v letošnjem jubilejnem letu. Praznični dogodki in prireditve se vrstijo že od začetka leta, vrhunec bo osrednja slovesnost v začetku junija.

Primer: Radio Rogla, Novice, 19. april 2016, 10.00

V Slovenski Bistrici želijo omogočiti širitev industrijske cone Impol. Na občini so zato pripravili projekt, s katerim se bodo potegovali za nepovratna sredstva na razpisu Ministrstva za gospodarstvo. Razpis bo objavljen že ta mesec. Na občini so optimistični. Pričakujejo, da bodo uspešni in da bodo pridobili 70 % sredstev za skupno 2,8 milijona evrov vreden projekt. Kaj ta vključuje? Vodja oddelka za gospodarstvo na občini Slovenska Bistrica, Monika Kirbiš Rojs:

Zvočna izjava: Monika Kirbiš Rojs

Primer: Radio Celje, Regijske novice, 21. april 2016, 14.00

V Občini Laško bodo še nekaj časa brez novega direktorja občinske uprave. Razpis, ki so ga na občini objavili v začetku preteklega meseca, namreč ni bil uspešen. Zakaj niso izbrali novega direktorja, smo preverili pri županu Francu Zdolšku.

Zvočna izjava: Franc Zdolšek

Sedanja direktorica občinske uprave, mag. Sandra Barachini tako do nadaljnjega še naprej ostaja na tem mestu. Ali je bila tudi sama med prijavljenimi, nam ni uspelo izvedeti. Kot je še povedal župan Franc Zdolšek, bodo razpis za novega direktorja občinske uprave predvidoma znova objavili v prihodnjem mesecu.

Primer: Radio Antena Štajerska, Lokalno udarno, 20. april 2016, 10.00

Razmišljajo še o enem pontonskem mostu na Šmartinskem jezeru. Letos naj bi končno ob jezeru zaživel tudi kamp. Celjski župan Bojan Šrot je prepričan, da mora turistično ponudbo ob Šmartinskem jezeru razvijati zasebni kapital in ne občina. Ob tem apelira predvsem na okoliške prebivalce. Že nekaj let je govora o kampu pri pregradi, ki naj bi letos končno zaživel. Na občini pa bodo sicer zagotovili vso potrebno infrastrukturo oz. tisto, kar še manjka. Nekaj upov polagajo v regijske projekte, kjer je ena izmed prioritet ureditev objezerskih območij. Predvsem bi radi dokončali kanalizacijo in pot okoli Šmartinskega jezera, pa tudi če z lastnimi sredstvi:

Zvočna izjava: Bojan Šrot

je povedal Bojan Šrot in dodal, da razmišljajo tudi o tem, da bi bregove jezera povezali še z enim pontonskim mostom. Želja pa je tudi, da bi uredili propadajoči skakalnici.

Navedeni primeri kažejo, da je v takšnem hibridnem žanru skoraj pravilo uporaba zvočnega posnetka, ki se v ugotovljenih primerih giba znotraj časovnih okvirov, izpostavljenih v intervjujih z urednicami – do 35 sekund (Deučman 2016; Motaln 2016; Oštir 2016). Zvečine so to izjave, ki jih novinarjem z namenom pojasnjevanja obravnavane teme dajo različni sogovorniki. Mogoče je tudi, da bi se na tem mestu pojavile še ostale oblike zvočnih posnetkov, ki smo jih opredelili pri vesti, kot so izrezi iz pogovorov, manj verjetno pa je, da bi bili tako umeščeni zvočni posnetki dopisnikov ali drugih novinarjev. Rabo te vrste zvočnih posnetkov smo zaznali pri poročilih v poglavju 6.2.5.

Kako poimenovati ta hibridni žanr radijskega novinarstva, ki stoji na meji med razširjeno vestjo in poročilom? Izhajamo lahko iz obstoječega poimenovanja novinarskih žanrov v slovenski novinarski teoriji, ki ga je v rabo uvedla Košir (1988). Pri opredelitvi poročevalske vrste poročila vanjo umešča običajno poročilo, komentatorsko poročilo, reportersko poročilo, nekrolog in prikaz. Glede na rabo pridevnika (običajno, komentatorsko, reportersko), ki kaže na glavno značilnost žanra, menimo, da bi bilo tudi v primeru hibridnega žanra smiselno izhajati iz najpogostejše uporabljenih karakteristik novinarskih žanrov. V primeru hibrida so to lastnosti vesti – uvodna poved oz. vodilo in vrsta zvočnega posnetka, ki je uporabljen v besedilu. Če izhajamo iz predpostavke, da ta žanr obravnava širše polje informacij, značilnih bolj za poročilo kot razširjeno vest, a hkrati ohranja nekatere prvine vestičarske vrste, lahko predlagamo

uvvedbo poimenovanja za ugotovljeni hibridni žanr: **vestičarsko poročilo**. Z uporabo pridevnika, izhajajočega iz vesti oz. vestičarstva, zadostimo ugotovljenim lastnostnim vesti v žanru, zaradi obsega informacij in dolžine pa težišče prenesemo na poročevalsko vrsto – poročilo.

6.3 Produkcijske in prezentacijske prakse

Pri proučevanju produkcijskih in prezentacijskih praks smo se osredotočili na izbor tem v informativnih oddajah po tematskih področjih, njihovo lokalnost in količino ponavljanja vsebin. Ob tem smo proučevali zvočno podobo informativnih oddaj, ki naj bi se, kot smo opredelili v 5. poglavju, razlikovale po produkciji vsebin, novinarski obdelavi, kar smo ugotavljali v podpoglavju 6.2 pri analizi radijskih informativnih žanrov, in po izbiri tem. Temu smo dodali še ugotovitve o poteku dela v novinarski redakciji in nalogah, povezanih z družbenimi mediji in spletnimi portali radijev.

R3: Kakšne razlike se kažejo v produkciji in prezentaciji vsebin v informativnih oddajah na proučevanih regionalnih radijskih programih?

6.3.1 Tematska področja informativnih oddaj

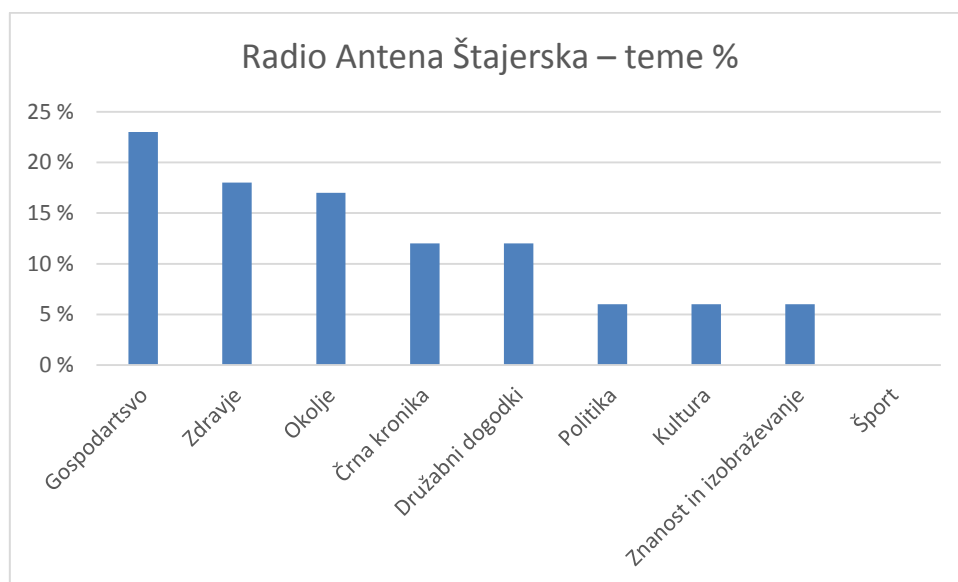
Z izbiro tem na radijskih programih različnih vrst (javnih in komercialnih) se ukvarja raziskava Boninija in Morella (2014), v kateri sta avtorja med drugim proučevala teme, ki jih obravnavajo italijanski radijski programi. Tako kot v njuni raziskavi smo določili proučevana področja: politika, gospodarstvo, okolje, kultura, znanost in izobraževanje, zdravje, črna kronika, šport in družabni dogodki. Pri tem nismo ločevali med mednarodno in nacionalno politiko, saj je v ospredju raziskave lokalni oziroma regionalni radijski program. Med analizo smo besedila razvrščali v kategorije glede na glavno temo, ki je bila obravnavana. Pri tem lokalne politike nismo uvrstili v politiko, če se je ukvarjala z okoljem ali izobraževanjem, ampak v ti kategoriji. Pri poročanju o mednarodnih dogodkih je bilo kar nekaj primerov besedil z informacijami o različnih nesrečah (npr. potres), kar smo uvrščali v črno kroniko. Turistične prireditve smo uvrstili med družabne dogodke.

Tabela 6.7: Tematska področja informativnih oddaj

Tematska področja oddaj	Radio Antena Štajerska		Radio Celje		Radio Rogla		Radio Štajerski val	
	Prisotnost	teme %	Prisotnost	teme %	Prisotnost	teme %	Prisotnost	teme %
Politika	1	6 %	22	17 %	25	18 %	25	17 %
Gospodarstvo	4	23 %	26	20 %	26	19 %	35	24 %
Okolje	3	17 %	9	7 %	3	2 %	9	6 %
Kultura	1	6 %	15	12 %	29	21 %	17	12 %
Znanost in izobraževanje	1	6 %	4	3 %	11	8 %	18	13 %
Zdravje	3	18 %	8	6 %	4	3 %	18	13 %
Črna kronika	2	12 %	12	9 %	7	5 %	5	3 %
Šport	0	0 %	25	20 %	18	13 %	10	7 %
Družabni dogodki	2	12 %	7	5 %	13	9 %	6	4 %

Analiza tematskih področji v informativnih oddajah je pokazala, da programi sicer namenijo različno veliko pozornost posameznim tematikam, a so te v nekaterih primerih med programi zelo blizu po odstotkih.

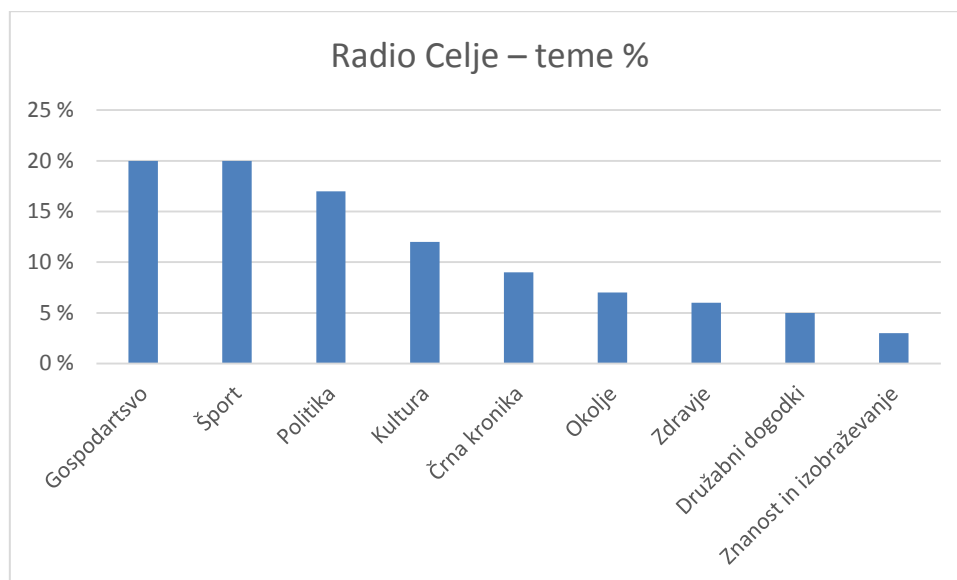
Graf 6.1: Tematska področja lastnih informativnih oddaj na Radiu Antena Štajerska



Radio Antena Štajerska je imel v svojih informativnih oddajah skoraj četrtno tem iz gospodarstva, slabo petino pa iz zdravja in okolja. Zelo slabo so bili zastopani politika, kultura ter znanost in izobraževanje, medtem ko o športu niso poročali. Tematska področja

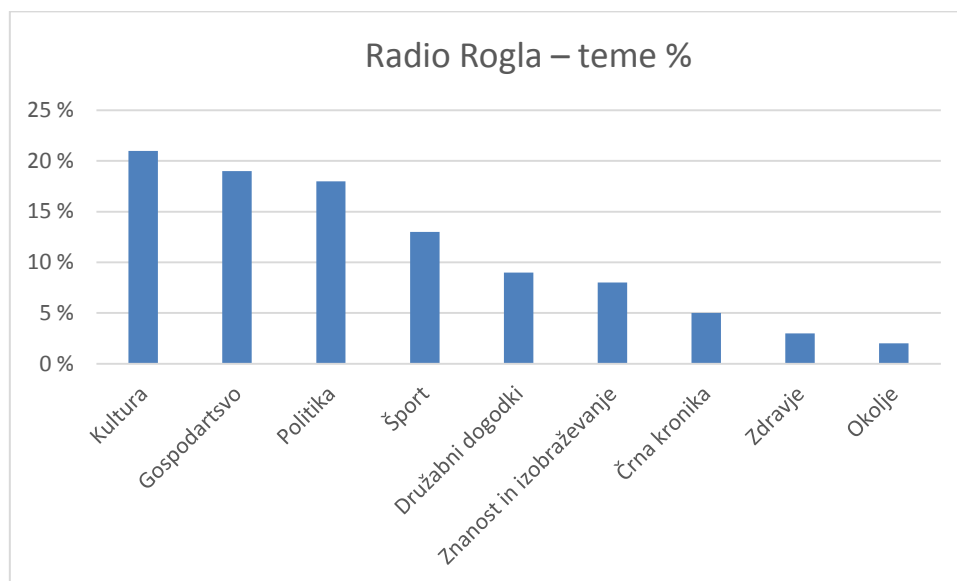
gospodarstvo, okolje ter znanost in šport so bila v dnevni izbiri vsebin verjetno izbrana zato, ker želijo poročati o vsebinah, ki poslušalce zanimajo, kar je v intervjuju (Oštir 2016) poudarila njihova urednica informativnega programa, medtem ko se politiki zavestno izogibajo.

Graf 6.2: Tematska področja lastnih informativnih oddaj na Radiu Celje



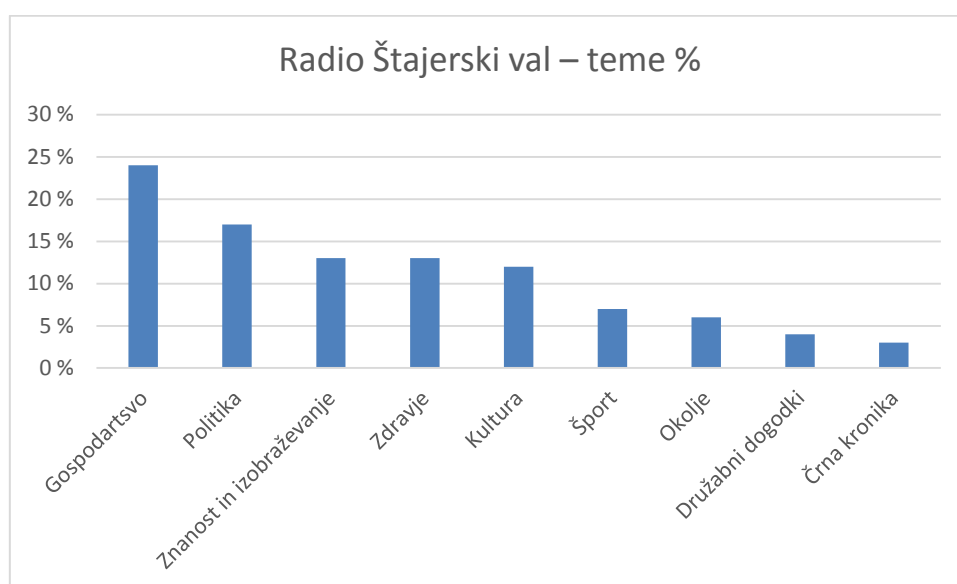
Analiza obravnavanih tem Radia Celje je pokazala, da je tudi v tem informativnem programu gospodarstvo najpomembnejše tematsko področje. Drugo področje je šport, ki je v večini prisoten v večjem obsegu v jutranjih poročilih ob 8.00, ko ta del informativne oddaje obsega več športnih tem v več novinarskih prispevkih različnih oblik. Šport je sicer področje, ki mu v programu namenjajo kar nekaj prostora; ob ponedeljkih pripravljajo posebno oddajo Ponedeljkovo športno dopoldne. Tretje tematsko področje je politika, kar lahko do neke mere sovпада s statusom posebnega pomena, kjer poslušalci pričakujejo celovito tematsko področje in tudi tehtnejše vsebine, kot so poročila s sej občinskih svetov in njihove napovedi. Na četrtem mestu po izbiri tem je kultura, kar bi si lahko razložili s težo, ki jo tej tematiki posvečajo v programu. Vsak dan imajo ob 13.00 na sporedu posebno informativno oddajo, namenjeno le kulturi, enkrat na teden, ob četrtnih, pa tudi celotedenski pregled kulturnega dogajanja. Nadaljnjih pet tem (črna kronika, okolje, zdravje, družabni dogodki, znanost in izobraževanje) odraža v praksi besede urednice (Avguštinčič 2016), ki je povedala, da v informativnih oddajah obravnavajo domala vsa tematska področja. Pri tem so informativne oddaje pogosto tematska izhodišča za pripravo drugih oddaj, kar lahko vidimo s prisotnostjo posebnih športnih in kulturnih oddaj v programu.

Graf 6.3: Tematska področja lastnih informativnih oddaj na Radiu Rogla



Radio Rogla po besedah odgovorne urednice (Motaln 2016) v informativnih oddajah obravnava vsa tematska področja, kar je pokazala tudi raziskava. Zanimivo je, da je na prvem mestu kultura, kar bi lahko pripisali predvsem velikemu obsegu napovedovanja najrazličnejših dogodkov v jutranjih informativnih oddajah, ki so očitno predvsem kulturni. Le malenkost manj pomembno tematsko področje je gospodarstvo, ki je tako v vrhu obravnavanih tem že na tretjem radiu v analizi. Gospodarstvu sledi politika, ki je v programu prisotna z napovedmi in poročanji o sejah občinskih svetov. Na četrtem mestu je šport, ki mu v programu Radia Rogla posvečajo pozornost tudi v posebni oddaji v ponedeljek. Tako ponovno vidimo vzorec, ki ga je v intervjuju izpostavila urednica, ko vsebine informativnega programa postanejo vir ali, če so predvajane kasneje, povzemajo teme, obdelane v teh oddajah. Odstotek poročanja o družabnih dogodkih kaže na sproščeno programsko shemo, ki jo radio sicer predstavlja v svoji programski zasnovi. Najmanj pozornosti v informativnih oddajah je bilo posvečene črni kroniki, čeprav je bila prisotna vsako jutro z delom policijskega poročila, zdravju in okolju.

Graf 6.4: Tematska področja informativnih oddaj na Radiu Štajerski val



Tematska razdelitev v informativnih oddajah Radia Štajerski val je na prvo mesto postavila gospodarstvo, in to skoraj v četrtinskem deležu. Sledi mu politika, ki je v tem primeru tako nacionalna kot lokalna, pri čemer lokalnost tem obravnavamo v naslednjem poglavju. Obe tematski področji sodita med tehtnejše teme, kar je verjetno posledica statusa regionalnega programa posebnega pomena, ki ga radio ima, tako kot Radio Celje. V informativnih oddajah Radia Štajerski val sledi tematski sklop, ki si je po obsegu podoben; znanost in izobraževanje, zdravje in kultura, kar jih pomika iz prvega plana vsebin. Sledita šport in okolje, kot zadnja pa sta z nekaj odstotki črna kronika in družabni dogodki. Urednica (Deučman 2016) je v intervjuju povedala, da v informativnih oddajah pokrivajo zelo različne teme, od politike, gospodarstva, kulture ..., pri čemer se namerno izogibajo črni kroniki, verjetno zaradi njene negativne sporočilne konotacije. Prav tako je navedla poročanje o družabnih dogodkih, ki pa, kot je bilo ugotovljeno, niso močno zastopani.

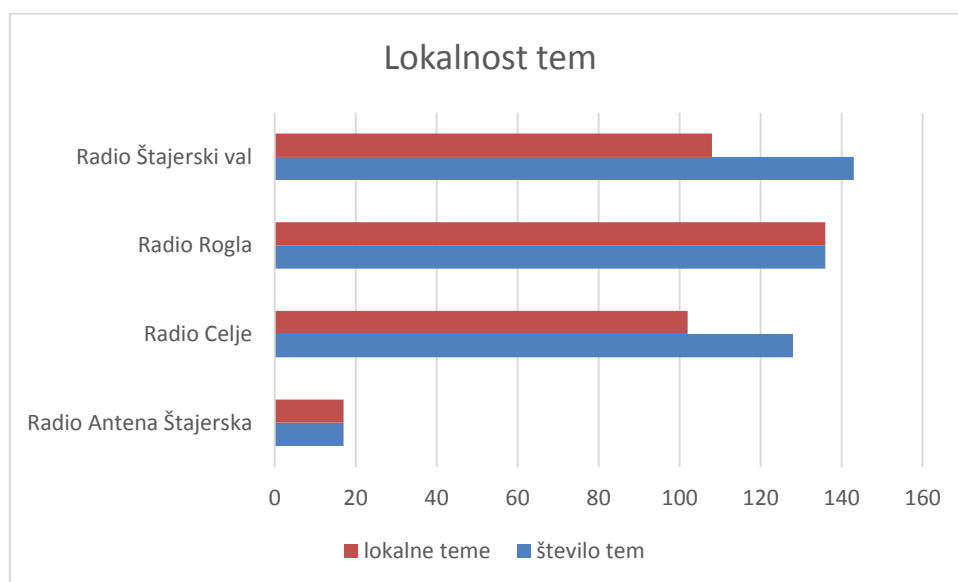
Analiza vsebin vseh štirih izbranih radijskih programov je pokazala zanimive stične točke, ko se je gospodarstvo v primerih treh programov uvrstilo na prvo mesto, pri enem programu pa na drugo. Prav tako je pomembna za obravnavo politika, ki je bila enkrat druga in dvakrat tretja. Ali bi lahko na podlagi tega sklepali o moči institucionaliziranih virov v lokalnem okolju? V teoretskem delu naloge smo se dotaknili vpliva institucij, ki imajo razvite službe za odnose z javnostmi oziroma redno obveščajo javnost o dogajanju. V lokalnem primeru so to občine kot

najpomembnejši subjekti politike v okolju, ki neposredno vplivajo na življenje občanov, in relativno močno gospodarstvo v celjski regiji, ki jo pokrivajo radijski programi.

6.3.2 Lokalnost tem v informativnih oddajah

Pri proučevanju vsebine informativnih oddaj smo se osredotočili tudi na geografsko dimenzijo lokalnosti oziroma regionalnosti in nacionalnosti oziroma svetovnih tem, pri čemer smo slednje uvrstili v isto kategorijo. Vsi štirje radijski programi delujejo na geografsko zaokroženem področju savinjske regije. Radio Antena Štajerska in Radio Rogla svoj informativni program dopolnjujeta z novicami Infonet, ki pokrivajo slovensko in svetovno dogajanje, zato se v svojih informativnih oddajah osredotočata le na lokalne oz. regionalne teme. Prav tako svojo shemo informativnega programa dopolnjuje Radio Celje, ki prenaša dve oddaji Radia Slovenija, a kljub temu v jutranje novice ob 6.00 uvršča nacionalne ali svetovne teme. Radio Štajerski val ima glede geografske dimenzije odprto shemo, pri čemer je v posamezni oddaji le ena nacionalna ali globalna tema. Raziskovanje razmerja lokalno oz. regionalno proti nacionalno oz. svetovno je tako smiselna le pri Radiu Celje in Radiu Štajerski val.

Graf 6.5: Lokalnost tem v lastnih informativnih oddajah



Odstotek lokalnih oz. regionalnih tem na Radiu Celje znaša 80 %, na Radiu Štajerski val pa je nižji in znaša 75 %, kar je zagotovo posledica večjega števila informativnih oddaj in tako več

prostora za nacionalne oziroma svetovne teme. Skozi proučevanje besedil smo tudi ugotovili, da Radio Celje lokalne oz. regionalne teme uvršča na začetek informativnih oddaj, sledijo jim nacionalne oz. svetovne teme in šport. Radio Štajerski val pa nacionalne teme uvršča tudi na prvo mesto, če je tema po presoji dežurnega novinarja tako velikega pomena za njihove poslušalce. Nacionalne ali svetovne teme se pojavljajo tudi na koncu njihovih informativnih oddaj, kar potrjuje opažanje Gage (1999, 58), ki ugotavlja, da lokalnost tem v informativni oddaji zagotovo vpliva na splošni razpored tem v njej.

6.3.3 Ponavljanje tem v informativnih oddajah

Glede na število informativnih oddaj na radijskih programih v dnevu je bilo smiselno ugotavljati tudi stopnjo ponavljanja vsebin. Zaradi izločitve morebitnih netipičnih vzorcev enega dneva smo uporabili podatke za proučevane tri dni, pri čemer je bilo proučevano ponavljanje vsebin znotraj enega dneva in ne v meddnevni primerjavi. Tabela 6.8 prikazuje stopnjo ponavljanja vsebin v informativnih oddajah, kjer je ta pričakovano najnižja pri Radiu Antena Štajerska. Ta program na dan pripravlja dve lastni informativni oddaji, zato je verjetnost ponavljanja majhna, saj se čez dan zgodi toliko dogodkov, da le redki, verjetno za uredništvo najpomembnejši, najdejo prostor v obeh informativnih oddajah.

Tabela 6.8: Stopnja ponavljanja vsebin v informativnih oddajah

	stopnja ponavljanja
Radio Antena Štajerska	6 %
Radio Celje	26 %
Radio Rogla	62,50 %
Radio Štajerski val	47,50 %

Podoben vzorec ponavljanja vsebin lahko ugotovimo pri Radiu Celje, kjer je oddaj sicer več, a se v njih ponavlja le dobra četrtina vsebin. 17 informativnih oddaj na dan na Radiu Štajerski val generira približno polovično ponavljanje vsebin. Najvišji odstotek ponavljanja vsebin, 62,5 %, ima Radio Rogla, ki na dan pripravi 10 informativnih oddaj. Kot je v intervjuju povedala njihova urednica (Motaln 2016), to počnejo zavestno: »Zdi se mi zelo pomembno, da se večkrat na dan ponovijo, zato ker ljudje radia ne poslušajo več cel dan. Včasih, v preteklosti, pred 15 leti, so bila ena poročila tista ciljna, ki so jih ljudje poslušali. Zdaj se mi zdi zelo

pomembno, da se informacije v različnih oblikah ponovijo, da so enkrat predstavljene malo daljše, enkrat malo krajše, in to se v našem informativnem programu pojavlja.« Takšna politika razporejanja vsebin sledi zavesti, da le redko kateri poslušalec radio posluša cel dan, saj je radio »medij trenutka«, zato je nujno, da se posamezne informacije, da bi lahko dosegle poslušalce, ponovijo večkrat. Takšno taktiko uporabljajo tudi oglaševalci, ki oglasa ne predvajajo le enkrat, ampak ga razporedijo znotraj posameznega dneva in ga nato predvajajo več dni ali tednov.

6.3.4 Zvočna podoba informativnih oddaj

Zvočno podobo informativnih oddaj smo proučevali z več vidikov. Merili smo pestrost glasov v informativnih oddajah in elemente, ki označujejo začetek informativnih oddaj, ločujejo med seboj posamezne sklope, ter ugotavljali uporabo glasbene podlage.

6.3.4.1 GLASOVI V INFORMATIVNIH ODDAJAH

Informativne oddaje Radia Antena Štajerska, Radia Celje, Radia Rogla in Radia Štajerski val imajo le enega bralca. Drugačno pestrost pri podajanju vsebin bi kvečjemu lahko pričakovali le v osrednji informativni oddaji Kronika Radia Celje, saj ima npr. Radio Slovenija v tem tipu oddaje voditelja (npr. Druga jutranja kronika, Dogodki in odmevi) in bralca. Vzrok za enoglasovnost je verjetno v kadrovske omejenosti uredništva, tako da informativne oddaje bere radijski napovedovalec. Na Radiu Antena Štajerska, Radiu Rogla in Radiu Štajerski val informativne oddaje bere njihov pripravljalec – dežurni novinar ali urednik informativnega programa. Informativne oddaje na Radiu Štajerski val in Radiu Celje potekajo v živo, medtem ko so na Radiu Antena Štajerska in Radiu Celje posnete vnaprej (Deučman 2016; Avguštinčič 2016; Motaln 2016; Oštir 2016).

Tabela 6.9: Število bralcev v informativnih oddajah

Radio	Povprečno število bralcev informativne oddaje
Radio Antena Štajerska	1
Radio Celje	1
Radio Rogla	1
Radio Štajerski val	1

Prisotnost drugih glasov v informativnih oddajah smo ugotavljali z merjenjem na dveh stopnjah; na prvi smo ugotavljali število drugih govorcev v zvočnih izjavah, na drugi pa število novinarjev, ki berejo lastne prispevke. Obe vsoti smo sešteli.

Tabela 6.10: Povprečno število govorcev v informativnih oddajah na dan

Radio	Povprečno število govorcev v informativnih oddajah na dan
Radio Antena Štajerska	6
Radio Celje	18
Radio Rogla	15
Radio Štajerski val	23

Ponovno je zaradi majhnega dnevnega obsega informativnih oddaj in, kot smo ugotovili v intervjujih, večinoma le ene in iste osebe, ki pripravlja informativne oddaje, število govorcev najnižje na Radiu Antena Štajerska, kjer je v informativnih oddajah na dan v povprečju prisotnih 6 glasov. Podobno število glasov, ki vključujejo tako novinarje kot druge govorce, imata Radio Celje in Radio Rogla. Število drugih glasov v informativnih oddajah je najvišje pri Radiu Štajerski val, kjer pa glavnina glasov odpade na izjave sogovornikov, medtem ko se novinarji pojavljajo le redko in berejo svoje prispevke. To je verjetno povezano tudi s prevladujočim žanrom, saj se npr. na Radiu Celje novinarji avtorji večinoma pojavljajo v poročilih, prav tako kot občasno na Radiu Rogla. Izbira žanra na Radiu Štajerski val pa ne vpliva na govorno podobo tako, da bi moral poročilo brati novinar avtor.

Tabela 6.11: Povprečno število govorcev v posamezni informativni oddaji

Radio	Povprečno število govorcev v posamezni informativni oddaji
Radio Antena Štajerska	1
Radio Celje	3
Radio Rogla	1,5
Radio Štajerski val	1,4

Analiza prisotnosti govorcev v posamezni informativni oddaji je povezana z izbrano vrsto informativne oddaje. Povprečje drugih glasov je najvišje pri Radiu Celje, ki ima poročila in osrednjo informativno oddajo, pri čemer se drugi glasovi praviloma pojavljajo le v teh dveh vrstah informativnih oddaj in ne v novicah. Radio Rogla in Radio Štajerski val zaradi uporabe vrste informativne oddaje novice oz. kratke novice v informativno oddajo v povprečju uvrstita 1,5 in 1,4 drugega govorca. Pri Radiu Antena Štajerska, ki prav tako uporablja vrsto novice, je

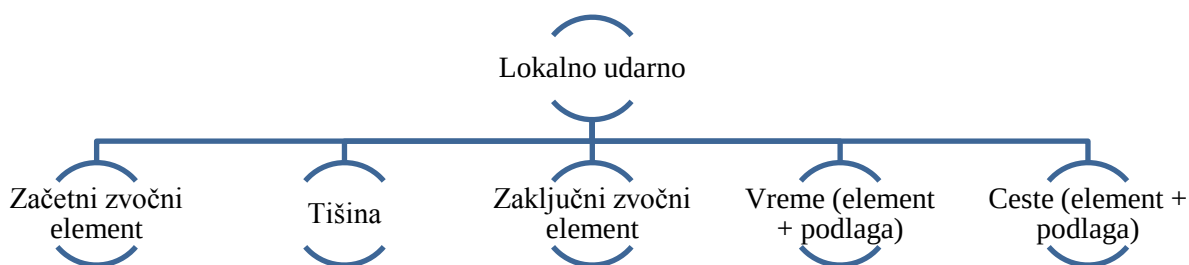
v posamezni informativni oddaji v povprečju prisotna zvočna izjava 1 govorca. Na število govorcev v posamezni informativni oddaji vpliva tudi izbira žanra, saj se prostor za nov glas, poleg bralčevega, lahko začne v razširjeni vesti, najdemo ga v poročilih in v ugotovljenem hibridnem žanru vestičarsko poročilo. V vesti ali kratki vesti je to zaradi časovne omejitve domala nemogoče oz. bi bilo takšno besedilo že samo po sebi zvočna izjava, verjetno le z napovedno povedjo, s čimer pa bi bil novinarski pristop k obdelavi vsebine močno zreduciran.

6.3.4.2 ZVOČNI ELEMENTI IN PODLAGE

V analizi zvočnih elementov in podlag smo ugotavljali, katere in kako proučevani radijski programi uporabljajo pri realizaciji informativnih oddaj. Pri zvočni podobi informativnih oddaj bi bilo zmotno izhajati iz predpostavke, da so »resnejši« radijski programi, kakršna sta proučevana programa s statusom, pri rabi zvočnih elementov bolj zadržani kot komercialni programi.

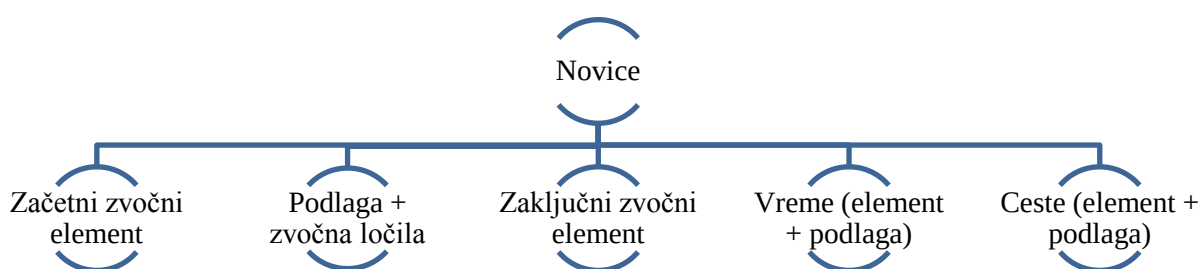
Radio Antena Štajerska kot komercialni radijski program v informativnih oddajah uporablja začetni zvočni element, ki napove začetek informativne oddaje, in končni zvočni element, ki oddajo zaključi. Informativna oddaja ima podlago. Prav tako so posebni zvočni elementi uporabljeni na začetku in koncu vremenske napovedi in poročila o razmerah na cestah, pri čemer sta zadnji vsebini podloženi z različnima podlagama. Zvočno podobo oddaj, kot izpostavlja urednica Monika Oštir (2016), spreminjajo; zamenjajo podlago ali začetni zvočni element pred oddajo.

Slika 6.1: Radio Antena Štajerska – Lokalno udarno



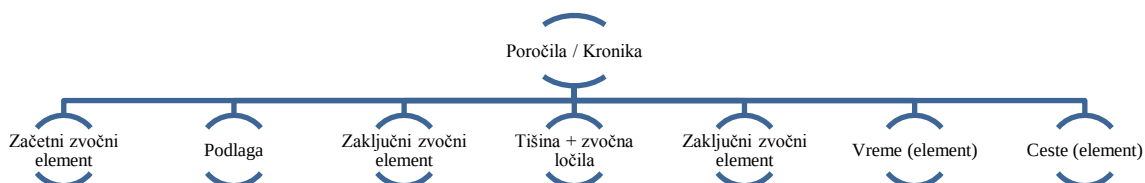
Radio Celje začenja informativne oddaje z začetnim zvočnim napovednikom, ki se v primeru novic nadaljuje v podlago, v poročilih ob 8.00 in osrednji informativni oddaji ob 17.00 pa je podložen le napovednik vsebin z izpostavljenimi naslovi. V informativnih oddajah novice, ki so torej v celoti podložene, ločijo vsako vsebino z zvočnim ločilom, pri čemer je to posebej prilagojeno za napoved športa, vremena in cest, pri čemer sta tudi zadnji vsebini podloženi z isto podlago kot novice. Na koncu oddaje je zaključno zvočno ločilo.

Slika 6.2: Radio Celje – Novice



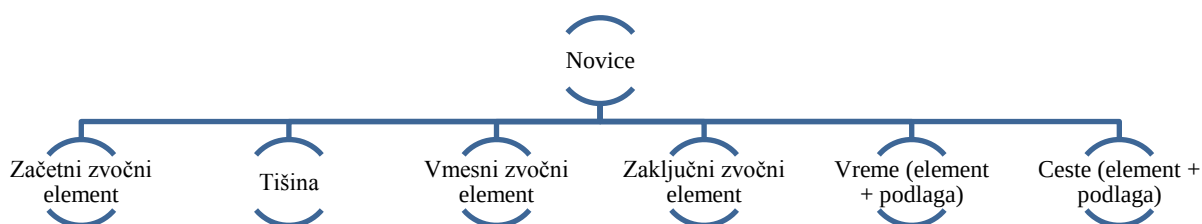
V poročilih ob 8.00 in 17.00 je zvočno ločilo med oddajo uporabljeno za ločevanje posameznih sklopov oddaje, kot kaže, tematsko zaokroženih. Prav tako v teh oddajah uporabljajo zvočna ločila za napoved športnih vsebin ter vremena in cest, ki nista podložena kot v novicah, in zaključni zvočni element na koncu oddaje. Zvočno podobo so nazadnje osvežili pred tremi leti (Avguštinčič 2016).

Slika 6.3: Radio Celje – Poročila / Kronika Radia Celje



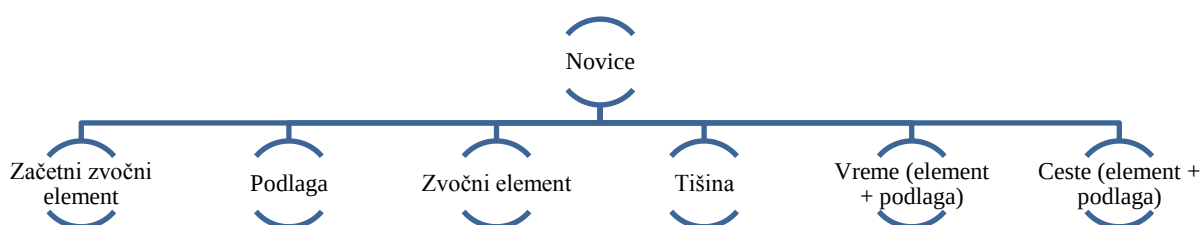
Radio Rogla začenja informativne oddaje z začetnim zvočnim ločilom, ki napove začetek oddaje. Informativne oddaje niso podložene. Poseben zvočni element uporabijo pred zadnjim delom informativne oddaje, kjer je prisotna kratka vest, in še enega po njej kot zaključno zvočno ločilo. To nato preide v zvočno ločilo napovedi vremena, ki mu po podanih vsebinah sledi ločilo za cestne informacije. Obe servisni vsebini sta podloženi z različnima podlagama.

Slika 6.4: Radio Rogla – Novice



Radio Štajerski val informativne oddaje začenja z začetnim zvočnim ločilom in napovedjo vsebine oddaje – naslovi, ki so podloženi. Predstavitvi novinarja, ki bere oddajo, nato sledi še en zvočni element. Oddaja ni podložena in nima zaključnega zvočnega elementa. Na koncu oddaje sledi zvočni element za vremensko napoved, ki je podložena z eno vrsto podlage. Temu sledi zvočni element za cestne informacije, ki imajo prav tako svojo podlago. V oddajah ne uporabljajo nobenih ločevalnih elementov, ki bi oddajo delili na posamezne dele.

Slika 6.5: Radio Štajerski val – Novice



Zvočne podobe proučevanih informativnih oddaj radijskih programov se ločijo od preostankov programa in jih ne uporabljajo v nobene druge namene. Izjema pri tem so zvočni elementi in

podlage za vreme in ceste (Radio Antena Štajerska, Radio Rogla, Radio Štajerski val), ki so prisotni tudi v drugih delih programa ob podajanju teh vsebin.

6.3.5 Proces dela v uredništvih

V nalogi smo proučevali regionalne radijske programe, ki imajo lastna uredništva informativnega programa. V primerih Radia Celje in Radia Rogla novinarji hkrati z radijskimi vsebinami pripravljajo še vsebine za tiskane medije; Radio Celje je povezan z regionalnim Novim tednikom, Radio Rogla pa z lokalnimi časopisi Novice, Celjan, Šentjurske novice, Bistriške novice in Rogaške novice. Boyd (2004, 132) med ustvarjalce informativnega programa uvršča različne profile programskih sodelavcev z različnimi nalogami: urednik informativnega programa, dežurni urednik, športni urednik, producent programa, novinarji, asistenti programa ali tehniki in podporno osebje. Številčno je najbolj skromna novinarska redakcija Radia Antena Štajerska, ki ima v uredništvu dva novinarja in občasno bralko novic (Oštir 2016). Radio Celje si s časopisom deli 10 novinarjev, pri čemer ima radio svojo urednico. V programu sodeluje še nekaj več kot 10 voditeljev in tehnikov, ki opravljajo končne montaže novinarskih prispevkov za eter (Avguštinčič 2016). Radio Štajerski val ima v uredništvu tri novinarke, urednico informativnega programa, novinarke za športne vsebine in študentko novinarstva, ki pomaga pri delu čez vikende (Deučman 2016). Informativni program Radia Rogla pripravlja 9 sodelavcev, večinoma iz uredništev njihovih lokalnih časopisov (Motaln 2016).

Potek dela v uredništvih radijskega informativnega programa je do določene mere enak; v vseh novinarske prispevke pripravljajo novinarji, informativne oddaje pa urejajo dežurni novinarji, razen na Radiu Celje, kjer je to delo odgovorne urednice, z izjemo vikendov. Na Radiu Rogla novinarji pripravijo tedenske načrte vsebin, ki jih bodo posredovali za radijske novice, pri čemer so samostojni, in ga nato dnevno pošiljajo na uredništvo radia (Motaln 2016), kjer jih dnevni urednik ureja v oddaje in bere. Dežurstva imajo tudi ob sobotah, nedeljske dopoldanske oddaje pa posnamejo vnaprej. Na Radiu Antena Štajerska novice pripravljata dve novinki in jih tudi bereta, pri tem pa pazijo, da morebitnih tem, ki jih posredujejo v informativne oddaje mreže Infonet, ne ponavljajo dobesedno v svojem programu (Oštir

2016).³¹ Na Radiu Celje imajo vsako jutro redakcijski sestanek, kjer se dogovorijo za teme, ki jih bodo pokrivali, in razdelijo naloge. Njihovi novinarji so razdeljeni tako po geografskih območjih (občine) kot po področjih. Urednica (Avguštinčič 2016) izpostavlja, da so vsi lokalni oz. regionalni prispevki v informativnih oddajah delo njihovega uredništva, saj teh tem nikoli ne povzemajo iz drugih medijev. Na Radiu Štajerski val imajo dnevno pripravo informativnega programa razdeljeno na dva termina (od pol šestih do dvanajstih in od dvanajstih do osemnajstih). Vsaka novinarka pokriva geografsko območje, kjer pokriva vse teme. Kot pravi urednica A. Deučman (2016), dajejo velik poudarek medsebojni komunikaciji med člani uredništva: »Zjutraj dežurna novinarka pregleda, kaj ima. Delno je že prejšnji dan obveščena, kaj lahko pričakuje, kakšni aktualni dogodki prihajajo še sproti. Ob predaji dežurstva se obe novinarki pogovorita, kaj je že bilo objavljeno, kaj še ni bilo, na kaj naj bo pozorna, kaj ji bo katera novinarka še pripravila ...«

Takšen način komuniciranja in obveščanja med člani uredništva smo opazili tudi pri opazovanju z udeležbo, ki je potekalo od 18. 4. 2016 do 22. 4. 2016 na Radiu Štajerski val. Tako je recimo novinarka Nina Slak (2016) opisala, da se je na začetku dežurstva uskladila s predhodno dežurno novinarko, kaj se dogaja, kateri prispevki so že bili uporabljeni in kateri ponovljeni. Nato je pregledala vse teme, ki jih ima na voljo, in po servisu STA aktualno dogajanje. Med dežurstvom se veliko ukvarja s tem, kako določene ponovljene teme drugače ubesediti, pripravlja aktualne prispevke za program in tudi že vsebine za naslednje jutro. Pri izbiri nacionalnih in globalnih tem se posvetuje z urednico informativnega programa. Novinarka Barbara Furman (2016) je svoje jutranje dežurstvo začela pripravljena, saj si je že večer prej ogledala agencijski del novic in tako videla, da bodo glavne teme njenega dežurstva seja državnega zbora in prodaja Elanovih skakalnih smuči. Ob tem ob dežurstvu redno preverja nove dogodke v drugih lokalnih medijih (Radio Celje, novice.si) in na portalih sta, rtvslo.si ter 24 ur. Za jutranje dežurstvo je že imela pripravljene tri prispevke s svojega geografskega območja, zato da se je lahko posvetila urejanju oddaj in ne toliko pripravljanju vsebin. Največ časa ji vzame predelava besedil, ki jih pripravljajo drugi člani uredništva in jih želi v svojem terminu ponavljati.

³¹ Radio Antena Štajerska nacionalno pomembne vsebine iz savinjske regije pripravlja tudi za nacionalno mrežo novic Infonet (Oštir 2016).

6.3.6 Povezovanje s spletnimi stranmi in družbenimi mediji

Pričakovano znanje radijskih novinarjev ni več zreducirano zgolj na poznavanje veščin pisanja za radio. Kot smo ugotovili v naši raziskavi, novinarji na Radiu Celje in Radiu Rogla pripravljajo tudi novinarske prispevke za tiskane medije. Z vidika prioritete objave vsebin Avguštinčič (2016) za Radio Celje navaja, da ima v njihovem primeru radio absolutno prednost pred tiskom, kar sicer zahteva nekaj usklajevanja v primeru časovnih rokov oddaje prispevkov za časopis. V raziskavi o učenju novinarskih veščin za radio Purdey (2000, 336–342) ugotavlja, da se pričakovanja do novinarjev danes večajo, saj morajo poleg priprave besedil in njihovega podajanja v informativnih oddajah sodelovati pri pripravi vsebin za spletne portale in družbene medije.

V primeru naše raziskave so klasične radijske novinarske redakcije presegle nekdane okvire in danes poleg časopisnih vsebin pripravljajo tudi vsebine za radijske informativne spletne portale in profile na družbenih omrežjih, kot sta Facebook in Twitter. Harrison (2009, 67) opaza, da novinarji v takšnem delovnem okolju zagotavljajo, da vsaka platforma prinaša različne vidike zgodbe. Prepletanje različno prilagojenih vsebin za posamezne medije so v intervjujih navedle vse urednice radijskih programov; na Radiu Celje so pred kratkim (sredina aprila 2016, op. p.) objavili novo spletno stran, kjer so se intenzivno lotili objave prispevkov, pri čemer novinar besedilo prilagodi. Za profila na Twitterju in Facebooku skrbi radijska urednica, ki je tudi vez med novinarjem na terenu, če se ta odpravi na nujni dogodek, in sledilci na teh omrežjih, kamor objavlja nujne informacije, ki jih posredujejo novinarji (Avguštinčič 2016). Radio Rogla novice objavlja na spletnem portalu novice.si, kjer so regionalne in lokalne novice, ki jih pripravljajo njihovi novinarji. Besedila, pripravljena za splet, so daljša od tistih za radio, imajo več informacij, razlag in občasno fotografije. Včasih novico, če je zelo nujna, objavijo na spletu in jo samo napovejo v etru ter poslušalce preusmerijo na spletno stran. Najbolj zanimive teme s te strani s poslušalci delijo na Facebooku in Twitterju (Motaln 2016). Novice na svoji spletni strani objavlja tudi Radio Antena, pripravlja pa jih dežurna novinarka. Protokol dela narekuje, da novico najprej objavijo na spletni strani, potem pa povezavo do nje še na Facebook profilu radia, s čimer povečujejo doseg svoje spletne strani (Oštir 2016). Na Radiu Štajerski val objave na spletni strani načrtujejo vnaprej in so razdeljene med novinarke v redakciji. Pri tem skrbijo, da je prispevek napisan drugače kot za radio, v internetnem slogu,

dodajajo izjave in fotografije (Deučman 2016). Za objave teh vsebin na Facebooku in Twitterju skrbi dežurni novinar (Furman 2016; Slak 2016), ki vsaki dve uri objavi novico ali povezavo na članek na spletni strani radia.

Takšen način dela v novinarskih redakcijah novinarjem ne dovoljuje le ožje specializacije za en medij, kar v primeru radia pomeni za besedilo in zvok, ampak terja še obvladovanje vizualnih vsebin, kot so fotografije in videoposnetki, ter njihove obdelave. Na tak način se, kot ugotavlja Harrison (2009, 67), briše profil specializiranega novinarja. Radio pa po drugi strani dobiva nove kanale, s katerimi lahko doseže obstoječe in potencialne nove poslušalce.

7 SKLEP

V nalogi smo se lotili raziskovanja informativnih programov na regionalnih oziroma lokalnih radijskih programih. Ti v radijski krajini v Sloveniji tvorijo sestavni člen, saj so začeli nastajati v 50. letih prejšnjega stoletja (Radio Štajerski val, Radio Celje), komercialni programi pa so se pojavili v 90. letih prejšnjega stoletja. Danes se nahajajo v sospletu medijske ponudbe v regijah, kjer so njihovi tekmeci za dostavo informacij občinstvom nacionalni mediji različnih oblik in drugi lokalni, ki so se po tisku pojavili z razmahom interneta. Je radio danes še prvi prinašalec informacij v okolju, kjer oddaja? Po zagotovilih intervjuvanih urednic to vlogo izpolnjujejo resno in pripravljajo lastne informativne oddaje, v katerih pokrivajo domala vsa področja dogajanja v regiji.

Radijski informativni program lahko v današnji, tržno usmerjeni družbi proučujemo tudi kot le še eno v vrsti programskih vsebin, ki ga loči od drugih medijev. Zanimivo je, da se pomena informativnega programa zavedajo komercialni radijski programi, za katere bi lahko kdo zmotno mislil, da so usmerjeni le v predvajanje dobre glasbe in sproščenih govornih vsebin. V raziskavi italijanskih radijskih programov sta Bonini in Morello (2014, 292) ugotovila, da komercialni radii v Italiji svoje identitete ne gradijo močno na informativnem programu, saj je zanje informativni program spremljevalna vrednost, a ga vseeno imajo. To smo ugotovili tudi na proučevanih komercialnih programih v savinjski regiji, ki s to vrsto programske vsebine ustvarjajo konkurenčno prednost. Tako na trgu, v boju za poslušalce in oglaševalce, neposredno konkurirajo radijskim programom s statusom posebnega pomena, ki so v Sloveniji dolžni pripravljati informativne vsebine.

Radijski informativni program velja še vedno za enega dražjih, če ne celo za najdražji del ustvarjanja programa (Barnard 2000, 151). Prav zato je njegova prisotnost na vseh proučevanih programih, pa čeprav le v obliki dveh lastnih informativnih oddaj na dan, kot je to na Radiu Antena Štajerska, ali sedemnajstih, kot jih dnevno pripravi uredništvo s štirimi novinarkami na Radiu Štajerski val, smel pristop k enemu temeljnih poslanstev radia – informirati poslušalce. Verjetno ni odveč, če poslušalec v majhnem mestu pričakuje, da bo obširnejše informacije o požaru v bližnji tovarni najprej slišal na radiu, ki ima sedež v tem mestu.

Večina radijskih programov začne z lastnimi informativnimi oddajami v jutranjem programu, ko jih celo predvajajo na pol ure (Radio Rogla, Radio Štajerski val). Takšna frekvenca pogostosti prisotnosti oddaje v etru je povezana z jutranjim tempom poslušalcev, ki jih radio spremlja na poti na delo, v šolo, po opravkih. Poslušalec naj bi v jutranjem programu v pol ure dobil aktualne informacije, vremenske in cestne razmere, dobro glasbo in zabavo – torej celovit paket medijskih vsebin, kar poudarja Barnard (2000, 198), ki pravi, da radijski program, tudi informativni, vsebinsko in glede na obliko oddaje posnema dnevno rutino poslušalcev in se ji prilagaja.

Čez dan trije proučevani radii svojo produkcijo informativnih oddaj dopolnjujejo z oddajami radijske mreže Infonet (Radio Rogla, Radio Celje) ali oddajami nacionalnega Radia Slovenija (Radio Celje). Prav zato vsebine, ki jih obravnavajo ti servisi – nacionalne ali globalne, ne najdejo ali v primeru Radia Celje le občasno najdejo prostor v informativnih oddajah. Bolj se osredotočajo na poročanje o dogodkih, ki se dogajajo na njihovem oddajnem prostoru. Radio Štajerski val v svoje informativne oddaje vključuje tudi nacionalne in globalne dogodke, ker nima informativnih oddaj od drugod. Je pa pri posredovanju regionalnih ali lokalnih tem pomembna njihova prisotnost v etru, kako se razvijajo skozi dan – se ponavljajo, so dodana nova dejstva? Pomembno je, da je določena informacija v etru prisotna več kot enkrat, kot npr. navaja urednica Radia Rogla V. Motaln (2016), saj poslušalci niso več ob radiu ves dan.

Informativne oddaje se na proučevanih programih v največji meri pojavljajo v vrsti informativne oddaje novice, ki so kratek informativni format. Tako povprečno trajanje lastne informativne oddaje v primerih Radia Antena Štajerska, Radia Rogla in Radia Štajerski val le malo presega dve minuti, izvzemši vremensko napoved in cestne informacije, pri čemer slednja programa pripravljata tudi vrsto informativne oddaje kratke novice. Na Radiu Celje povprečna informativna oddaja traja osem minut in pol, kar je posledica uporabe vrst poročila in osrednja dnevno-informativna oddaja, ki jih drugi proučevani programi ne uporabljajo.

Z izbiro vrste informativne oddaje je povezana tudi uporaba žanrov, ki so bili najpomembnejša točka raziskave. Najprej smo s kvantitativno analizo števila besedil v informativnih oddajah ugotovili, da je v primerih Radia Antena Štajerska in Radia Štajerski val to število relativno

nizko (malo manj kot tri), medtem ko na Radiu Rogla preseže štiri besedila, kar je posledica intenzivne rabe žanra kratka vest, na Radiu Celje pa v povprečju preseže sedem besedil na oddajo. Ta analiza je dala osnovo nadaljnjemu proučevanju rabe radijskih informativnih žanrov. Vsak izmed programov ima svoj prevladujoči žanr; na Radiu Antena Štajerska in Radiu Štajerski val je to razširjena vest, na Radiu Celje vest in po številu zelo blizu poročilo ter na Radiu Rogla naznanilo.

Pri proučevanju informativnih oddaj smo naleteli na hibridni žanr na meji med razširjeno vestjo in poročilom, ki je bil prisoten v vseh programih. Pojav takega žanra, ki po strukturi bolj ustreza razširjeni vesti – ima udarno uvodno poved, kratke zvočne izjave, preprostejše povedi, po obsegu podanih informacij pa poročilu, bi lahko razložili z željo radia, da poslušalca informira celoviteje, ne zgolj z osnovnimi dejstvi. Vrsta informativne oddaje in njen časovni okvir pa rabe obsežnejših žanrov, kot je poročilo, ne dovoljuje. Hibridni žanr smo uvrstili v poročevalsko vrsto in ga poimenovali vestičarsko poročilo.

Tematska področja, ki jih pokrivajo regionalni ali lokalni radijski programi v informativnih oddajah, odlikavajo sliko akterjev v njihovem okolju. Veliko večino poslušalcev zanima, kaj se dogaja okoli njih, kot npr. ugotavlja Boyd (2004, 141), zato je vloga lokalnega medija še toliko pomembnejša. Pri tem pa moramo upoštevati dostop do virov informacij, ki je v majhnih skupnostih omejen in nima tako širokega nabora tem in akterjev kot na nacionalni ravni. Zato mogoče ne preseneča, da so vsi radii veliko pozornosti, v povprečju 20 % ali več, namenjali gospodarskim temam, le malo manj kot 20 % pa politiki, zvečine lokalni oziroma regionalni. Ali bi lahko na podlagi tega sklepali o moči institucionaliziranih virov v lokalnem okolju? V teoretskem delu naloge smo se dotaknili vpliva institucij, ki imajo razvite službe za odnose z javnostmi oziroma redno obveščajo javnost o dogajanju. V lokalnem primeru so to občine kot najpomembnejši subjekti politike v okolju, ki neposredno vplivajo na življenje občanov, in relativno močno gospodarstvo v savinjski regiji, ki jo pokrivajo radijski programi. Ob tem so poročali še o temah iz okolja, kulture, znanosti in izobraževanja, zdravja, športa (sicer Radio Antena Štajerska o tem v proučevanih dneh ni poročal) in družabnih dogodkov. Relativno malo pozornosti so posvetili črni kroniki, ki se je, kot navajajo urednice, izogibajo, saj želijo poročati o pozitivnih in spodbudnih zgodbah.

Pri analizi vsebine smo se osredotočili še na dve dimenziji – lokalnost tem in njihovo ponavljanje. Radio Antena Štajerska in Radio Rogla v svojih informativnih oddajah posredujejo regionalne oz. lokalne informacije, medtem ko te na Radiu Celje predstavljajo 80 % vsebine, na Radiu Štajerski val pa 75 %. Zaradi narave radia, ki je »medij trenutka«, nas je zanimala še stopnja ponavljanja določenih vsebin lastne produkcije v dnevu, s katero radii skrbijo, da zgodbe dosežejo poslušalce. Ugotovili smo, da se stopnje ponavljanja tem gibljejo od 6 % pri Radiu Antena Štajerska, ki ima sicer samo dve lastni informativni oddaji na dan, do 62,5 % pri Radiu Rogla, ki pripravlja deset informativnih oddaj lastne produkcije.

Z vrsto informativnih oddaj in izbiro žanrov je povezana tudi glasovna pestrost, ki jo radio posreduje. Kvantitativna raziskava povprečnega števila govorcev v posamezni informativni oddaji je pokazala, da je v dvominutnih novicah Radia Antena Štajerska prisoten v povprečju le en glas sogovornika, ki podaja dejstva o obravnavani temi. Na Radiu Rogla in Radiu Štajerski val je to povprečje nekoliko višje, 1,5 oz. 1,4, medtem ko ima Radio Celje, zaradi izbire časovno daljših vrst informativnih oddaj, v povprečju na oddajo 3 različne glasove, kamor so všteti tudi novinarji. Zanimivo je, da vse informativne oddaje bere dosledno le en glas, torej nikoli npr. dnevni urednik in voditelj programa (ti povečini berejo vremenske in cestne informacije). Le redko se v njih glasovno pojavijo drugi člani uredništva – novinarji, pa še to povečini v žanru poročila.

Analiza zvočne podobe informativnih oddaj ni pokazala kakšnih večjih posebnosti. Ne moremo trditi, da format programa vpliva na izbiro zvočnih elementov ali podlage. Kvečjemu so tukaj spretnejši Radio Rogla, Radio Antena Štajerska in Radio Štajerski val, ki imajo zvočno podobo informativnih oddaj usklajeno s siceršnjo celostno zvočno podobo radijskih elementov (jinglov in drugih elementov).

V pogovorih z urednicami in pri opazovanju z udeležbo smo se usmerili še na druge naloge, ki jih imajo danes radijski novinarji. Novinarji na radiih delajo v izrazito tržno usmerjeni družbi, kjer morajo, kot je pri proučevanju angleških radijskih programov ugotovila Purdey (2000, 329), upoštevati nova dognanja, kaj je za javnost zanimivo in kaj mora izvedeti. V dobi internetnih novičarskih portalov, ki so prisotni tudi na regionalni oz. lokalni ravni, tekmujejo v dostavi informacij z drugimi akterji na trgu medijske produkcije. Zato ne preseneča, kot smo

ugotovili pri proučevanih radijskih programih, redna uporaba lastnega spletnega portala in profila na Facebooku ali Twitterju za širjenje vsebin. Uporaba novih platform, z drugačnimi specifikami, kot jih ima govorno-slušni radijski medij, zahteva prilagoditve v procesu priprave medijskih vsebin. Tako danes radijski novinar poleg pisanja za radio in zvočne obdelave posnetkov domala vsakodnevno piše še za splet in prilagaja radijska besedila, ureja fotografije, piše napovedi za Twitter in pripravlja objave s povezavami na Facebook profil.

Z gotovostjo lahko trdimo, da je lokalni oziroma regionalni radio še vedno pomemben vir informacij za poslušalce. Svojo prednost pred drugimi mediji še vedno gradi na ažurnosti, saj ne moremo trditi, da sta to vlogo v majhnih okoljih že prevzela Twitter ali Facebook. Presenetil nas je trud, ki ga relativno majhna uredništva vlagajo v količino vsebin, ki jo dnevno pripravijo, in vsaj po parametru lokalnosti vsebin je to njihov pomemben doprinos k uresničevanju javnega interesa. Od proučevanih programov se je vsak osredotočil na svoj format, ki ga očitno ločuje od drugih programov, tudi pri realizaciji informativnega programa. Tudi če je ta iste vrste, se razlikujejo med seboj v uporabi žanrov in zvočnih elementov, kar ustvarja možnost izbire za poslušalce.

Raziskovalni del naloge je odprl nekaj novih področij, ki bi jih bilo vredno v prihodnje raziskati. Vsekakor bi bilo dobro preveriti rabo vestičarskega poročila še v drugih informativnih programih, predvsem nacionalnih javnih in komercialnih radiev. Zanimivo bi bilo raziskovati, katere lokalne ali regionalne teme se pojavljajo na prvih mestih v informativnih oddajah lokalnih ali regionalnih radijskih programov in kakšna je povezava z institucionaliziranimi viri informacij v njihovih okoljih. Sestavni člen informativnih oddaj so servisni bloki, kjer so strnjene vremenske in cestne informacije. Kakšni vzorci podajanja veljajo tu? Obstajajo kakšne žanrske skupne lastnosti? Se vedno pojavljajo na koncu oddaje in ali so razlike na besedilni in govorni ravni, ko jih pripravlja novinar, ali takrat, ko jih pripravlja radijski voditelj? Z vidika besedilnih pretvorb bi lahko bila zelo zanimiva raziskava, ki bi preverjala, kako se besedilo spremeni na poti iz radijske informativne oddaje v etru na radijsko spletno stran ali profile na družbenih omrežjih.

8 LITERATURA

1. Aumente, Jerome, Peter Gross, Ray Hiebert, Owen v. Johnson in Dean Mills. 1999. *Eastern European Journalism. Before, During and After Communism*. New Jersey: Hampton Press.
2. Avguštinčič, Bojana. 2016. intervju z odgovorno urednico Radia Celje. Celje, 25. april. 2016.
3. Barnard, Stephen. 2000. *Studying Radio*. London: Arnold.
4. Bonini, Tiziano in Giuseppe Morello. 2014. No news from abroad: A comparative content analysis of news issues on Italian radio. *European Journal of Communication* 29 (2): 218–229.
5. Bosch, Tanja. 2012. Radio News: Re-imagining the Community. V *The Routledge Companion to News and Journalism*, ur. Start Allan, 159–168. New York: Routledge.
6. Boyd, Andrew. 2004. *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News*. Oxford: Focal Press.
7. Brooks S., Brian, George Kennedy, Daryl R. Moen in Don Danly. 2002. *News Reporting and Writing*. Boston: Bedford/St. Martin`s.
8. Campbell, Vince. 2004. *Information Age Journalism*. London: Arnold.
9. Chapman, Jane. 2009. Broadcast journalism: yesterday, today and the future. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 7–16. New York: Routledge.
10. *Community Media Association*. Dostopno prek: <http://www.commedia.org.uk/> (10. januar 2016).
11. Crisell, Andrew. 1994. *Understanding Radio*. New York: Routledge.

12. Crook, Tim. 1999. *International Radio Journalism*. London: Routledge.
13. Čakš, Peter. 2007. *Analiza navodil za pisanje radijskih informativnih besedil*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
14. --- 2009. Factualisation in radio news : a case study of the news programme on commercial radio station Radio 1. V *Medijska istraživanja*, 15 (1): 79–93.
15. Deučman, Anja. 2016. Intervju z urednico informativnega programa Radia Štajerski val. Šentjur, 25. april. 2016.
16. Domingo, David in Chris Paterson. 2011. *Making online news*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
17. Donsbach, Wolfgang. 2004. *Psychology of news decision: Factors behind journalists` professional behaviour*. Journalism 5 (2): 131–157.
18. Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: E. Arnold.
19. Frost, Chris. 2002. *Reporting for Journalists*. London: Routledge.
20. Furman, Barbara. 2016. Zabeležke iz pogovora v opazovanju z udeležbo z dežurno novinarko na Radiu Štajerski val. Šentjur, 22. april. 2016.
21. Gage, Linda. 1999. *A Guide to Commercial Radio Journalism*. Oxford: Focal Press.
22. Harcup, Tony. 2004. *Journalism Principles Practice*. London: Sage.
23. Harrison, Jackie. 2009. Exploring news values: the ideal and the real. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 59–68. New York: Routledge.

24. Hausman, Clark, Lewis B. O'Donnell in Philip Benoiz. 1999. *Announcing: Broadcast Communicating Today*. Belmont: Wadsworth.
25. Hilliard, Robert L. 2011. *Writing for Television, Radio, and New Media, Tenth Edition*. Boston: Wadsworth.
26. Holmes, David, Katie Stewart in Marie Kinsey. 2009. On the road: gathering raw material. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 85–94. New York: Routledge.
27. Hudson, Gary in Sarah Rowlands. 2012. *The Broadcast Journalism Handbook*. Harlow: Pearson Education Limited.
28. *Infonet*. Dostopno prek: <http://www.infonet.fm>. (4. april. 2016).
29. Iorio, Sharon Harton. 2004. *Qualitative Research in Journalism*. London: LEA.
30. Jurgec, Peter. 2004. *Organizirana skrb za govorno kulturo v slovenskih elektronskih medijih*. Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije. Dosegljivo prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/slovenski_jezik/organizirana_skrb_za_govorno_kulturo/Organizirana_skrb_za_slovenski_jezik.pdf (10. februar 2016).
31. Kalin Golob, Monika. 2001. *Jezikovne reže*. Ljubljana: GV revije.
32. --- 2003. *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.
33. Kinsey, Marie. 2009. Going live: writing and presenting for the broadcast. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 139–148. New York: Routledge.
34. Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.

35. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
36. Laban, Vesna. 2004. *Razvidnost virov informacij v televizijskih informativnih besedilih*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta z družbene vede.
37. --- 2005. Žanri vestičarske vrste, poročilo in anketa v dnevnem časopisju. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 32–72. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
38. --- 2007. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
39. Laughton, Roger. 2009. 'And now the news from where you are'. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 39–48. New York: Routledge.
40. Lengar Verovnik, Tina. 2009. *Specifikacije jezikovnih izbir v radijskih novinarskih dvogovornih žanrih* (785–801). Teorija in praksa. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
41. --- 2012. *Radijska dvogovornost: jezikovne izbire novinarjev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
42. --- 2013. Povej mi, kako zvenijo dnevnoinformativne oddaje, in povem ti, za kateri radijski program gre. V *Obdobja 32: Družbena funkcijskost jezika (vidiki, merila, opredelitve)*, ur. Andreja Žele, 241–246. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
43. Manning, Paul. 2001. *News and News Sources, A Critical Introduction*. London: Sage.
44. Marti, Joseph Maria. 2005. *Od ideje do antene*. Ljubljana: Modrijan.

45. Machatschke, Roland. 2004. Kompaktsendungen. V *Radio-Journalism*, ur. Walter von La Roche, 231-234. Berlin: Paul List Verlag.
46. Marx, Katja. 2004. Nachrichten-Präsentation. V *Radio-Journalism*, ur. Walter von La Roche, 225–230. Berlin: Paul List Verlag.
47. McCourdy, Dan. 2012. *Ways to Present Radio News*. Dostopno prek: <http://suite101.com> (10. februar 2016).
48. McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism*. Thousand Oaks: Sage.
49. Meikle, Gaham. 2009. *Interpreting News*. Palgrave Macmillian: Hapshire.
50. Milosavljevič, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
51. --- 2005. Intervju: metoda dela in novinarski žanr. V Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec (ur.): *Uvod v novinarske študije*. 136–188. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
52. Mitchell, Leslie. 2009. Painting pictures 2: writting, editing and packaging for radio. V *Broadcast Journalism – A critical introduction*, ur. Jane Chapman in Marie Kinsey, 115–126. New York: Routledge.
53. Montgomery, Martin. 2007. *The Discourse of Broadcast News, A Linguistic Approach*. Oxon: Routlege.
54. Motaln, Valerija. 2016. Intervju z odgovorno urednico Radia Rogla. Slovenske Konjice, 26. april 2016.
55. Niblock, Sarah in David Marchin. 2007. *News Values for Consumer Groups. Journalism*. 8/2. 184–204.

56. Ohler, Josef. 2004. Nachrichten. V *Radio-Jurnalism*, ur. Walter von La Roche, 207–225. Berlin: Paul List Verlag.
57. Oštir, Monika. 2016. Intervju z urednico informativnega programa Radio Antena Štajerska. Celje, 25. april 2016.
58. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Radiotelevizija Slovenija. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si> (14. februar 2016).
59. Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
60. Purdey, Heather. 2000. Radio Journalism Training and the Future of Radio News in the UK. *Journalism* 1/3: 329–352.
61. *Radio Antena Štajerska*. Dostopno prek: <http://www.antenastajerska.si>. (28. april 2016).
62. Radio Antena Štajerska. 2016. *Lokalno udarno ob 10.00*. Celje, 19. april.
63. --- 2016. *Lokalno udarno ob 10.00*. Celje, 20. april.
64. --- 2016. *Lokalno udarno ob 15.00*. Celje, 20. april.
65. *Radio Celje*. Dostopno prek: <http://www.nt-rc.si>. (28. april 2016).
66. Radio Celje. 2016. *Novice ob 6.00*. Celje, 19. april.
67. --- 2016. *Kronika Radia Celje*. Celje, 19. april.
68. --- 2016. *Kronika Radia Celje*. Celje, 20. april.
69. --- 2016. *Novice ob 6.00*. Celje, 20. april.
70. --- 2016. *Regijske novice*. Celje, 21. april.
71. --- 2016. *Kronika Radia Celje*. Celje, 21. april.

72. *Radio Rogla*. Dostopno prek: <http://www.radorogla.si>. (28. april 2016).
73. Radio Rogla. 2016. *Novice ob 5.30*. Slovenske Konjice 19. april.
74. --- 2016. *Novice ob 10.00*. Slovenske Konjice 19. april.
75. --- 2016. *Novice ob 17.00*. Slovenske Konjice 19. april.
76. --- 2016. *Novice ob 15.30*. Slovenske Konjice 20. april.
77. --- 2016. *Novice ob 17.00*. Slovenske Konjice 20. april.
78. --- 2016. *Novice ob 15.30*. Slovenske Konjice 21. april.
79. *Radio Štajerski val*. Dostopno prek: <http://www.stajerskival.si>. (28. april 2016).
80. Radio Štajerski val 2016. *Načrt ure radijskega programa 2016*. Šentjur: Radio Štajerski val.
81. Radio Štajerski val 2016. *Krožni načrt ure radijskega programa 2016*. Šentjur: Radio Štajerski val.
82. Radio Štajerski val. 2016. *Novice ob 9.00*. Šentjur pri Celju, 20. april.
83. --- 2016. *Novice ob 9.30*. Šentjur pri Celju, 20. april.
84. --- 2016. *Novice ob 12.00*. Šentjur pri Celju, 20. april.
85. --- 2016. *Novice ob 13.00*. Šentjur pri Celju, 20. april.
86. --- 2016. *Novice ob 14.00*. Šentjur pri Celju, 21. april.
87. --- 2016. *Novice ob 17.00*. Šentjur pri Celju, 21. april.
88. --- 2016. *Novice ob 18.00*. Šentjur pri Celju, 21. april.

89. *Radiometrija 2016*. Kvalitativna analiza Radia Štajerski val. Ljubljana: Mediapool.
90. *Radiometrija 2016*. Radiometrija. Ljubljana: Mediapool.
91. Rapley, Tim. 2007. *Doing Conversation, Discourse and Document Analysis*. London: SAGE Publications.
92. Riffe, Daniel, Stephen Lacy in Fred Fico. 2014. *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. New York: Routledge.
93. Simmons, Bernie. 1995. *Get into Radio*. Plymouth: How To Books Ltd.
94. Slak, Nina. 2016. Zabeležke iz pogovora v opazovanju z udeležbo z dežurno novinarko na Radiu Štajerski val. 20. april 2016.
95. Splichal, Slavko. 1990. *Analiza besedil: Statistična obravnava jezikovnih podatkov v družboslovnih raziskavah*. Ljubljana: FSPN.
96. Staab, Joachim Friedrich. 1990. *Nachrichten-Theorie. Formal Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg-München: Alber.
97. Starkey, Guy in Andrew Crisell. 2009. *Radio Journalism*. London: Sage.
98. Stephens, Mitchell. 2007. *A History of News*. New York: Oxford University Press.
99. Stuart, Allan (ur). 2012. *The Routledge Companion to News and Journalism*.
100. Šeruga, Cvetka Prek. 1990. Voditelj – napovedovalec? *Slovenščina na radiu*. Radio Slovenija: Oddelek za kulturo govora. 45–53.
101. Škarič, Ivo. 2005: *V iskanju izgubljenega govora*. Ljubljana: Šola retorike.

102. Tolson, Andrew. 2006. *Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
103. Vogrinc, Jože. 2008. Govor na radiu in na televiziji. V *Spisi o govoru*, Primož Vitez, ur., 217–230. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
104. Von la Roche, Walther in Axel Buchholz (ur.). 2004. *Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk*. Berlin: List Verlag.
105. *Zakon o medijih* (ZMed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://zakonodaja.si> (14. november 2015).
106. *Zakon o RTV Slovenija* (ZRTVS-1). Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://zakonodaja.si> (14. november 2015).

PRILOGE

PRILOGA A: Intervjuji z urednicami informativnih programov

PRILOGA A.1: Intervjuji z urednico informativnega programa Radia Štajerski val Anjo Deučman

Kraj in datum: Šentjur, 25. 4. 2016

Kako bi opisali program Štajerskega vala?

Poskušamo z njim skrbeti po eni strani za zabavo, za neko sproščeno vzdušje z dobro glasbo, kratkimi, zabavnimi informacijami, hkrati želimo biti tudi informativni. To pomeni, da vanj vsako uro vključujemo, dopoldne celo na pol ure, novice, pri čemer se osredotočamo predvsem na lokalno dogajanje. Tudi sicer, v programu kot takem, dajemo velik poudarek lokalni informaciji na vseh področjih.

Komu je program potemtakem namenjen?

S spremembo programske sheme smo se odločili, da pomladimo našo publiko. Nekoč je bil program Štajerskega vala namenjen poslušalcem, ki so bili starejši od 60 let. Zdaj pa jih pomlajujemo, kar nam kar dobro uspeva, tako da lahko rečemo, da so naši poslušalci stari od 30 oziroma 35 let naprej. Naša ciljna publika pa zagotovo niso mlajši od 20 let.

Kaj pa geografsko?

Geografsko pokrivamo veliko področje. Prioritetno nam je Obsotelje in Kozjansko, Šentjursko, Celjsko in okolica Celja, Spodnja Savinjska dolina, sežemo tudi v Zgornjo Savinjsko dolino, pa tudi Konjiško, Slovenjebistriško, slišimo se še tudi proti Mariboru in Ptuj.

Če bi razvrščali po pomembnosti, kakšno mesto zaseda informativni program v celotnem programu?

Bi rekla, da zelo pomembno. Tudi glede na to, koliko minut mu posvečamo. Je pomemben del programa. Še bolj je pomembna ta sproščenost, ki jo voditelji prinašajo v program. Zagotovo pa je na tej prioritetni lestvici eden pomembnejših.

Koliko ljudi ustvarja vaš program?

Skupaj okoli 30. Informativni program pa štiri novinarke, jaz kot urednica informativnega programa, ob vikendih imamo še pomoč študentke. Prav tako imamo pomoč novinarke pri pokrivanju športa.

Kakšen je dnevni, tedenski potek dela v redakciji? Od delegiranja vsebin, dežurstev ...

Imamo vsak dan 17 informativnih oddaj, od 6-ih zjutraj do 6-ih zvečer, s tem da so zjutraj, do 10. ure, na pol ure, potem pa vsako uro. Značilnost našega informativnega programa je, da gredo vse informativne oddaje v živo. Prebere jih novinarka sama. To pomeni, da imamo v redakciji novinarko vsak dan, eno od pol šestih do dvanajstih, drugo od dvanajstih do šestih. Načeloma je tako, da so lokalne novice pripravljene vnaprej oziroma se pripravljajo sproti, tako da je dobrodošlo, da med seboj čim več komuniciramo. Zjutraj dežurna novinarka pride, pregleda, kaj ima, nekaj je že prejšnji dan obveščena, da bo dobila narejeno, kakšni aktualni dogodki prihajajo še sproti. Ob predaji dežurstva ob 12-ih se obe novinarki usedeta in se pogovorita, kaj je že bilo objavljeno, kaj še ni bilo, na kaj naj bo pozorna, kaj še ji bo katera naredila. Tako da je zelo velik poudarek na komunikaciji. Z mano kot urednico se tudi skoz dogovarjajo. Vsaka novinarka pokriva geografsko področje, to pomeni, da smo geografsko usmerjeni in znotraj tega pokrivaš vse, nimamo pa po področjih specializacij. Do neke mere so

pri tem samostojne, kaj pokrit, na kakšen način pokrit. Kadar pa je kakšna zadeva, da ne vedo točno, se pa obrnejo na mene. Včasih se tudi kakšna stvar iz infota razširi na ostali del programa.

Je torej kdaj informativni program osnova za ostale dele programa?

Zagotovo. Odvisno je, tudi novinarka sama včasih pripravi širši prispevek o temi in zapakira to v en paket, en samostojen 2-3 minutni prispevek. Včasih kakšno temo predamo tudi voditeljem in voditelji potem to obdelajo na malo drugačen, mogoče celo bolj zabaven način ali z nekega drugega vidika.

Kako bi opisali informativni program Štajerskega vala?

Na prvem mestu je lokalna informacija, ki je ažurna, preverjena, kredibilna. Poskušamo čim več naših ljudi vpeljati v program in poročati o tem, kar naše ljudi zanima, kaj je za naše ljudi pomembno. Nadgradimo vse skupaj tudi s tem, da jim ne damo samo lokalne informacije, ampak tudi tiste informacije iz Slovenije in sveta, ki so za njih pomembne.

So poleg teh oddaj še kakšne oddaje ali programski pasovi, ki bi lahko sodili v informativni program?

Zagotovo en del informativnega programa se najde v programu kot takšnem, torej v moderacijah voditeljev, spet na takšen ali drugačen način. V dopoldanskem delu programa, med 11. in 14. uro, imamo prispevke, ki jih pripravljamo novinarke. Tudi to je bolj kot del informativnega programa, s tem da se da kakšno stvar še na širše narediti. Oddaj, kjer bi imeli poglobljene tematike, obdelane na širše, nimamo.

Kdo so vaši primarni viri informacij?

Vsaka novinarka torej pokriva svoje geografsko področje in zagotovo so to akterji, ki karkoli ustvarjajo na našem območju, bodisi občine, podjetja, šole, razni javni zavodi, društva ... Poskušamo dobiti informacijo iz prve roke. Torej same pokličemo tisto osebo, ki nekaj počne, s katero se nekaj dogaja, bodisi pozitivnega, bodisi negativnega, in od nje konkretno dobimo neko informacijo, ki jih večinoma tudi posnamemo, tako da imamo tudi tonske izjave, s čimer dobimo na kredibilnosti.

So vir informacij tudi novinarji sami?

Novinarji so zagotovo tudi sami vir informacij. To je tisto, biti na terenu in opazovati stvari okoli sebe, opaziti, kaj se dogaja, kaj je za ljudi pomembno. Na tak način včasih narediš novičko, pa jo potem šele kasneje bolj razdelaš.

Kakšne teme pokrivате v informativnih oddajah?

Teme so zelo različne, od politike, gospodarstva, kulture, družbenih dejavnosti, šolstva, izobraževanja... skratka, res vse. Poskušamo čim bolj zadostiti različnim okusom naših poslušalcev. Tudi črna kronika je del, a se ji poskušamo čim bolj izogibati. Res dajemo tiste stvari, ki so pomembne in odmevne ter pazimo, da nismo preveč rumeni. Družabno dogajanje je tudi absolutno del.

Kakšno skrb posvečate jeziku?

Zelo veliko, tudi zato, ker se nam zdi zelo pomembno, da novinarka, ki sama bere novice, je govorno neoporečno. Zato smo imele tudi vse izobraževanje pri Idi Baš in neprestano nadgrajujemo to svoje znanje. Vsake toliko se usedemo in naredimo analizo novic in tudi tukaj

se posvetimo prav pravorečju, posvetimo temu, kako nekaj na bolj preprost način povemo. Pa tudi sproti jih kar opozarjam na te stvari.

Katere žanre uporabljate v informativnih oddajah?

To je vest, razširjena vest, poročilo, razširjeno poročilo.

Imate kakšna pravila, koliko so lahko dolge informativne oddaje, koliko je lahko dolga posamezna enota, koliko jih mora biti?

Mi zagovarjamo, da povemo vse čim bolj kratko in jedrnato. Novice ob polni uri so dolge največ štiri minute ali tri minute in pol. Voditelji potem sami dodajo vreme in ceste. Znotraj posamezne novičke je tako, da so izjave dolge do 15 sekund. Če je prispevek, kot vest, je to 30, 35 sekund. Če prebere novinarka sama, ima tri izjave, je pa lahko ta prispevek dolg tudi minuto deset.

Kakšna je zvočna podoba informativnih oddaj, se s tem tudi kaj posebej ukvarjate?

Pri zvočni podobi skrbimo za to, da se čim več vpleta izjav, da dobimo sogovornika, akterja neke novice. Pri čemer pazimo na to, da pri montaži ne škrtamo, da vdih ostanejo, torej, da je ta govor čim bolj naraven. Kar se pa tiče ostale zvočne podobe, pa skrbijo za njo tehniki oziroma voditelji. Torej dežurni novinar bere informativno oddajo, tehnik ali voditelj pa spušča v eter posnetke.

Kaj pa povezovanje z drugimi platformami? Twitter, Facebook?

Za sprotne objave na Facebooku in Twitterju je zadolžena dežurna novinarka. Objavljamo aktualne stvari. Imamo groba pravila, kdaj naj se katera stvar objavi na Facebook in Twitter. Tukaj spet pazimo, da smo ažurni, da vsake toliko nekaj objavimo. Prednost imajo seveda čim bolj aktualne informacije. Če se zdaj nekaj pomembnega zgodi, mora to takoj, zdaj biti objavljeno na Facebooku, Twitterju. Pri spletni strani se, razen v izjemnih primerih, ko se zgodi nekaj pomembnega, kar mora biti objavljeno zdaj, malo načrtujemo vnaprej, kdaj bo katera od nas pripravila kakšno objavo in jo tudi potem sama objavi. Tudi tukaj potem skrbimo za to, da na malo drugačen način prispevek napišemo, bolj v časopisnem oziroma internetnem stilu. Tam objavljamo še kakšne dodatne izjave.

PRILOGA A.2: Intervjuji z urednico informativnega programa Radia Antena Štajerska Moniko Oštir

Kraj in datum: Celje, 25. 4. 2016

Kako bi opisali svoj program?

Predvsem je zelo raznolik, namenjen vsem starostnim skupinam. Poskušamo zajeti praktično vsa področja, od gospodarstva, kulture, športa. Trudimo se, da bi bil čim bolj zanimiv, poslušljiv.

Kaj pa nasplošno program Radia Antena? Kje se ga posluša? Komu je namenjen? Na čem je poudarek?

Program je namenjen vsem, nekako pa najbolj poslušalcem od 17 do 55 leta starosti. To je potem naša ciljna skupina. Med stalnimi oddajami je treba izpostaviti naše novice Lokalno udarno, imamo tudi nekaj zabavnih jutranjih rubrik. Ena izmed njih je Zimzeleni Janko. Sicer pa glede na to, da gre za komercialni radio, nimamo nekih posebnih oddaj.

Kakšna je pomembnost informativnega programa v vašem programu?

Je pomemben. Ljudje so še vedno željni informacij z našega območja, širšega celjskega konca, zato se tudi trudimo zajeti čim širši pas, saj pokrivamo čim več dogodkov.

Koliko ljudi dela informativni program?

Dva novinarja pa eno punco imamo, ki bere novice in včasih vskoči in pomaga pri pripravi samih novic. Novice snemamo, razen jutranje, ki so v sklopu jutranjega programa. Ob pol sedmih, pol osmih, pol devetih. To so krajše lokalne novice, ki so predvajane v živo.

Kako bi opisali svoj informativni program?

Naš informativni program je usmerjen predvsem zelo lokalno, zato ima tudi oddaja ime Lokalno udarno. Ob tem da so potem tudi vsako uro nacionalne novice. Imamo pa to čisto ločeno, ker se nam zdi pomembno, da ohranimo nek stik z lokalnim prebivalstvom, da tudi slišijo, tisti, ki nas poslušajo na širšem Celjskem, kaj se dogaja na njihovem območju. Je zelo raznolik, trudimo se, da je zanimiv.

Kako to, da dopolnjujete svoj program z nacionalnimi novicami iz mreže?

Načeloma se trudimo, da se stvari ne podvajajo. Če se pripravljajo lokalne novice, ki so zanimive tudi za nacionalno občinstvo, vedno spremenimo novice. Nas pa dopolnjuje. Ko naredimo te novice, jih pošljemo v Ljubljano. Nikoli pa niso čista kopija. Zdi se mi, da ljudi zanima, kaj se dogaja drugje po Sloveniji, zato imamo tudi te novice.

Ste pred kratkim uvedli kakšne spremembe? Jih načrtujete?

Novice smo skrajšali na 120 sekund. Prej smo imeli, sicer že nekaj časa nazaj, novice dolge štiri minute in pol, kar je definitivno predolgo za radio našega kova in to se je pokazalo tudi po raziskavah. Tudi sami smo bili tega mnenja. Zdaj so te lokalne novice dolge 120 sekund, nacionalne novice vsako polno uro pa eno minuto. To so te spremembe. Pogosto poskušamo oddaje spreminjati s podlagami, da ni vedno eno in isto. Spreminjamo glave pred novicami, poskušamo tudi s sloganom pritegniti ljudi in pred kratkim smo ga malo spremenili.

S sloganom pozicionirate informativne oddaje med programom ali samo tam, kjer je informativna oddaja?

Tudi med samim programom, čeprav bi lahko še več. Predvsem pa pred samo oddajo.

Imate še kakšne druge informativne oddaje, kamor ljudje kličejo, obravnavate kakšne teme? Ne več.

So informativne oddaje kdaj izhodišče za druge dele programa?

So velikokrat. Predvsem v popoldanskem programu spikerji naredijo nek uvod v naše novice. Če je kakšna stvar, ki se jo da razplest, prometna nesreča, požar, neki dogodki, ki se dogajajo, potem, ko so naše lokalne novice že končane, se potem na tak način tudi nadgrajuje informiranje. Imamo fiksen termin za lokalne novice, zato je to rešitev.

Kako rešujete vikende / praznike?

Nimamo lokalnih novic, samo nacionalne.

Kdo so primarni viri informacij?

Velikokrat moraš imeti odprte oči. Znanci, velikokrat dobiš skozi pogovor kakšno idejo, potem so to razna vabila na novinarske konference, spremljanje nekaj dogodkov dalj časa, se pravi, če veš, da se bo na neki novinarski konferenci izpostavilo, da se morajo neka dela začeti, napimer čez toliko in toliko časa, spremljaš zadevo in potem na podlagi tega narediš lokalne novice.

Kakšne teme pokrivате?

Čim manj politike. Predvsem novice, ki so zanimive za ljudi, ki se dotaknejo vsakogar, vsakodnevnega življenja. Tudi gospodarstvo, kultura, šport, zabava, tudi imamo veliko družabnih dogodkov. Smo mnjenja, da so pozitivne novice tiste, ki jih ljudje radi slišijo, in se držimo tega, da imamo čim manj slabih novic. Črne kronike je vedno manj. Ljudi to še vedno zanima, ampak o njej ne poročamo več v takšnem obsegu kot včasih.

Kakšno skrb posvečate jeziku?

Novice se lektorira. Žal jih lektoriram sama. Prej smo imeli eno osebo zaposleno prav zato. Novice se pripravijo, pregledajo, potem objavijo na spletu, tako da morajo biti tudi zato slovnično pravilne.

Kaj pa povezovanje z drugimi platformami, Twitter, Facebook, spletna stran?

Novice se objavlja na Facebooku. To je tisti naš glavni internetni medij, kjer so novice objavljene. Zato skrbim jaz in še ena oseba. Jaz stvar spišem, potem pa jo ta oseba objavi. Vedno je tako, da je novica najprej objavljena na spletni strani, potem pa se da link na Facebook. Potem ko ljudje to delijo, delijo praktično tvojo spletno stran.

Kako bi opisala posamezno besedilo znotraj informativne oddaje? Imate tukaj kakšna pravila?

Predvsem, da začneš z bistvom, da pritegneš poslušalca z ear catcherjem. Za to se trudimo, če le gre. Potem pa novica naj ne bi bila daljša od ene minute. Tudi če je vključena izjava, je njena maksimalna dolžina 30 sekund, pa še to zelo redko. Povprečno je dolga neke 15, 20 sekund.

PRILOGA A.3: Intervjuji z odgovorno urednico Radia Rogla Valerijo Motaln

Kraj in datum: Slovenske Konjice, 26. 4. 2016

Kako bi opisali svoj program?

V bistvu gre za tako v Sloveniji trenutno aktualno programsko shemo, kratke informacije pa pop glasba. Se pravi, izmenjava kratkih informacij in moderatorjev in informativnega dela programa in da se večkrat nekatere informacije ponovijo čez dan zaradi te kratkosti.

Komu je namenjen, tudi geografsko?

Naša ciljna publika je od 25 do 60 let. Program je geografsko namenjen, če izhajamo iz Slovenskih Konjic, poslušalcem do Maribora, na drugi strani do konca Celja, Mestne občine Celje, pa delno tudi Obsotelja in Kozjanskega.

Kakšno mesto v tem vašem programu zaseda informativni program?

Mi imamo svoje informativne novice 10-krat na dan in je zelo pomemben. V bistvu s tem se mi najbolj razlikujemo od drugih radijskih postaj, z lokalno informacijo.

Dopolnjujete ga pa tudi z nacionalnimi oziroma s servisno podporo?

Tudi. Čeprav je najbolj pomembna lokalna informacija. In lokalna informacija je pretežno v informativnem programu, se pa pojavlja tudi v drugih delih programa.

Torej je informativni program tisto središče programa, iz katerega črpate teme za preostanek programa?

Tako ja.

Koliko ljudi ga ustvarja in kdo so to?

Približno 7 do 9. Večinoma so to kolegi iz lokalnih uredništev naših časopisov - v Slovenski Bistrici, Celju, Rogaški Slatini, Šentjurju in Slovenskih Konjicah. Ta uredništva potem ustvarjajo informativni program za Radio Rogla in nam ga dnevno pošiljajo. Naredijo tedenske načrte, če je kaj sproti, se še dogovorimo, in nam potem posredujejo. So pa pri odločanju dosti samostojni, kaj bodo posredovali.

Tukaj, v Slovenskih Konjicah pa je potem vedno nekdo dežuren za urejanje teh oddaj?

Tako. Vsak dan.

Kako bi opisali vaš informativni program?

To so kratke informacije. Zdi se mi zelo pomembno, da se večkrat na dan ponovijo, zato ker ljudje radio več ne poslušajo cel dan. Včasih, v preteklosti, pred 15 leti, so bila ena poročila tista ciljna, ki so jih ljudje poslušali. Zdaj se mi zdi zelo pomembno, da se informacije v različnih oblikah ponovijo, da so enkrat predstavljene malo daljše, enkrat malo krajše in to se v našem informativnem programu pojavlja. To se mi zdi zelo pomembno. Vedno je merilo lokalno, ali so to lokalni ljudje ali lokalni dogodki.

Kakšne teme pokrivате?

Mi moramo pokrivati vse teme, ki se dogajajo na lokalnem področju. Velikokrat tudi sami odpremo kakšno temo. To se mi zdi pomembno, da jo prevedemo iz nacionalnih vsebin na

lokalno raven in jo potem na tak način obdelamo. To se mi zdi zelo pomembno in dobro in naši novinarji potem na tak način delajo.

Kdo so potem vaši glavni viri?

Informacije dobivamo iz lokalnega okolja. Velikokrat pokličejo tudi ljudje sami. Imamo tudi oddajo Beseda je vaša, kamor lahko pokličejo, predstavijo svoje ideje. Zdaj včasih te ideje rešimo kar v okviru oddaje, včasih pa naredimo potem še v informativnem programu. Se pravi, poslušalci s svojimi željami in potrebami, vabila, organizatorji, na tak način.

Sodi ta oddaja v sklop informativnega programa?

Da.

Ste uvedli kakšne spremembe v informativnih program ali jih načrtujete?

V bistvu je zadnji dve leti tak informativni program, kot smo ga pošiljali in zaenkrat ne načrtujemo kakšnih sprememb. Pred dvema letoma smo postavili normo, da je kratka izjava, do maksimalno 25 sekund, da je kratka najava novice. Vedno so lahko izjeme.

Imate kakšna pravila? Kdaj bere dežurni novinar, kdaj sam novinar, kako dolge so vsebine v informativni oddaji?

Ja, osnovna pravila so. Se pravi, 3 do 4 vrstice tistega uvodnega dela potem pa do 25 sekund tonskega dela, se pravi, ali je to izjava sogovornika. Zaželeno je, da je čim več drugih ljudi v našem informativnem programu, se pravi, da snemamo lokalne ljudi. To so ta osnovna pravila. Za jutranje novice pa so tudi. Zjutraj je malo drugače. So predvsem napovedi dogodkov, ki se bodo zgodili. Tudi včasih so tudi že s tonsko izjavo, da ljudje več zvedo. Jutranja tonska izjava je še krajša – 10 sekund.

Snemate novinarji sami ali imate tukaj kakšno producersko pomoč? Berete novice v živo? So posnete?

Novice so posnete. Režemo in snemamo sogovornike novinarji sami.

Kakšno skrb posvečate jeziku?

Ne bom rekla, da je ne posvečamo. Se nam zdi kar pomembno, da je, tudi če smo lokalni medij, jezik lep, da je pravilen slovenski. Kdaj pa kdaj pa se prilagodimo tudi zaradi potreb okolja. Mi smo nekaj časa striktno govorili kartuzija, sej potem se je tudi v pravopisu to spremenilo in so bili ljudje tukaj užaljeni. Pri nas je Žička kartúzija. Pa so potem govorili, da je kartuzija narobe, da je Žička kartúzija. Skratka se posvetujemo. Imamo zelo dobre producente, ki nam pomagajo montirati novice. To sem prej pozabila reči. Skratka mi posnamemo vse sami, potem pa zmontirajo producenti in oni v bistvu pomagajo pri kaki jezikovni stvari, pokukamo kam.

Povezovanje z drugimi platformami, twitterjem, facebookom, spletno stranjo radia? Imate tukaj kakšne naloge tudi radijski novinarji?

Ja mi v bistvu smo pred dobrim letom naredili ta spletni portal novice.si, ki združuje lokalne, regionalne informacije in to delajo isti novinarji. Včasih je tako, da je že pred radijem na portalu, kakih par sekund in potem če je treba kakšno informacijo hitro spraviti v eter, naredimo samo tease in potem več na novice.si, tako da je kar močno povezovanje. Potem najbolj zanimive novice delimo na teh naših facebookih, ki jih imamo. Radio ima svojega, časopisi imajo svojega, ampak vse je v bistvu skupno.

Če primerjava radijsko in spletno vsebino, jo na spletu še kaj dopolnite, dodate kakšne dodatne vsebine?

Na spletu je več informacij, daljše so, bolj razloženo, fotografije so včasih zraven, včasih pa tudi ne. Redko dajemo tonske stvari na splet, damo jih pa tudi, ampak ni to ravno pogosto.

Kako rešujete delo v redakciji za vikend? (odgovor pridobljen naknadno, op. a.)

V soboto dežuramo, v nedeljo pa samo ob res večjih zadevah dežuramo, sicer imamo svoje informativne oddaje. samo dopoldne. Posnamemo jih vnaprej.

PRILOGA A.4: Intervjuji z odgovorno urednico Radia Celje Bojano Avguštinčič

Kraj in datum: Celje, 25. 4. 2016

Kako bi opisali program Radia Celje?

Radio Celje je regionalni radio posebnega pomena, to pomeni, da moramo imeti po zakonu 30 % lastne produkcije, kar je skoraj 4 ure in pol na dan. Namenjen je vsem prebivalcem Savinjske statistične regije. Tistim, ki jih zanima informacija, ki jih zanima, kaj se dogaja v njihovem lokalnem okolju, seveda pa tudi tistim, ki iščejo dobro glasbo, tudi zabavo nenazadnje, koristne informacije. Predvsem informativni program se mi zdi, da je res naš steber in da smo po tem najbolj prepoznavni. Informativni program je jedrni del našega programa.

Koliko ljudi ga ustvarja?

Zaposlenih imamo 10 novinarjev. Poleg urednice, ki urejam ves informativni program. Potem so še tehniki, ki pomagajo pri montaži prispevkov, in voditelji, trenutno jih je 10, 12, ki potem to preberejo v eter. Tudi sami vodijo kakšne oddaje, sicer ne informativne.

Kakšne oddaje imate v informativnem programu?

Imamo dnevne informativne oddaje, 7 informativnih oddaj na dan. Potem je tukaj kultura, ki ji vsak dan namenimo informativno oddajo (ob 13.00 op. a.), razen ob četrtnih, ko je na sporedu Kalejdoskop, ki je pregled tedenskega dogajanja v kulturi. Se pravi, za nazaj in tudi za naprej. Imamo tudi oddajo Odmev, kjer se enkrat na teden lotimo teme, ki jo širše in bolj poglobljeno obdelamo. Se pravi, soočimo ali različna mnenja. Neko tematiko osvetlimo z različnih zornih kotov, različne sogovornike z različnimi mnenji, stališči. Imeli smo recimo zdravje na delovnem mestu in smo preverili pri različnih podjetjih, kako skrbijo za to, pa še nekatere druge sogovornike smo imeli.

Je informativni program tisti, iz katerega se črpajo vsebine za drugi del programa?

Tudi. Ne samo, da hodimo na dogodke in o njih poročamo, ampak tudi sami iščemo določene teme, raziskujemo.

Kakšen je potek dela v redakciji, glede na to, da imate tudi časopis?

Novinarji delajo tudi za časopis. Ko gredo na dogodek, poročajo o tej temi in za radio in za časopis, seveda na drugačen način, ne more biti identičen.

Imate določene kakšne prioritete? Če se recimo približuje dead line za časopis, ali ima radio še vedno prednost?

Radio ima vedno prednost, kar se tiče informacij. Že sam medij je tak, da je novica stara en dan ni več objavljiva, je stara, to ni več novica v informativnem smislu. Včasih se je težko uskladiti, ampak se da. Če ti vnaprej načrtuješ oziroma veš, novinarji itak vejo, kdaj so roki za oddajo na časopisu. Te zadeve se dajo tudi prej narediti, tako da ni vedno treba čakati do zadnjega trenutka. Razen če se kaj zgodi vmes. Ne vem, nek požar sredi Celja, takrat je treba pustiti vse, oditi tja, dobiti čim več informacij in se tudi da kdaj ta deadline prestaviti za kakšno minuto. Tako da to ni tak problem. Se usklajujemo. Odvisno od primera do primera, kako je.

Imate dnevna dežurstva ali kako skrbite za informativne oddaje?

Zjutraj imamo sestanek redakcijski ob pol devetih. Tam se dogovorimo, katere so teme, kaj se dogaja, kam gre kdo na teren. Vsak novinar ima tudi svoje področje, tako da spremlja to dogajanje, bodisi področje ali pa občine. Pokrivamo 33 občin in vsak ima določeno število občin. Na teh sestankih se dogovorimo, kako in kaj. potem pa gredo, ali na teren, pisat, preverjat na takšne ali drugačne načine za informacijami. Teko dopoldneva zadeve pišejo, oddajajo, tudi popoldne. Zvečer so seje občinskih svetov in še kakšni drugi dogodki. Ves informativni program urejam sama, razen čez vikende in praznike, ko dežurajo novinarji v soboto in nedeljo ter praznike. Prispevke berejo novinarji sami, napovedi prispevkov pa seveda spikerji. Jaz uredim poročila, kroniko, novice in potem to prebere spiker.

Obdelujete zvočne posnetke novinarji sami? Imate pomoč producentov?

Izjave odrežejo in v grobem zmontirajo, sčistijo novinarji sami. Sama montaža prispevka, to kar prebere novinar in izjave, tukaj pa pomaga tehnik. Veliko stvari novinarji sami snemajo. Vsak ima na svoji mizi telefon in snemajo te kratke izjave. Kar se pa tiče finiširanja in oddaj, za to pa skrbijo tehniki.

Ste v zadnjem času uvajali kakšne spremembe v informativni program? Jih načrtujete na organizacijski, strukturni ravni?

Na organizacijski je to že ustaljeno. Vsak novinar piše za časopis in radio. Poskušamo izboljševati zadeve, da so čim manj obremenjeni, da čim bolj tečejo zadeve, drugače pa so te zadeve ustaljene. Spremembe, kar se informativnega programa tiče. Zvočno podobo smo spreminjali tri leta nazaj. Pa vsakih par let jih posodobimo. Tudi uvajamo kakšne nove oddaje. Dve, tri leta nazaj smo uvedli novo oddajo Vaš zakaj, naš zato, kjer iščemo odgovore na vprašanja, ki nam jih posredujejo poslušalci. Ne gre samo za reševanje naprimer medsosedskih sporov, torej njihovih problemov, ampak je odgovor takšen, da je zanimiv za širši krog ljudi. Ravno danes bomo imeli, kam lahko poslušalci odložijo nevarne azbestne odpadke. Torej ni odgovor samo za enega, ampak za širši krog. Torej, kako varno prepeljati te zadeve do odpada.

Shemo vašega informativnega programa dopolnjujete z informativnimi oddajami nacionalnega radia. Kako to, da imate takšno kombinacijo?

Da, dvakrat na dan, z Drugo jutranjo kroniko ob sedmih in potem ob pol štirih z Dogodki in odmevi. To je že leta in leta. V vmesnem obdobju, pred leti, so jih celo za nekaj časa ukinili, ampak je bil odziv poslušalcev negativen. Se pravi, da so navajeni na to in zato imamo to naprej.

Kdo so primarni viri informacij za vaše informativne oddaje?

Viri novinarjev oziroma novinarji. Vsi ti prispevki, ki jih objavljamo zjutraj ob osmih v jutranjih poročilih, v regijskih novicah ob dveh in ob petih v Kroniki, vsi ti prispevki so avtorski. Se pravi, da to ne prepisujemo iz interneta STA, ampak so to zadeve, ki jih naši novinarji sami naredijo. Torej v prvi vrsti so viri novinarji. Potem pa si pomagamo, še posebej za tuje in domače novice, s spletom, pr sporočili.

Kakšne teme pokrivате?

Praktično vse, kar se dogaja v naši regiji, od gospodarstva, političnih zadev, čeprav je tega mogoče malo manj, do kulture, športa, izobraževanja. V bistvu vsa področja.

Kakšno skrb posvečate jeziku, pisanemu in govorjenemu?

Trudimo se, da je jezik pravilen, knjižni. Sicer nimamo na radiu lektorja, to počnem sama, lektoriram novice prispevke, vse, kar gre naprej. Čeprav na radiu to vedno ni možno. Včasih, ko je novinar v tempu in je treba neko informacijo čim prej dati v eter, takrat mogoče tudi uide kakšna pogovorna beseda. Ampak načeloma pa ja, so vse zadeve pregledane, lektorirane. Tudi kar nekaj spikerjev ima nacionalno poklicno kvalifikacijo, se pravi, da so dali skozi neko izobraževanje. Drugače pa se med sabo korigiramo.

Kakšne žarne uporabljate v informativnih oddajah?

Poročila, vesti, ankete, komentarjev je mogoče nekaj manj. So pa včasih že skozi prispevke, ki jih dela novinar, kjer včasih kaj pokomentira. Komentarji tudi so, ampak ne tako pogosto. Vsako nedeljo imamo intervjuje in izseke iz teh intervjujev objavljamo v informativnih oddajah. Tudi v Ponedeljkovem športnem dopoldnevu je veliko tega.

Kaj pa povezovanje z drugimi platformami, splet, Facebook, Twitter?

Pred dobrim tednom smo štartali z novo spletno stranjo. Nekaj časa je bil splet mogoče malo zapostavljen, zdaj pa smo se ga intenzivno lotili, tako da tudi novice, prispevke objavljamo na spletu. Isti novinar, kot napiše za radio in časopis, napiše tudi za splet. Seveda je treba malo prilagoditi. Ne moreš dati isto, identično, ker potem ni ok.

Se je že kdaj zgodilo, da je imel splet prednost pred radiem?

Zdaj po enem tednu težko rečem. Drugače pa se trudimo, da ko se zadeva zgodi novinar gre in pove, gori, bila je nesreča in jaz kot urednica informativnega programa hitro napišem na internet stavek ali dva, ona gre na teren oziroma pove v etru, tako da v bistvu istočasno. Tako da so moja skrb tudi Twitter in Facebook, torej trije različni mediji naenkrat.

PRILOGA B: Zabeleške iz pogovorov v opazovanju z udeležbo

Priloga B.1: Zabeleške iz pogovorov v opazovanju z udeležbo z dežurnima novinarkama na Radiu Štajerski val

Štajerski val

20. 4. 2016

Popoldansko dežurstvo

Novinarka Nina Slak

- Uskladila se je s predhodnim dežurnim, kaj se dogaja, kaj je že bilo ponovljeno, kaj se splača ponavljat.
- Pregledala, katere lokalne ima na voljo, da si jih je razporedila.
- STA pregledala in razporedila.
- Pred vsako polno uro se ukvarja s tem, kako bo obrnila, ker je tem dovolj.
- Pri obračanju pripravljenih se ne zgleduje po drugih. Najlažje obrača svoje. Tudi od agencijskih. Pri drugih kolegih odstrani kakšna nepomembna / manj pomembna dejstva v nadaljevanju.
- Uskladiti se morajo z uredništvom, kdaj na FB objavljajo novice, da se ne prepletajo s programskimi vsebinami.
- Probam spremljati Twitter in objavlja novosti na 2 uri.
- Grem v cms in vidim, kdaj gre na splet. Ali pa na tabli v redakciji preveri, kdaj gre kaj online.
- Poleg dežurstva dela še svoje teme. Snemala je že za naslednji teden za 1. maj, direktorica zavoda za zaposlovanje.
- Imela je pogovor za magazin, danes ga je obdelala in pripravila.
- Včasih dela tudi za kak naslednji dan med dežurstvom. 2-3 stvari pripravi za naslednji dan za zjutraj. Včasih jih predlaga Anja in so 3, 4.
- Urednico vedno preverja za STA, ko išče nacionalne / globalne dogodke. Urednica je skoz na voljo, tako da je usklajevanje ob prevzemu dežurstva (barbi, snežka), se tudi pomenita, kaj bo.
- Zdi se ji dobro, da je vsak dan v redakciji, ker je bolj vpeta v program. Od doma ne bi bila tako učinkovita, tudi ker ima tukaj na voljo vso infrastrukturo.

Štajerski val**22. 4.****jutranje dežurstvo****Novinarka Barbara Furman**

- Že dan prej so ji kolegice javile, kaj bodo imele. Nina je imela 2 aktualni stvari.
- Zvečer si že malo pogleda agencijski del, da ve, kaj zjutraj poudarjat – seja državnega zbora je bila in elan, skakalne smuči.
- V lokalnem ni bilo nič aktualnega, je malo pregledovala, katere ima z izjavo, katere brez in je glede na to sestavljala oddaje. Napovedovala je šport, splošno z sta, Lenarčiča.
- Večinoma zadev dopoldne ne kliče, razen če je kakšna izjema.
- Vedno ima 3 svoje teme pripravljene, da se lahko posveti urejanju oddaj.
- Med dežurstvom težko piše za splet, ker se koncentrira na urejanje info oddaj.
- Obrača tekste. To vzame dosti časa. Vpraša se, kaj hoče sporočit in potem na podlagi tega obrača.
- Novinarka, avtorica teksta pripravi 2 varianti
- Obrača naslovje, mora biti novo, sveže.
- Za www: preveri, je pripravljena, ve, kaj bo.
- Vsaki 2 uri išče najbolj udarne iz lokalnega in potem objavi na fb – twitter. Zjutraj bolj Twitter, ker je fb takrat v domeni programa.
- Na FB objavlja dežurni.
- Preverja druge lokalne medije (novice, nt-rc), na sta, rtvslo, 24ur.com.