

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Hrvatin

**Športno novinarstvo in televizijske pravice:
primer dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Hrvatin

Mentorica: doc. dr. Vesna Laban

**Športno novinarstvo in televizijske pravice:
primer dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

ZAHVALA

Vsem, ki ste mi pomagali iskati odgovore,
in tistim, ki ste me naučili postavljati prava vprašanja,
hvala.

Staršem in bratu, ki so verjeli in razumeli, zakaj je trajalo tako dolgo,
in prijateljem, za vzajemnost.

In iskrena hvala doc. dr. Vesni Laban, potrpežljivi mentorici in odlični učiteljici.

Športno novinarstvo in televizijske pravice: primer dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija

Šport in mediji so pogosto v simbiotičnem, a medsebojno koristnem in kompleksnem razmerju, ki so ga televizijske pravice spremenile, a tudi utrdile. Produkcijske prakse urednikov in novinarjev, ki so prilagojene medijski organizaciji ter družbenim in ekonomskim razmeram, so standardizirane in rutinizirane, a novinarsko poročanje uokvirjajo tudi televizijske pravice. V magistrskem delu smo se ukvarjali z novinarskim sporočanjским procesom v pripravi televizijskih športnih dnevnoinformativnih oddaj javnega servisa Televizije Slovenija, ki jim tudi zakon nalaga tako celovito poročanje, da bo zadoščeno pravici javnosti do obveščeniosti. Z opazovanjem z udeležbo in poglobljenimi intervjuji smo želeli razkriti, kako vrste televizijskih pravic vplivajo na produkcijske prakse in kako so te pravicam prilagojene. Izsledki analize kažejo, da je televizijske pravice smiselno ločevati glede na dostop, ki ga omogočajo, saj njihova omejujoča narava spreminja vse tri korake v novinarskem sporočanjским procesu – sicer bolj kot pripravo novinarskih besedil uredniške odločitve, tudi zaradi razmer na slovenskem medijskem trgu. Ugotavljamo, da televizijske pravice vsaj posredno vplivajo na kakovost, količino in hitrost poročanja. Pravica javnosti do obveščeniosti sicer ni ogrožena, tudi zaradi ustrezno urejene zakonodaje, a pridobljene televizijske pravice rušijo razmerja v novinarskih objavah, in ker televizijski program teži k ustvarjanju dobrega medijskega produkta, je temu prilagojena tudi agenda dnevnoinformativnih oddaj.

Ključne besede: športno novinarstvo, dnevnoinformativni program, javni servis, televizijske pravice, produkcijske prakse.

Sports journalism and television rights: a case of daily news broadcast on Televizija Slovenija

Sports and media are often in a symbiotic, mutually beneficial and complex relationship, which television rights have changed, but also strengthened. Production practices of editors and journalists, which are adapted to media organization and to social and economic circumstances, are standardized and routinized, however, journalistic reporting is framed also by television rights. In master thesis, we have dealt with journalistic reporting process in production of sports daily news broadcast at public broadcasting system Televizija Slovenija, of which the law requires to provide a comprehensive reporting, so that public's right to be informed is fulfilled. With the methods of participant observation and in-depth interviews we have tried to reveal how different types of television rights affect production practices and how they are adapted to these rights. Results show that it is prudent to distinguish television rights according to access they enable, since their restrictive nature alters all three steps of journalistic reporting process – though, also due to the situation on Slovenian media market, more on the level of editors' choices than formation of journalistic content. We have determined that television rights at least indirectly affect the quality, quantity and pace of reporting. However, public's right to be informed is not endangered, also due to the adequately regulated legislation. Nevertheless, the acquired television rights disturb the relationship in news publications. Furthermore, since television program strives to produce a favorable media product, the daily news broadcast is also adjusted to this agenda.

Key words: sports journalism, daily news broadcast, public broadcasting system, television rights, production practices.

KAZALO

1	UVOD	7
1.1	PREDSTAVITEV TEME IN RAZISKOVALNEGA PROBLEMA	8
2	ŠPORT IN MEDIJI	12
2.1	ŠPORTNO NOVINARSTVO V TRADICIONALNEM NOVINARSTVU	12
2.2	ŠPORTNO NOVINARSTVO MED RESNIM IN POPULARNIM	13
2.3	(ŠO)ODVISNOST NA TRGU: MEDIJI IN ŠPORT	14
2.4	ŠPORT NA TELEVIZIJI	15
3	TELEVIZIJSKE PRAVICE	18
3.1	BOJ ZA TELEVIZIJSKE PRAVICE	19
3.2	ŠPORT NA JAVNIH IN KOMERCIALNIH RADIOTELEVIZIJAH	21
3.3	PRAVICA JAVNOSTI DO OBVEŠČENOSTI	23
3.3.1	PRAVICA DO KRATKEGA POROČANJA	25
4	TELEVIZIJSKO NOVINARSTVO	27
4.1	NOVICA V TELEVIZIJSKEM NOVINARSTVU	27
4.2	SPOROČANJSKI PROCES V (TELEVIZIJSKEM) NOVINARSTVU	29
4.2.1	VIZUALNO V TELEVIZIJSKEM NOVINARSTVU	30
4.3	TELEVIZIJSKI DNEVNOINFORMATIVNI PROGRAM	33
4.3.1	DNEVNOINFORMATIVNI PROGRAM JAVNEGA SERVISA	33
4.3.2	ŠPORTNI PROGRAM TELEVIZIJE SLOVENIJA	34
5	TELEVIZIJSKE PRAVICE IN PRODUKCIJSKE PRAKSE ŠPORTNIH DNEVNOINFORMATIVNIH ODDAJ TELEVIZIJE SLOVENIJA	36
5.1	RAZISKOVALNI PROBLEM, NAMEN RAZISKAVE IN METODE	36
5.2	TELEVIZIJSKE PRAVICE IN DOSTOP	40
5.2.1	DOSTOP BREZ OMEJITEV	41
5.2.2	DOSTOP Z OMEJITVAMI	42
5.2.2.1	Posnetki, pri katerih dostop določajo agencijske izmenjave	42
5.2.2.2	Posnetki, pri katerih dostop določa druga televizija ali nosilec pravic	43
5.2.3	POROČANJE BREZ DOSTOPA	45
5.3	OBJAVE V ŠPORTNIH DNEVNOINFORMATIVNIH ODDAJAH TVS	45
5.3.1	NAPOVEDOVANJE	49
5.3.1.1	Najave neposrednih prenosov	50
5.3.2	POROČANJE	51
5.3.3	RAZPLETANJE	55
5.3.4	OBJAVE O NOGOMETNI LIGI PRVAKOV	56
5.3.4.1	NK Maribor v ligi prvakov	57
5.3.4.1.1	Objave brez dostopa	57
5.3.4.1.2	Objave z omejenim dostopom	58
5.3.4.2	Preostale tekme v ligi prvakov	62
5.3.5	OBJAVE O FORMULI ENA	62
5.3.6	NOVINAR NA PRIZORIŠČU	64
5.3.6.1	Upravičenost novinarja na prizorišču	64
5.3.6.2	Soustvarjanje medijskega produkta	65
5.3.6.3	Novinar na prizorišču z omejenim dostopom do informacij	67

6	DISKUSIJA	69
6.1	NARAVA TELEVIZIJSKIH PRAVIC	69
6.1.1	USTREZNOST ZAKONSKE REGULATIVE.....	70
6.1.2	RECIPROČNOST, DOBRA VOLJA IN DOBER POSEL.....	70
6.2	VPLIV TELEVIZIJSKIH PRAVIC NA PRODUKCIJSKE PRAKSE.....	71
6.2.1	VPLIVI NA KAKOVOST VSEBINE.....	72
6.2.2	VPLIVI NA KOLIČINO POROČANJA	72
6.2.3	VPLIVI NA HITROST POROČANJA	73
6.3	PRILAGODITVE PRODUKCIJSKIH PRAKS TELEVIZIJSKIM PRAVICAM	74
6.3.1	ZBIRANJE INFORMACIJ.....	74
6.3.2	IZBOR DOGODKOV	74
6.3.2.1	Dejavniki objavne vrednosti.....	75
6.3.2.2	Načrtovanje dnevnoinformativne oddaje	76
6.3.2.3	Napovedovanje: psevdodogodki in psevdotematske objave	77
6.3.3	OBLIKOVANJE NOVINARSKEGA BESEDILA	78
6.3.3.1	Izbira žanrov.....	79
6.3.3.2	Uporaba tonskih izsekov	80
6.3.3.3	Grafične rešitve	80
6.4	SPREMEMBE V NOVINARSKIH OBJAVAH, KI SO JIH POVZROČILE TELEVIZIJSKE PRAVICE ..	81
6.4.1	GOVOREČE GLAVE.....	82
6.4.2	OMEJITI KONKURENCO	82
6.4.3	USTVARITI DOBER PRODUKT	83
6.4.4	PORUŠENA RAZMERJA	84
6.4.5	DRUGAČNO OZGODBENJE.....	85
7	SKLEP.....	87
8	LITERATURA	89
	PRILOGE	97
	PRILOGA A: Televizijska reportaža po uvrstitvi NK Maribor v skupinski del lige prvakov (Šport ob 19. uri, 27. 8. 2014).	97
	PRILOGA B: Televizijski pregledni prispevek pred tekmo NK Maribor – Chelsea (Šport ob 19. uri, 3. 11. 2014).	99
	PRILOGA C: Televizijski pregledni prispevek pred tekmo NK Maribor – Chelsea (Šport ob 19. uri, 4. 11. 2014).	100
	PRILOGA Č: Televizijsko poročilo po tekmi smučark tekačic na deset kilometrov (Šport ob 22. uri, 30. 11. 2014).	101
	PRILOGA D: Poglobljeni intervju z Marjeto Hočevar, urednico dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.	102
	PRILOGA E: Poglobljeni intervju z Boštjanom Ogrisom, turnusnim urednikom dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.	112
	PRILOGA F: Poglobljeni intervju z Zoranom Radisavljevičem, turnusnim urednikom dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.	119
	PRILOGA G: Intervju s Simonom Šparavcem, novinarjem športnega programa Televizije Slovenija.	124
	PRILOGA H: Intervju s Saro Oblak, novinarko športnega programa Televizije Slovenija.	126
	PRILOGA I: Poglobljeni intervju z Miletom Jovanovičem, urednikom športnega programa Televizije Slovenija.	128
	PRILOGA J: Poglobljeni intervju s Tomom Andrewom Tomaničem, glavnim producentom športnega programa Televizije Slovenija.	135

1 UVOD

Nikomur ne bi smelo biti dovoljeno, da »novico kupi« (Christie v MacNeill 2000, 108), pravica posameznika, da je obveščen, pa ne bi smela biti odvisna od tega, ali si televizijska postaja to lahko privoščiči (Young v MacNeill 2000, 108). Ne le neposredni prenosi, tudi športne novice v obravnavi televizijskih pravic že od nekdaj sprožajo polemike (Hutchins in Rowe 2012), saj si zaradi publicističnih idealov tako imetniki kot neimetniki pravic še vedno želijo biti tisti, ki bodo novice odbirali, producirali in širili (prav tam, 127). Na eni strani mediji športne dogodke, za katere so drago plačali, postavljajo na pomembno mesto v svoji agendi ter jim s (prekomernim) oglaševanjem in objavljanjem še zvišujejo vrednost (Frandsen 2012; Helland 2006). Na drugi strani pa neimetniki pravic opozarjajo na omejitve v količini poročanja ter pomanjkanje poglobljenosti in uravnoveženosti zaradi slabšega dostopa do izjav, slike, vsebine (Hutchins in Rowe 2012, 127–128).

»Ne gre več le za medije in šport, gre tudi za gledalce, ugled in dobiček.« Tako Helland (2007, 117) opisuje vse bolj spremenjen medijski trg, na katerem televizijske pravice za prenos športnega dogodka mediju zagotavljajo privlačne vsebine, visoko gledanost in (vsaj po navadi) maksimiziran dobiček. »Mediji čedalje manj igrajo vlogo konstitutivnega dejavnika športnih dogodkov, ko s tem, da o njih poročajo, ustvarjajo oz. dvigujejo njihov družbeni pomen,« pravi Bergant Rakočevičeva (2008, 228). Prireditelji in športne organizacije namreč »na medije, še posebno na televizije, gledajo kot na sredstvo za uresničitev svojih podjetniških ciljev« (prav tam). Simbiotičen odnos medijev in športa je pripeljal do tega, da so športni dogodki zdaj na trgu na voljo kot dobrine, televizijske pravice pa »resno nasprotujejo tradicionalnim novinarskim idealom svobodnega poročanja,« pravi MacNeill (2000, 107).

Televizijske pravice, ki se sicer pravno nanašajo le na športno prireditev, pomenijo radiodifuzno izkoriščanje dogodka, od pogodbe med radiodifuzno organizacijo in prirediteljem pa je odvisno, v kolikšni meri je to izkoriščanje zagotovljeno (Bergant Rakočević 2008, 229–232). Imetnikom pravic so na ta način zagotovljene ekskluzivnost (najmanj) v neposrednih prenosihi športnih dogodkov in resne omejitve v novičarskem poročanju njihovih tekmecev, ki teh pravic nimajo (Hutchins in Rowe 2012).

Televizijske pravice torej pomembno spreminjajo tisto, kar postane novica (Hutchins in Rowe 2012), saj »njihova omejujoča narava uokvirja to, kar naj bi bilo neodvisno novinarsko sporočanje« (Helland 2007, 106). Televizijska postaja, »ki kupi televizijske pravice, javnosti ne posreduje zgolj neposrednih športnih prenosov, temveč tem pravicam prilagodi tudi celoten novičarski program« (Taalesen v Helland 2007, 115). Iz zapisanega sledi, da je spremenjen tudi dnevnoinformativni program. »Osnovna definicija poročil kot faktičnih informacij, ki jih gledalci potrebujejo, da bi lahko sodelovali v svoji družbi, poda le polovico zgodbe« (Fiske 1999, 281), druga polovica pa je dejstvo, da so televizijske novice postale pomembno blago (prav tam). Kako se je zapisanemu prilagodil športni dnevnoinformativni program javne Televizije Slovenija (TVS), ki mora tudi v skladu z zakonom zagotavljati verodostojne in nepristranske oddaje o športu (*Zakon o Radioteleviziji Slovenija* 2005, 4. in 5. člen), obenem pa ne glede na vse poročati tako celovito, da bo zadoščeno potrebi javnosti po obveščenosti o vseh za družbo ključnih informacijah (Rowe 2004), nas bo zanimalo v nadaljevanju magistrskega dela.

1.1 Predstavitev teme in raziskovalnega problema

Boj za televizijske pravice se je začel s pojavom komercialnih televizijskih programov kmalu po letu 1955 (Boyle in Haynes 2000, 42). Sparks (1993, 1169) je ob tem ugotovil, da so skorajda vsi večji evropski javni servisi že več desetletij v globoki krizi, saj so njihove tradicionalne temelje zamajale prav konkurenca in nove oblike tehnologij. Zaradi svojega načina financiranja se vse težje borijo za pluralne medijske vsebine, ki so finančno lažje dostopne komercialnim televizijam (Solberg 2007, 292). Kot piše Noll (2007, 402), so redke tiste države, kjer so televizijske pravice za športne dogodke obdržale javne televizije. Te namreč, tudi zaradi svojih načel in zakonsko določene potrebe po raznovrstnosti programa, manj intenzivno tekmujejo v boju za pravice popularnih in širšim množicam namenjenih vsebin (prav tam, 403). A »šport bi vseeno moral v veliki meri ostati prisoten tudi na javnih televizijah,« trdi Rowe (v Murphy in White 2007, 255). Šport namreč sooblikuje kulturne kategorije družbe, in ker je edini ustrezno reguliran in služi javnosti, bo le javni servis z inovacijami, kritiko in raznolikostjo v poročanju prispeval k razvoju družbe (prav tam).

Dnevnoinformativne oddaje na televizijah so ene najkompleksnejših oblik novinarstva (Laban 2007), slika pa je *hrbtenica* teh oddaj (Hartley 1982/1989, 109). Televizijska produkcija je odvisna od številnih dejavnikov: tehnoloških, ekonomskih, estetskih in novinarskih, ki vplivajo na novinarski sporočanje proces (Schlesinger 1987, 270). Ta je vedno sestavljen iz odločitev, lastnih posameznemu mediju. Organizacijska kultura, rutine pri novinarskem delu ter sporočanje proces zbiranja informacij, izbora dogodkov in novinarskega upovedovanja se namreč razlikujejo od medija do medija (McManus 1994; Poler Kovačič 2004, 2005), pri čemer je treba upoštevati tudi televiziji prilagojene prakse (Whannel 1992). Tako dogodek, za katerega ni primerne slike, najbrž ne bo objavljen v dnevnoinformativni oddaji in obratno, njegova vizualna privlačnost bo za objavo dovolj tudi brez drugih objavnih vrednosti (Laban 2007, 33). Kot pravi Langer (1998, 7), je pomembnost novicam podeljena že z njihovo umeščenostjo v dnevnoinformativne oddaje, sestavljene z vsebino visoke vrednosti. A vedno bolj poudarjen pomen vizualnega v novinarskih vsebinah na televiziji, tudi v poročanju (Dahlgren 1995; Langer 1998; Winch 1998), postaja velika grožnja psevdoznanstveni objektivnosti, ki naj bi veljala za novinarstvo, saj pri selekciji novic prednost pred vsebino informacije pogosto dobi njena vizualnost (Gutierrez in ostali 2010, 133). Določila televizijskih pravic, ki v svojem bistvu pomenijo prav dostop do slike (in zvoka), imetnikom pravic omogočajo neizmerno širino v dostopu, obenem pa izrazito omejujejo širjenje teh podob med neimetniki (Hutchins in Rowe 2009; Rowe 2004).

Obsežen korpus literature športno novinarstvo v veliki meri obravnava širše družbeno ter pri tem vključuje (zlasti etično) problematičen odnos športa in medijev (Boyle 2006; Boyle in Haynes 2006; Maguire 2002; Rowe 1999, 2004) ali pa k obravnavi produkcijskih praks pristopa zelo učbeniško (Andrews 2005; Schultz 2005; Wilstein 2002). Avtorji so pogosto preučevali razkol med novinarskimi vrednotami in ustvarjanjem spektakla v neposrednih televizijskih prenosih športnih dogodkov (Gruneau 1989; Whannel 1992), pristranskost novinarja komentatorja v tovrstnih prenosih (Ličen in Doupona Topič 2008), problematičen odnos športnih novinarjev do virov informacij in vsebine upovedanega (Campbell 2004; Rowe 1999; Tomlinson in Sugden 2008) ter ekonomske učinke neposrednih športnih prenosov za medijske hiše (Cave in Crandall 2001; Noll 2007). Domača novinarska teorija je v športnem novinarstvu praviloma raziskovala jezik (Gradišnik 1995; Korošec 1998, 2005) in učinke športnega medijskega diskurza v družbi (Doupona Topič in Petrović 2007), opozarjala na nacionalistični diskurz, pomanjkanje kritičnosti športnega novinarstva in zato

problematične medijske reprezentacije (Doupona Topič 2010; Kovačič 2010; Kuzmanić 2009; Stankovič 2002), pa tudi raziskovala posebnosti v športnem novinarstvu v športnih prenosih (Ličen 2009). Tudi pristopi k televizijskemu novinarstvu so velikokrat učbeniški (Chapman in Kinsey 2009; Perovič in Šipek 1998), drugi se temeljito lotevajo televizijskega diskurza (Dahlgren 1995; Fiske 1999; Fiske in Hartley 2005) in redkeje diskurza televizijskih informativnih oddaj (Laban 2007). Obsežen korpus besedil se ukvarja tudi s tem, katerim načelom naj bi sledil informativni program javne televizije (Bašić Hrvatinić 2002; McQuail 2003, Milosavljević 2005).

Tako tuja kot domača dostopna strokovna in znanstvena besedila pa zanemarjajo posebnosti športnega novinarstva v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah. Še bolj so zanemarjene spremembe, ki so jih pri poročanju v dnevnoinformativnih oddajah povzročile televizijske pravice. Magistrska naloga se bo zato ukvarjala z novinarskim sporočanjem procesom v pripravi televizijskih športnih dnevnoinformativnih oddaj javnega servisa. Cilj naloge bo ugotoviti, kako so se zaradi televizijskih pravic spremenile produkcijske prakse pri ustvarjanju športnih dnevnoinformativnih oddaj javnega servisa TVS.

Prvi del magistrske naloge je namenjen pregledu obsežne strokovne literature o športnem novinarstvu, običajno izrinjenem iz tradicionalnih obravnav. Tovrstno novinarstvo, umeščeno med resno in popularno (Andrews 2005; Boyle 2006; Gruneau 1989; Whannel 1992), je zlasti na televiziji oblikovalo posebne produkcijske prakse, ki na eni strani želijo zadovoljiti novičarsko poročanje, na drugi pa ustreči pravilom dobre zabave. Kompleksno, a običajno simbiotično razmerje med športom in mediji so namreč televizijske pravice spremenile, a tudi utrdile. Naloga v teoretskem delu opredeljuje televizijske pravice in govori o spremembah, ki so jih v televizijskih programih povzročile. Del naloge je zato namenjen zgodovinskemu pregledu boja med javnimi, komercialnimi in plačljivimi televizijami za športne vsebine in pregledu strokovne literature, zakaj bi te vsebine – kljub temu da si jih zaradi naraščajočih zneskov ne morejo več privoščiti – morale ostati prisotne tudi na javnih televizijah. Eno od poglavij govori o ustrezni, zlasti evropski in domači, zakonodaji, ki se zaveda pomembnosti javnosti do obveščenosti in je zato oblikovala instrumente, ki naj bi to zagotavljali. V zadnjem delu naloge, ki se ga še loteva teorija, pišemo o televizijskem novinarstvu in njegovih posebnostih, novinarskem sporočanjem procesu v (televizijskem) novinarstvu in poudarjeni vizualnosti v njem. Teoretični del se zaključuje s poglavji o televizijskem

dnevnoinformativnem programu in posebnostmi v programih javnih servisov, nazadnje pa še predstavimo športni program TVS, ki smo ga izbrali za predmet analize.

V drugem, empiričnem delu magistrske naloge bomo torej preučevali produkcijske prakse v športnem uredništvu TVS, ki dnevno pripravlja tri vodene dnevnoinformativne oddaje. Te edine celovito obravnavajo športno področje, v ostalih dnevnoinformativnih oddajah se prispevki o športu pojavljajo le izjemoma in zato niso primerljivi. Izbrali smo si dnevnoinformativne oddaje javnega servisa, ki mu za razliko od komercialnih televizijskih programov zakon zapoveduje celovitost poročanja. Zanimal nas bo proces tvorjenja dnevnoinformativnih oddaj na vseh stopnjah (od ideje do objave), s poudarkom na televizijskim pravicam prilagojenim produkcijskih praksah. Produkcijske prakse bomo raziskovali z dvema metodama etnografskih študij, ki sta se pri raziskovanju tvorjenja televizijskih besedil izkazali kot uporabni (Schlesinger 1987; Laban 2007): opazovanje z udeležbo in poglobljeni intervju. Z diskusijo bomo ugotovljeno povezali z novinarsko teorijo in predstavili, kaj rezultati pomenijo za novinarski sporočanje proces v izbranem uredništvu, in jih postavili v širši kontekst (zlasti športnega) novinarstva.

2 ŠPORT IN MEDIJI

2.1 Športno novinarstvo v tradicionalnem novinarstvu

Športnemu novinarstvu, »oddelku z igračami novičarske industrije« (Rowe 2004, 385), sta večkrat kot vloga četrte veje oblasti pripisani zabavna in lahkomiselna nprav (prav tam). Tovrstno novinarstvo namreč poleg tega, da naslovnike obvešča, tudi vzpodbuja dialog in debato o igralcih, ekipah in rezultatih ter zagotavlja zabavo. Ob tem ustvarja zvezdnike, vključno s športnimi novinarji samimi. Že v tridesetih letih prejšnjega stoletja je namreč faktografski stil in anonimnost piscev zamenjalo s senzacionalistično poudarjenimi zgodbami, dramo in dogodki iz zakulisja (Tomlinson in Sugden 2008, 155). A kljub temu ne gre prezreti pomembne družbene vloge športnega novinarstva – čeprav državljanom ne zagotavlja ključnih informacij za družbeno delovanje, pa (so)oblikuje kulturne naracije, ki uokvirajajo in prirejajo njihovo razumevanje skupinskih identitet in razmerij v demokratični družbi (Oates in Pauly 2007, 336).

Športno novinarstvo terja ne le poznavanje novinarske stroke, temveč tudi strokovno znanje o obravnavani športni panogi, človeški odnos do športnikov in njihovih (ne)uspehov ter samostojno in na lastni presoji utemeljeno umeščanje športnih dogodkov v širše dogajanje doma in po svetu (Doupona Topič 2010, 54). Razloge za pogosto očitano tabloidizacijo in popularizacijo v športnem novinarstvu lahko najdemo zlasti v njegovi zasvojenosti s športnimi zvezdami in v težnji ponuditi naslovniku, kar želi in ne kar potrebuje (Sparks v Boyle 2006, 9). Še več, športno novinarstvo je pogosto zgled upadanja standardov kakovosti poročanja (prav tam).

Tudi Wenner (1989) v svojem transakcijskem modelu medijsko posredovanega športa (ang. *mediated sports*) od množičnih medijev k običajno pasivnemu gledalcu ugotavlja, da občinstvo šport spremlja zaradi številnih razlogov: zabavanja, eskapizma, večanja samozavesti, esteticizma, bežanja pred stresom, učenja, vključenosti v družbo ipd. – vendar sodeluje samo v porabi in nikjer drugje. Sparks (2000, 14–15) tako na primer športne vsebine (sicer res v tisku) praviloma umešča v polje novinarstva, ki se koncentrira in približuje

zasebni in ne več javni sferi – a na dolgo os od »resno popularnega« novinarstva, ki še upošteva novičarske vrednote in le poudarja vizualno, do »tabloidnega novinarstva«, ki je na te norme pozabilo in mu gre le za prodajnost.

A poročanje o športu (vsaj zgled britanskega boja v medijskem prostoru je to potrdil) je tudi bistvenega pomena za zdravje in razvoj tiskanih, televizijskih in radijskih medijev (Andrews 2005, 2). Ni težko ugotoviti, zakaj je šport za medije tako privlačen, saj je pravo nasprotje na primer politike, ki ljudi pogosto dolgočasi. Šport ljudem prinaša razburljive trenutke, dramatičnost in spremljanje športnih zvezd. Športne novice so za razliko od ostalih področij lahko izjemno predvidljive in zato imajo novinarji čas okrog njih zgraditi razburjenje in dramo (prav tam, 3). Športno novinarstvo se od drugih oblik novinarstva torej razlikuje v tem, da pogosto poroča o dobrih novicah in s tem znova vzpostavlja normalnost. Za razliko od npr. politike, izgrediv ali celo vremena »šport zagotavlja pozitivno podobo sveta, ki nasprotuje negativnosti, ki prevladuje v vseh drugih oblikah novic« (Cricher v Gruneau 1989, 146). Družbene in ekonomske razmere ter težnje po ustvarjanju dobre televizije pa imajo za posledico soodvisnost/simbiozo med športnimi organizacijami in medijskimi hišami (Wenner 1989).

2.2 Športno novinarstvo med resnim in popularnim

Večina avtorjev (Boyle in Haynes 2000; Maguire 2002) športno novinarstvo umešča v popularno kulturo, pri čemer zanemarjajo avtonomno kritično vlogo športnega novinarja. Vsebine športnega novinarstva so tako običajno označene kot zabavne novinarske vsebine, kar športno novinarstvo izključuje iz tradicionalnih teoretskih pristopov k novinarstvu in mu določa prevladujočo vlogo zabavanja občinstva. Zato športno novinarstvo predstavlja antitezo temu, kar naj bi novinarstvo sploh bilo (Schultz 2005; Boyle 2006).

Campbell (2004, 214) opozarja na poseben paradoks. Zaradi predvidljive rutine, ponavljajočih se dogodkov, majhnega kroga ključnih akterjev in lahkih zaključkov (očitna delitev na zmagovalce in poražence) so športne vsebine zelo primerne za novinarsko objavo, obenem pa so vedno možni še konflikti, kontroverznosti ter nenavadno in spektakularno. Prav rutinskost, ponovljivost in enostavnost dogodkov so krive za to, da je športno

novinarstvo manj cenjeno kot ostale vrste, dejavniki objavne vrednosti pa so vendarle drugačni od tistih, ki običajno veljajo v novinarstvu (prav tam). Avtor (prav tam) še razmišlja, da bi se zato športno novinarstvo moralo otresti podcenjenosti v tradicionalnem novičarskem novinarstvu (ang. *news media*) tako, da bi ga začeli umeščati k alternativnemu novinarstvu. Športno novinarstvo namreč res ne nagovarja državljanov in jih ne obvešča o političnih in za delovanje družbe ključnih zadevah, temveč zainteresiranim posameznikom ponuja le določene informacije. Bardoel (prav tam, 203) tako novinarstvo imenuje za 'instrumentalno' novinarstvo. Obenem pa je zaradi naravnosti k zasebni in ne javni sferi športno novinarstvo izključeno iz tradicionalnih novinarskih študij.

Pri obravnavi športnih medijskih tekstov, čeprav nastopajo tudi kot objekti popularne kulture, je smiselno zavreči površno delitev na resno in kakovostno na eni ter površno in trivialno na drugi strani (Rowe 2004). Kot ugotavlja Helland (2007), je pri večini raziskovalnih pristopov šport razumljen kot preveč popularen in pretirano uslužen, da bi ga lahko jemali resno. In to kljub temu da – kot so ugotovili na Norveškem – povsem spreminja podobo javne radiotelevizije, zaradi boja za televizijske pravice neposrednih prenosov pa tudi novičarske vrednote in prakse (prav tam). Še več, avtor (prav tam) opozarja na nujnost resnejšega pristopa k obravnavi pojava, saj je trenutno stanje na medijskem trgu, ki ga je sprožil prav fenomen soodvisnosti športa in medijev, v popolnem nasprotju s profesionalnimi merili novinarskega poročanja. Ne več le v športnem novinarstvu, temveč novinarstvu nasploh. Altmeppen (2010) namreč ugotavlja, da z nemških javnih televizij postopno izginjajo zunanjepolitične novice, zamenjale pa so jih »mehke novice, infotainment in popularno novinarstvo« – običajno prav v športnih vsebinah, ki so za medijsko organizacijo dobrodošel vir oglaševalskega zaslužka in zato preživetja.

2.3 (So)odvisnost na trgu: mediji in šport

Tesno razmerje med (zlasti profesionalnim) športom in mediji je pogosto označeno za simbiotično, a medsebojno koristno in predvsem izredno kompleksno (Campbell 2004; Wenner 1989; Rowe 2004). Že desetletja so šport in mediji v tako zapletenem razmerju, »saj šport televiziji zagotavlja cenjeno vsebino in občinstvo, televizija pa športu služi kot vir dohodkov in promocijsko orodje« (Lefever in Van Rompuy 2009, 245). Nekatere oblike

športnega novinarstva lahko zato označimo »raje za kompromitirano navezo športa in zabavne industrije kot pa za legitimno roko novičarskih medijev«, trdi Rowe (1999, 51). Od osemdesetih let prejšnjega stoletja pa je ta odnos zaradi velikega razmaha tako televizijskih programov kot pravic in naraščajočih zneskov (Dietl in Hasan 2007) še veliko bolj problematičen.

Smith (v Wenner 1989, 38) pravi, da športno novinarstvo pravzaprav ni profesija, temveč le dober posel. Tudi šport je postal globalna industrija in deluje vedno bolj kot oddelek zabavne industrije (Evens in Lefever 2011, 34), televizija pa je bila v zadnjih petdesetih letih, zlasti z živim programom, najbolj mogočen medij za športno industrijo (Boyle in Haynes 2000, 40). V primerjavi s tiskanimi mediji, kjer naj bi bilo športno novinarstvo zares doma (Boyle 2006), je (bilo) poročanje o športu na radiu in televiziji vedno le ena od zvrsti programa, bolj kot novinarstvo samo (prav tam, 57). Televizije, ki so prve pripravljale neposredne športne prenose, niso le zadovoljile in okrepile tega simbiotičnega razmerja med mediji in športom, temveč so televizije kot del kulturne tehnologije »proizvedle številne nove učinke in šport hitro predrugačile v skladu z normami zabavne industrije, da bi povsem spremenile pogled na šport kot zgolj fizično aktivnost« (Scherer in Rowe 2014, 5). Obenem pa je tako spremenjen šport omogočil razvoj neke povsem druge vrste športnega novinarstva – televizijsko (Boyle 2006, 58). Tako radijsko kot televizijsko poročanje o športu sicer vključujeta nekaj, čemur bi lahko rekli novinarske prakse (recimo informiranje o dogodkih, ki si želi biti nepristransko, uravnoteženo in nevtralno), a sodobne prakse kažejo, da tržni in kulturni pritiski temu vse bolj nasprotujejo in novinarske standarde izrivajo, tudi na javnih radiotelevizijah (Whannel v Boyle 2006, 59).

2.4 Šport na televiziji

Novinarsko poročanje, čeprav manj izpostavljeno kot neposredni športni prenosi, je sicer vedno bilo osrednjega pomena za šport na televizijah, tako Boyle (2006), a kar skrbi, sta področje in obseg novinarskih agend. Novice na televizijah so od nekdaj ozko usmerjene na dogodke, ki so se ali se bodo dogajali. Poročanje o rezultatih, najboljših posameznikih in ekipah je precej rutinsko in običajno, televizije pa so vedno bile 'brezzobe zveri' v preiskovalnem in kritičnem novinarstvu (prav tam, 67–70).

Ko so se televizijske postaje v tridesetih in štiridesetih letih prejšnjega stoletja gledalcu odločile prvič predstaviti živo sliko neposredno s športnih igrišč, je bila televizijska tehnologija še primitivna. Oprema je bila velika, nerodna in nezanesljiva, težave med prenosi pa zato prej pravilo kot izjema. Osem desetletij kasneje je produkcija športnih dogodkov v živo postala neprimerljivo bolj kompleksna, časovno zahtevnejša in ne nazadnje dražja (Schulz 2005, 158–160). Whannel (1986, 98) ob tem opozarja še na pomembno odvisnost športnih dogodkov od televizijske kulture, saj ta skuša dolgočasnost dogodka samega prirediti s slikovnimi vrhunci, ponovitvami akcij, intervjuji ipd. in tako zagotoviti zabaven program. Obenem pa konvencije, ki določajo, kaj je dober zabavni program, vse bolj zaznamujejo športno kulturo samo (prav tam).

Šport na televiziji veliko bolj določajo pravila dobre zabave kot novinarske norme (Boyle 2006). »Kar je prikazano na televiziji, je vedno izkupiček kompleksnega procesa selekcije: kaj objaviti in kaj izpustiti, kaj ponoviti in čemu zmanjšati pomen. Televizijska športna produkcija obenem vključuje številne procese vizualne in narativne reprezentacije, izbiro ustreznih slik, jezika, položaja kamere in pripovednega loka, da bi prevedli *'to, kar se je zgodilo'* v *'tisto, kar dela dobro televizijo'*« pravi Gruneau (1989, 134–135). Na televiziji ne gre le za novinarstvo, televizijski športni žanri vključujejo novinarstvo, dramo in zabavo (Whannel 1992). Težava pa nastane, ko so novinarske prakse v televizijskem programu izrabljene za spodbujanje dobička in gledanosti ter tako nasprotujejo idealom neodvisnega in nevtralnega poročanja (Helland in Solberg 2007, 53).

Whannel (1992) trdi, da televizija združuje tri vrste produkcijskih praks – (a) tiste, zavezane novinarstvu, (b) zabavanju občinstva in (c) ustvarjanju drame. Novinarske prakse televiziji vsiljujejo težnjo po nepristranskosti, nevtralnosti in zdravemu ravnotežju ter so ne nazadnje ključne za ustvarjanje njene avtoritete (prav tam). Produkcijske prakse, namenjene zabavanju občinstva, so pravila »dobre televizije« in so zavezane izjemno profesionalnim in tehničnim standardom, preko katerih je moč ustvariti »živahen spektakel z osebnostmi in zvezdami, privlačen široki heterogeni publiki« (prav tam, 60). Prakse dobre drame pa so pravzaprav konvencije dobrega pripovedovanja in grajenja zgodbe. Vpeti v ta trikotnik tako nastajajo televizijski žanri. Televizijski šport je po mnenju avtorja (prav tam) umeščen točno na preseku in zatorej v središču vseh treh praks. Tehnim novicam je podoben po zavezanosti resničnim dogodkom in novičarskim vrednotam, res pa je, da nastajajo »getoizirane oblike

novic« (prav tam, 61–63). Zelo podobno razmišlja Critcher (v Gruneau 1989, 145), ki trdi, da narativna konstrukcija v televiziranem športu združuje dva ključna modela produkcije – novičarsko aktualnost in dramatično zabavo. Prva namreč zagotavlja upodabljanje športnega dogodka, kot se je dejansko zgodil, druga pa z uporabo televiziji lastnih dodatkov ustvarja dramaturški lok (prav tam).

3 TELEVIZIJSKE PRAVICE

Ključna dobrina, ki je na voljo na športnem medijskem trgu, je »premikajoča se avdiovizualna podoba, zlasti v živih prenosih« (Hutchins in Rowe 2009, 363), največje športne organizacije, ki se tega dobro zavedajo, pa želijo nadzorovati vrednost in širjenje teh podob s podpisovanjem ekskluzivnih pravic (prav tam). Pojav seveda ni nov, televizijske organizacije so morale že za prve športne prenose organizatorju tekmovanj plačati denarno odmeno (Bergant Rakočević 2008, 225). V mednarodnem smislu pa je trg nastal šele, ko je »tehnološki napredek televizije omogočil oddajanje s širšim dometom in tudi določeno kvaliteto« (prav tam, 226).

Televizijske pravice so pravice, ki jih imajo »prireditelji določenega športnega dogodka, da dovolijo oziroma prepovejo izkoriščanje športnega dogodka s prenosom slike in zvoka s prizorišča na daljavo«, z radiodifuznim oddajanjem (prav tam, 229). To izkoriščanje se razlikuje časovno, po vrsti v tehničnem smislu in tudi v vsebinskem obsegu. Pri televizijskih pravicah gre torej za številne možnosti radiodifuznega izkoriščanja določene prireditve (bodisi za neposredne prenose v živo, reportaže, vrhunce prireditev ipd.), pogosto pa ga že zamenjuje širši izraz – medijske pravice, ki vključuje vse medije, ki na čedalje bolj diverzificiran način javnosti posredujejo sliko (z zvokom ali brez) nekega športnega dogodka, pri čemer je najkompleksnejša in najpomembnejša pravica do neposrednega prenosa na televizijah (prav tam, 230).

Televizijske pravice se nanašajo na športno prireditev, predmet športne prireditve pa je športni dogodek. Bergant Rakočevićeva (2008, 236) še ugotavlja, da čeprav je športno prireditev težko natančno opredeliti, je z vidika preučevanja televizijskih pravic ključnega pomena, ali je športna prireditev javni dogodek ali ne. Če gre za javni dogodek, ima javnost pravico, da ga prosto spremlja oziroma da je o njem obveščena (prav tam, 235). Zato avtorica sklene, da je večja športna prireditev »za relevantno javnost zanimivo športno tekmovanje, ki je načrtno organizirano in izpeljano v določenem času po vnaprej znanih pravilih in ogled katerega je dopusten vsem pod enakimi pogoji, ki jih določi prireditelj« (Bergant Rakočević 2008, 236).

Helland in Solberg (2007) ugotavljata, da televizijske pravice uokvirjajo in prirejajo tisto, kar naj bi bilo neodvisno novinarsko poročanje tudi v novičarskih programih. Da bi upravičile izjemno visoke stroške nakupa televizijskih pravic, si tudi televizijske postaje – ne le športni subjekti in njihovi oglaševalci – želijo iz tega ustvariti dober produkt, atraktiven in gledljiv (prav tam, 71). Najbolj učinkovit način za promocijo je pozornost, ki jo predmeti prenosa (tekmovanja, tekme, turnirji) dobijo v medijih. Nekateri televizijski kanali to publiciteto ustvarjajo sami – v rednem programu, zlasti v športnih novicah in ostalem novičarskem programu (prav tam, 52). Novinarji, ki bi predvsem morali braniti svoje profesionalne standarde, pa tako le še dvigajo vrednost dogodka, za katere so televizije kupile pravice, in delujejo kot dobri PRagenti produktom, ki jih zagotavlja televizijski program (prav tam, 53).

3.1 Boj za televizijske pravice

Šport na javnih televizijah je utemeljen kot del kulturne identitete naroda. Medijski šport kot kulturni pojav in televizijski šport kot poseben televizijski žanr sta bila vedno pomembna za konstrukcijo nacionalnih identitet, zaradi česar je bil dostop javnosti nujen (Roche 2001). In prav ta dostop so v Severni Ameriki in Evropi prve zagotavljale brezplačne, tako javne kot komercialne, a redke radiotelevizije (Hutchins in Rowe 2009).

Dve od osnovnih načel javnih servisov sta univerzalnost dostopa in raznovrstnost programov (Splichal 2005, 6). Zaradi prvega bi do programa – upoštevaje tehnološke omejitve, seveda – lahko dostopali vsi. Drugi temelj pa je širina programa ter njegova žanrska in vsebinska raznolikost. Zlasti zaradi drugega so številne javne radiotelevizije postale (ne le v zgoraj omenjenih državah, temveč tudi nekaterih v Aziji in Latinski Ameriki) pionirke v zagotavljanju športnih prenosov nacionalnega pomena. Na ta način so pomagale ustvariti in promovirati številne ekipe, lige in športe kot nacionalne rituale in inštitucije, obenem pa športnike privzdignile v zvezde. Še več, »javni servisi in izbrani športi so bili že v svojih najzgodnejših časih tesno povezani v osrednje simbole naroda« (Scherer in Rowe 2014, 4).

Boj za gledalce in za športne prenose med javnimi in komercialnimi, še vedno pa vsem brezplačno dostopnimi televizijskimi programi se je začel kmalu po letu 1950, pri čemer si je zasebni sektor pomagal »s promocijsko retoriko še vedno brezplačnega in neodvisnega proti

monopolnemu in državno nadzorovanemu« (prav tam, 6). Produkcijski stroški športa na televiziji, tudi z vedno več uporabljenimi kamerami in vedno številčnejšo produkcijsko ekipo, so, v primerjavi z npr. dobrim igranim programom, ostali relativno poceni, a so naraščajoče cene televizijskih pravic naredile selekcijo med televizijskimi kanali, zlasti med javnimi, ki so si športne prenose sploh še lahko privoščili. Kot pravita Scherer in Rowe (2014, 6), si je namreč zasebni sektor želel, da bi javni sektor najbolj dobičkonosne športe zaradi izjemnega odziva gledalcev prepustil trgu, a treba je bilo upoštevati dejstvo, da komercialni programi v tistem času še niso dosegali nacionalne pokritosti. To ni bilo po godu največjim športnim organizacijam, npr. Mednarodnemu olimpijskemu komiteju in Mednarodni nogometni zvezi, ki sta želela ustvariti globalne medijske dogodke (prav tam, 5–7). Da bi lažje bili boj s komercialnimi programi, so evropski javni servisi tako leta 1950 ustanovili *European Broadcasting Union* (EBU), da bi s skupinskim pogajanjem vendarle lahko znižali cene pravic (Evens in Lefever 2011, 36). V naslednjih letih je EBU zadržal televizijske pravice za številne najpomembnejše dogodke, a vseeno za bistveno višje zneske (Solberg 2002).

Konec 70. letih 20. stoletja so televizije prelomile obljubo o javnem servisu, ki bo zagotavljal neizmerno širino v svojem programu (Scherer in Rowe 2014; Splichal 2005) – le športne vsebine naj bi uresničile obljube, dane v začetkih javnega oddajanja (Scherer in Rowe 2014, 14). Kot je malo kasneje v tistem času zapisal Raymond Williams (1989, 95–96): »Vedno ostane šport. Vsaj tako pravijo ljudje, vedno bolj pogosto, ko postajajo vedno bolj žalostni zaradi tega, kar se dogaja s preostankom televizije ... /S/am le občudujem, kako je šport prikazan na zaslonu.« Čeprav tekmovalen, je bil odnos v tem času med javnimi in komercialnimi televizijami kompatibilen in ne nazadnje tudi komplementaren, ko so si največje športne dogodke razdelile (Roche 2001, 91).

Z razvojem satelitskih in kabelskih televizij v 80. letih, zlasti pa z njihovim razmahom desetletje kasneje, se je pomen športa na televizijah še povečal, kar je sprožilo številne polemike o splošni dostopnosti športa na televiziji. Na eni strani je komercialnim medijem postalo jasno, da šport pritegne široke in zveste množice iz pravega družbenega sloja in s potrošnjo, zanimivo za oglaševalce in sponzorje, javnim medijem pa je šport še naprej omogočal gradnjo družbe (Roche 2001, 90–91). Govorimo lahko o dveh pojavih: plačljivi mediji so se v želji po maksimiziranju dobička lotili 'intenzifikacije' lastnih produktov, tradicija brezplačnih, zlasti javnih, pa je ostala ista – 'ekstenzifikacija' teh produktov čim

širšemu občinstvu (prav tam, 91). Boj za ekskluzivne televizijske pravice ni bil še nikoli tako oster; vedno bolj okrepljeno tekmovanje za neposredne športne prenose med javnimi, komercialnimi in plačljivimi televizijami, ki so se začele pojavljati, je namreč spodbudilo rast cen pravic, povečalo dobičke športnih organizacij ter povečalo količino in revolucionaliziralo športne vsebine na televiziji (Scherer in Rowe 2014; Turner 2007; Solberg 2002; Noll 2007).

Največja sprememba v produkciji in potrošnji televizijskega športa pa se je zgodila leta 1992, ko je BSkyB, plačljiv televizijski kanal v lastništvu Ruperta Murdocha, pridobil izključne televizijske pravice za neposredne prenose prve angleške nogometne lige. Agresiven boj za pravice in izjemen finančni vložek Murdocha sta spodbudila rast plač nogometašev ter poglobila vrzel med najbogatejšimi in vsemi ostalimi nogometnimi klubi ter nogometom in ostalimi športi (New in Le Grand 1999, 22). Šport je tako omogočil rast Murdochovega globalnega medijskega imperija, ekskluzivne televizijske pravice pa so odigrale ključno vlogo za nadaljnji razvoj televizije, zlasti kabelskih in plačljivih programov (prav tam, 23). Kot pesimistično ugotavlja Boyle (2006, 63), to je bilo obdobje, ko so radiotelevizije »opustile pretvezo o nepristranskem poročanju o športu, medtem ko je količina poročanja naraščala in se je z njo krepil tudi boj med mediji, tako javnimi kot komercialnimi«. Noll (2007, 403) zapisanemu doda še eno spremembo – danes namesto javnih televizij ekskluzivne pravice za najzanimivejše dogodke, zlasti tiste v moštvenih športih, ki so za identifikacijo naroda najbolj pomembni, praviloma dobijo komercialni televizijski programi.

3.2 Šport na javnih in komercialnih radiotelevizijah

Ob ustanavljanju prvih radiotelevizij je bila v celinski Evropi in Veliki Britaniji (pa tudi Kanadi, Avstraliji in na Novi Zelandiji) le država tista, ki je zmogla precejšnje naložbe v tehnologijo dragega razširjanja signala in drage produkcije novih vsebin, javne televizije pa so zaradi tega tudi v kasneje razmahnjem boju s komercialnimi programi vedno ostale zelo nagnjene k temu, da bi ohranile svojo vlogo skrbnika javnega oddajanja v imenu nacionalnega interesa tudi v času največjih sprememb (Scherer in Rowe 2014, 2–3). A sodobna tehnologija je napredovala in zato danes »pogodbene in tehnične zahteve prevladajo nad kulturo prostega dostopa, ki je bila nekoč bistvo javnih radiotelevizij« (Helberger 2006, 7). Vsakodnevna praksa potrjuje, da so navijači pripravljeni plačati za visokokakovostne,

ekskluzivne športne vsebine in vsebine z dodano vrednostjo (Evens in Lefever 2011; New in Le Grand 1999), čeprav je zgodovina televizije v Evropi pokazala, da večje število ponudnikov ne pomeni nujno večje raznolikosti v ponudbi različnih žanrov in formatov, temveč homogenizacijo vsebine, zreducirane le na tisto, ki so jo gledalci pripravljene gledati in zanjo plačati (Padovani 2007, 72). Zato lahko skrbi prav polarizacija televizijskega trga, kjer so kakovostne in privlačne vsebine plačljive, vsebine na javnih radiotelevizijah pa cenejše (če ne cenene) (prav tam, 73).

Televizijske pravice za športne dogodke vendarle niso povsem prepuščene le trgu. V številnih evropskih državah, predvsem tistih z močno tradicijo javnih in komercialnih televizij, so se namreč pojavile glasne polemike o tem, ali bi morali športne dogodke velikega nacionalnega in kulturnega pomena zavarovati pred plačljivimi televizijami (New in Le Grand 1999, 23). Zlasti ekskluzivnost televizijskih pravic (ki jo zahtevajo televizije same, ne pa ponudniki) namreč ogroža dostop javnosti do najpomembnejših športnih vsebin (Evens in Lefever 2011, 34). Parrish (2008, 85–86) ob tem razlaga, da sta se na trgu televizijskih pravic tako izoblikovali dve koaliciji. Koalicija prostega trga pravice vidi kot lastnino, zato je povsem legitimno, da jih lastniki oz. nosilci čim bolj iztržijo; koalicija prostega dostopa pa zagovarja tezo, da mora biti šport zaradi svoje družbenokulturne vloge dostopen vsem (prav tam). Privrženske prostega dostopa so pogosto tudi (največje) športne organizacije, saj so v tem primeru športni dogodki izpostavljeni širšemu krogu gledalcev in s tem je omogočen še dodaten napredek športnega ustroja. EBU je ravno zaradi tega uspel pridobiti pravice za cikel olimpijskih iger med letoma 2000 in 2008, čeprav je zanje ponudil manj denarja od tekmeca (EBU je plačal milijardo in pol ameriških dolarjev, čeprav je News Corporation ponudil dve milijardi). Med člani Mednarodnega olimpijskega komiteja je namreč prevladalo mnenje, da bo le zares široko občinstvo še naprej lahko orodje za širjenje olimpijskega sporočila (prav tam, 87). Temu pritrjujejo tudi slovenske izkušnje, kot pravi nekdanji urednik športnega programa Televizije Slovenija Igor Bergant (v Oblak 2007, 30): »Mednarodni olimpijski komite se trudi pravice prodajati javnim televizijam. Zaveda se, da bi v nasprotnem primeru olimpijske igre postale le še skupek svetovnih prvenstev.«

Dejstvo je, da se je spremenila percepcija medijev, kaj sploh je njihova funkcija, piše Helbergerjeva (2006). Televizijski programi niso več vedno predvajani le brezplačno in prosto ter dostopni vsem, ki jih želijo spremljati. Odvisni so od tržnih platform, ki se

odločajo, komu bo dostopno kaj in pod katerimi pogoji (prav tam, 6). A vsaj nekatere športne vsebine bi še naprej morale ostati prisotne na javnih radiotelevizijah, so si enotni številni avtorji (Evans in Lefever 2011; Padovani 2007; Rowe 2004), saj bodo le informirani državljani lahko popolnoma sodelovali v kulturni sferi, zato je vsaj do tistih športnih dogodkov, ki so nacionalnega pomena, dostop nujen.

3.3 Pravica javnosti do obveščnosti

Pravica javnosti do obveščnosti je pravica nedefinirane javnosti, da pride do informacij in idej, ki so javnega značaja in jih razširjajo mediji, ne pa pravica posameznega gledalca, da ima dostop do medijskih vsebin (Helberger 2006, 6). Ne glede na množično priljubljenost športa in privlačne vsebine, ki jo zagotavlja, je treba razlikovati med tržno privlačnimi športnimi vsebinami in vsebinami, ki so nacionalnega pomena. Da bi bilo zadoščeno pravici javnosti do obveščnosti o slednjih, sta se v Evropski uniji oblikovala dva instituta: a) pravica do kratkega poročanja in b) oblikovanje seznamov najpomembnejših športnih dogodkov, ki morajo biti javnosti dostopni neposredno po prosto dostopnih televizijskih programih (Bergant Rakočević 2008, 266). Kot prva je to uredila *Evropska konvencija o čezmejni televiziji* (1989). Ta v 3. členu državam pogodbenicam nalaga, da preprečijo, da bi bil velik del javnosti prikrajšan za možnost spremljanja dogodka izjemnega nacionalnega pomena po televiziji na račun ekskluzivnih televizijskih pravic.

Evropski parlament in Svet Evrope pa sta leta 2010 dopolnila in sprejela *Direktivo o avdiovizualnih medijskih storitvah* (Direktiva 2010/13/EU), ki je nadgradila že omenjeno konvencijo. Njen 14. člen (prav tam) je vsaki državi članici Evropske unije zaukazal oblikovanje seznama najpomembnejših športnih dogodkov, s katerim država članica »zagotovi, da izdajatelji televizijskih programov pod njeno pristojnostjo ne oddajajo tistih dogodkov, ki v tej državi članici veljajo za dogodke velikega družbenega pomena, na ekskluzivni osnovi, s čimer bi večji delež javnosti v tej državi prikrajšali za možnost spremljanja takšnih dogodkov prek neposrednega prenosa ali prek poznejšega prenosa na brezplačni televiziji«.

Seznami najpomembnejših dogodkov torej omejujejo konkurenco med televizijskimi programi, saj plačljivim televizijam onemogočajo pridobivanje ekskluzivnih pravic za dogodke s seznamov (Solberg 2007, 305). Obenem pa taka regulacija omogoča, da lahko večina prebivalstva najzanimivejše športne dogodke vseeno spremlja – pa čeprav javni servisi ne opravljajo svoje naloge (pogoj je brezplačen televizijski program z dovolj veliko pokritostjo) (prav tam, 304).

Slovenski seznam najpomembnejših dogodkov je oblikoval *Sklep o določitvi seznama najpomembnejših dogodkov* (2003), na seznam pa so bili uvrščeni dogodki, ki so za mednarodni medijski prostor tržno zanimivi z vidika pridobivanja izključnih televizijskih pravic (prav tam):

- vsi dogodki zimskih in letnih olimpijskih iger;
- svetovna in evropska nogometna prvenstva (vse tekme slovenske reprezentance oz. deset tekem po izboru, če Slovenija ne sodeluje, otvoritvena tekma, polfinale in finale) ter kvalifikacijske tekme slovenske reprezentance za vsa prvenstva;
- svetovna prvenstva in svetovni pokali v alpskem smučanju, nordijskem smučanju in biatlonu;
- svetovna in evropska prvenstva v košarki in rokometu (vse tekme slovenske reprezentance, polfinale in finale) in kvalifikacijske tekme slovenske reprezentance za ta prvenstva;
- svetovna in evropska prvenstva v atletiki, gimnastiki, plavanju in kolesarjenju.

Športni dogodki s seznama veliko bolj prispevajo k dobrobiti celotnega naroda kot le užitkom posameznika ob njihovem spremljanju, pravice za te dogodke pa morajo biti ponujene največjim brezplačnim radiotelevizijam pod poštenimi in razumnimi pogoji, ni pa nujno, da so ti dogodki dejansko prikazani na brezplačni televiziji (News in Le Grand 1999, 24–25). Kljub temu si večina javnih servisov ne želi priznati, da so postali odveč, piše Solberg (2007), čeprav pridobivanje dragih televizijskih pravic močno omejuje njihovo obvezo služiti javnosti. Še več, predstavniki številnih javnih servisov v Evropi so priznali, da dajejo prednost programu, ki bo pritegnil širše množice, saj lahko le tako upravičijo izjemno visoke zneske za nakup televizijskih pravic (prav tam, 305).

3.3.1 Pravica do kratkega poročanja

Seznami najpomembnejših dogodkov urejajo področje neposrednih prenosov, za poročanje v dnevnoinformativnih oddajah pa je pomembnejše drugo načelo – pravica do kratkega poročanja. Ideja o njej se je pojavila že konec 80. let prejšnjega stoletja. Deveti člen *Evropske konvencije o čezmejni televiziji* (1989) narekuje dostop javnosti do pomembnejših dogodkov in državam pogodbenicam nalaga odpravo vsakršnega spodkopavanja pravice javnosti do obveščenosti o dogodku, za katerega se ta zelo zanima. Konvencija ne omejuje pridobivanja televizijskih pravic, temveč se nanaša na njihovo izvrševanje, bodisi s časovno omejeno retransmisijo bodisi s podeljevanjem podlicenc (Bergant Rakočević 2008, 267).

O pravici do kratkega poročanja se je govorilo že dolgo pred razmahom plačljivih televizij. Tudi deseti člen *Evropske konvencije o varstvu človekovih pravic* (1953/2010) v svojem bistvu kaže na to pravico, saj pravica do svobode izražanja obsega tudi svobodo sprejemanja in sporočanja obvestil in idej. Druga, v pravici do kratkega poročanja bolj skrita ideja je vidik pluralizma, da bi se na ta način vzpodbudilo tekmovanje med televizijami v kakovosti poročanja (Helberger 2006, 12). Pravica do kratkega poročanja namreč ne zagotavlja pokrivanja celotnega dogodka, tj. neposrednega prenosa ali prenosa z zamikom, temveč televizijam, ki ekskluzivnih pravic niso pridobile, daje zgolj možnost priprave poročila s tega dogodka. Obenem pa za razliko od seznamov ni omejena na zgolj dogodke najvišje pomembnosti, dovolj je že le visoka pomembnost za manj pomembne športne dogodke (prav tam).

V slovenski zakonodaji pravico do kratkega poročanja opredeljuje *Zakon o medijih* (2006) v 74. členu. Gre za pravico vseh izdajateljev radijskega ali televizijskega programa pod enakimi pogoji, ki je uresničena v predvajanju poročila, ki traja največ minuto in pol v sklopu informativnega programa. Ključni poudarki 15. člena *Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah* (2010) pa so: a) da ima vsak izdajatelj televizijskega programa s sedežem v Uniji za kratko poročanje pravico do pravičnega, smotrnega in nediskriminatornega dostopa do dogodkov velikega javnega interesa, b) da je ta dostop zajamčen z dopuščanjem izdajateljem televizijskih programov, da svobodno izberejo kratke izseke iz signala izdajatelja televizijskega programa, ki ga prenaša, in sicer vsaj z identifikacijo njihovega vira, c) da se kratki izseki uporabijo samo za splošne informativne oddaje in d) da so opredeljeni načini in

pogoji zagotavljanja takšnih kratkih izsekov, zlasti dogovori o nadomestilu, najdaljši dolžini kratkih izsekov in časovnih omejitvah.

Obsežneje o pravici do kratkega poročanja piše Helbergerjeva (2006). Ta pravica je bolj prilagodljiva od prej omenjenih seznamov, ker zanjo ne obstajajo opredelitve dogodkov izjemnega pomena. Televizije (v skrajnih primerih tudi sodišča) se same odločajo, ali je dogodek dovolj pomemben ali ne. Zaradi tega je obseg dogodkov, ki so lahko primerni, bistveno obsežnejši kot v primeru seznamov. Ta pravica omogoča večjo ad hoc prilagodljivost in dopušča možnost, da so odločitve lahko tudi v prid okusu gledalcev – a še vedno je nujno upoštevati dejstvo, da občinstvo igra le pasivno vlogo in da je še vedno naloga medijev skrbeti za obveščeno javnost in zato določati dogodke, ki so zanje pomembni (prav tam, 13). Pravica do kratkega poročanja se osredotoča le na informiranje in ne na poln dostop, torej varuje le informacijske interese – za javnost namreč ni nujno, da si ogleda cel dogodek, da bi bila informirana (prav tam). Pravica do kratkega poročanja torej primarno varuje le pravico državljanov, da so obveščeni. A, razumljena širše, spodbuja in omogoča tudi družbeno kohezijo in ne nazadnje tudi pošten boj med brezplačnimi, plačljivimi in tudi javnimi televizijami (prav tam, 14).

4 TELEVIZIJSKO NOVINARSTVO

4.1 Novica v televizijskem novinarstvu

Nič v izjemnem tehnološkem napredku ni percepcije novice spremenilo tako, kot jo je spremenila televizijska kamera, je prepričana Harrinsonova (2006, 63). Šele sredi 90. let 20. stoletja, potem ko je boj za televizijske pravice povzročil tudi vse večjo količino športnih vsebin na televiziji, so tudi športne novice našle svoj prostor v dnevnoinformativnih oddajah. Pred tem so bile označene bodisi kot premalo pomembne bodisi kot preveč trivialne (Boyle 2006, 94). In čeprav se je v naslednjih letih šport na televiziji dodobra spremenil, z uporabo počasnih posnetkov, različnih zornih kotov kamer, barv, dodatnih komentarjev, izjav ipd., je produkcija za televizijo ostala relativno poceni, predvsem pa izjemno privlačna in predvidljiva, saj bi se športni dogodki v vsakem primeru zgodili (Scherer in Rowe 2014, 5).

Novica ima pomembno ritualno, zabavno in simbolno funkcijo. Občutek biti informiran je za naslovnika namreč lahko celo pomembnejši od vsebine novice same (Jensen v Costera Meijer 2003, 20). Harrington (2008, 277) trdi, da v sodobnem novinarstvu t. i. nove novice »opravljajo dve vlogi, za kateri smo bili v preteklosti prepričani, da se izključujeta – zabavajo in iskreno obveščajo javnost –, in so zato izpadle iz tradicionalnih opredelitev tiska«. Namesto kritike popularnega, kot da bi bilo samo sebi namen, je bolj smotrno vprašanje, katere informacije zabavno prinaša. Temu pritrjuje tudi Gruneau (1989, 145), ki o dejavnih objavnih vrednosti (športnih) novic na televiziji »nerad govori« (prav tam) – zlasti zato, ker so ti dejavniki v novinarski teoriji običajno predstavljeni kot popolno nasprotje vrednotam dobrega zabavnega programa. Nasprotuje (prav tam) temu, da so novice obravnane kot nekaj bolj resničnega ali plemenitega od spektakla. Razvoj televizije je namreč pokazal, da je mejo med novicami kot informacijo in novicami kot zabavo nemogoče določiti (Dahlgren 1993, 13). Predvsem pa morajo biti vse novičarske vsebine vedno obravnavane znotraj širšega kulturnega razumevanja televizije kot medijske institucije. Novinarji sami naj bi se dejstva, da lahko televizijske novice hkrati zabavajo in informirajo, že dobro zavedali, manj naklonjene temu so teorije o novinarskih diskurzih (prav tam, 16).

Tudi številni drugi avtorji (Altheide in Snow 1991; Winch 1998; Dahlgren 1993, 1995) opozarjajo na (vsaj) zabrisane ločnice med informativnimi vsebinami in zabavo v televizijskem novinarstvu, ki se je razvilo v mediju, prevladujoče namenjenemu zabavanju pasivnega občinstva. Avtoriteta institucije novinarstva, ki je odvisna prav od tega, da jo ljudje znajo razločiti od drugih oblik množičnega komuniciranja (Winch 1998), je tako ogrožena. Zato želijo novinarji sami vsiliti razliko med tistim, kar obvešča, in tistim, kar zabava, da bi to avtoriteto ohranili: »Novica informira, ne da zabava, predstavlja dejstva, ne fikcijo, ne vsebuje špekulacij in govoric, nadzorujejo pa jo profesionalci, ki služijo javnosti, in ne tisti, ki iščejo zgolj dobiček.« (prav tam, 10) Novica pa tudi ni več enostavno le tisto, kar se je zgodilo, ampak tisto, kar je vredno objave (Fowler 1993, 13), na televiziji pa je to vedno zgrajeno s pomočjo besedila in vizualnega. Sporočilo je namreč določeno tudi z medijsko tehnologijo, mediji pa se zaradi tega celo razlikujejo v selekciji novic, saj če za novico ne bo primerne slike, ta ne bo objavljena (Erjavec 1999, 53). V športnem novinarstvu je to zaradi ekskluzivnih pravic za objavo slike športnega dogodka še toliko bolj pogosto (Tomlinson in Sugden 2007).

A tudi že zgodnje raziskave televizijskega novinarstva so ugotovile, da televizijsko novičarsko poročanje ni tako zelo nepristransko, kot se zdi, čeprav so televizijske novice še vedno medij, ki mu naslovniki najbolj verjamejo (Glasgow University Media Group 1976/2010, 1980/2010). Novinarji in uredniki, ki novice upovedujejo znotraj kulturnih okvirjev, ki sicer zapovedujejo uravnoteženost in nepristranskost, verjamejo, da jim njihove rutine in kode omogočajo, da so te novice predstavljene v razumljivih in pomembnih zgodbah (Glasgow University Media Group 1980/2010, 91), obenem pa naj občinstvo ne bi prepoznalo interpretacij, selekcij in rutin, potrebnih za to (prav tam, 97). Na televiziji je še težje določiti nikoli lahko določljivo *dejstvo* samo, saj že tako ali tako pri »večini pomembnih novičarskih tem dejstva niso preprosta, še manj pa očitna, saj so predvsem stvar izbire in mnenja« (Lippmann 1922/1999, 25). Na televiziji je to še dodatno zaostreno z omejitvijo medija, da s kamero ujame dogodek, kot se je ta zgodil, v nasprotnem primeru ji namreč preostanejo le t. i. govoreče glave (Glasgow University Media Group 1976/2010, 19). Izbor dogodkov v skladu s temi kriteriji pomeni, da ima televizija več opraviti z zabavo kot s pravimi dejstvi (prav tam).

4.2 Sporočanje proces v (televizijskem) novinarstvu

Kot pravi McManus (1994, 116), kakršna koli že je logika novinarskega oddelka pri izbiranju novic, mora biti vsebina novic vedno privlačna, saj »ni nihče prisiljen v to, da jih gleda« (prav tam). Naj gre za tržne imperitive ali zgolj za nalogo obveščanja, novice morajo najprej pritegniti pozornost (prav tam). Vsak medij ima tudi zato svojo organizacijsko kulturo, niz sporazumov o načinu dela (McManus 1994). Novinarji pri svojem delu uporabljajo po vzorcu narejene, ponavljajoče se postopke in prakse, na standardizacijo poročanja pa močno vplivajo prav rutine v produkciji novic (Poler Kovačič 2005). Producerske prakse se tako odsevajo v načrtovanju, zbiranju, odbiranju, oblikovanju in posredovanju novic (Manning 2001, 51).

Novinarski sporočanje proces poteka na treh stopnjah – zbiranje informacij, izbor dogodkov in dejstev ter novinarsko upovedovanje –, pri čemer vedno potekajo procesi odločanja, novinarju pa pripada osrednja vloga v tem procesu (McManus 1994, Poler Kovačič 2004). A novinarske odločitve so kompleksne in minljive, razlage, ki bi jih pojasnila, pa še vedno ni in je ravno zaradi te kompleksnosti najverjetneje tudi ne bo (Donsbach 2004). Kljub temu je Donsbach (prav tam, 134) prepričan, da je moč prepoznati štiri glavne dejavnike, ki na te odločitve vplivajo: dejavniki objavnosti, institucionalni cilji, viri informacij in njihova manipulacijska moč ter subjektivna prepričanja novinarjev. Obenem pa se novinarji in uredniki pri odločanju soočajo s še dodatnimi omejitvami, kot so časovni pritisk, konkurenca, pomanjkanje objektivnih kriterijev in javnost (prav tam, 137).

Pri izboru gre po besedah Poler Kovačičeve (2005) za vprašanje, o katerih dogodkih naj bo javnost obveščena – v normativnem novinarstvu v skladu s profesionalnimi merili objavljalnosti oz. objavno vrednostjo dogodkov, v tržnem pa v skladu z zakonitostmi trga, ki želi čim širše občinstvo. Zadnja, tretja faza v sporočanje procesu pa je oblikovanje novinarskega sporočila in konkretne odločitve o tem, »kam usmeriti kamero, koga intervjuvati, katere navedke in katere informacije iz ozadja uporabiti, da bi bila zgodba upovedana« (McManus 1994, 25).

Harrisonova (2002) govori o tem, da v medijski produkciji dejavniki objavnosti niso vedno upoštevani namerno in zarotniško, temveč le sistematično in rutinsko. Obenem pa – čeprav se novinarske agende že tako močno razlikujejo zaradi različnih uredniških politik –

nanje vplivajo tudi zunanji dejavniki, kot so tipi virov, do katerih bodo lahko novinarji dostopali, omejenost z novičarskimi agencijami, vpliv drugih novinarskih organizacij in potreba zadovoljiti oglaševalce (prav tam, 115).

4.2.1 Vizualno v televizijskem novinarstvu

Teorije dejavnikov objave vrednosti so od tiste, ki sta jo kot prva pripravila Galtung in Ruge,¹ ostale bolj kot ne nekritično nespremenjene, a »današnja vsenavzočnost televizije seveda ni bila niti predstavljava, ko sta evropska raziskovalca preučevala strukturo zunanjepolitičnih vesti v tisku leta 1965« (McGregor 2002). McGregorjeva (2002) zato določi še štiri dejavnike, ki jih je oblikovala televizija (in jih deloma prenesla tudi na druge medije): čustva, konflikt, zvezdnitvo novinarjev in vizualnost. Prav slednja je »mogoče celo najpomembnejši novičarski dejavnik našega časa« (prav tam, 3). Tudi nekateri drugi avtorji sicer opozarjajo, da je h klasičnim dejavnikom treba prišteti še tiste, lastne televiziji. Labanova (2007, 34) tako k njim prišteva še poročanje s terena, kjer je novinar vidno prisoten na prizorišču, in atraktivnost ali nazornost slike.

McManus (1994, 119–120) je v tržnem modelu novinarstva prepoznal deset dejavnikov objave vrednosti dogodkov: pravočasnost, bližina, posledičnost, aktualnost, prominentnost, ganljivost zgodb, nenavadnost, konfliktnost, zabavnost in tudi vizualnost. Najboljše novinarske zgodbe naj bi upoštevale čim več od naštetega, a zadnjih pet je – za razliko od ostalih, ki služijo predvsem obveščanju – uvrstil med dejavnike, ključne za zabavanje občinstva (prav tam). Obenem pa je treba poudariti, da se novičarski dejavniki običajno preučujejo v političnih in gospodarskih temah, skoraj nikoli v športnih (Lee in Choi 2009).

Televizijske novice so vedno imele prednost vizualnega in obstoj primerne slike bo pravzaprav odločil, ali bo zgodba objavljena ali ne (Bird 1998, 42). Televizijsko poročanje je namreč predvsem poročanje s sliko, moč televizije pa je v prenašanju gibljive slike (Perovič in Šipek 1998, 24). Televizijski diskurz tako poteka preko vizualnih podob, ugotavlja

¹ Dvanajst osnovnih dejavnikov objave vrednosti, ki sta jih opredelila Galtung in Ruge, je: pogostnost, razsežnost, jasnost oz. enostavnost, domačnost, predvidljivost, nepričakovanost, kontinuiteta, kompozicija, nanašanje na elitne narode in osebnosti, personifikacija in negativnost (Laban 2007, 34).

Labanova (2007, 36) in pravi, da zaradi tega novinarstvo na televiziji zahteva drugačne vsebine, jezik in stil. Pomembne spremembe v razvoju televizije so v televizijskih novicah spremenile razmerje med vizualno in verbalno reprezentacijo, pravi Lutharjeva (1998), saj so postale novice »ravno z vizualnimi tehnikami, ki simulirajo njihovo avtentičnost, bolj resnične od realnosti« (prav tam, 9).

Podobe na televiziji so zaradi polisemičnosti vizualnosti lahko zelo različno interpretirane, tekst poročil pa zato vpleten v »nenehen boj za obvladovanje mnogovrstnih dogodkov in njihovega polisemičnega potenciala znotraj svojih lastnih konvencij« (Fiske 1999). Produkcijske prakse morajo biti prilagojene temu, da gledalca še bolj prepričujejo v zgodbo, ki jo tekst hoče povedati. To je ustvarjeno z marginalizacijo, podcenjevanjem ali delegitimizacijo alternativnih razlag (Gruneau 1989, 151). Za tem ne stojijo kaki posebni procesi politične socializacije, temveč se zgolj odsevajo rutine diskurzivnih produkcijskih praks (npr. pozicije kamer, bližnji kadri, jezik in oblika vprašanj v pogovorih), ki ustvarjajo dobro televizijo (prav tam, 151–152). Ustvarjalcem televizijskega programa tako uspeva, da do občinstva prenesejo zgolj »zaželen pomen« (Langer 1998, 18). Dogodku logičen pomen ustvarijo slika, zvok, govor, montaža in grafike – vse to z vedno enakimi motivi in strukturami zgodb, ki jih gledalci že dobro poznajo in razumejo (prav tam, 21).

O pomembnosti slike za televizijsko novinarstvo govori tudi interni kodeks novinarjev javne radiotelevizije *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (2000, člen 9.8), ki sliko opredeljuje kot »primarno prvino televizijskega sporočanja«. Nadaljuje (prav tam), da so posnetki s kamero zaradi svoje prevladujoče sugestivne moči pri gledalcu »odločilni sotvorci čustvenih in razumskih identifikacij, vtisov, presoj in nazadnje mnenj o posnetem in predvajanjem«. Informativnemu programu, v katerega sodijo tudi oddaje o dogodkih v športu, ki imajo naravo informativnih oddaj, in poročevalskim zvrstem slika omogoča prikaz objektivnega poteka dogajanja, gledalcu pa omogoči celovito razumevanje dogajanja (prav tam).

Perovič in Šipkova (1998) kot eno od osnovnih značilnosti televizijskega poročila določata slikovitost. Govorita tako o slikovitosti poročevalskega teksta, a – še pomembneje – o slikovitosti v pomenu, »da ni dobrega, kvalitetnega televizijskega poročila brez dobre, kvalitetne slike« (prav tam, 47). Še več, »ni dogodka, ki bi upravičeval neslikovitost

televizijskega poročila« (prav tam, 48). A izkazalo se je, da je poudarjeno vizualno v novinarskih vsebinah na televiziji pravzaprav največja grožnja psevdoznanstveni objektivnosti, ki naj bi veljala za novinarstvo (Glynn 2000). Vizualno namreč zaradi svoje neposrednosti in takojšnjosti teorije običajno povezujejo zgolj z zapeljevanjem in površnostjo (prav tam, 21). Labanova (2007, 33) pa tudi poudarja, da ima »prevlada slikovnih vizualnih znakov pomemben učinek na dejavnike objavnosti televizijskih novinarskih vsebin«.

Praksa televizijskega novinarstva na hrvaškem zgledu, tako Letica (2005), je sicer nasprotno pokazala, da tekst še vedno dobi absolutno prednost pred sliko, s čimer je kršeno eno od najresnejših pravil televizijskega novinarstva. Pri prevelikem številu novinarjev se je utrdilo prepričanje, »da televizijski cilj upravičuje sredstva, zaradi česar lahko tekst s pomembno vsebino spremlja kakršnakoli slika, nepomembna, priložnostna, neštetokrat že videna, vsebinsko pa dovolj splošna, da avtorja ne ovira in ne obvezuje, temveč mu daje popolno svobodo verbalnega izražanja« (prav tam, 154). Perišinova (2008) je prav tako na zgledu hrvaških televizij ugotovila, da so za televizijske novice hrvaške javne televizije HRT od dvanajstih novičarskih dejavnikov² najbolj pomembni (v navedenem vrstnem redu) pravočasnost, javni interes in vizualnost. Za novinarje HRT je vizualnost novic celo pomembnejša kot za novinarje ene od komercialnih televizij (prav tam).

Pomembna je celovita komunikacija, je še prepričan Letica (2005, 153), ta pa vključuje tako besedo kot sliko. Če celo fotografija, diapozitiv, risba, zemljevid ali elektronska grafika sliki pomagajo, da bo še zgovornejša, jih je treba vključiti v televizijski prispevek. Avtor še nadaljuje (prav tam, 163), da »se ne splača boriti proti sliki«. Načini so številni, a poročanje je vedno treba prilagoditi sliki. Lahko je novinarju pripraviti televizijsko poročilo, ko ima dobro sliko, a je v resnih težavah, ko te ni (prav tam).

² Perišinova (2008, 161–167) je za svojo raziskavo oblikovala dvanajst informativnih oz. novičarskih dejavnikov: pomembnost/javni interes, vpliv, bližina, napetost, kontroverznost, personifikacija, prominentnost, neobičajnost, pravočasnost, vizualnost, poudarjanje novinarja in tematiziranje oz. kontinuirano poročanje.

4.3 Televizijski dnevnoinformativni program

Pomembnost je novicam podeljena že z umeščenostjo v dnevnoinformativne oddaje, sestavljene z vsebino visoke vrednosti, informativni program pa je običajno jamstvo za resnost in odličnost televizijskega kanala (Langer 1998, 7). Labanova (2007) ugotavlja, da sodobni televizijski novinarski diskurz zaznamuje nejasna ločnica med informativno in interpretativno novinarsko zvrstjo. Na pomembne spremembe v televizijskem novinarstvu, ki ga označi za teletabloidnega, opozarja Lutharjeva (1998), ki pravi, da novic »očitno ne moremo več obravnavati kot ločen žanr, ki 'posreduje informacije', saj se v teletabloidnem žurnalizmu srečujejo politika in pop kultura, informiranje in 'razvedrilo', melodrama in informacija, informiranje in moraliziranje, preiskovanje in kramljanje« (prav tam, 9). Wallis in Baran (v Laban 2007, 33) tako menita, da so idealne televizijske dnevnoinformativne oddaje kombinacija informativnosti in dramatičnosti, saj tako pritegnejo pozornost, da bi informirale.

Avtorica še meni (prav tam), da imajo novice osrednjo vlogo za televizijsko institucijo in »še vedno veljajo za enega osrednjih delov javnega diskurza«. Dnevnoinformativne oddaje so tako žanr z visokim statusom, informativni program pa je dokaz družbene odgovornosti medijev (Fiske 1999). Hollandova (2000, 65) trdi, da realnosti na televizijskem zaslonu ni moč predstaviti, ne da bi jo najprej preobrazili v jezik televizije in jo posledično tudi (vsaj delno) priredili: »V procesu prenosa iz resničnosti na televizijo so podobe in glasovi obdelani, zmanipulirani in umeščeni v nove kontekste.« (prav tam) Širše medijska in ožje televizijska resničnost je tako omejena s tehnološkimi zmožnostmi medija in ekonomskimi imperativi, ne nazadnje »tudi z institucionaliziranimi parametri, kot so novinarske norme« (prav tam, 67). Naštetemu Labanova (2007, 31–32) dodaja tudi estetske dejavnike, dnevnoinformativne oddaje pa razume kot eno izmed najbolj kompleksnih oblik novinarskega diskurza znotraj medija, ki pomene proizvajajo tako verbalno kot vizualno.

4.3.1 Dnevnoinformativni program javnega servisa

Čeprav *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (2005, 4. in 5. člen) javnemu zavodu nalaga, da morajo zagotoviti verodostojne in nepristranske informativne oddaje s kakovostnimi

informacijami tudi o športnih dogodkih, obenem pa v vseh prispevkih dosledno razločevati informacije in komentarje, je v dnevnoinformativnih oddajah pod vprašaj postavljeno prav navedeno. Labanova (2007) je namreč na vzorcu dnevnoinformativnih oddaj TV Slovenija ugotovila, da se oddaje javne televizije vse bolj približujejo okusu širokega in raznolikega občinstva. Novice so bile na Slovenskem še v začetku devetdesetih let 20. stoletja strogo ločene od zabavnih vsebin, z dnevnoinformativnim programom komercialnih televizij pa so postale del popularne kulture (Luthar 1998, 15). Pojav konkurence je namreč javne servise prisilil, da so se začeli bolj odzivati na želje občinstva, njihov propad pa je pravzaprav pomenil »konec nekega paternalizma, s katerim se je včasih povezovala ideja javnega servisa« (Sondergaard v Bardoel 2003, 85). Splichal (2005, 8) ugotavlja, da je kljub zastavljenim visokokakovostnim standardom konkurenca tudi javne RTV-zavode prisilila v »neke vrste programsko regresijo glede na nivo okusa«. Kot pravijo ustvarjalci dnevnoinformativnih oddaj sami (Pengov 2003), je bil na Slovenskem velik izziv za ustvarjalce *Dnevnika* prihod komercialne konkurence Pop TV leta 1995, ki jih je zmedla z lahkotnejšim pristopom in vsebinami.

Zmeden in za trenutek z novimi vsebinami koketen javni servis pa je hitro spoznal, »da si mora gledanost zagotoviti z verodostojnostjo in spoštovanjem vsega, kar *Dnevniku* nalaga status javnega medija« (prav tam). Samoregulacija novinarjev kaže na to, da želi tudi RTV Slovenija sama slediti javnim servisom zapovedanim idealom. Interni kodeks namreč pravi, da morajo dnevnoinformativni programi in aktualne dokumentarne/informativne oddaje celovito predstaviti dogodke in pojave, ki v javnosti sprožajo različne ali nasprotujoče si poglede in mnenja (*Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* 2000, člen 2.3.3)

4.3.2 Športni program Televizije Slovenija

Prva dnevnoinformativna oddaja v slovenskem jeziku *Dnevnik* je bila predvajana 15. aprila 1968. Pred tem so slovenski gledalci lahko spremljali le informativni program, ki ga je pripravljala Televizija Beograd. In čeprav se je že v srbskem dnevniku sem in tja pojavila kakšna vsebina športne narave iz Slovenije, tako Pengov (2003), je bilo treba do samostojne športne dnevnoinformativne oddaje počakati še tri desetletja. Samostojna športna redakcija,

ki je bila na takratni Televiziji Ljubljana zasnovana leta 1967, je bila namreč sprva namenjena (ne)posrednim športnim prenosom. Kot pravi Beno Hvala (v Oblak 2007, 31), eden prvih, ki je v njej deloval, se je že v »skromnem začetnem programu šport vselej boril, da bi postal enakovredna zvrst na Televiziji Slovenija«. Prvi neposredni prenos, namizni tenis iz Ljubljane, so pripravili leta 1957. Tri leta kasneje je RTV Ljubljana na račun neposrednih prenosov smučarskih skokov iz Planice storila pomemben prvi korak k vključitvi v EBU. Že od leta 1966 so – sicer s prekinitvami – več kot štiri desetletja pripravljali redno mesečno športno oddajo (prav tam, 39).

Športne novice in prispevke je vključeval *Obzornik*, leta 1958 so tako dvanajstkrat pripravili posebna športna poročila. Kasneje so bila športna poročila na sporedu enkrat na teden. Do konca osemdesetih let športne novice niso imele vnaprej odmerjenega programskega časa v oddajah, temveč so poročila pripravljali le po potrebi (Oblak 2007, 31). Informativne oddaje športnega uredništva pa so se kot prve na Slovenskem takrat še na Televiziji Ljubljana pojavile šele leta 1989. Šport je bil grafično ločen od televizijskega *Dnevnika* in umeščen na njegov konec, to pa je tudi pomenilo, da od takrat dalje novinarji športnega uredništva v osrednjih dnevnoinformativnih oddajah sami urejajo svoj del oddaje (Bergant v Oblak 2007, 32).

5 Televizijske pravice in produkcijske prakse športnih dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija

5.1 Raziskovalni problem, namen raziskave in metode

Obsežen je korpus dostopne literature, ki obravnava boj za televizijske pravice med javnimi in komercialnimi televizijami (Dietl in Hasan 2007; Iriarte 2010; Solberg 2008). Ta boj javni servisi v veliki meri izgubljajo (Solberg 2007). Javni servis mora namreč kljub izgubljenim televizijskim pravicam državljanom še vedno zagotavljati vse ključne informacije (Murphy in White 2007), njegove informativne oddaje morajo še vedno poročati celovito, verodostojno in nepristransko, tudi o športu (*Zakon o Radioteleviziji Slovenija* 2005, 4. člen). Le posredovanje točnih, raznovrstnih in kakovostnih informacij zagotavlja informiranega državljana, sposobnega kritične presoje (Brants v Laban 2007, 24).

Številni pristopi k novinarstvu opozarjajo na pomembno vlogo produkcijskih praks v novinarskem sporočanju (Manning 2001; McManus 1994; Poler Kovačič 2005), saj novice niso »naključna reakcija na naključne dogodke« (Goldin in Elliott v Manning 2001, 51), temveč odziv na organizacijske in tehnološke imperitive v novinarski organizaciji (prav tam). Večina dostopnih raziskav v športnem novinarstvu pa se je ukvarjala le s tem, kako so televizijske pravice spremenile produkcijske prakse športnega novinarstva v neposrednih televizijskih prenosih (Goldfarb 2011; Whannel 1992), redkeje, manj celovito in nekonkretno pa so se besedila ukvarjala s spremenjenim informativnim programom (Helland 2007, Solberg 2007).

Ker je od pogodbe med radiodifuzno organizacijo in prirediteljem odvisno, kako se televizijske pravice med seboj razlikujejo (Bergant Rakočević 2008, 229), ker so te pogodbe običajno tajne in ker dostopna literatura ni celovito opredelila vrst televizijskih pravic, njihovih določil in z njimi povezanih omejitev v poročanju dnevnoinformativnih oddaj, se sprašujemo o vrstah televizijskih pravic, ki omogočajo oz. omejujejo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah, in si tako zastavljamo **prvo raziskovalno vprašanje: Kako**

vrste televizijskih pravic vplivajo na produkcijske prakse dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija?

Ugotovitve iz prvega, teoretičnega dela naloge nakazujejo, da televizijske pravice najočitneje spreminjajo predvsem drugo fazo v sporočanjem procesu. Izbor dogodkov, komu dati prednost v televizijskem novinarskem sporočanju in kaj izpustiti – uredništva bodo to prilagodila pridobljenim ali izgubljenim televizijskim pravicam (Boyle 2006; Helland 2006; Helland in Solberg 2007). Te torej pomembno spreminjajo agende dnevnoinformativnih oddaj (Hutchins in Rowe 2012) ter vplivajo na količino in oblike poročanja (Helland 2006; MacNeill 2000). Ker medijski diskurz o športu in njegove učinke v družbi določajo prav količina, kakovost in vsebina poročanja (Ličen 2009, 239), si zastavljamo **drugo raziskovalno vprašanje**: *Kako so produkcijske prakse športnih dnevnoinformativnih oddaj Televizije Slovenija prilagojene (ne)pridobljenim televizijskim pravicam?*

Pri empiričnem raziskovanju smo uporabili dve metodi etnografskih študij: analiziranje z udeležbo in poglobljene intervjuje. Prva metoda opazovanja je »kvalitativen način raziskovanja, v katerem raziskovalec neposredno opazuje in sodeluje v okolju majhnega obsega v sedanjem času in v raziskovalcu domačem okolju« (Neuman 2006, 378). Raziskovalec je v tem primeru glavni instrument raziskave, pri aktivnem raziskovanju pa se obnaša kot član opazovane skupnosti in v njej tudi sodeluje (Junker v Neuman 2006, 79). Perspektiva, ki jo tako raziskovanje omogoča, predpostavlja, da družbeni svet ni objektivni, temveč ga gradijo subjektivni pomeni in izkušnje, ki jih ustvarjajo udeleženci v družbenih situacijah (Burgess 2007, 78). Tako opazovanje³ nam bo omogočilo vpogled v vsakodnevne prakse in odločitve novinarjev ter urednikov v sporočanjem procesu, saj je v tem primeru cilj raziskovalca opazovano predstaviti tako, kot ga doživljajo in interpretirajo vključeni, torej z njihovega stališča (Kogovšek 2005, 263). Cilj je namreč razumeti in opredeliti sporočanski proces, ki določa produkcijo novic, tega pa ni mogoče razumeti z analizo končnih izdelkov, temveč s preučevanjem med člani komunikacije (Splichal 1990, 84).

³ Avtorica magistrskega dela od leta 2007 kot novinarka deluje v športnem uredništvu TVS, pripravlja avtorske prispevke in sodeluje pri ustvarjanju vseh analiziranih dnevnoinformativnih oddaj. V analiziranem obdobju je tako imela neposreden vpogled v produkcijske prakse, dostopala je do informacij, ki so prihajale v uredništvo, in internih dokumentov ter sodelovala na redakcijskih sestankih.

Polstrukturirani poglobljeni intervjuji pa so skupni produkt raziskovalca in opazovanega (Burgess 2007, 407), v katerem slednji s svojimi pogledi in občutji razkriva opazovano družbeno okolje. »Običajno taki intervjuji vključujejo enega ali več ljudi, se odvijajo v opazovanem okolju, so neformalni in ne dokončno usmerjeni.« (prav tam) Smiselnost uporabe poglobljenih intervjujev je v tem, da raziskovalec preveri stvari, ki jim ni bil priča (prav tam, 408).

Da bi opredelili vrste televizijskih pravic, njihova določila in omejitve, smo poglobljeni intervju opravili z glavnim producentom športnega programa TVS Tomom Andrewom Tomaničem. Ta je v športnem programu zadolžen za nakup televizijskih pravic in sklepanje ustreznih pogodb.

Da bi prepoznali vzorce poročanja in uredniške dogovore, ki upoštevajo televizijske pravice in določajo objave, smo poglobljene intervjuje opravili z uredniško skupino športnih dnevnoinformativnih oddaj. Marjeta Hočevnar delo urednice oddaj opravlja od 1. januarja 2013, Boštjan Ogris in Zoran Radisavljević pa sta se ji kot turnusna urednika pridružila novembra 2013. Hočevnarjeva funkciji primerno narekuje uredniško politiko poročanja v oddajah, morebitne dogovore in odločitve pa usklajujejo na rednih tedenskih uredniških sestankih. Praviloma izmenjuje vsak od treh omenjenih po en teden opravlja vlogo turnusnega urednika – torej samostojno, a z dogovori z novinarji in voditelji oblikuje dnevnoinformativne oddaje tistega tedna. V analiziranem obdobju smo opazili dva primera, ko je bilo zaradi nepridobljenih pravic ali omejenega dostopa bodisi očitno spremenjeno bodisi zelo okrnjeno novinarsko upovedovanje, zato smo intervju opravili tudi z novinarjema športnega programa TVS Simonom Šparavcem in Saro Oblak.

Poglobljeni intervju smo opravili še z Miletom Jovanovićem, glavnim urednikom športnega programa TVS, da bi v praksi preverili naloge, ki jih dnevnoinformativne oddaje javnega servisa morajo opravljati, in ugotovili, katerim načelom morajo te slediti. Vprašanja so bila namenjena tudi praksam pri pridobivanju televizijskih pravic.

Novembra 2014 smo analizirali 90 dnevnoinformativnih oddaj, ki so jih pripravili novinarji športnega uredništva TVS. Enomesečno, torej dovolj dolgo časovno obdobje smo uporabili, ker smo želeli razkriti morebitne vzorce poročanja, ki so jih (so)oblikovale televizijske

pravice, november pa se je zdel primeren mesec zaradi velikega števila športnih dogodkov. Predvideli smo, da bo v tem obdobju potekalo vsaj eno tekmovanje, za katerega TVS ni pridobila televizijskih pravic (tj. nogometna liga prvakov), saj je zagotovo treba upoštevati dejstvo, da javna televizija kljub konkurenci na trgu še vedno zagotavlja neposredne prenose in posledično tudi poročanje v dnevnoinformativnih oddajah o veliki večini (več kot osemdeset odstotkov) športnih tekmovanj, ki jih tako člani uredništva kot gledalci na javnih televizijah opredeljujejo kot obvezne ali vsaj zelo zaželene (Radiotelevizija Slovenija 2014). Novinarji športnega uredništva poleg treh vodenih oddaj pripravljajo tudi športni pregled v *Poročilih ob 17. uri*, a gre v tem primeru po navadi za v dobri minuti zbrane televizijske vesti in so pregledi po obliki neprimerljivi ostalim oddajam, zato jih v analizo nismo vključili. *Šport ob 13. uri* (Š13) je na sporedu po Prvem dnevniku, *Šport ob 19. uri* (Š19) po Dnevniku in Slovenski kroniki in *Šport ob 22. uri* (Š22) po Odmevih in Kulturni kroniki, vse na prvem programu TVS.

V oddajah naj bi bilo, sodeč po internem dokumentu *Kriteriji dnevnoinformativnih oddaj* (Športni program Televizije Slovenije 2015), največ pozornosti namenjene slovenskim športnikom in njihovim nastopom tako doma kot v tujini, pri čemer je treba upoštevati pravilo, da mora vsako poročilo govoriti s sliko in da morajo novinarji vsakemu dogodku dati samo temu mediju lastno kvaliteto – sliko. Težili naj bi k zagotavljanju posnetkov za vse pomembnejše športne dogodke, kot so svetovna in evropska prvenstva, veliki teniški turnirji, velike kolesarske dirke in podobno. Želijo si poročanja o ekipnih športih (nogometu, košarki, rokometu, odbojki in hokeju) in posamičnih športih (nordijskem smučanju, alpskem smučanju, atletiki, kolesarstvu, ostalih zimskih športih, kot sta npr. biatlon in deskanje na snegu, plavanju, judu, jadraniu, gimnastiki, tenisu, veslanju in kajakaštvu/kanuizmu, avtomoto športih), v kategorijo ostalih športov pa so umestili preostale olimpijske in neolimpijske športe, šport invalidov, rekreativni šport in šport mladih. Kriteriji še določajo (prav tam), da rezultatov slovenskih športnikov v ligaških tekmovanjih po Evropi in svetu ne objavljajo zgolj zato, ker so na voljo posnetki tekmovanja, ampak le »ko je slika ustrezna in nastop športnika uspešen«.

5.2 Televizijske pravice in dostop

Uredniška skupina športnih dnevnoinformativnih oddaj in urednik športnega programa se v veliki meri strinjajo, da televizijske pravice pravzaprav pomenijo dostop – najprej sicer dostop do posnetkov, a posledično tudi dostop do športnikov in športnih delavcev. Omogočen ali vsaj olajšan dostop pa pomeni, tako Radisavljević (2014), da ne dostopajo »do več vsebine, temveč do boljše vsebine«. (Ne)omejenost dostopa določa vrsta pridobljenih pravic, pri čemer je treba ločevati imetnike pravic (ang. *rights holders*) in neimetnike pravic (ang. *non-rights holders*). V prvem primeru gre za organizacijo, ki si je zagotovila pravico do radiodifuznega oddajanja športnega dogodka na posameznem teritoriju, v drugem primeru pa si organizacija te pravice⁴ ni zagotovila (Mednarodni olimpijski komite 2011). Nosilec pravice⁵ je tisti, ki določi, v kolikšni meri je imetnik pravic upravičen do oddajanja tako v tehničnem kot vsebinskem smislu (Bergant Rakočević 2008, 229). Kot pravi Jovanović (2014), imajo imetniki pravic običajno vse ugodnosti, namenjene medijem, in tudi če si organizacija naknadno uredi pravico do poročanja v informativnih oddajah, so te ugodnosti že zelo omejene. Prav tako jih kot imetnike pravic v neformalnih okoliščinah obravnavajo drugače, saj je dogovarjanje lažje. Jovanović (prav tam) še pravi, da se mu zdi upravičeno, da televizija, ki plača izjemno visoke zneske za pravice, s tem dobi tudi dodatne ugodnosti. V slovenskem prostoru so običajno kljub temu pri poročanju pred dogodkom povsem izenačeni z ostalimi mediji, tudi tistimi z majhnim ugledom na trgu, v zahodnih državah pa je to po njegovih besedah (prav tam) bistveno bolj urejeno.

V primeru televizijskih pravic za neposredni prenos odgovorni za radiotelevizijsko produkcijo imetnikom pravic poleg posnetkov dogodka za poročanje največkrat zagotavljajo tudi (Host Broadcast Services 2015; Mednarodna smučarska zveza 2013; Tomanič 2014):

- unilateral (ang. *unilateral*), ki je signal oz. linija, posredovana v živo, namenjena izključno enemu mediju imetniku pravic. Preko nje novinarske ekipe, običajno s svojo

⁴ Za poročanje v informativnih programih imajo neimetniki na voljo druge vzvode, o katerih pišemo v nadaljevanju.

⁵ S terminom nosilec pravice v magistrski nalogi označujemo originalnega imetnika televizijskih pravic, torej tistega, ki pravice prodaja. Njegova določitev je lahko zelo težavna, saj je odvisna od sodelovanja subjektov v organizaciji športne prireditve, se pa pojavljajo trije različni subjekti: prireditelj, organizator in izvajalec (Bergant Rakočević 2008, 239).

kamero, opravljajo pogovore s športniki pred ali med tekmo oz. po njej. Možna je takojšnja, sprotna objava.

- multilateral (ang. *multilateral*), ki je signal oz. storitev, ki jo zagotavljajo in koordinirajo nosilci pravic oz. za to zadolžene agencije, namenjena pa je skupni koristi vseh imetnikov pravic. V primeru formule ena TVS na ta način dobi posnetke dogajanja, ki ga ni bilo v neposrednih prenosih in dodatne izjave.
- dostop do mešane cone (ang. *mix zone*), ki je prostor na prizorišču, namenjen intervjujem po tekmi, v njej pa se mešajo mediji in športniki. Običajno je postavljena med garderobami in igriščem. Do nje dostopajo tako imetniki kot neimetniki pravic, pri čemer imajo imetniki prednost (bodisi povsem ločen prostor bodisi prostor bližje tekmovalcem).
- dostop do cone hitrih intervjujev (ang. *unilateral flash interviews*), ki je prostor med igriščem in garderobami, običajno pa tik ob igrišču, namenjen takojšnjim in kratkim izjavam po končani tekmi. Ker signal po unilateralni liniji potuje v živo, je možna takojšnja objava.

Izsledki opazovanja z udeležbo kažejo, da lahko v dnevnoinformativnih oddajah glede na dostop ločimo 3 skupine športnih tekmovanj.

- a. Tekmovanja, za katera je bil dostop do posnetkov omogočen brez omejitev, ker je bila TVS imetnik televizijskih pravic.
- b. Tekmovanja, za katera je bil dostop do posnetkov omejen, ker je bila TVS neimetnik pravic, dostop do informacij pa je bilo še treba urediti ali pa je bil dostop omogočen preko agencijskih izmenjav.
- c. Tekmovanja, za katera dostopa do slike ni bilo in se je o njih poročalo brez slike.

5.2.1 Dostop brez omejitev

Kot razlaga glavni producent športnega programa TVS Tom Tomanič (2014), si je javna televizija ob nakupu televizijskih pravic za neposredne prenose v vseh primerih v pogajanjih zagotovila tudi pravico od objave v informativnih programih. V času trajanja pogodbe lahko novinarji športnega programa (novinarji ostalih uredništev pa le ob soglasju glavnega urednika športnega programa) posnetke tekmovanja v svojih objavah v dnevnoinformativnih oddajah uporabljajo neomejeno. Nosilci pravic lahko ob prodaji pravic za neposredne

prenose pravico do poročanja v informativnih oddajah tudi pridržijo in jo sami prodajajo naprej zainteresiranim strankam, kar je sicer običajna praksa (prav tam). Lahko pa nosilec odločitev, ali bo pravico do poročanja v informativnih programih nadzoroval sam, tudi prepusti (oz. v pogajanjih proda) televizijam z neposrednim prenosom. Te jo lahko nadalje kot ekskluzivno vsebino zadržijo zase ali prodajo naprej drugim televizijam.

5.2.2 Dostop z omejitvami

Če TVS za športni dogodek ne pridobi televizijskih pravic za (ne)posredni prenos, lahko v dnevnoinformativnih oddajah poroča s pomočjo televizijskih pravic, ki z omejitvami dovoljujejo dostop do informacij (Tomanič 2014). Z opazovanjem smo ugotovili, da lahko ob tem ločimo dve vrsti pridobljenih posnetkov z omejitvami v dostopu.

- a. Posnetki tekmovanj, pri katerih dostop določajo agencijske izmenjave.
- b. Posnetki tekmovanj, pri katerih dostop do informacij določata druga televizija ali nosilec pravic.

5.2.2.1 Posnetki, pri katerih dostop določajo agencijske izmenjave

Športni program TVS sliko pridobiva preko treh televizijskih agencijskih izmenjav:

- Evrovizija (v izvorniku *Eurovision*), katere lastnik je EBU, zato je slika na voljo samo javnim televizijam. Agencija letno poroča o približno 120 športnih dogodkih (Eurovision 2014). Deluje po principu recipročnosti, saj si evropske javne televizije sliko izmenjujejo (Perovič in Šipek 1998, 60).
- SNTV, ki je ena največjih svetovnih športnih agencij, namenjena le izmenjavi videoslike. Lastnika sta The Associated Press, največja novičarska agencija na svetu, in IMG, neodvisen producent in distributer športnih vsebin. Agencija je komercialne narave in zato na voljo vsem televizijam (SNTV 2014).
- Reuters Media Express, ki TVS posreduje novičarska besedila, videosliko in fotografije z vseh področij, ne le iz športa. Lastnik je medijsko podjetje Thomson Reuters (Reuters Media Express 2014).

V analiziranem obdobju smo z opazovanjem z udeležbo ugotovili, da so omejitve, ki jih postavljajo agencije, zelo različne, omejujejo pa dolžino uporabljenih posnetkov, dovoljeno

trajanje objav (običajno 24/48/72 ur po končanem dogodku), število objav v oddajah, zemljepisno območje dovoljenih objav in/ali prepovedujejo arhiviranje (Eurovision; SNTV; Reuters Media Express). Agencije uporabo posredovanih posnetkov v oddajah, ker so te dostopne na spletu, nadzorujejo s pomočjo digitalnih podpisov, ki jih je brez ustreznih aparatov nemogoče zaznati. Nedovoljena uporaba je kaznovana, bodisi takoj ali šele pri sklepanju oz. obnavljanju pogodb z agencijo (Tomanič 2014). Agencije sicer ne ločijo med manj ali bolj pomembnimi dogodki, saj je njihovo sito »neprimerno bolj redko od uredniških sit posameznih novinarskih hiš« (Perovič in Šipek 1998, 55), novinarskim hišam pa tako prepuščajo kvalitetno možnost izbire in odločanja o tem, kaj objaviti in kaj ne (prav tam).

5.2.2.2 Posnetki, pri katerih dostop določa druga televizija ali nosilec pravic

Televizije za poročanje v dnevnoinformativnih oddajah pogosto sklepajo recipročne dogovore o *dostopu do informacij* (ang. *news access*) (Andrews 2005, 124). Zaradi pomanjkanja obravnave dostopa do informacij v strokovni literaturi smo ga v magistrskem delu opredelili s pomočjo dveh na spletu dostopnih pogodb (Mednarodna nogometna zveza 2014; Mednarodni olimpijski komite 2011). Dostop do informacij razumemo kot uporabo videoposnetkov za potrebe informativnih televizijskih programov, do katere so upravičeni neimetniki pravic. Obema omenjenima pogodbama je skupno, da objave ne dovolita do konca dogodka in jo dovoljujeta samo v 24 urah po koncu dogodka, da določata dovoljeno dolžino posnetkov in število oddaj, v katerih so lahko objavljeni, ter prepovedujeta arhiviranje posnetkov. Novinarjem neimetnikom pravic akreditacija omogoča dostop do prizorišča, a brez snemalne opreme. Zelo podobna navodila veljajo tudi za ostale športne dogodke, natančnejša določila dostopa do informacij pa ureja vsaka pogodba za posamezni športni dogodek posebej, pravi producent Tomanič (2014). Vsem je skupno le to, da je uporaba dovoljena le v informativnih oddajah in le 24 ur⁶ po končanem dogodku (prav tam).

Pri poročanju z uporabo dostopa do informacij je treba ločevati, ali gre za dogodek na območju Slovenije ali v tujini. V primeru tekem v Sloveniji TVS dostop do informacij zagotavlja 74. člen *Zakona o medijih* (2006), ki opredeljuje (brezplačno) pravico do kratkega

⁶ Na trgu je možno kupiti tudi pravice za vrhunce tekmovanj, ki so primerljivi z dostopom do informacij. Posnetkov v vrhuncih je več, nekje do pet minut, in tudi njihova objava je dovoljena dlje časa – a za bistveno višjo ceno. Tega se v športnem uredništvu TVS ne poslužujejo. (Tomanič 2014)

poročanja. Praksa v športnem uredništvu TVS je, da tak dogodek na prizorišču posnamejo s svojo kamero, saj mora biti snemalec na prizorišču v vsakem primeru, da bi po koncu tekme posnel še izjave športnikov. Drugi način dostopa do posnetkov, ki se vedno bolj uveljavlja, je ta, da imetnik pravic drugi televiziji posnetke iz prenosa zagotovi bodisi preko strežnika ftp, kasete, zunanjega diska ali kakršnegakoli prenosnega medija. V tem primeru mora neimetnik pravic poravnati tehnične stroške, vnos kamere na prizorišče pa ni več dovoljen. Zakon sicer omogoča uporabo do devetdeset sekund slike (*Zakon o medijih* 2006, 74. člen), a kot pravi Tomanič (2014), sam skuša »v vseh pogajanjih priti do satelitskih parametrov neposrednega prenosa in s tem do dostopa do celotne tekme, zato da lahko novinar po lastni presoji izbere zanj pomembnih devetdeset sekund slike« (prav tam).

Za uporabo posnetkov športnih tekmovanj iz tujine pa uporabljajo praviloma plačljivi dostop do informacij. V tem primeru je nujen dogovor z imetnikom (drugo slovensko televizijo) ali nosilcem pravic. Kot pravi Tomanič (2014), je prvi korak sploh ugotoviti, kdo to je. Pri tujih prodajalcih je običajno cena takega dostopa postavljena za vsako začeto minuto (čeprav v pogajanjih velikokrat dosežejo dogovor za ceno devetdesetih sekund), a je dovoljena dolžina objave vseeno omejena. Če do posnetkov dostopajo preko drugih slovenskih televizij, ki jim pogodbe omogočajo, da na trgu s podlicencami nadzorujejo dostop do informacij, gre po navadi za recipročne in obojestransko koristne dogovore, ki so bodisi plačljivi ali ne (prav tam). V teh primerih pa gre tudi za »dobro voljo televizije, ki bi se lahko odločila, da posnetkov ne posreduje ali ne proda naprej« (Tomanič 2014). Vir pridobljenega posnetka navedejo le, če je bilo to od njih izrecno zahtevano (prav tam). Pogodbena določila dostopa do informacij za razliko od pravic za neposredne prenose ne zapovedujejo nobene dolžnosti objavljanja (ang. *broadcast obligation*), ki bi predvidevala minimalno obveznost predvajanja in obliko predvajanih vsebin.

V obeh primerih, tako pri (plačljivem) dostopu do informacij kot pravici do kratkega poročanja lahko akreditirani novinar dostopa in snema v mešani coni in na novinarskih konferencah. »Pri globalnih športih, kot so formula ena, liga prvakov v nogometu, veliki mitingi, svetovna in evropska prvenstva v atletiki, mora imeti televizijski novinar, še preden sploh zaprosi za akreditacijo, urejeno najmanj pravico do dostopa do informacij, v nasprotnem primeru je verjetnost, da bo akreditacija odobrena minimalna oz. nična« (Tomanič 2014), dostop pa popolnoma onemogočen (prav tam).

Ker lahko o dogodkih v zapovedanem roku in predpisani dolžini poročajo v vsaki informativni oddaji, ni pa nujno, da je ta športna, športno uredništvo ostalim uredništvom TVS preprečuje dostop do posnetkov, pridobljenih preko teh vzvodov, ker bi njim v nasprotnem primeru ostalo premalo objavnega časa v lastnih oddajah, »saj gre v prvi vrsti za športni dogodek in šele nato dogodek splošnega pomena« (prav tam).

5.2.3 Poročanje brez dostopa

Brez dostopa do informacij, bodisi ker niso bili imetniki pravic ali zato ker dostopa niso uredili, so na Televiziji Slovenija poročali o naslovu svetovnih prvakov Nadje Bičkove in Mihe Vodičarja v kombinaciji desetih plesov ter o zmagi Franke Anić na tekmi svetovnega pokala v tekvondoju. Kot pravi Hočevarjeva (2014), je bilo v primerih brez dostopa v zadnjih letih ogroženo le poročanje o nekaterih velikih teniških turnirjih in kolesarskih dirkah, sicer pa je takih dogodkov zelo malo.

5.3 Objave v športnih dnevnoinformativnih oddajah TVS

Analizirali smo novinarska besedila v športnih dnevnoinformativnih oddajah TVS o vseh tekmovanjih, za katere so uredili neomejeni ali omejeni dostop in se niso zgodila pred analiziranim obdobjem. Objave smo razporedili v Tabeli 5.1. V njej niso upoštevana tekmovanja, za katere TVS dostopa sploh ni imela. Prav tako nismo upoštevali mednarodnih ligaških tekmovanj slovenskih predstavnikov, če niso odigrali najmanj ene tekme doma in ene na tujem, saj v nasprotnem primeru vzorca ni možno prepoznati (npr. pokal evropske odbojarske zveze). Iz istega razloga smo izpustili tudi dve slovenski športni tekmovanji, ki trajata celo sezono, v oddajah pa sta bili omenjeni le po enkrat, kar smo pripisali nekonsistentnosti poročanja (tekma slovenskega rokometnega pokala in tekma državnega prvenstva v košarki).

Tabela 5.1 preverja obseg in način ter žanrsko raznolikost poročanja. Športna tekmovanja, ne objave, ločuje glede na dostop posnetkov (neomejeni ali omejeni) in glede na to, kako je TVS dostop pridobila (od druge slovenske televizije, od agencije ali od drugega nosilca pravic).

Objave pa ločuje glede na tri časovna obdobja: a) napovedovanje, pri katerem ne gre zgolj za najavo tekmovanja, temveč za vse objave o dogodku, preden se je ta zgodil, b) poročanje, kjer objave temeljijo zgolj na športnem dogodku, in c) razpletanje, kamor sodijo objave, ki sicer izhajajo iz športnega dogodka, a so namenjene dogajanju po njegovem zaključku. Znotraj treh časovnih obdobj pa smo v vsaki objavi razdelili še na televizijske žanre, kot jih je opredelila Labanova (2007): a) televizijsko vest (V), ki združuje kratko vest, vest in razširjeno vest, b) televizijsko izjavo (IZ), c) televizijsko poročilo (P), č) televizijski pregledni prispevek (PP), d) televizijsko reportažo (R) in e) televizijski intervju (IN). Ob naštetem smo objave razločevali še s tremi televizijskimi prvini: f) neposrednim vklopom novinarja (VK), g) sotvorbo v studiu (S) in h) grafiko (G).

TVS je imela v novembru 2014 televizijske pravice za prenose in s tem omogočeno neomejeno objavljanje v informativnih oddajah za naslednje dogodke: tri tekme nogometnega državnega prvenstva (DP), eno prijateljsko (p.) tekmo slovenske moške nogometne reprezentance, štiri tekme v kvalifikacijah (k.) za evropsko prvenstvo v nogometu, med njimi za eno tekmo slovenske moške reprezentance, dve tekmi nogometne evropske lige, tekmo slovenske moške rokometne reprezentance v kvalifikacijah za evropsko prvenstvo, zadnje tri dirke sezone formule ena, dve tekmi lige prvakov v odbojki za moške, šest tekem svetovnega pokala v alpskem smučanju pri ženskah (Ž) in moških (M), dve tekmi svetovnega pokala v smučarskih skokih, eno tekmo svetovnega pokala v biatlonu, eno tekmo svetovnega pokala v športnem plezanju, eno v judu in eno tekmovanje v konjeništvu.

Dnevnoinformativne oddaje so z dostopom do informacij v analiziranem obdobju poročale o rokometni ligi prvakov, tako ženski, kjer nastopa RK Krim, kot moški, kjer igra RK Celje, pravice za prenos obeh tekmovanj pa je imela Šport TV. Isti televizijski program je imel pravice tudi za hokejsko regionalno ligo EBEL, kjer igra slovenski klub HDD Olimpija, regionalno košarkarsko ligo ABA, kjer igrata KK Union Olimpija in KK Krka, in košarkarski evropski pokal, kjer igra KK Union Olimpija. Šport TV je v prenašal tudi vse tri prijateljske tekme slovenske moške hokejske reprezentance, odigrane na turnirju v Ljubljani. Pravice za neposredne prenose nogometne lige prvakov, kjer je v sezoni 2014/2015 igral NK Maribor, sta si razdelila Planet TV in Sport Klub. Čeprav ima TVS ekskluzivne pravice za prenos skoraj celotne sezone smučarjev skakalcev, je tri tekme v opazovnem času prenašal Planet

TV. Dostop do informacij za tekmovanja v jadranju, smučarskih tekah in nordijski kombinaciji so nadzorovali nosilci pravic.

V primeru klubskih tekmovanj je TVS druge slovenske televizije zaprosila za dostop do informacij za tekmovanja na najvišji klubski ravni (nogometna liga prvakov, liga prvakov v rokometu), za posnetke tekmovanj na nižji ravni (košarkarski evropski pokal, po kakovosti drugo najmočnejše evropsko tekmovanje, košarkarska liga ABA, regionalna liga držav nekdanje Jugoslavije, razširjena avstrijska hokejska liga EBEL) pa ne, čeprav so jih druge televizije prenašale. O tekmah v Sloveniji so poročali na podlagi zakonske pravice do kratkega poročanja.

V analiziranih oddajah je bila uporabljena slika, pridobljena preko agencijskih izmenjav, z naslednjih tekmovanj: severnoameriške hokejske lige NHL, severnoameriške košarkarske lige NBA, zaključnega teniškega turnirja sezone ATP v Londonu, zaključnega dvoboja sezone teniškega turnirja FED, zaključnega dvoboja sezone v teniškem Davisovem pokalu, nemške nogometne prve lige, košarkarske evrolige in šahovskega dvoboja za naslov svetovnega prvaka.

5.3.1 Napovedovanje

Napovedovanje razumemo kot pozornost, ki jo – prevedeno v objave – športni dogodek dobi, še preden se zgodi. Tovrstno napovedovanje je treba ločiti od najav, ki jih Labanova (2007, 59) razume kot informiranje gledalcev znotraj informativne oddaje o drugih, prihajajočih informativnih oddajah, v analiziranih primerih pa torej kot informiranje o neposrednih prenosih. Televizijske pravice v tej fazi na poročanje vplivajo posredno – ker ne gre za neposredno poročanje o dogodku, na katerega so pravice vedno omejene, temveč za poročanje pred njim, ki je običajno dovoljeno in omogočeno vsem medijem (Andrews 2005).

Ugotovimo lahko, da so bile objave številčneje, če je imela TVS za športni dogodek neomejeni dostop do posnetkov. V teh primerih so v najmanj eni večerni oddaji pripravili obširnejši prispevek, v drugih dveh oddajah pa običajno vest, ki so ji praviloma dodali izjavo. Zgled je poročanje o pripravah nogometne reprezentance na tekmo z Anglijo v kvalifikacijah za evropsko prvenstvo – v oddajah ob 19. uri so od 10. 11. 2014 do 14. 11. 2014 objavljali televizijske pregledne prispevke, v oddajah ob 13. in 22. uri pa v istem časovnem obdobju praviloma vesti s pogosto dodanimi izjavami. Podobno so pred odbojgarsko tekmo v ligi prvakov ACH – Rzsezsow objavili pregledni prispevek (Š19, 18. 11. 2014), dan kasneje pa izjavo kot napoved tekme (Š13, 19. 11. 2014).

Razlog za številčne televizijske pregledne prispevke v tem obdobju je časovni, saj so se novembra sezone alpskih smučarjev, smučarskih skakalcev in biatloncev začele, sezona formule ena pa se je končevala. Pred začetkom sezone smučarjev skakalcev so tako v tednu pred prvo tekmo sezone kontinuirano v zaporednih dneh pripravili pregledne prispevke o Petru Prevcu (Š19, 17. 11. 2014), o ostalih slovenskih skakalcih (Š19, 18. 11. 2014), o pričakovanih glavnega trenerja Gorana Janusa pred novo sezono (Š19, 19. 11. 2014) in o tujih skakalcih (Š19, 20. 11. 2014). Naslednji dan se je začelo dogajanje na prizorišču prve tekme sezone. Žanr je primeren, saj je, tako Labanova (2007, 139), analitično-komentatorski, avtorji pa so v prispevkih skušali čim pregledneje predstaviti izhodišča športnikov v pripravah na novo sezono ali možne razplete iztekajoče se sezone. V prispevkih tako o smučarskih skokih kot nogometu so bili uporabljeni arhivski posnetki, katerih objava je dovoljena samo pri neomejenem dostopu.

Izbiro žanra pa lahko pojasnimo tudi z novinarskim pristopom in uredniško politiko. Če je dostop omejen, je namreč napovedovanje redko (z izjemo NK Maribor v ligi prvakov) in takrat praviloma omejeno na psevdodogodke (npr. žreb, novinarska konferenca, fotografiranje), zlasti pri poročanju o ligi prvakov in teniških turnirjih (npr. novinarska konferenca pred tekmo lige prvakov, Š13, 4. 11. 2014, organizirano druženje teniških igralcev pred turnirjem, Š19, 8. 11. 2014).

Sicer pa je sprejeti dogovor na Televiziji Slovenija tak (Radisavljević 2014), da prispevke pred dogodkom pripravijo pred nastopi slovenskih klubov v ligi prvakov (NK Maribor in OK ACH), pred vsemi reprezentančnimi tekmami in pred dirkaškim vikendom formule ena, pri zimskih dogodkih pa le, ko je novinar na terenu (prav tam). Za pripravo takega prispevka namreč potrebujejo izjave slovenskih športnikov, ki pa jih med sezono težko ulovijo doma (prav tam). Temu pritrjujejo tudi izsledki naše analize, a dodajamo, da so napovedno objavo dobili praviloma vsi dogodki z neomejenim dostopom (tudi evropska liga v nogometu in konjeništvu). V primeru moške rokometne lige prvakov so napovedni prispevek naredili, ko je bil novinar na terenu (Š13, 29. 11. 2014), v primeru ženske rokometne lige prvakov pa zaradi pomembne nove članice RK Krim (Š22, 20. 11. 2014).

Dogodkov, s katerih posnetke pošiljajo agencijske izmenjave, ne napovedujejo, ker nimajo ustreznih zagotovil, da bodo posnetke pravočasno ali sploh dobili. Velikokrat se tudi zgodi, da dobijo posnetke dogajanja pred dogodkom (npr. novinarsko konferenco), posnetkov dogodka samega pa ne, npr. v primeru nogometne lige prvakov (Hočevnar 2014), ali pa pred dogodkom ne dobijo sploh ničesar in se izmenjave osredotočijo samo na tekmovanje, npr. teniške turnirje (Ogris 2014).

5.3.1.1 Najave neposrednih prenosov

Najava neposrednega prenosa je pogosta praksa v vseh treh analiziranih oddajah – v napovedi pred prispevkom, v njegovi odpovedi, ko prispevek deluje kot iztočnica zanjo, ali pa v zadnji odpovedi pred koncem oddaje, tudi če prispevka, izjave ali vesti ni. Voditelj najavo prebere neposredno v kamero, pri čemer je pogosto vizualizirana s sotvorbo (najpogosteje pri najavi dirk formule ena in tekem državnega prvenstva v nogometu). V odpovedih je lahko uporabljen grafični izpis sporeda dneva na ozadju studia (npr. Š13, 29. 11. 2014, voditelj

najavi prenose alpskega smučanja in nogometa). Nekajkrat je bil za najavo uporabljen zadnji stavek v prispevku (najava odbojarske tekme lige prvakov, Š19, 18. 11. 2014).

Po mnenju Hočevarjeve (2014) je upravičeno napovedati le res pomemben dogodek. Nasprotuje posrednim najavam neposrednih prenosov v dnevnoinformativnih oddajah, zlasti takrat, ko prispevki nimajo prave objavne vrednosti – to pa imajo le, ko zna novinar najti dobro temo in jo primerno prikazati. Pravi (prav tam) pa še, da morajo promovirati sami sebe in tudi zato načeloma ne najavljajo in ne napovedujejo dogodkov drugih slovenskih televizij. Z izjemo objav pred tekmami NK Maribor v ligi prvakov se tega držijo, saj hokejska liga EBEL, košarkarska liga ABA in evropski pokal v košarki niso imeli niti ene napovedne objave, za rokometno ligo prvakov pa je bila ta pri moških in ženskah objavljena le po enkrat. Boštjan Ogris (2014) meni, da ker pravice vedno težje pridobivajo, objavnega prostora pa imajo v oddajah (ker se te podaljšujejo) vedno več, morajo za pridobljene pravice dobro poskrbeti. Ko sam tehta med pomembno vsebino in napovedjo dogodka, bo dal prednost vsebini, prenos pa bo omenil le z besedo (prav tam). Na število objav, tako Ogris (2014), pomembno vpliva tudi rangiranje športov, saj nogomet dobi med vsemi športi absolutno največ pozornosti, pri čemer televizijske pravice niso najpomembnejše.

5.3.2 Poročanje

Če se strinjamo z Jovanovičem (2014), da je osnovno poslanstvo dnevnoinformativnih oddaj gledalca informirati in je v skrajnih primerih dovolj to početi samo z objavo rezultata, lahko ugotovimo, da poročanje v dnevnoinformativnih oddajah zaradi televizijskih pravic v analiziranem obdobju ni bilo ogroženo. Umeščenost v oddajo, tudi sodeč po odgovorih uredniške skupine, ni neposredno povezana s televizijskimi pravicami, temveč z aktualnostjo in pomembnostjo dogodka. Nekaj športnih dogodkov je bilo namreč objavljenih povsem brez slike, zgolj z grafiko (npr. rezultati nogometne lige prvakov z izjemo NK Maribor, rezultati lige EBEL). Grafika v teh primerih nadomešča vizualizacijo z živo sliko, pomaga pa ponazoriti »velike količine informacij v zgoščeni, pregledni in jasni obliki« (Laban 2007, 45).

Hočevarjeva (2014) pravi, da si v oddajah želijo poročanja s sliko o vseh vidnejših in pomembnejših rezultatih slovenskih športnikov ter o izbranih največjih svetovnih dogodkih,

ki bi gledalca lahko zanimali, kljub temu da slovenskega predstavnika ni. V analiziranem obdobju bi si uredniška skupina (Hočevar 2014; Ogris 2014; Radisavljević 2014) želela s posnetki nadgraditi le poročanje v nogometni ligi prvakov (s posnetki so namreč poročali le ob nastopih NK Maribor). Kot je opozoril Ogris (2014), je bilo izjemno pomembno, da so pridobili dostop do posnetkov reprezentančnih tekem slovenske hokejske reprezentance, ker o hokeju prav zaradi težav s pridobivanjem televizijskih pravic v zadnjih letih poročajo zelo omejeno.

A izsledki analize kažejo, da sta obseg in način poročanja vendarle pogojena z omejenostjo dostopa. Športni dogodki, s katerih so slike posredovale agencije, so bili praviloma objavljeni le v obliki vesti, ali ker slika ni bila (pravočasno) posredovana, le s sotrvo. Največkrat so bili na ta način objavljeni dosežki slovenskih košarkarjev v ligi NBA in hokejista v ligi NHL.

Če so imeli za dogodek urejen neomejeni dostop, so o njem pripravili praviloma najmanj en novinarski prispevek. Kot pravi Hočevarjeva (2014), je bila dolgoletna praksa, da je ob neposrednih prenosih reporter (ali novinar, ko je bil ta na terenu) vedno pripravil prispevek, v zadnjem času pa so uspeli doseči, da ga pripravijo le, če slovenski športnik nastopi uspešno. Od tega sicer v analiziranem obdobju odstopata dva primera poročanja: na dirkah formule ena ni bilo nobenega slovenskega predstavnika, na tekmi alpskega smučanja pa Slovenci niso dosegli vidnejšega rezultata. Radisavljević (2014) razlaga, da neposredni prenos vedno dobi objavo v dnevnoinformativni oddaji, najmanj v obliki vesti. Temu najbolje pritrjujejo objave z moških tekem svetovnega pokala v alpskem smučanju, saj je bilo več vesti (5) kot novinarskih prispevkov (2). To se mu zdi upravičeno (prav tam), ker v večini primerov v Sloveniji kot edini do posnetkov dostopajo ekskluzivno, prav tako imajo zaradi tega na voljo boljšo vsebino, posnetke različnih kamer in zornih kotov. Sicer pa urednica (Hočevar 2014) meni, da neomejeni dostop pomeni tudi več širine v poročanju, enostavno zato, ker takrat, ko je dostop omejen, premalo razmišljajo o prispevkih.

Če so v uredništvu TVS dostop do informacij uredili preko drugih slovenskih televizij, so bile objave v fazi poročanja podobne tistim, ko so o tekmovanjih poročali z neomejenim dostopom. Z vseh športnih dogodkov praviloma pripravijo televizijsko poročilo za najmanj eno dnevnoinformativno oddajo (npr. poročanje tako o ženski kot moški ligi prvakov). Ne le do devetdesetih sekund slike, v primeru tekem v tujini dostopajo do posnetkov celotne tekme

(Tomanič 2014), v primeru tekem v Sloveniji pa lahko s svojo kamero posnamejo celoten dogodek. Novinarsko upovedovanje ni spremenjeno, izbira kadrov pa je povsem prepuščena novinarju. V poročanju s tekem v Sloveniji in v tujini smo opazili le eno pomembno spremembo: objavam domačih tekem so dodane izjave športnikov (npr. tekma rokometne lige prvakov Krim – Dinamo, Š22, 9. 11. 2014), v objavah s tujih tekem pa izjav ni, objavljeno je le novinarjevo brano besedilo (npr. tekma rokometne lige prvakov Dinamo – Krim, Š19, 1. 11. 2014), pri čemer žanr ostane nespremenjen in je običajno televizijsko poročilo. Na tekme v tujino namreč novinarja pošljejo le izjemoma (npr. poročanje o tekmi rokometne lige prvakov Vardar – Celje, Š19, 30. 11. 2014).

Ko za tekmovanja uveljavljajo pravico do kratkega poročanja, v analiziranem obdobju opazamo zelo različno poročanje o slovenskih klubih v mednarodnih ligah, če so tekme odigrane doma ali v tujini (zglede so hokejska liga EBEL, košarkarska liga ABA, evropski pokal v košarki). Na tekmah, ki so odigrane v Sloveniji, zaradi zakonske pravice stroškov skorajda nimajo, dogodki pa so objavljeni v televizijskih poročilih z vključenimi izjavami športnikov (npr. poročilo s tekme Union Olimpija – Zenit v košarkarskem evropskem pokalu, Š22, 4. 11. 2014; poročilo s tekme Krka – Cibona v ligi ABA, Š19, 8. 11. 2014). Tekme, ki pa so v omenjenih tekmovanjih odigrane v gosteh, pa so objavljene vedno le s sotorbo (kot pri košarkarskih tekmah, npr. Zadar – Olimpija v ligi ABA, Š22, 8. 11. 2014) ali z grafiko (v pri hokejskih tekmah, npr. Innsbruck – HDD Olimpija, Š22, 22. 11. 2014). Odločitev o objavah je neposredno povezana s televizijskimi pravicami (Hočevar 2014). Z domače tekme prispevek pripravijo, ker gre za dogodek na slovenskih tleh, ker je to »smotno in pravilno« (prav tam). Nakup oz. urejanje dostopa do informacij v primeru tekem v gosteh pa se urednikom v rednem delu sezone ni zdela smiselna, naj pa bi o njej razmišljali, ko se bodo sezone razpletale (prav tam). Po mnenju Boštjana Ogrisa (2014) je tudi tak način dovolj za poročanje. Objave o tekmah na tujem pripravijo, da bi zagotovili kontinuiteto v poročanju z obeh tekmovanj, a kot pravi urednica (Hočevar 2014), »ne bi smeli povedati zgolj rezultata, ampak bi vseeno morali dodati še kako drugo informacijo«.

Preko agencijskih izmenjav dostopajo do veliko več posnetkov tekmovanj, kot jih objavijo v dnevnoinformativnih oddajah. Zgled sta lahko ligi NBA in NHL. V primeru lige NBA je bila tako le enkrat objavljena vest s tekme, kjer ni bilo slovenskih predstavnikov (tekma Chicago – New York zaradi dosežka Carmela Anthonyja, Š13, 3. 11. 2014), slovenska predstavnika

pa sta bila v objavah omenjena petnajstkrat, od tega desetkrat s sotrvo. V ligi NHL sta bili objavi brez slovenskega predstavnika dve (tekma New York – St. Louis zaradi dobrodelne akcije, Š19, 4. 11. 2014, in derbi vzhodne konference Boston – Pittsburg, Š19, 25. 11. 2014), Anže Kopitar je bil s sotrvo omenjen petkrat. Hočevarjeva (2014) meni, da o nečem ne smejo poročati samo zato, ker sliko imajo, in to mora biti prvo in glavno načelo pri sestavljanju dnevnoinformativnih oddaj. Zato se zdaj trudijo, da bi posnetke lig NBA in NHL vsaj v rednem delu sezon povsem izključili iz oddaj, če nastopajo Slovenci, pa naj bi vedno presodili, ali je bil njihov dosežek dovolj pomemben (prav tam). Velikokrat je objava dosežka s sotrvo povezana z odločitvijo voditelja, ki se drži načela, da so to v preteklosti vedno objavljali in zato od tega ne odstopa. Ogris (2014) dodaja, da za take primere niso sklenili trdnih dogovorov. Objava agencijsko posredovanih posnetkov je sicer dobrodošla rešitev v dneh, ko je ostalega dogajanja zelo malo (npr. poročilo s tekme nemške nogometne lige, Š19, 2. 11. 2014).

V dveh primerih so imeli v analiziranem obdobju na TVS za tekmovanje neomejeni dostop, neposrednih prenosov pa niso objavili. V enem primeru so sliko iz prenosa vseeno uporabili (svetovni pokal v judu), enkrat pa ne (svetovni pokal v smučarskih tekih). Le redko se namreč odločijo, da bodo signal neposrednega prenosa, ki so ga kupili, a se ga niso odločili objaviti v (ne)posrednem prenosu⁷, snemali le za potrebe dnevnoinformativnih oddaj. Stroški plačila satelitov so običajno predragi. To so storili pri judu, kjer so tridnevno dogajanje posneli, če je bil slovenski nastop dober, pa tudi objavili (Š19 in Š22, 1. 11. 2014). Zaradi zakupljene možnosti neposrednega prenosa so ob koncu lahko uporabili unilateral in tako posneli izjavo zmagovalke Tine Trstenjak, čeprav novinarja ni bilo na prizorišču. V primeru smučarskih tekov pa neposrednega prenosa niso snemali, so pa od nosilca pravic naknadno kupili še dostop do informacij, ker se jim je tako finančno bolj izplačalo (Hočevar 2014).

⁷ TVS je imetnik pravic z neomejenim dostopom za celotno sezono 2014/2015 smučarskih tekov. Zaradi slabše gledanosti in skromnejših nastopov slovenskih predstavnikov objavljajo le (ne)posredne prenose tekaškega sprinta, kjer realno pričakujejo vidnejše slovenske uvrstitve, vseh ostalih disciplin pa praviloma ne (Hočevar 2014).

5.3.3 Razpletanje

Ne glede na vrsto dostopa je bilo novembra 2014 najmanj objav, ki bi jih lahko uvrstili med razpletanje. So bile pa te izrazito pogostejše v primeru zagotovljenega neomejenega dostopa (22 objav) v primerjavi s sedmimi objavami, ko je bil dostop omejeni. Ugotovitev je razumljiva, saj televizijske pravice pri omejenem dostopu dovoljujejo objavo posnetkov praviloma le 24 ur po končanem dogodku (pri agencijsko posredovanih posnetkih je ta čas lahko tudi daljši), zaradi česar bi morali biti v teh primerih prispevki pripravljene zgolj brez posnetkov tekmovanja (Hočevnar 2014). Kot pojasnjuje Ogris (2014), so agencije v vseh primerih posredovale le posnetke tekmovanj, s katerimi bi objavo z drugačno vsebino od prejšnjih težko pripravili (npr. šah, teniški turnir ATP, košarkarska evroliga).

Dva televizijska pregledna prispevka o hokejski reprezentanci (prispevek o ugledu slovenske hokejske reprezentance, Š19, 7. 11. 2014, in prispevek o nekdanjem slovenskem selektorju, sicer Rusu Vladimiru Krikunovu, Š19, 8. 11. 2014) sta bila v analiziranem obdobju v oddaji umeščena v času, ko so pravice še dovoljevale uporabo posnetkov hokejskega turnirja v Ljubljani, a sta novinarja uporabila zanemarljivo malo posnetkov tekmovanja. Veliko več je bilo kadrov obrobne dogajanja, ki jih je snemalec TVS sam posnel na prizorišču. V oddajah so tako o tekmovalnem dosežku slovenske reprezentance, ki je tekme na turnirju odigrala zvečer, še isti dan poročali v oddaji ob 22. uri in podobno tudi naslednji dan ob 13. uri, pregledne prispevke pa so pripravili za oddajo ob 19. uri. Poročanje so prilagodili temu, da so v zadnjih letih o slovenski reprezentanci zaradi pravic poročali le malo (Ogris 2014).

Tako Jovanović (2014) kot Hočevnarjeva (2014) bi si želela več objav, ki bi jih umestili v razpletanje, torej več odzivanja na dogodke. Oba pri tem izpostavita premalo angažiranosti novinarjev v želji po iskanju zgodb. Hočevnarjeva (prav tam) še meni, da v določenih primerih novinarji tega časa nimajo, »ker se ukvarjajo z dnevnim dogajanjem in pripravo (pre)velikih količin prispevkov za vse oddaje«, tako dnevnoinformativne kot studijske. Po drugi strani pa je lahko prevelika samoiniciativnost novinarja, čemur lahko delno pripišemo veliko število objav o formuli ena, kriva za slabše uredniške odločitve (Jovanović 2014).

5.3.4 Objave o nogometni ligi prvakov

TVS ni imetnik pravic za nogometno ligo prvakov od sezone 2006/07 dalje. V sezoni 2014/15 sta si v Sloveniji pravico do neposrednih prenosov zagotovili televiziji Sport Klub in Planet TV, pri čemer je ena prenašala torkove, druga pa sredine tekme. Producent športnega programa TVS je tako dostop do informacij uredil z omenjenima televizijama. Pri objavah o ligi prvakov smo v dnevnoinformativnih oddajah TVS v analizi ločevali tekme z NK Maribor in preostale tekme.

Sport Klub je prenašal vse domače tekme NK Maribor. Kot pravi Tomanič (2014), sta jim dogovarjanje za te tekme močno olajšala *Zakon o medijih* (2006) in uveljavljanje pravice do kratkega poročanja. Sport Klub jim je objavo posnetkov omogočil skoraj brezplačno (plačali so le manjše tehnične stroške) in le z navedbo vira slike. Kot pravi producent (prav tam), jim je še v prejšnjem triletnem obdobju⁸ Uefa kljub zakonodaji to večkrat preprečevala, očitno pa so grožnje s tožbami zalegle in tega ne počne več (prav tam). Sodelovanje s televizijo Planet TV, ki je prenašala šest tekem NK Maribor v tujini, je bilo urejeno drugače. Dostop do posnetkov bi TVS sicer lahko drago zaračunali, a so sklenili recipročen dogovor in zamenjali posnetke lige prvakov za tiste z nogometnih kvalifikacij za evropsko prvenstvo. Kot opozarja Tomanič (prav tam), gre pri tem za dobro voljo televizije, ki bi se lahko odločila, da posnetkov ne bo prodala naprej.

Obe televiziji bi lahko TVS prodali dostop do informacij tudi za tekme brez slovenskega predstavnika. Čeprav vsi trije člani uredniške skupine (Hočevar 2014; Ogris 2014; Radisavljević 2014) opozarjajo, da bi si v poročanje dnevnoinformativnih oddaj želeli dodati pravzaprav le še posnetke tekem lige prvakov, tega dostopa niso uredili. Kot pravi Tomanič (2014), kot imetnik pravic teh zagotovo ne bi prodajal naprej (tudi v primeru NK Maribor

⁸ Združenje evropskih nogometnih zvez (Uefa) pravice za nogometno ligo prvakov prodaja za obdobje treh sezon. Pred triletnim obdobjem, ki se bo izteklo konec sezone 2014/2015, Uefa imetnikom pravic ni dovolila podlicenciranja dostopa do informacij konkurenčnim televizijam. Na ta način je skušala ohraniti ekskluzivnost imetnika pravic, zaradi česar je dosegala tudi izrazito večji finančni izplen. Brez zagotovljenih pravic za neposredne prenose tako nobena od televizij s posnetki ni smela poročati zgolj v informativnih oddajah. V zadnjem triletnem obdobju je Uefa spremenila svoj pristop, saj je pojavnost sponzorjev vedno pomembnejša, zato so odločitev o dostopu prepustili imetnikom pravic (Tomanič 2014).

ne), ker gre za produkt, ki te lahko dobro umesti na trgu, obenem pa bi bil znesek za te pravice zagotovo izjemno visok. Kot dodaja Hočevarjeva (2014), so bili vsi dogovori o poročanju le plod dolgoletnega dobrega sodelovanja z Uefo in obojestransko koristnega odnosa z drugimi televizijami.

Tako z domačih kot tujih tekem NK Maribor so tako lahko v vseh dnevnoinformativnih oddajah objavili do devetdeset sekund posnetkov najkasneje štiriindvajset ur po koncu tekme. Novinarju in snemalcu je bil omogočen dostop do mešane cone in novinarske konference, ekipa pa s kamero ni smela ob igrišče. Ugotavljamo pa, da televizijske pravice v primeru nogometne lige prvakov spreminjajo tretji korak v novinarskem sporočanjem procesu – upovedovanje.

5.3.4.1 NK Maribor v ligi prvakov

5.3.4.1.1 Objave brez dostopa

V analiziranem obdobju nismo opazili, da bi bila objava o NK Maribor pripravljena povsem brez dostopa do informacij, saj je novembra 2014 potekal skupinski del sezone, za katerega je veljal zgoraj obrazloženi dogovor. Izstopajoč primer, na katerega je opozorila Hočevarjeva (2014), pa se je zgodil že pri poročanju o zadnjem kolu predtekmovanja lige prvakov in o zmagi NK Maribor v Glasgowu, s katero se je ta uvrstil v skupinski del lige (Š19, 27. 8. 2014, glej Prilogo A). Ker je bila tekma odigrana na tujem, TVS pravice do kratkega poročanja ni imela, dostopa do informacij pa takrat še niso uredili. Kljub temu so v Glasgow na prizorišče tekme poslali ekipo novinarja in snemalca. Kot pravi Hočevarjeva (2014), je bila to najboljša možna rešitev in zaradi pomembnosti dogodka – kljub tveganju, da bi ostali brez posnetkov – tudi upravičena.

Kot razlaga novinar na prizorišču Simon Šparavec (2015) so omejitve zaradi dostopa do informacij spremenile njegovo pripravo na poročanje, saj v nasprotnem primeru o objavah vnaprej zagotovo ne bi razmišljal tako intenzivno. Okvirne dogovore, kako pripraviti prispevek brez slike tekmovanja, so z uredniki sprejeli pred odhodom v Glasgow, pri čemer so tvegali, da bi lahko zaradi drugačnega razpleta tekme ostali brez večjega dela posnetkov (prav tam). Upošteva Prilogo A lahko predvidevamo, da bi v primeru mariborskega poraza novinar ostal brez večine posnetkov, na katerih temelji prispevek, tj. slavja na mariborskem

letališču. Tudi zato se je že ob prihodu v Glasgow pozanimal o navijaških lokalih, snemalec pa je v njih navijače snemal ves prvi polčas tekme in se novinarju na stadionu pridružil šele sredi drugega polčasa. Akreditacija jima je omogočala, da sta lahko dostopala do mešane cone in tam posnela izjave (prav tam).

V prispevku po tekmi je novinar uporabil fotografije, da bi gledalcu vsaj delno približal dogajanje na igrišču, »čeprav v primeru, ko tekmo odloči en zadetek, posnetka s fotografijami enakovredno ne moreš nadomestiti« (Šparavec 2015). Zanašanje na izjave, tako športnikov kot navijačev, je v takih primerih nujno ali vsaj zelo zaželeno, saj lahko na ta način vsaj delno nadomestijo posnetke tekmovanja (prav tam). Šparavec (2015) je v prispevku uporabil trinajst tonskih izsekov, z njimi pa je nadomestil tudi pomanjkanje privlačnih posnetkov, saj tonski izseki »tudi pritegnejo pozornost gledalcev, saj je besedilo bolj dinamično« (Laban 2007, 116).

Novinar je pripravil reportažo, saj so mu razplet srečanja in dogodki, ki so sledili, to omogočili. Če bi imeli zagotovljen dostop do informacij, bi sam objavo v oddaji naslednjega dne razdelil na dva dela – na krajše poročilo s tekme in daljšo reportažo. Kot pravi Šparavec (2015), »vsak gledalec rad vidi odločilni (in edini) gol na tekmi«, čeprav so po njegovem mnenju (prav tam) to pomanjkljivost dobro zakrili. Gledalcu pa je ne glede na vse treba pričarati vzdušje, pri čemer »drugačen pristop lahko včasih poskrbi za pestrost, ki je sicer morda ne bi videli« (prav tam).

5.3.4.1.2 Objave z omejenim dostopom

Napovedovanje tekem NK Maribor v analiziranem obdobju je bilo žanrsko pestro, pravzaprav najbolj pestro med vsemi tekmovanjih v novembru 2014 ne glede na dostop. Objavljanje je bilo kontinuirano v vseh dnevni oddajah, pri čemer so v oddajah ob 13. uri prevladovali vesti in izjave, v večernih oddajah pa novinarski prispevki. Ko je bil novinar na prizorišču edine tekme v tujini, je dan pred tekmo pripravil reportaži (gostovanje NK Maribor v Lizboni, Š22, 24. 11. 2014, in Š19, 25. 11. 2014).

V preglednih prispevkih pred tekmami so uporabili posnetke državnega prvenstva in našli temo, s katero so lahko upravičili njihovo uporabo (npr. prispevek o slabih rezultatih NK

Maribor v državnem prvenstvu tik pred tekmami v ligi prvakov, Š19, 3. 11. 2014), ali so uporabili zgolj sliko s treninga (NK Maribor pred tekmo s Chelseajem, Š19, 4. 11. 2014).

Čeprav so o tekmah s posnetki poročali v vseh dnevnoinformativnih oddajah (na dan dogodka v oddaji ob 22. uri ter dan po njem v oddajah ob 13. uri in 19. uri), je bilo najbolj izstopajoče poročanje v oddaji ob 22. uri, ko se je tekma praviloma že končala. Izpostavili bomo dve določili televizijskih pravic, ki sta na poročanje najbolj vplivali, pri čemer spreminjata takojšnjost obveščanja.

Dogodek mora biti zaključen

Določilo, ki se je izkazalo za ključno in je pokazalo na neposredno odvisnost oddaj od televizijskih pravic, je to, da objava posnetkov z omejenim dostopom ni dovoljena do konca tekme oz. prenosa konkurenčne televizije. Tekma v Lizboni med Sportingom in NK Maribor (25. 11. 2014) se je namreč zaradi izpada električne energije tako podaljšala, da se do začetka večerne športne oddaje ob 22. uri ni končala. »Ob desetih zvečer, ko je že bilo jasno, da se tekma ne bo pravočasno končala, smo se z glavnim urednikom in producentom dogovarjali, kaj sploh lahko naredimo, in odločitev je bila seveda taka, kot nam jo zapovedujejo pogodbe, torej da slike ne objavimo,« pravi turnusni urednik te oddaje Boštjan Ogris (2014), čeprav so v uredništvu do posnetkov tekme dostopali sproti, že med tekmo. Kako je bila videti oddaja, je prikazano v Tabeli 5.2. V oddaji, dolgi devet minut, ni bilo niti enega posnetka športnega dogodka.

Tabela 5.2: Šport ob 22. uri, 25. 11. 2014.

VSEBINA	VIZUALIZACIJA
Uvodni pozdrav voditelja in napoved tekme, ki se je zavlekla.	Srednji plan voditelja. Na desni strani ekrana sotrvoja, v sliki nogometaši Maribora.
Voditeljev povzetek dotedanjega dogajanja na tekmi.	Montažno obdelane fotografije s tekme Sporting – Maribor.
Voditelj napove neposredni vklop.	Srednji bližnji plan voditelja.
Neposredni vklop novinarja iz Maribora, ki je na trgu spremljal tudi navijače.	Srednji bližnji plan novinarja, v ozadju na velikem ekranu ves čas še ne končana tekma Sporting – NK Maribor. Vklop je delno vizualiziran z gibljivo sliko navijačev, ko novinar govori o njih.
Neposredni vklop novinarja iz Maribora z gostom Muamerjem Vugdalićem, s katerim se pogovarjata o tekmi.	Srednji plan novinarja in gosta v pogovoru, v ozadju na velikem ekranu ves čas še ne končana tekma Sporting – NK Maribor.
Voditelj pove rezultate vseh osmih tekem dneva v	Grafični izpis rezultatov tekem.

ligi prvakov.	
Voditelj v studiu pozdravi novinarja komentatorja, ki še enkrat povzame dogajanje na tekmi.	Srednji plan voditelja in novinarja v studiu.
Novinar v studiu najprej komentira še ne končano tekmo. Z navajanjem izjave strokovnjaka, ki ga je sam poklical, razloži zaplet z izpadom elektrike. Zadnji del pogovora je namenjen razpletu v skupini.	Izmenjujeta se bližnji plan novinarja in srednji plan obeh v studiu.
Voditelj zaključi nogometni sklop oddaje in napove več objav v oddajah naslednjega dne.	Bližnji plan voditelja.
Voditelj pove rezultat hokejske lige EBEL med Bolzanom in Olimpijo ter rezultat odbojkaric Calcita v pokalu evropske odbojkarske zveze. Odpoved.	Srednji plan voditelja in novinarja, ki je še vedno v studiu.

Da bi minutažo nogometnega dela oddaje bistveno skrajšali, niso razmišljali, saj mora minutaža celotne oddaje zaradi programske sheme ostati nespremenjena, vnaprej pripravljenih prispevkov pa nimajo (Ogris 2014). Po mnenju turnusnega urednika (prav tam) je bila oddaja celo predolga. »Jaz sem pričakoval, da bo zaradi težav krajša, a je voditelj v studiu postavil vprašanje preveč in novinar na vklopu dve vprašanji preveč, tako da smo dovoljeno minutažo celo prekoračili za minuto in pol. Povedali smo vse, le slike nismo pokazali.« (Ogris 2014) Pri dogodkih z neomejenim dostopom se to ne bi zgodilo. Zgled je nogometna tekma med Anglijo in Slovenijo, ki se prav tako ni končala do začetka dnevnoinformativne oddaje, a so takrat živo sliko iz neposrednega prenosa objavili na zaslonu za voditeljem v studiu in jo pokazali tudi v neposrednem vklopu reporterja tekme, ki je še potekala na drugem programu TVS (Š19, 15. 11. 2014).

Dostop do izjav

Zaradi pravila, da kot neimetniški pravici ne smejo dostopati do unilateralne cone hitrih intervjujev, ki je pogosto uporabljena v neposrednih prenosih, je bilo že ob načrtovanju oddaj jasno, da ne bodo uspeli pravočasno zagotoviti nobene izjave športnika ali trenerja, torej odziva po tekmi za oddajo na dan tekme. Zato so še pred prvo tekmo sezone sklenili dogovor, da bodo v večernih oddajah vedno poročali tako, da bo novinar v redakciji pripravil kratko televizijsko poročilo, voditelju se bo v studiu pridružil novinar komentator, tretji novinar pa se bo z nogometnim gostom neposredno vklopil v oddajo iz Maribora, ne glede na to, ali bo tekma doma ali v gosteh (Ogris 2014). Nogometni gost naj bi v tem primeru nadomestil

izjavo trenerja po koncu tekme (prav tam). Iz Tabele 5.3 je razvidno razmerje med posnetki in pogovori, ki je v prid slednjim.

Tabela 5.3: Šport ob 22. uri, 5. 11. 2014.

VSEBINA	VIZUALIZACIJA
Uvodni pozdrav voditelja in napoved, da se je tekma NK Maribor – Chelsea končala z rezultatom 1 : 1.	Srednji plan voditelja. Na desni strani ekrana sotvorba, v sliki nogometaša obeh ekip.
Televizijsko poročilo s tekme NK Maribor – Chelsea.	Posnetki iz neposrednega prenosa. Grafični napis <i>Slika: Sport Klub TV.</i>
Voditelj napove neposredni vklop novinarja iz Maribora. Voditelj novinarju tudi zastavi vprašanje.	Srednji plan voditelja. Na desni strani ekrana v okvirju slika živega vklopa.
Neposredni vklop novinarja iz Maribora z gostom Amirjem Karičem, s katerim se pogovorjata o tekmi.	Srednji plan novinarja in gosta v pogovoru.
Voditelj v studiu pozdravi novinarja komentatorja, ki še enkrat povzame dogajanje na tekmi.	Srednji plan voditelja in novinarja v studiu.
Voditelj pove rezultate vseh tekem v skupini G, kjer igra NK Maribor.	Grafični izpis rezultatov tekem.
Novinar komentator komentira rezultate tekem v skupini G.	Srednji plan voditelja in novinarja v pogovoru.
Voditelj pove rezultate še vseh ostalih šestih tekem dneva v ligi pravkov.	Grafični izpis rezultatov tekem.
Voditelj napove kolo nogometne evropske lige, ki bo naslednji dan.	Srednji plan voditelja, na desni strani ekrana sotvorba. Na sliki slovenski nogometaš Kevin Kampl.
Televizijski pregledni prispevek o Slovencih, ki bodo naslednji dan igrali v evropski ligi.	Posnetki iz neposrednih prenosov tekem prejšnjih kol evropske lige, dodani tudi posnetki, prejeti preko agencijske izmenjave.
Voditelj napove tekmo državnega prvenstva v košarki med Krko in Heliosom.	Srednji plan voditelja, na desni strani ekrana sotvorba. Na sliki košarkarja obeh moštev.
Televizijsko poročilo o košarkarski tekmi.	Lastni posnetki, snemalec na prizorišču.

Za takšno obliko poročanja so se odločili, ker gre za eno najpomembnejših tekmovanj na svetu, zaradi statusa nogometa samega in prav zaradi previdnosti, če se tekme morebiti ne bi pravočasno končale (Hočevar 2014). Hočevarjeva (prav tam) še meni, da samo grafične rešitve v primeru NK Maribor ne bi bile primerne. Ogris (2014) je prepričan, da jih je ravno organizirano razmišljanje pred dogodkom naučilo, da so lahko pogovori odlična rešitev in dodana vrednost, zato se mu zdi smiselno o njih razmišljati tudi, ko so pridobljene televizijske pravice z neomejenim dostopom.

5.3.4.2 Preostale tekme v ligi prvakov

Dogovor, sprejet na TVS že pred leti, je, da tekem lige prvakov, razen velikega finala, ne napovedujejo, ker »lige ni na naši televiziji, ker ni naš dogodek in tudi zato, ker vemo, da slike ne bomo dobili«, pravi Hočevarjeva (2014). V objavah o preostalem delu lige prvakov zato le izjemoma ne gre za poročanje (v novembru 2014 le dve objavi v napovedovanju), po mnenju uredniške skupine (Hočevar 2014; Ogris 2014; Radisavljević 2014) pa je zaradi pomembnosti tekmovanja poročanje upravičeno tudi povsem brez posnetkov. Ko je možno, dodajo še grafično podobo. Največ objav tako uporablja grafične izpise rezultatov in lestvic skupin, nekaj sotvorb in le izjemoma fotografije. Poročajo o rezultatih prav vseh tekem, že od skupinskega dela naprej, izjave pa dodajo le v izstopajočih primerih (velike zmage, veliki porazi, presenečenja) šele naslednji dan. Čeprav agencije pošiljajo izjave z novinarskih konferenc tako pred tekmami kot po njih, teh praviloma ne objavijo, ker posnetki tekem niso na voljo.

Število objav o nogometni ligi prvakov, ki je klubsko tekmovanje na najvišji ravni in TVS zanj nima televizijskih pravic, in nogometni evropski ligi, ki je drugorazredno evropsko tekmovanje, pa čeprav s slovenskimi predstavniki, je na TVS primerljivo, a poročanje je v analiziranem obdobju žanrsko bistveno bolj raznoliko pri evropski ligi. Do tekem nogometne evropske lige ima namreč TVS neomejeni dostop.

5.3.5 Objave o formuli ena

Čeprav so se prav vsi vprašani uredniki strinjali, da bi moralo biti poročanje v dnevnoinformativnih oddajah v prvi vrsti namenjeno slovenskim športnikom in njihovim opaznejšim dosežkom, so bile v analiziranem obdobju najštevilčnejše, prav tako pa tudi med žanrsko najbolj raznolikimi objave o formuli ena. Slaba polovica anketiranih gledalcev TVS si želi neposrednih prenosov formule ena (Radiotelevizija Slovenija 2014), čeprav visoka gledanost kaže, da bi lahko bilo to število še večje (prav tam). Kot pravi Hočevarjeva (2014), poročanje o tekmovanju zaradi javnega interesa ni nujno, a se morajo oddaje vseeno »potruditi in najti jagodni izbor športov, v katerih Slovencev ni zraven, pa so gledalcem še vedno zanimivi« (prav tam).

V analiziranem obdobju so bile tri dirke za svetovno prvenstvo, sezona pa se je končala 29. novembra 2014. TVS je bila imetnik pravic, na drugem programu so pripravili šest neposrednih prenosov. Na prizorišču dirk (z izjemo ene) je bil novinar komentator. Dejavniki, ki so vplivali na veliko število objav, kot so jih prepoznali uredniki (Hočevar 2014; Jovanović 2014; Ogris 2014; Radisavljević 2014), so bili: razpletanje sezone in izjemno zanimivo tekmovalno dogajanje, sistem tekmovanja, dostop do velike količine posnetkov, samoiniciativnost novinarja in dejstvo, da je bila TVS imetnik pravic. Ugotavljamo, da so pridobljene televizijske pravice za formulo ena pomembno vplivale na obseg in področje poročanja.

V vseh analiziranih oddajah je bilo največ neposrednih vabil k ogledu prenosa, torej najav s sotvorbo, prav tistih za dirko formule ena. Vsak dirkaški konec tedna je bil praviloma napovedan z najmanj enim preglednim prispevkom, kjer so bili pogosto uporabljeni arhivski posnetki. Dan pred kvalifikacijami so preko multilateralne linije dobili posnetke treningov in izjave dirkačev, na katerih so temeljili napovedni prispevki (npr. Š19, 21. 11. 2014). Dogovor, sprejet že pred začetkom sezone, je bil, da mora biti dirkaški vikend vedno napovedan s prispevkom (Radisavljević 2014).

Kot opozarja Radisavljević (2014), je sistem tekmovanja v formuli ena tak, da je treba vedno množiti z dve, saj so dirkam (ob nedeljah) kot enako pomembne dodane kvalifikacije (ob sobotah). Konec tedna sta zato vedno dva neposredna prenosa in namesto o treh dirkah lahko govorimo o šestih dogodkih v analiziranem obdobju. Z navedenim lahko pojasnimo veliko število televizijskih prispevkov (osem) v fazi poročanja.

Izstopali so trije pregledni prispevki v razpletanju, objavljeni ob ponedeljkih (3., 10. in 30. 11. 2014), tema vseh treh pa je bil boj za naslov svetovnega prvaka med dvema dirkačema. Objave so izstopale ne le zaradi kontinuitete (pri nobenem drugem športnem dogodku nismo opazili teme, ki bi ji novinarji sledili v tako dolgem časovnem obdobju), temveč tudi zato, ker je razpletanje v oddajah zelo redko. Kot pravi Ogris (2014), je ponedeljek namenjen tovrstnim razpletanjem dogodkov, saj dnevnega dogajanja ni veliko in zato lahko objave o formuli ena umestijo v oddajo. Temu lahko pritrdimo le z objavami državnega prvenstva v nogometu, ostalih tovrstnih objav novembra 2014 ni bilo.

Ne le do posnetkov iz neposrednih prenosov in multilateralnih magazinov, novinarji so do slike lahko dostopali tudi preko drugih kanalov, ki so jih producirala moštva sama. Ta običajno preko svojih spletnih strani brezplačno ponujajo ekskluzivne intervjuje z dirkači, posnetke nastajanja avtomobilov, posnetke priprav ipd. Kot pravi Hočevarjeva (2014), je to za moštva odlična dodatna promocija, čeprav je sploh ne potrebujejo. Objava posnetkov, dostopnih na ta način, po njenem mnenju (prav tam) ni sporna, se pa zaveda, da je formula ena v celoti »izjemen produkt Bernieja Ecclestonea in njegove ekipe« (prav tam).

5.3.6 Novinar na prizorišču

Čeprav Hočevarjeva (2014) pravi, da je novinar na terenu izjemna dodana vrednost v poročanju za dnevnoinformativne oddaje in da je to dobra rešitev, ko je dostop do tekmovanja omejeni ali ga sploh ni, je v analiziranem obdobju TVS novinarja na teren poslala praviloma takrat, ko je imela za športno tekmovanje televizijske pravice z neomejenim dostopom in ko so na njem tekmovali slovenski predstavniki. Novinar je bil na prizorišču tudi na dveh od treh dirk formule ena, kjer slovenskega predstavnika ni bilo, kljub slovenskim nastopom pa ni bilo novinarja TVS na tekmi svetovnega pokala v judu.

Le izjemoma pa so novinarsko ekipo poslali na prizorišče, ko so bile za dogodek urejene televizijske pravice z omejenim dostopom ali teh ni bilo. Pri tem je treba ločevati športne dogodke v Sloveniji in tiste v tujini, saj so bili novinarji v Sloveniji na vseh tekmah, v tujini pa praviloma nikoli – z izjemo tekem NK Maribor v ligi prvakov, smučarskih skokov, smučarskih tekov in nordijske kombinacije. Najočitnejša razlika, ki smo jo v analizi opazili, so izjave športnikov oz. z njimi povezanih sodelavcev v objavah – teh praviloma nikoli ni, če na prizorišču ni novinarske ekipe.

5.3.6.1 Upravičenost novinarja na prizorišču

Kot kaže naša analiza, je tudi žanrske raznolikost v objavah več, ko je novinar na prizorišču. Televizijskim poročilom z dogodkov so takrat dodani pregledni prispevki ali reportaže (npr. pri smučarskih skokih, ženskem alpskem smučanju, moški rokometni ligi prvakov) – ne glede na to, ali gre za dogodek z omejenim ali neomejenim dostopom. Izrazito opazno je tudi povečano število objav v napovedovanju. Ogris (2014) sicer pravi, da to ni nujno povezano s

televizijskimi pravicami, saj se o novinarju na prizorišču odločajo na podlagi »razmerja med finančnim vložkom, pri čemer upoštevamo cene pravic, namestitev in potnih stroškov, in končnim izplnom novinarja«. Dnevnoinformativne oddaje imajo sicer znotraj uredništva predviden svoj proračun, televizijske pravice za neposredne prenose pa so plačane iz drugega vira, zato je finančno ugodneje novinarja, ki bo poročal samo za dnevnoinformativno oddajo, poslati na prizorišče neposrednega prenosa. Pošiljanje novinarjev na teren pa bi bilo npr. v primeru tekem lige ABA (in EBEL) glede na stroške in »glede na pomembnost, ki jo ima liga ABA, pretirano« (Ogris 2014).

Praksa kaže, tako Hočevarjeva (2014), da so redki primeri, ko je novinarska ekipa poslana na prizorišče, če dostop do informacij sploh ni urejen in ga torej ekipa na terenu sploh ne bo imela. Pri tem je treba upoštevati, da večjih oz. odmevnejših dogodkov, za katere dostopa niso imeli, novembra 2014 ni bilo. Ker pa se soočajo z vedno manjšim proračunom in ker nakup pravic postaja vedno zahtevnejši, še pravi Hočevarjeva (prav tam), bodo morali novinarja na prizorišče pošiljati večkrat, saj bi lahko bili v nasprotnem primeru omejeni zgolj na grafično poročanje; bo pa to zagotovo zahtevalo tudi veliko več uredniškega razmisleka, kako vsebino upovedati brez ustrezne slike.

5.3.6.2 Soustvarjanje medijskega produkta

Ogris (2014) razlaga, da so bili v analiziranem obdobju (ugotovitev pa lahko posplošimo na celotno zimsko sezono 2014/2015) pri načrtovanju dela novinarjev na prizoriščih odvisni od oddaje *Zima je zakon*. To je obsežen projekt športnega programa TVS na drugem programu. Praviloma vsak konec tedna med novembrom in marcem v oddaji s studijskimi vsebinami v celovit produkt povežejo vse neposredne prenose številnih športnih dogodkov, ki se v tem času odvijajo (prav tam). Kot pravi Jovanović (2014), so bile zakupljene televizijske pravice absolutni predpogoj za tako obširen produkt.

Po pripovedovanju Ogrisa (2014) so se v uredništvu odločili, da bodo v oddajo vložili veliko energije, zato so novinarji na prizoriščih na skoraj vsaki tekmi v smučarskih skokih, v ženskem alpskem smučanju in na nekaj tekmah v moškem smučanju, nekajkrat pa tudi na tekmah deskarjev na snegu, smučarjev tekačev, biatloncev ipd. Te vsebine pa morajo nato umestiti tudi v dnevnoinformativne oddaje. Tudi Jovanović (2014) se strinja, da morajo

dnevnoinformativne oddaje sodelovati v tako obsežnem projektu, pri čemer gre za obojestransko korist: »V primeru, da oddaj na drugem programu ob koncih tedna ne bi bilo, bi bil obseg potovanj ekip na teren zagotovo v določenem delu manjši in bi se več posluževali unilateralnih javljanj po tekmi.« (prav tam) Dogovor v uredništvu namreč je, da unilateralno izjavo slovenskega športnika, ki jo plačajo, ko je posneta, naknadno naročijo, ko se ta uvrsti na stopničke, drugače pač ne (Hočevar 2014).

Hočevarjeva (2014) je prepričana, da če studijske oddaje ne bi bilo, na prizoriščih ne bi bilo toliko novinarjev, ker še vedno niso uspeli doseči miselnega preskoka, da je bolje, da se na teren pošlje novinarja s snemalcem kot zgolj reporterja. Ta po koncu tekme (brez snemalca) lahko pripravi le televizijsko poročilo, običajno brez izjav. Če pa je na terenu novinarska ekipa in slovenskih tekmovalcev ni ali je njihov dosežek premajhen, mora ta vseeno najti zgodbo, ki bo zanimiva tudi za slovenskega gledalca. Objava torej v vsakem primeru bo (Hočevar 2014).

Jovanović (2014) je prepričan, da je vsak projekt »uspešen, ko sta dobro opravljena tako prenos kot poročanje v dnevnoinformativnih oddajah«. V večini primerov praksa sicer kaže, da redno in obsežno poročanje v dnevnoinformativnih oddajah ne pomeni nujno tudi boljše gledanosti prenosa (prav tam). A mnenje vseh vprašanih urednikov (Hočevar 2014; Jovanović 2014; Ogris 2014; Radisavljević 2014) je, da le (ne)posredni prenosi in dnevnoinformativne oddaje soustvarjajo športni dogodek celovito. Tudi zato se Ogrisu (2014) in Radisavljeviću (2014) ne zdi sporno, da športe ločujejo na 'hišne' in 'nehišne' ter temu primerno prilagodijo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah. Kot pravita (prav tam), si to v tem trenutku lahko dovolijo, ker imajo televizijske pravice z neomejenim dostopom za vse najpomembnejše in najzanimivejše dogodke.

Ugotovimo lahko, da gre pri oddaji *Zima je zakon* in športnih dnevnoinformativnih oddajah na TVS za recipročno koristen odnos. Opazimo lahko nadgrajene in žanrsko pestrejše objave, za katere je novinar na prizorišču nujen. Čeprav je vpliv televizijskih pravic, ki so predpogoj za obširen medijski produkt, na poročanje v tem primeru posreden, zagotovo ni nezanemarljiv.

5.3.6.3 Novinar na prizorišču z omejenim dostopom do informacij

Med 27. in 29. novembrom 2014 so v Ruki na Finskem pripravili tekme svetovnega pokala v smučarskih skokih, smučarskih tekih in nordijski kombinaciji. Čeprav ima TVS pravice za neposredne prenose skorajda celotne sezone smučarskih tekov, je tekme iz Ruke prenašal Planet TV. Za smučarske teke ima TVS sicer vnaprej zakupljene pravice za neposredne prenose, a slike praviloma zaradi dragega satelita ne posname. Omenjeni konec tedna so tako kupili dostop do informacij za vse tekme smučarjev skakalcev in sprintersko tekmo smučark tekačic, niso pa kupili posnetkov tekme smučark tekačic v tekmi na deset kilometrov. Prav tako niso uredili nobenih televizijskih pravic za nordijsko kombinacijo. Kot pravi Hočevarjeva (2014), so izbrali tiste tekme, na katerih je bilo realno pričakovati dober slovenski rezultat. Novinarko Saro Oblak so na prizorišče poslali predvsem zaradi spremljanja tekmovanja v smučarskih skokih, da bi kljub izgubljenim pravicam ohranili kontinuiteto v poročanju o tem tekmovanju. Ker so bila tekmovanja na istem prizorišču, je spremljala tudi smučarke tekačice in nordijske kombinatorce.

Poročanje o smučarskih skokih ni bilo bistveno drugačno od tistega, ko ima TVS zagotovljen neomejeni dostop do posnetkov. Tekme iz Ruke lahko primerjamo s tistimi iz Klingenthala med 21. in 23. novembrom 2014. V obeh primerih so bili pripravljene žanrsko zelo podobni prispevki v napovedovanju kot poročanju, le da je bilo v prispevkih iz Ruke uporabljenih nekaj več posnetkov snemalca na prizorišču in manj posnetkov iz neposrednega prenosa (Š19, 22. 11. 2014; Š19, 28. 11. 2014). Kot pravi Oblakova (2015), sta s snemalcem nekaj več kadrov kot običajno posnela na treningih (tudi zaradi časovne omejitve objavljanja kupljenih posnetkov), očitnejša pa je bila razlika pri snemanju izjav športnikov po tekmi. V mešani coni je bila njuna pozicija drugačna kot običajno, dlje od športnikov, ki so zato kasneje prišli do njiju, prostor pa sta si delila z drugimi medijskimi predstavniki, kar ni običajna praksa. A ker novinarjev ni bilo veliko, se to pri delu ni poznalo (prav tam).

Podobno kot pri smučarskih skokih je novinarka tekmovanje spremljala pri smučarkah tekačicah. V napovedovanju je pripravila pregledni prispevek (Š22, 28. 11. 2014), v poročanju pa poročila in reportažo (Š19, 29. 11. 2014; Š22, 29. 11. 2014; Š22, 30. 11. 2014). Dostop do posnetkov so uredili le za sprintersko tekmo, kjer so pričakovali boljši slovenski rezultat, zanimivo pa je, da so novinarski ekipi organizatorji snemanje, sicer le iz mešane cone, dovolili tudi za tekmo na deset kilometrov (Oblak 2015). Posledica prostorske

omejenosti so bili krajši, zelo podobni in vsebinsko manj zanimivi kadri iz istega zornega kota, novinarka pa je vseeno pripravila televizijsko poročilo (glej Prilogo Č). A kot pravi Hočevarjeva (2014), se je v tem primeru zgodila velika napaka turnusnega urednika, ki prispevka – kljub temu da ga je ekipa na prizorišču z dovoljenjem organizatorja lahko posnela – ne bi smel objaviti, ker pravice niso bile ustrezno urejene. Podobno napako so storili tudi z objavo kvalifikacij smučarjev skakalcev (Š19, 27. 11. 2014).

Okrnjeno je bilo poročanje o nordijskih kombinatorcih, saj je novinarka objave v večji meri lahko pripravila le za napovedovanje (Š22, 27. 11. 2014). Organizatorji so ji namreč omogočili snemanje treninga, ker je bilo tako (najverjetneje pomotoma) označeno na akreditaciji (Oblak 2015). Tudi zaradi tega je izjave slovenskih športnikov po koncu tekme lahko posnela v mešani coni, a kot pravi (prav tam), bi se – če dostopa ne bi imela – lahko znašla drugače. Izjave bi lahko posnela v ogrevalnem prostoru, saj ne gre za medijsko zelo spremljan šport. To pa zagotovo ne bilo možno na vseh prizoriščih in pri vseh športih (prav tam).

6 DISKUSIJA

Poglavje je namenjeno primerjavi rezultatov analize, pridobljenih s poglobljenimi intervjuji in z opazovanjem z udeležbo v izbranem uredništvu, z novinarsko teorijo. Ker je delo novinarjev pravzaprav zelo rutinsko in standardizirano (Tuchman 1978), sploh pa v športnem novinarstvu, kjer novinarji spremljajo vedno ista tekmovanja in predvsem vedno iste tekmovalce (Ličen 2009, 241), se sprašujemo, kakšne spremembe so lahko povzročile televizijske pravice v televizijskih novinarskih praksah.

6.1 Narava televizijskih pravic

Izkazalo se je sicer, da je vrste televizijskih pravic najbolj smiselno ločevati po dostopu, ki ga te omogočajo ali omejujejo. Tako kot pri opredelitvi športnega novinarstva je pri opredelitvi televizijskih pravic ključnega pomena dogodek, saj gre pravzaprav vedno za »predvidevanje, opisovanje in sklicevanje o športnih dogodkih« (Rowe 2004, 400). Da bi bilo to udejanjeno, mora imeti novinar zagotovljen dostop do dogodka – in tako do športnikov, trenerjev, športnih funkcionarjev, a so se zadeve spremenile, ko je »ekonomski vidik začel prevladovati nad športom« (Doupona Topič 2010, 39). »Ko imaš pravice, imaš tudi dostop – in to je nekaj, kar vpliva na vse tvoje novinarske odločitve« (Taalesen v Helland 2006, 12). Medijska organizacija, ki je kupila pravice za poročanje o športnem dogodku, je namreč »daleč od nevtralnega ali nepovezanega odnosa s tistimi, vključenimi v igro samo« (Boyle 2006, 66). Dostop, ki so ga televizije kupile, bo zagotovo spremenil novinarske agende v uredništvih (prav tam).

V analizi ugotavljamo, da ni nujno, da bo javnost o dogodku obveščena le, če si bo medijska organizacija zagotovila dostop do njega. Zelo redki primeri, ki pa jim pritrjujejo odgovori intervjuvancev, kažejo, da vključeni v produkcijske prakse razumejo oz. upoštevajo poslanstvo javnega servisa.⁹ Menijo, da je izjemoma upravičeno in nujno poročati tudi brez

⁹ Dokaz za to je težnja k opredelitvi kriterijev in nalog ter samoregulaciji v internem dokumentu *Kriteriji dnevnoinformativnih oddaj* (Športni program Televizije Slovenija 2015), v katerem je večkrat poudarjen javni interes.

ustreznih posnetkov – zlasti o najvidnejših uspehih slovenskih športnikov in globalnih športnih dogodkih (Hočevar 2014; Ogris 2014). So pa v teh primerih objave zelo skope in izključno informativne narave (npr. poročanje o naslovu svetovnega prvaka v plesu, ligi prvakov v nogometu brez slovenskega predstavnika).

6.1.1 Ustreznost zakonske regulative

Nekateri avtorji (Bergant Rakočević 2008; Lefever in Van Rompuy 2009) ugotavljajo, da evropska in domača zakonodaja dovolj smiselno urejata pravico do informiranja tudi na televizijah brez televizijskih pravic v primeru pomembnejših dogodkov, čemur pritrjujejo tudi izsledki naše analize. Poročanje o športnih dogodkih, za katere imajo pravice za neposredne prenose druge slovenske televizije, namreč vsaj na ozemlju Slovenije, za katerega zakonodaja velja, ni ogroženo. Zaradi *Zakona o medijih* (2006) so lahko novinarji TVS s posnetki in izjavami športnikov poročali o prav vseh domačih dogodkih v analiziranem obdobju. Poročanje o dogodkih na slovenskem ozemlju tudi sami opredeljujejo kot nujno (Hočevar 2014).

Čeprav Helbergerjeva (2006, 14) meni, da pravica do kratkega poročanja na televizijah sodi v »analogno preteklost«, saj nalogo obveščanja javnosti prevzemajo nove, hitrejše digitalne platforme, pa razmere na slovenskem medijskem trgu niso toliko zaostrene in novinarji pravzaprav ne dostopajo le do fragmentiranih informacij (tj. zakonsko določenih in dovoljenih devetdesetih sekund posnetkov), temveč jim praksa dovoljuje, da dostopajo do prizorišča v polni meri in do posnetkov celotnega tekmovanja (ne glede na to, ali ga posnamejo s kamero ali preko satelita).

6.1.2 Recipročnost, dobra volja in dober posel

Objava v dnevnoinformativni oddaji ne koristi zgolj mediju in javnosti, temveč učinkuje tudi širše družbeno: »Tisti, ki prodajajo pravice, sami spodbujajo objave v informativnih programih, ker vedo, da je to najboljša reklama za športne prenose, ker s tem širijo pojavnost posnetkov športnega dogodka in tako gradijo zanimanje javnosti zanj, ter ker je šport dober posel, sponzorjem omogočajo pojavnost« (Tomanič 2014). Sklepamo lahko, da je prav

navedeno zaslužno za to, da so televizijam, ki ne pripravijo neposrednih prenosov in nimajo neomejenega dostopa, na voljo številni vzvodi, kako poročanje kljub manjšemu finančnemu vložku vseeno zagotoviti. Da gre res za dober posel, lahko sklepamo iz tega, da o vsem odločajo pogajanja – lastniki pravic se namreč prilagajajo razmeram na trgu in tako maksimizirajo svoj izplen (prav tam).

Pogodbe za televizijske pravice v veliki meri ne zagotavljajo in ne predvidevajo ekskluzivnosti, temveč odločitve o tem prepuščajo posameznim imetnikom pravic. Televizije (v Sloveniji to recimo počne Sport Klub) lahko namreč dostop do informacij konkurenčni televiziji prepustijo (včasih celo) brez plačila, saj je navajanje vira v novinarskih objavah na drugih televizijah lahko dobrodošla promocija. Nasprotno pa lahko televizije, ki presodijo, da jih bodo ekskluzivne televizijske pravice odlično umestile na medijskem trgu in okrepile ugled medijske hiše, dostop do informacij zadržijo zase, konkurenčne televizije pa tako ostanejo brez posnetkov, kljub temu da so zanje pripravljene plačati (Tomanič 2014). Kot lahko sklepamo, je na slovenskem športnem medijskem trgu veliko odvisno od dobre volje televizij, predvsem pa od obojestranskih koristi. TVS je namreč le zaradi recipročnega dogovora s Planet TV lahko s posnetki poročala o NK Maribor v ligi prvakov, sama pa se je odpovedala ekskluzivnosti v poročanju o nogometnih kvalifikacijah za evropsko prvenstvo.

Obenem pa je lahko prodaja dostopa do informacij za televizije, ki so si zagotovile neomejeni dostop do dogodka, dobrodošel vir dodatnega zaslužka. TVS si je namreč v pogajanjih pri nakupu televizijskih pravic izpogajala, da to lahko trenutno počne v primeru alpskega in nordijskega smučanja ter v primeru skoraj vseh pogodb, ki jih je sklenila z EBU (Tomanič 2014).

6.2 Vpliv televizijskih pravic na produkcijske prakse

S pogodbami urejenim različnim televizijskim pravicam lahko zaradi njihove omejujoče narave določimo tri vrste vplivov, ki jih imajo na produkcijske prakse.

6.2.1 Vplivi na kakovost vsebine

Če televizijske pravice najprej omogočijo dostop, pa oblika dostopa nadalje določi kakovost novinarskih vsebin. V objavah o športnih dogodkih v dnevnoinformativnih oddajah pravice le redko omogočijo ekskluzivnost, a so v uredništvu TVS prepričani, da pomenijo vsaj dostop do boljših vsebin in prednost v primerjavi s konkurenco. Analizirani primeri so pokazali – to sicer bolj prepričljivo trdimo takrat, ko so tekme odigrane v tujini –, da pravice z neomejenim dostopom zagotavljajo ustrežnejšo ali vsaj bolj dinamično vizualizacijo, saj je v tem primeru v prispevkih lahko uporabljena slika iz neposrednih prenosov, v katerih je produkcija s številnimi zornimi koti in ponovljenimi posnetki zagotovo kompleksnejša (Schulz 2005, 158–160). Pri omejenem dostopu, ali še izraziteje takrat, ko tega sploh ni, je vizualizacija okrnjena (glej Prilogi A in Č).

A neomejeni dostop lahko zagotovi ekskluzivnost v izjavah sogovornikov. Vsaj običajno na prizoriščih novinarji do športnikov pridejo prej in lažje, izjavo pa lahko posnamejo ločeno od ostalih medijev (Oblak 2015). »Malo je namreč prostorov v profesionalnem športu, ki bi bili tako kaotični in nedostojanstveni kot mešana cona,« pravi športni novinar Sean Ingle (2006) in dodaja, da čeprav je ideja o skupnem prostoru, kjer bi se lahko novinarji in športniki pogovarjali, dobra, praksa kaže, da je to pravzaprav prostor, kjer preveč novinarjev preveč sprašuje premalo zgovorne športnike. Ob primernem plačilu je lahko novinarjem z neomejenim dostopom na voljo celo cona hitrih intervjujev, kjer izjave – ki so praviloma vnaprej zagotovljene – posnamejo takoj po končanem dogodku, skoraj še na igrišču (Tomanič 2014). Praviloma vedno pa imajo televizije z neposrednim prenosom svoj in od ostalih medijev ločen prostor, kjer je stik s športnikom pristnejši (Radisavljević 2014). Ko je dostop omejeni, akreditacija dopušča vstop v mešano cono, ko pa gre za poročanje brez urejenega dostopa, pa novinarji na uradnih dogodkih do športnikov sploh ne morejo.

6.2.2 Vplivi na količino poročanja

Vpliv televizijskih pravic na vsebino je sicer posreden, a je vsebina prilagojena obsegu oz. količini poročanja. Ta je premosorazmerna količini posnetkov, ki so na voljo, a tudi premosorazmerna pozornosti, ki jo želijo v uredništvu nameniti izbranemu športnemu

dogodku. Kot kaže naša analiza, največ objav dobijo tista športna tekmovanja, za katere so pridobili neomejeni dostop, manj tista z omejenim dostopom in najmanj tista brez dostopa.

Številne omejitve, ki jih postavljajo pravice z omejenim dostopom (omejitve v času, dolžini, številu oddaj ipd.), neposredno vplivajo na (vsaj dovoljeno) količino poročanja, posredno pa spreminjajo razmerja v številu objav tiste pravice, za katere so pridobili neomejeni dostop. Športno novinarstvo je namreč veliko več kot le pokrivanje športnih dogodkov, »mediji morajo zapolniti prostor, ne glede na to, kaj se dogaja, to pa počnejo tako, da spodbujajo apetit gledalcev z objavami, ki gradijo zanimanje za dogodek, portreti tekmovalcev in analizami nastopov, obenem pa s kontinuiranim novičarskim poročanjem o vsem ostalem« (Andrews 2006, 3). Z izjemo slednjega navedeno v športnem uredništvu TVS počnejo le v primeru neomejenega dostopa (le poročanje o NK Maribor v ligi prvakov je zaradi izrazitega javnega interesa primerljivo), ko bodo dogodek napovedovali, o njem poročali in ga, sicer redkeje, v razpletanju tudi smiselno zaključili. Pri tem so najbolj sporne objave v napovedovanju, saj niso pripravljene le zato, ker si zaradi pomembnosti dogodek to zasluži, ampak tudi zato, ker gradijo pozornost zanj (Hočevar 2014).

6.2.3 Vplivi na hitrost poročanja

Če upoštevamo, da je hitrost inherentna opredelitvi novice, ažurnost in takojšnjost pa opredelitvi novinarstva (Deuze 2005, 447), lahko iz rezultatov naše analize ugotovimo, da je spremenjena sicer ne novica sama, a da televizijske pravice, ki vplivajo na hitrost, narekujejo obliko poročanja.

Z neomejenim dostopom bi tako npr. novinarji TVS na tekmah nogometne lige prvakov, ko igra NK Maribor, do izjav športnikov prišli hitreje – že v coni hitrih intervjujev –, posledično pa se ne bi v tolikšni meri posluževali gostov strokovnjakov (Ogris 2014). Podobno učinkuje tudi določilo televizijskih pravic pri omejenem dostopu, saj je treba z objavo posnetkov vedno počakati do konca dogodka (v tem primeru je to konec neposrednega prenosa konkurenčne televizije), pa čeprav v uredništvu TVS do posnetkov tekmovanja zaradi snemanja preko satelita dostopajo že sproti. Čeprav bi tudi pri poročanju o dogodkih, o katerih poročajo s pomočjo pravice do kratkega poročanja, morali počakati, da se dogodek

zaključiti, se v praksi tega držijo manj striktno (npr. objava še nekončane tekme košarkarjev Uniona Olimpije s posnetki le iz prvega polčasa srečanja). Striktneje so prisiljeni upoštevati to določilo, ko jim sliko posreduje druga televizija, pa čeprav to pomeni, da v dnevnoinformativni oddaji sploh ne bo posnetkov (Šport ob 22. uri, 25. 11. 2014). Če pa recimo na drugem programu TVS sočasno z dnevnoinformativno oddajo na prvem programu poteka neposredni prenos, lahko tega z neposrednim vklopom vključijo v oddajo (Šport ob 19. uri, 15. 11. 2014).

6.3 Prilagoditve produkcijskih praks televizijskim pravicam

6.3.1 Zbiranje informacij

Zbiranje informacij po McManusu (1994) je spremenjeno, ko gre za napovedovanje, torej v objavah pred dogodkom. Če so za športna tekmovanja pridobljene televizijske pravice z neomejenim dostopom, bodo novinarji, da bi primerno široko ustvarili zanimanje gledalcev, teme za svoje zgodbe iskali zunaj uredništva, nadaljevali že objavljene zgodbe, se pogovorjali z viri informacij, zgodbe sicer našli tudi na novinarskih konferencah, a jih nadgradili (zglede sta poročanja o formuli ena in slovenski nogometni reprezentanci), pri čemer zgodbe odkrivajo »zmerno do zelo aktivno« (prav tam). Ko o tekmovanju poročajo z omejenim dostopom, si resda želijo, da bi o temah pred tekmovanjem več razmišljali, a uredniška politika je, da bo objavljena le tematsko res pomembna zgodba, saj bi v nasprotnem primeru konkurenci pomagali pri promociji njihovih produktov (Hočevar 2014). Predvidevamo lahko, da je temu primeren tudi vložek oz. trud novinarjev, saj televizijskih preglednih prispevkov, ki so žanrsko za to najprimernejši, za dogodke z omejenim dostopom pravzaprav ni. Ko za tekmovanje pridobijo le posnetke agencij, bo zbiranje informacij za take objave minimalno aktivno, če sploh bo.

6.3.2 Izbor dogodkov

Selekcija sporočane stvarnosti je bistvena za redukcijo stvarnosti v množičnih medijih, pravijo teoretiki (Poler Kovačič 2005, 61), ki jim pritrjujejo tudi tisti z vsakodnevno prakso,

saj to, da mora biti vsaka objava rezultat kompromisa, še zastruje dejstvo, da število vrhunskih športnih dogodkov narašča (Jovanović 2014):

Selekcija je v naših dnevnoinformativnih oddajah glede na časovne omejitve in glede na ogromno količino športnih dogodkov v zadnjem času izjemno zahtevna, letvica pa je postavljena visoko. Razen vrhunškega športa, pa še znotraj tega kaj odpade, drugi dogodki ne najdejo več prostora v našem sporedu. To je seveda škoda. Po drugi strani pa je zakonodaja, ki te vsebine opredeljuje, zelo ohlapna. Ne določa konkretnih vsebin in zelo hitro se lahko pojavi vprašanje, ali je javni interes ena izmed sedemdesetih tekem Kopitarja v ligi NHL ali balinarski naslov svetovnega ali evropskega prvaka, ki je neolimpijski šport.

Čeprav uredniški in novinarski izbor v skladu s profesionalnimi merili objavljalnosti pomeni, »da naj bi novinarji izbirali teme in dogodke, ki obetajo, da bodo prispevali k čim večji obveščenosti čim več ljudi o zanje pomembnih zadevah« (Poler Kovačič 2005, 61), zagotovo ni zanemarljivo, da ekonomski pritiski pomenijo, da je pravzaprav novica relativna (Mencher 2006, 65). Ugotovimo lahko, da poročanje v oddajah ni ogroženo, če je le dostop do informacij urejen pravočasno. Dogodki, za katere dostop ni urejen, ne bodo spregledani, bodo pa tisti z urejenim dostopom dobili več objavnega prostora.

6.3.2.1 Dejavniki objavne vrednosti

Helland in Solberg (2007) opredeljujeta tri sporne prakse, ko televizije pridobijo televizijske pravice za neposredne prenose: a) objavljanje oglaševalcev in sponzorjev v novinarskih vsebinah, b) produciranje vsebin, ki promovirajo šport in tekmovanja, za katere je medij pridobil pravice, in c) produciranje več novinarskih vsebin za tiste športe in tekmovanja, v katera je medij finančno vpleten, tj. uporaba različnih kriterijev objavne vrednosti in delitev na 'naše' in 'ostale' športe. V analiziranih oddajah sta prisotni zadnji dve navedeni praksi. Vsebine, ki promovirajo športni dogodek, sicer ne bodo objavljene zgolj z namenom promocije, saj je njihov sporočanje namen drugačen (npr. napovedi sezon smučarjev tekačev, skakalcev in biatloncev). Po mnenju Radisavljevića (2014) namreč tudi za take objave upoštevajo dejavnike objavne vrednosti, kot so uspešnost športnika in zanimivost športnega dogodka za občinstvo, bo pa priložnost v tem primeru zagotovo izrabljena tudi za najavo neposrednega prenosa: »O večini dogodkov, za katere imamo pravice, bi poročali v vsakem primeru, res pa ne v takem obsegu. Ko nismo imeli pravic za formulo ena, smo ob nedeljah po koncu dirke objavili minuto dolg prispevek, pa še to je bilo veliko.« (prav tam)

Delitev na hišne in vse ostale športe je v uredništvu seveda neformalna, prednost prvih pa je po mnenju Jovanovića (2014) zgolj ta, da sliko imajo in jo lahko neomejeno uporabljajo. Opozarja (prav tam) pa, da imajo vsaj v veliki meri tako ali tako samo pravice za dogodke, ki so tudi v javnem interesu, zato je na nek način logično, da jih promovirajo in tudi pripravljajo prispevke, s katerimi gradijo zanimanje za prenos – pred dogodkom ali po njem. Spornejše se se mu zdijo najave neposrednih prenosov in z njim se strinja tudi Hočevarjeva (2014). A je to treba pripisati tudi pomanjkanju napovednikov za prenose na vseh treh programih TVS, saj v nasprotnem primeru promocije ne bi bilo »pomembno početi v dnevnoinformativnih oddajah. Veliko dogodkov na naših programih sploh ni napovedanih ali pa so napovedani ob neustreznih urah, zato za to izkoristimo tudi dnevnoinformativne oddaje« (Jovanović 2014).

Dostop, ki ga pomenijo pravice, v najbolj neposredni obliki pomeni dostop do športnikov. Posredno je z njim povezan novinar na prizorišču, ki ga Labanova (2007, 34) prišteva k dejavnikom objave vrednosti na televiziji, novinar pa je zaradi uredniške politike in ustvarjanja skupnega produkta z neposrednimi prenosi na drugem programu TVS praviloma na prizorišču takrat, ko se o tekmovanju poroča z neomejenim dostopom. Poročanje s prizorišča je dejavnik za največje število objav v dnevnoinformativnih oddajah, objave so v tem primeru nadgrajene z izjavami športnikov, športniki pa torej slišani.

Čeprav je oddaja *Zima je zakon* dober primer za obojestransko korist, saj je poročanje okrepljeno, pa je novinar, ki služi različnim komunikacijskim namenom (za studijske oddaje običajno pripravlja lahkotnejše vsebine), na prizorišču prisiljen sklepati kompromise, saj mora pravočasno poročati za obe oddaji. Da bi aktivno iskal zgodbe, ki bi jih v naslednjih dneh lahko objavili v dnevnoinformativnih oddajah, ni realno pričakovati (Jovanović 2014).

6.3.2.2 Načrtovanje dnevnoinformativne oddaje

Dokaj predvidljiva narava športnih dogodkov že sicer olajša načrtovanje športnih dnevnoinformativnih oddaj, a kot pravi Tomanič (2014), je prav zaradi televizijskih pravic postalo »izjemno pomembno, kako uredniki načrtujejo svoje delo v informativnem programu« (prav tam). To se odraža zlasti pri pravočasnem nakupu dostopa do informacij, ko ni zagotovljen neomejeni dostop. Kot izpostavita Hočevarjeva (2014) in Jovanović (2014), so o dostopu do informacij (tako o pravici do kratkega poročanja, še bolj pa o plačljivem

dostopu) v uredništvu začeli razmišljati šele pred slabima dvema letoma. Pred tem je veljalo nepisano pravilo, da je bilo v primeru, ko posnetkov niso imeli zagotovljenih, dovolj reči, da slike ni in so informacijo po navadi podali le s pomočjo grafike. Čeprav Jovanović (2014) pravi, da svoje osnovno poslanstvo opravijo že s tem, da objavijo rezultat, Hočvarjeva (2014) dodaja, da je, sploh v primerih uspešnih in pomembnih slovenskih nastopov, gledalcu treba ponuditi dodatno vsebino.

Dostop do informacij na TVS vedno kupujejo vnaprej, pri tem predvidevajo morebitne dobre uvrstitve slovenskih športnikov. Marjeta Hočvar (2014) sicer pravi, da bi bila boljša rešitev, če bi ga lahko urejali ali kupovali po zaključenem dogodku, saj bi bilo tako določanje objav lahko bolj v skladu z dejavniki objavne vrednosti dogodka. A po končanem dogodku zaradi večjega zanimanja cena pravic zraste, poleg tega ni nujno, da bodo posnetki dostavljeni pravočasno.

Načrtovanje pa velikokrat pomeni tudi tehtanje med vložkom in izplenom. Iz tega lahko sklepamo, da osrednjega pomena ni več samo tekmovanje, temveč tudi obstransko dogajanje. Da bi bil novinar poslan na prizorišče tekmovanja, do katerega ima omejeni dostop, in bi o njem poročal le v dnevnoinformativnih oddajah, se zgodi izjemoma – če gre za dogodek z res velikim interesom javnosti (npr. tekma NK Maribor v ligi prvakov) ali pa takrat, ko bo novinar znal najti več relevantnih obstranskih zgodb, ki bodo še vedno zanimale slovenskega gledalca (npr. tekma rokometne lige prvakov Skopje – RK Celje).

6.3.2.3 Napovedovanje: psevdodogodki in psevdotematske objave

»Ko napovedujemo dogodke, ki jih bomo prenašali v neposrednem prenosu, velikokrat sami ustvarjamo in iščemo teme,« pravi Radisavljević (2014). Kot primer navede poročanje o košarkarski reprezentanci v pripravah na svetovno prvenstvo 2014, ko so košarkarje spremljali celo poletje. Take objave bi po analogiji s psevdodogodki, o katerih poročajo, ko imajo za športni dogodek omejeni dostop, lahko označili za psevdotematske. Psevdodogodki oz. medijski dogodki želijo, sploh če upoštevamo dinamiko športno-medijskega kompleksa, ustvariti dobiček od medijske pozornosti, obenem pa si pridobiti novinarsko pozornost v množici dogodkov (Erjavec 1999, 53). S psevdotematskimi objavami pa želi novinarska organizacija deloma zagotovo tudi sama opozoriti na športni dogodek, za katerega je

pridobila televizijske pravice. Pri smučarskih skokih in biatlonu so tako prispevke pred začetkom sezone objavili ne le zaradi izjemnih uspehov slovenskih tekmovalcev v minuli sezoni, temveč tudi zato, da bi gledalce spomnili in navadili na to, da bodo neposredni prenosi v novi sezoni na drugem programu TVS (Radisavljević 2014). Primer napovedovanja tekem NK Maribor v ligi prvakov pa kaže na to, da teme objav prilagodijo posnetkom, do katerih lahko dostopajo (npr. s posnetki državnega prvenstva v nogometu napovejo tekmo lige prvakov, glej Prilogo B).

Radisavljević (prav tam) še pravi, da če pravic ne bi imeli, bi objave verjetno omejili na novinarske konference in podobno ustvarjene dogodke, ker je to edina vsebina, do katere lahko dostopajo. Boštjan Ogris (2014) se sicer s tem ne strinja, saj pravi, da bi morale biti ravno obratno ali na vsaj enaki ravni: »Zaspali smo namreč ravno na tem, da smo vedno imeli vse pravice, zato večina redakcije še vedno živi v svetu, kjer pravice imamo, in zato delamo samo tisto, za kar pravice imamo, ostalega pa ne.« Po njegovem mnenju (prav tam) bi morali veliko več razmišljati o temah, za katere pravic nimajo.

6.3.3 Oblikovanje novinarskega besedila

Kot pravi Erjavčeva (1999, 72), vsebina določa obliko prispevka, oblikovanje novinarskega besedila pa je zadnji korak v novinarskem delu. Novinarji pri svojem delu v analiziranem obdobju, seveda velikokrat zaradi finančnega vložka, niso bili velikokrat soočeni z oblikovanjem novinarskih prispevkov brez posnetkov športnega tekmovanja. Hočevarjeva (2014) ob tem pravi, da so v zelenih in izbranih primerih v devetdesetih odstotkih do dostopa do informacij upravičeni, a da takrat presojujejo, ali je cena primerna ali ne. Ponavadi je; če ni ali če si dostopa ne morejo zagotoviti, v polovici primerov razmišljajo o grafičnih rešitvah in fotografijah, v drugi polovici pa razmišljajo o novinarski ekipi na prizorišču (prav tam). Če je dogodek dovolj pomemben, bodo namreč na prizorišče poslali novinarja, ki je dobra rešitev, saj ta lahko »dostopa do mešane cone, sicer tiste za neimmetnike pravic. Posname lahko izjave, ki gledalcu povejo ogromno, lahko naredi raport v mestu, posname navijače.« (prav tam)

A vse naštetu običajno vključujejo tudi objave z urejenim dostopom. Zato ugotavljamo, da so produkcijske prakse v tem koraku najbolj standardizirane in manj prilagojene televizijskim

pravicom, poleg tega pa tako v primeru tekmovanj z neomejenim dostopom kot tistih, kjer je dostop omejeni, velikih razlik – razen v količini poročanja – nismo ugotovili. Čeprav vsi vprašani uredniki, s katerimi smo opravili poglobljene intervjuje, menijo, da je slika za televizijsko upovedovanje ključna prvina, praksa kaže, da vsaj takrat, ko gre za javnosti pomemben dogodek, ta ni najpomembnejša.

6.3.3.1 Izbira žanrov

Izbira dogodka je tesno povezana z namenom novinarskega prispevka (Erjavec 1999, 52), za različne cilje pa ima novinar na voljo različne novinarske žanre (prav tam). Kot smo ugotovili v naši analizi, bo – če bo novinar želel zgolj informirati – zadoščala že uporaba grafike (npr. poročanje s sotorbo v primeru nogometne lige prvakov) ali televizijskih vesti (praviloma vedno, ko sliko posredujejo agencije), a bodo objave v vseh treh fazah bolj poglobljene, če bo imel novinar dostop do posnetkov. Raba novinarskih žanrov bo torej najbolj raznolika, ko bo za športni dogodek urejen neomejeni dostop, saj bo novinarju na voljo več posnetkov in s tem tudi »več širine« (Hočevar 2014).

Ugotovili smo tudi, da ko so na TVS zaradi izjemnega pomena športnega dogodka kljub omejenemu dostopu (tekma NK Maribor v ligi prvakov) uporabili kompleksnejši žanr, tj. televizijski pregledni prispevek, je prišlo v objavah v razmerju med vizualno in verbalno informacijo občasno tudi do neskladnosti, saj ni bilo prave »semantične povezave med vizualnimi podobami in besedilom« (Laban 2007, 71), in do sonanašanj, ko so vizualne podobe praviloma posredovale manj informacij kot besedilo. Zapisano je razvidno iz Prilog B in C.

Trdimo torej lahko, da televizijske pravice okrnijo rabo različnih žanrov v novinarskih besedilih športnih dnevnoinformativnih oddaj. Še primernejši zgled za ugotovljeno je žanrsko izjemno različno poročanje o ligaških tekmah slovenskih predstavnikov v športnih tekmovanjih, ki izmenjaje potekajo v Sloveniji in tujini ter o njih poročajo s pomočjo pravice do kratkega poročanja, ker so presodili, da tekmovanje (npr. ligi ABA, EBEL) ni dovolj pomembno, da bi dostop kupili (Ogris 2014). Z domačih tekem tako praviloma vedno pripravijo televizijska poročila, pri poročanju o tekmah v tujini pa jim ne preostanejo nič drugega kot sotorbe ali grafični izpisi.

6.3.3.2 Uporaba tonskih izsekov

Ali gre za tekmo v Sloveniji ali v tujini, pa v novinarskih objavah pomeni še eno pomembno razliko – ko na TVS poročajo z omejenim dostopom, ki so ga uredili z drugo televizijo ali drugim nosilcem pravic. Primer je poročanje o rokometni ligi prvakov, tako moški kot ženski. Ne glede na to, kje je tekma odigrana, o njej poročajo s televizijskim poročilom. A ko je tekma odigrana v Sloveniji, vanj vedno lahko vključijo izjave športnikov, v tujini pa do njih ne morejo. Športne dogodke namreč spremljajo iz redakcije in tako ostanejo brez ustreznih sogovornikov. Če bi za dogodek imeli neomejeni dostop, bi izjavo recimo lahko pridobili preko unilateralne linije.

Hiliard (2011, 131) je prepričan, da bi, sploh upošteva predvidljivost dogodkov, moral novinar poročevalec dogodek vedno videti iz prve roke. Tudi če ne gre za neposredni prenos, bi vsaka zgodba morala vsebovati novinarjevo prisotnost na prizorišču, tudi z izjavami športnikov. V tako zaostrenih finančnih razmerah to seveda ni možno, še manj pa nujno, a objave so vednarle okrnjene. Tonski izseki, tako Hartley (1982/1989), kot prisvojeni glasovi zagotavljajo avtentičnost, zagotovo pa je novinarska objava osiromašena, ker prav »uporaba tonskih izsekov povečuje verodostojnost novinarskih besedil ter jim podeljuje značaj nevtralne reprezentacije« (Laban 2007, 116). Doupona Topić (2010, 133) je dokazala, da športni novinarji v svojem delovanju sprejemajo subjektivne odločitve, s tem pa končne izdelke pogosto oddaljijo od nevtralnega diskurza – zlasti zaradi pomanjkljivega navajanja virov in z le redko ustrezno argumentiranimi trditvami. To da novinarji ne pridejo do ustreznih sogovornikov, ker imajo ekskluzivne pravice za objavo dogodka druge televizije, in so zato odvisni od fragmentiranih in nadzorovanih informacij, ki pridejo do njih, »le še utrjuje na skrivaj dogovorjeno dinamiko« trivializacije športnega novinarstva (Tomlinson in Sugden 2007, 52).

6.3.3.3 Grafične rešitve

S slikovno grafiko (fotografijami na televizijskem zaslonu), statistično grafiko (gibljivimi ali statičnimi grafi, tabelami, različnimi zemljevidi) in računalniškimi simulacijami si lahko v uredništvih pomagajo, ko ostanejo brez posnetkov dogodka (Laban 2007, 45–47). Take grafične oblike so lahko dobrodošla rešitev zlasti v novinarskih besedilih, ko imajo za športni dogodek omejeni dostop, so si enotni vsi uredniki (Hočevvar 2014; Jovanović 2014; Ogris

2014; Radisavljević 2014). Nekaj posnetkov je vseeno nujnih; da bi namreč televizijsko poročilo pripravili zgolj z uporabo grafičnih rešitev ni pričakovati (glej Prilogo A). In ker »izpisovanje besedila na televizijskem zaslonu gledalcem pomaga pri razumevanju informacij, predstavljenih v verbalnem delu besedila, a ni posebno zanimivo, je lahko računalniško animirana grafika vizualno zanimiv način pomoči gledalcem pri razumevanju zgodbe« (Morse v Laban 2007, 44), si Jovanović (2014) želi, da bi jim dinamiko novinarskih objav z nasveti in domišljijo še bolj pomagali ustvarjati grafični redaktorji. Ti od uvedbe nove scene športnih dnevnoinformativnih oddaj na TVS leta 2012 namreč pomagajo pripravljati vsako oddajo, grafika v njih pa je (vsaj delno) digitalizirana in bolj dinamična.

Ko pa o dogodku poročajo povsem brez posnetkov, običajno o njem govori zgolj voditelj oddaje v studiu. Pri tem si pomaga s sotrzbami. Funkcije sotrzb pravzaprav v teh primerih ne moremo umestiti med tiste, ki jih je opredelila Labanova (2007, 49), ker čeprav naj bi bila njihova glavna naloga pomoč gledalcu pri osredotočanju na prihajajoče besedilo (Thompson v Laban, prav tam), v športnih dnevnoinformativnih oddajah na TVS tudi povsem nadomeščajo vizualizacijo voditeljevega besedila. Kot smo ugotovili v analizi, objave z izključno sotrzbami v dnevnoinformativnih oddajah uporabljajo: a) ker agencije posnetkov niso (pravočasno) posredovale (npr. ligi NHL in NBA), b) ker v uredništvu dostopa do informacij niso uredili (npr. gostujoče tekme slovenskih klubov v mednarodnih tekmovanjih) ali c) ker pogodbe objave še ne dovoljujejo, zlasti če dogodek še ni končan (npr. v primeru tekem NK Maribor v ligi prvakov).

6.4 Spremembe v novinarskih objavah, ki so jih povzročile televizijske pravice

Televizijske pravice so produkcijske prakse spremenile tako, da lahko prepoznamo pet ključnih premikov v novinarskih objavah.

6.4.1 Govoreče glave

Večji del televizijskega diskurza je ne le jezikovna, temveč tudi kot vizualna sintagma, zaporedje podob, zgrajeno zaradi tega, ker je uporaba govorečih glav (ang. *talking heads*) televizijskih voditeljev za gledalce dolgočasna (Bignell 1997, 122). A kot govori praksa (Wallace v James 2014), je programski prostor najceneje zapolniti prav z govorečimi glavami. In ko je denarja vedno manj, programskega prostora pa vedno več, s čimer se soočajo v športnem uredništvu TVS (Hočevar 2014; Ogris 2014), so sogovorniki, ki nadomeščajo ustrezno vizualizacijo, dragocena rešitev – pa naj gre za številne tonske izseke v novinarskih besedilih, novinarjeve raporte, novinarje komentatorje ali goste strokovnjake. Slednji so običajno nekdanji profesionalni športniki, zdaj pa *novinarji modreci* (ang. *pundit journalists*), ki v oddajah razpravljajo in komentirajo športne dogodke. Ti v športno novinarstvo z mnenji in špekulacijami, tako Boyle (2006, 74), vnašajo vedno več interpretativnega diskurza. Ugotovljeno le še potrjuje dinamiko, da so športno novinarstvo v veliki meri le še »komentarji, analize, reakcije in refleksije« (Hayward v Boyle 2006, 78), mnenjske vsebine pa so tiste, ki naj bi športne vsebine nadgradile (Boyle 2006, 84). Temu dodajamo – ne le nadgradile, ob pomanjkanju ustrezne vizualizacije tudi nadomestile.

6.4.2 Omejiti konkurenc

Čeprav so pravice za največje športne dogodke prodane posameznim radiotelevizijam, piše Andrews (2005, 124), to preostalim radiotelevizijam ne preprečuje tega, da bi o dogodku poročale, preden se bo ta začel ali po tistem, ko bo končan. Zaradi interesa tako nosilcev kot imetnikov pravic po večji promociji dogodka so vse novinarske konference ter intervjuji z igralci in trenerji pred dogodkom na voljo vsem medijem, čeprav se nekateri mediji takim objavam izogibajo, ker s promocijo nočejo pomagati konkurenci (prav tam). Zapisano drži tudi v primeru športnega uredništva TVS, saj dogodki, o katerih poročajo z omejenimi dostopom, pozornosti pred začetkom praviloma ne dobijo.

6.4.3 Ustvariti dober produkt

Ravno nasprotno pa bodo športni dogodki, za katere je televizija pridobila neomejeni dostop, največ pozornosti dobili, še preden se bodo sploh zgodili. Športno novinarstvo, ki je že skoraj od nekdaj v precepu, ko je »po eni strani dolžno novice nepristransko sporočiti javnosti, po drugi strani pa se od njega pričakuje, da bo kot dober promotor povečeval izbrani šport – običajno pa sta si ti dve funkciji v popolnem nasprotju« (Smith v Wenner 1989, 38), se je tako zaradi svojega promocijskega delovanja še bolj »približalo zabavnemu in zvezdniškemu novinarstvu, ki pomaga vzdrževati športne zvezde« (Andrews in Jackson v Rowe 2004, 400). Kot pravi Taalesen (v Helland 2006, 13), dolgoletni športni urednik na norveški javni televiziji, »bi bil komercialni samomor ne uporabiti televizijskega programa za promocijo kupljenih pravic«. In še nadaljuje (prav tam), da gre v novinarstvu vedno za prioritete, ko je treba izbirati med številnimi dnevnimi dogodki. Ob tem lahko trdimo, da je TVS svojo agendo poročanja prilagodila številnim neposrednim prenosom zimskih športov, pri katerih lahko zaradi številnih uspehov slovenskih športnikov upravičeno govorimo o javnem interesu, a obenem menimo, da to pomeni, da je zimskim športom prilagojen obseg poročanja zagotovo zmanjšal veljavo tekmovanj, ki se na primerljivi ravni odvijajo sočasno in za katere TVS nima pravic z neomejenim dostopom (npr. košarkarski evropski pokal).

Ustvarjanje dobrega produkta pa lahko v primerih, ko televizija pri tem sodeluje s športno organizacijo, vodi tudi v resno omejevanje konkurence. Običajna praksa je, da je TVS pri športnih dogodkih v Sloveniji ne le imetnik televizijskih pravic, temveč proizvaja tudi televizijski signal s teh dogodkov (Tomanič 2014). Katrien Lefever (2012) piše, da so medijske organizacije, s tem ko so postale producentke športnih dogodkov, postale pomembne partnerke, če ne celo deležnice, v športnih organizacijah in tiste, ki pravzaprav oblikujejo vsebino: »Brez kamer, bi bili vsi največji športni dogodki pravzaprav brez pomena.« (prav tam, 7) Okrepljeno sodelovanje televizije s športnimi organizacijami, ki so v tem primeru kot organizatorke tekmovanja lastnice televizijskih pravic (Tomanič 2014), pomeni da obe vpleteni strani »gradita skupen produkt« (prav tam). Da gre za skupen produkt medija in organizacije, pa velike omejitve postavlja tistim medijem, ki pravic z neomejenim dostopom nimajo (Hutchins in Rowe 2012). *Zakon o medijih* (2006, 74. člen) vsem zainteresiranim televizijam z informativnim programom dovoljuje uporabo devetdesetih sekund slike z dogodka, ne določa pa, do katerih posnetkov so upravičene in na kak način

bodo do njih prišle. Praksa je, da novinarske ekipe TVS dogodke posnamejo s svojo kamero, drugim televizijam pa TVS, ko je imetnik pravic, to pravico omejuje (prav tam). Ekipam na prizorišču namreč ne dovoli snemanja z lastno kamero in jim raje prepusti posnetke iz neposrednih prenosov (prav tam). Tomanič (prav tam) tako navaja za TVS primer dobrega sodelovanja z Nogometno zvezo Slovenije (NZS):

Za NZS je izjemno pomembno, da se govori o dogodkih na igrišču in ne o dogodkih na tribunah. Kot vemo, imamo dve navijaški skupini, ki si velikokrat sežeta v lase in zato prihaja do prekinitev tekem, do pirotehnike, do rasističnih izpadov itn. Mi, RTV, imamo zelo natančno izdelano strategijo poročanja in prikazovanja,¹⁰ ki velja tako za neposredne prenose kot dnevnoinformativne oddaje, medtem ko za ostale medije tega ne moremo trditi. Veliko je takih, ki zadeve prikazujejo rumeno oz. tako, kot da je to izjemnega pomena za slovensko javnost, zaradi česar celotna zgodba temelji na dogodku s tribune in ne na dogajanju z igrišča.

Televizije s pravicami z omejenim dostopom do posnetkov izgrediv v tem primeru sploh ne morejo priti. Avtonomnost novinarskega izbora, pri katerem gre za vprašanje, o čem naj bo javnost obveščena v skladu s profesionalnimi merili objavljalivosti (Poler Kovačič 2004), je zaradi tega resno ogrožena, pripovedovanje s sliko pa zelo okrnjeno.

6.4.4 Porušena razmerja

Eco (v Rowe 1999, 31) pravi, da je novinarski diskurz pred športnimi dogodki, med njimi in po njih v veliki meri predvidevanje, primerjanje teh predvidevanj z dejanskim stanjem in nato iskanje razlag za to, kar se je zgodilo. A zapisano, sodeč po izsledkih naše analize, očitno drži le še za dogodke, o katerih lahko televizije poročajo z neomejenim dostopom. Kaj bo objavljeno, je seveda uredniška odločitev, a v tako izrazitem simbiotičnem razmerju, v kakršnem so mediji in šport, so tudi športne organizacije tiste, ki bodo bodisi s produciranjem lastnih vsebin, tako recimo formule ena (Hočevnar 2014), ali celo prilagajanjem urnikov športnih tekmovanj programskemu prostoru medijskih organizacij (Andrews 2006, Lefever 2012) skušali vplivati na uredniške odločitve. Trdimo lahko, da javni servis RTV sicer še

¹⁰ Športno uredništvo Televizije Slovenija je pred časom zaradi velikega števila navijaških izgrediv na nogometnih tekmah sprejelo sklep, da v neposrednih prenosih izgrediv na tribunah sploh ne pokažejo, v primeru sodniške prekinitve tekme pa nemudoma prekinejo tudi neposredni prenos (Jovanović 2014).

vedno skrbi za ustrezno informiranost gledalcev, a spremenjene produkcijske prakse so sporne, ko televizija pripravi tudi neposredni prenos.

Čeprav gre konkretno za objave o formuli ena, bi to lahko posplošili tudi na ostale dogodke. Boštjan Ogris (2014) izstopajoče število objav o formuli ena pripiše tudi pravicam za neposredne prenose, saj »moramo iti v dnevnoinformativnih oddajah z roko v roki s prenosi«. Pri tem poudarja (prav tam), da je bilo prostora za objavo dovolj in ni bilo na račun formule ena zanemarjenega nič drugega. Podobno razmišlja tudi Hočvarjeva (2014), ki pravi, da je zaradi pridobljenih pravic formula ena produkt TVS, ki ga morajo soustvarjati tudi dnevnoinformativne oddaje. A Jovanović (2014) ni prepričan, da je takšno razmišljanje pravilno, in meni (prav tam), da je obseg poročanja vendarle prevelik, da bi sploh lahko enakovrednega namenili tudi ostalim športom.

Ker medijski diskurz o športu v družbi določa tudi količina poročanja (Ličen 2009), so prav porušena razmerja tista, ki so zaskrbljujoča. Nenazadnje se pomembnosti pozornosti, ki jo posamezen šport dobi na javnih televizijah, zavedajo tudi ustvarjalci sami (Hočvar 2014):

Pred leti pa se je velika škoda zgodila tudi v slovenskem prostoru, ko smo izgubili pravice za rokometno ligo prvakov. To je bilo še v času, ko nismo dovolj razmišljali vsaj o nakupu dostopa do informacij. Čeprav se bo to slišalo samovšečno, ogromno je ljudi, ki pravijo, da če športa ni na javni televiziji, ga ni. Takrat smo povedali le rezultat, rokomet na naši televiziji praktično ni bilo.

6.4.5 Drugačno ozgodbenje

Čeprav je bilo v analiziranem obdobju primerov, ko Televizija Slovenija pravic za objavo posnetkov ni pridobila, zelo malo in je bilo zaradi tega novinarsko upovedovanje okrnjeno prereditko, da bi to lahko povsem zagotovo trdili, premiki v objavah kažejo, da v središču novinarske in uredniške pozornosti ni več tekmovanje samo, temveč obrobne zgodbe, do katerih novinar (edino) lahko dostopa. Ko se je NK Maribor uvrstil v ligo prvakov, TVS gledalcu ni mogla pokazati, kako se je to zgodilo, temveč le, kako so nogometaši to doživeli (glej Prilogo A).

Da bi temu lahko povsem pritrdili, bi bilo smiselno pregledati objave konkurenčnih televizij, ki so pogosteje soočene s pomanjkanjem ustrezne vizualizacije. Da je v teh primerih upovedovanje zagotovo spremenjeno, opozarja tudi Jovanović (2014):

Moram pa priznati, da je marsikdaj na kaki konkurenčni televiziji narejen dober prispevek – ampak narejen iz čisto drugega zornega kota, v kar so prisiljeni ravno zaradi tega, ker nimajo pravic in slike ... / ... Informativno funkcijo opravijo v stavku ali dveh v voditeljevi napovedi in zgodbo zgradijo na čisto neki drugi osnovi. Te zgodbe so velikokrat privlačne in zanimive za širšo množico. Če se znova postavim v vlogo gledalca, mi mogoče res zadostuje, da v stavku ali dveh izvem, da je Tina Maze zmagala, v prispevku pa slišim še neko drugo zgodbo. Odveč mi pa je neko poročilo z nogometne tekme, kjer vidim vseh sedem strelav proti голу, zdrdranih v eni minuti, nisem pa izvedel ničesar o tekmi – kdo je igral, kako se je igralo, kaj zanimivega se je še zgodilo ob igrišču.

7 SKLEP

Televizijskim pravicam prilagojene produkcijske prakse smo analizirali v športnem uredništvu Televizije Slovenija novembra 2014. Spremljali smo pripravo devetdesetih športnih dnevnoinformativnih oddaj na vseh produkcijskih stopnjah, od zasnove do izvedbe, in vse tri korake v novinarskem sporočanjem procesu, ki bi jih – vsaj tako pravi dostopen korpus strokovne literature – pravice lahko sooblikovale.

Ugotovili smo, da televizijske pravice vplivajo na vse tri korake v novinarskem sporočanjem procesu. Na ravni načrtovanja oddaj v drugem koraku izbire dogodkov so razlike očitnejše, manj očitno je spremenjeno upovedovanje novinarskih besedil – tudi zato, ker je TVS v analiziranem obdobju pridobila televizijske pravice z neomejenim dostopom za večino najpomembnejših športnih tekmovanj. Čeprav je to zaradi predvidljive narave športnih dogodkov veljajo že prej, so televizijske pravice še utrdile pomembnost pravočasnega načrtovanja oddaj – ne gre več toliko za odzivanje na dnevno dogajanje, kot sicer velja v dnevnoinformativnih programih, temveč (pre)večkrat za tehtanje med finančnim vložkom in končnim izplnom.

Televizijske pravice za prenos športnega dogodka televizijskemu programu zagotavljajo visoko stopnjo diferenciacije, ki se kot ključna kaže na medijskem trgu, športnemu programu pa podeljujejo elitnost (Schulz 2005). A neposredni prenosi – čeprav imajo za družbo lahko izjemen kohezijski učinek – za to, da bi bila javnost informirana, niso nujni. Temu sledi tudi ustrezna zakonodaja, za katero smo ugotovili, da smiselno ureja poročanje v dnevnoinformativnih oddajah, vsaj o dogodkih v Sloveniji. Ob tem ne gre prezreti dejstva, da največji konkurenti TVS pri pridobivanju pravic za neposredne prenose (to sta Šport Klub in Šport TV) informativnega programa sploh ne pripravljajo, s televizijama, ki v informativne oddaje vključujeta tudi samostojne športne preglede (to sta Planet TV in POP TV), pa je TVS v poslovno dobrem in zlasti recipročnem razmerju.

Televizijske pravice določajo obliko dostopa, ta pa neposredno vpliva na kakovost vsebin, bodisi z ustrežnejšo in bolj dinamično vizualizacijo bodisi z izjavami sogovornikov. Sorazmerno s količino posnetkov, ki so na voljo, se večja poglobljenost objav in njihova

žanrska raznolikost. In sorazmerno s pozornostjo, ki jo v uredništvu želijo nameniti športnemu dogodku, raste količina objav. Že res, da pravice (tudi) neposredno vplivajo na količino in hitrost poročanja, posredno pa na obliko objav, a omejitve si novinarji in uredniki pravzaprav postavljajo tudi sami. Če bodo želeli omejiti konkurenco, bodo športnemu dogodku posvetili manj pozornosti in tako omejili njegov pomen v družbi. Agenda televizijskih novic ima namreč omejen prostor in je zato že vsaka omemba v večernih novicah znak za visoko vseprisotnost in pomembnost novice (McCombs 2004, 2). Obenem pa premalo dobrih rešitev zaradi vpetosti v rutine iz časa, ko pravice še niso v tolikšni meri zaznamovale oddaj in so bili posnetki lažje dosegljivi, vse prevečkrat pomeni, da objave – pa čeprav ob ostalih novičarskih dejavniki manjka le ustrežnejša vizualizacija – ne bo.

Agenda analiziranih oddaj je dovolj široko zastavljena, da kljub na televiziji poudarjeni vizualnosti informacija zaradi poslanstva javnega servisa, ki mu sledijo člani uredništva, ni ogrožena. Trdimo lahko, da čeprav je športnemu novinarstvu velikokrat očitano, da mu gre le za zabavo, gre vsaj oddajam obravnavane televizije tudi za celovito obveščenost naslovnikov. Tudi zahvaljujoč razmeram na medijskem trgu poročanje oz. podajanje informacij praviloma ni bilo ogroženo, a kar skrbi so porušena razmerja v objavah.

Kot lahko sklenemo, nepridobljene televizijske pravice niso tiste, ki bi pomembno spremenile vsebino dnevnoinformativne oddaje. Pridobljene pravice so tiste, ki (so)oblikujejo oddaje in narekujejo uredniško politiko. Te namreč, ker televizija teži k ustvarjanju dobrega medijskega produkta, posredno rušijo razmerja v objavah. Simbiotični odnos med športom in mediji je resda bolj utrjen takrat, ko gre za neposredne prenose, a tudi dnevnoinformativne oddaje posredno pomagajo ustvarjati celovite produkte. Temu je v zaostreni medijski konkurenci podlegel tudi javni servis. In ne nazadnje, služba novinarjev je služiti novičarskim agendam, a te niso nikoli nedvoumne, temveč vedno prirejene ciljem medija – ta mora samo znati ohraniti svojo kredibilnost (Taalesen v Helland 2006, 13).

8 LITERATURA

- Altheide, David L. in Robert P. Snow. 1991. *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Altmeppen, Klaus-Dieter. 2010. The gradual disappearance of foreign news on German television: is there a future for global, international, world or foreign news. *Journalism* 11 (4): 567–576.
- Andrews, Phil. 2005. *Sports journalism: a practical introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Bardoel, Jo. 2003. Back to public? Assessing public broadcasting in Netherlands. *Javnost* 10 (3): 81–96.
- Bašić Hrvatin, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bergant Rakočević, Vesna. 2008. Medijske pravice. V *Šport & pravo*, ur. Vesna Bergant Rakočević, 225–272. Ljubljana: GV Založba.
- Bignell, Jonathan. 1997. *Media semiotics: an introduction*. Manchester, New York: Manchester University Press.
- Bird, Elizabeth S. 1998. News we can use: an audience perspective on the tabloidisation of news in the United States. *Javnost* 15 (3): 33–49.
- Boyle, Raymond. 2006. *Sports journalism: context and issues*. London: Sage Publications.
- Boyle, Raymond in Richard Haynes, ur. 2000. *Power play: sport, the media and popular culture*. Harlow, Essex: Longman, Pearson Education.
- Burgess, Robert G. 2007. *In the field: an introduction to field research*. London, New York: Routledge.
- Campbell, Vincent. 2004. *Information age journalism: journalism in an international context*. London: Arnold.
- Cave, Martin in Robert W. Crandall. 2001. Sports rights and the broadcast industry. *The Economic Journal* 111 (February), F4–F26.
- Chapman, Jane in Marie Kinsey. 2009. *Broadcast journalism: a critical introduction*. London, New York: Routledge.
- Costera Meijer, Irene. 2003. What is Quality Television News? A plea for extending the professional repertoire of newsmakers. *Journalism Studies* 4 (1): 15–29.

- Dahlgren, Peter. 1995. *Television and the public sphere*. London, New Delhi: Sage.
- Deuze, Mark. 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4): 442–464.
- Dietl, Helmut in Tariq Hasan. 2007. Pay-TV versus Free-TV: a model of sports broadcasting rights sales. *Eastern economic journal* 33 (3): 405–428.
- Donsbach, Wolfgang. 2004. Psychology of news decisions: factors behind journalists' professional behavior. *Journalism* 5 (2): 131–157.
- Doupona Topič, Mojca. 2010. *Objektivnost v športnem novinarstvu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Doupona Topič, Mojca in Krešimir Petrović. 2007. *Šport in družba: sociološki vidiki športa*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Eurovision. 2014. Dostopno prek: <https://www.eurovision.net/sports-rights/sportsrights.php> (1. december 2014).
- Evens, Tom in Katrien Lefever. 2011. Watching the football game: broadcasting rights for the European digital television market. *Journal of sport and social issues* 35 (1): 33–49.
- Evropski parlament in svet. 2010. *Direktiva 2010/13/EU*. Dostopno prek: http://www.akos-rs.si/files/Zakonodaja/Direktive_in_priporocila/1-09520100415s100010024.pdf (1. oktober 2014).
- Evropsko sodišče za človekove pravice. 1953/2010. *Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic*. Dostopno prek: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SLV.pdf (31. oktober 2014).
- Fiske, John. 1999. *Television culture*. London, New York: Routledge.
- Fiske, John in John Hartley. 2005. *Reading television*. New York, London: Routledge.
- Fowler, Roger. 1993. *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London, New York: Routledge.
- Frandsen, Kirsten. 2012. Sports broadcasting journalism and the challenge of new media. *MedieKultur* 53: 5–21.
- Glasgow University Media Group. 1976/2010. *Bad news*. Routledge: Oxon.
- 1980/2010. *More bad news*. Routledge: Oxon.
- Glynn, Kevin. 2000. *Tabloid Culture: Trash Taste, Popular Power, and the Transformation of American Television*. Durham in London: Duke University Press.

- Goldfarb, Charles B. 2011. How changes in the economics of broadcast television are affecting news and sports programming and the policy goals of localism, diversity of voices and competition. *Journal of current issues in Media and Telecommunications* 3 (2): 111–144.
- Gradišnik, Janez. 1995. *Za lepo domačo besedo: priročnik sodobne slovenščine*. Maribor: Založba Obzorja.
- Gruneau, Richard. 1989. Making spectacle: a case study in television. V *Media, Sports and Society*, ur. Lawrence A. Wenner, 134–156. London, New York: Routledge.
- Gutierrez San Miguel, Begoña, Maribel Rodriguez Fidalgo in Maria del Camino Gallego Santos. 2010. Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization. *Revista Latina de Comunicacion Social* 65: 126–145.
- Harrington, Stephen. 2008. Popular news in the 21st century: Time for a new critical approach. *Journalism* 9 (3): 266–284.
- Harrison, Jackie. 2002. Constructing news values. V *The television genre book*, ur. Glen Creeber, 114–117. London: British film institute.
- Hartley, John. 1982/1989. *Understanding news*. London, New York: Routledge.
- Helberger, Natali. 2006. The »right to information« and digital broadcasting – about monsters, invisible men, and the future of European broadcasting regulation. *Entertainment law review* 17 (2): 3–21.
- Helland, Knut. 2006. Football, sports rights, marketing and journalism. *International journal of sports marketing and sponsorship* 8 (1): 11–15.
- 2007. Changing Sports, changing media: mass appeal, the sport/media complex and TV sports rights. *Nordicom review*, Jubilee issue, 105–119.
- Helland, Knut in Harry Arne Solberg. 2007. Journalism – an instrument to promote TV sports rights? V *Marketing & football: an international perspective*, ur. Michel Desbordes, 51–82. Oxford, Burlington: Elsevier.
- Hiliard, Robert L. 2011. *Writing for television, radio and new media*. Boston: Wadsworth.
- Hočevar, Marjeta. 2014. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 30. december 2014.
- Holland, Patricia. 2000. *The television handbook*. London in New York: Routledge.
- Host Broadcast Services (HBS). 2015. *Glossary*. Dostopno prek: <http://www.hbs.tv/glossary.html> (11. januar 2015).
- Hutchins, Brett in David Rowe. 2009. From broadcasting scarcity to digital plentitude: the changing dynamics of media sport content economy. *Television & new media* 10 (4): 354–370.

--- 2012. *Sport beyond television: the internet, digital media and the rise of networked media sport*. New York, Oxton: Routledge.

Ingle, Sean. 2006. *Fun and games in the mixed zone*. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/football/worldcup2006blog/2006/jun/14/funandgamesinthemixedzone> (31. januar 2015).

Iriarte, Joseba Bonaut. 2010. The perennial problem of televised football in Spain: a historical perspective of the fight for professional football league (LFP) TV rights. *Comunicacion y sociedad* 23 (2): 71–96.

James, Meg. 2012. *Tough guy at CBS news*. Dostopno prek: <http://articles.latimes.com/2012/apr/09/entertainment/la-et-wallace-analysis-20120409> (15. januar 2015).

Jovanović, Mile. 2014. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 23. december 2014.

Kogovšek, Tina. 2005. Zanesljivost in veljavnost v kvalitativnem in kvantitativnem raziskovanju. *Teorija in praksa* 42 (1): 256–278.

Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.

--- 2005. K stilu športnega poročevalstva. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 257–274. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kovačič, Gorazd. 2010. Otroške sanje vrhunskih športnikov in slovenska nacija: diskurz Petre Majdič in nekritičnost slovenskega novinarstva. *Medijska preža* (maj 2010): 14–15.

Kuzmanič, Tonči. 2009. *Slovenska košarka ali košarka v Sloveniji: narodnjaško-domačijska govorica v športnem novinarstvu*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/04/analiza> (20. november 2010).

Laban, Vesna. 2007. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Langer, John. 1998. *Tabloid television: popular journalism and the 'other news'*. London, New York: Routledge.

Lee, Jong Hyuk in Yun Jung Choi. 2009. News values of sports events: an application of newsworthiness model on the World cup coverage of US and Korean media. *Asian Journal of Communication* 19 (3): 302–318.

Lefever, Katrien. 2012. *New media and sport: international legal aspects*. Haag: T. M. C. ASSER Press.

Lefever, Katrien in Ben Van Rompuy. 2009. Ensuring access to sports content: 10 years of EU intervention. Time to celebrate? *Journal of media law* 1 (2): 243–268.

Letica, Zvonko. 2003. *Televizijsko novinarstvo: temelji profesionalizma*. Zagreb: Disput.

- Ličen, Simon. 2009. (Ne)pristranskost in subjektivnost v diskurzu športnega novinarstva. V *Kalejskop športa: uvod v športne študije*, ur. Mitja Velikonja, Peter Stankovič in Gregor Starc, 233–247. Maribor: Aristej.
- Ličen, Simon in Mojca Doupona Topič. 2008. The imbalance of commentators' discourse during a televised basketball match. *Kinesiology* 40 (1): 61–68.
- Lippmann, Walter. 1922/1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: Založba FDV.
- Luthar, Breda. 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Mediawatch.
- MacNeill, Margaret. 2000. Sport journalism, Ethics, and Olympic Athletes' Rights. V *MediaSport*, ur. Lawrence A. Wenner, 100–118. London, New York: Routledge.
- Maguire, Joseph, ur. 2002. *Sport worlds: a sociological perspective*. Champaign: Human Kinetics.
- Manning, Paul. 2001. *News and news sources: a critical introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- McCombs, Maxwell. 2004. *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Cambridge: Polity press.
- McGregor, Judy. 2002. Restating news values: contemporary criteria for selecting the news. *ANZCA On-line journal*. Dostopno prek: <http://www.anzca.net/documents/2002-conf-papers/382-restating-news-values-contemporary-criteria-for-selecting-the-news-1/file.html> (5. november 2014).
- McManus, John H. 1994. *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Sage: Thousand Oaks, London, New Delhi.
- McQuail, Denis. 2003. Public service broadcasting: both free and accountable. *Javnost* 10 (3): 13–23.
- Mednarodna nogometna zveza. 2014. *News access policy for television, internet and mobile broadcasters*. Dostopno prek: http://www.fifa.com/mm/document/affederation/tv/02/34/42/20/fifanewsaccesspolicy2014fwc_neutral.pdf (12. januar 2015).
- Mednarodni olimpijski komite. 2011. *News access rules applicable for the broadcast of the Sochi 2012 winter olympic games*. Dostopno prek: http://www.olympic.org/Documents/Commissions_PDFfiles/Coordination_Commission/IOC_News_Access_Rules_%20Sochi_Eng.pdf (12. januar 2015).
- Mednarodna smučarska zveza (FIS). 2013. *Broadcasters' manual 2013/14*. Dostopno prek: http://www.fis-ski.com/mm/Document/documentlibrary/Marketing/03/35/02/FISBroadcastersManualgeneral2013-14_170913_English.pdf (11. januar 2015).

- Mencher, Melvin. 2006. *News reporting and writing*. Boston: McGraw-Hill.
- Milosavljević, Marko. 2005. Prihodnost javne radiotelevizije – RTV Slovenija. V *Za javno radiotelevizijo Slovenije: zbornik razprav*, ur. Slavko Splichal in Ivan Hvala, 108–113. Ljubljana: Društvo Občanski forum.
- Murphy, Ken in Andy White. 2007. Watching the directive: sports rights and public culture in the United Kingdom and the Republic of Ireland. *International journal of media and cultural politics* 3 (3): 253–269.
- Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Pearson.
- New, Bill in Julian Le Grand. 1999. Monopoly in sports broadcasting. *Policy studies* 20 (1): 23–36.
- Noll, Roger G. 2007. Broadcasting and team sports. *Scottish Journal of Political Economy* 54 (3): 400–421.
- Oates, Thomas P., in John Pauly. 2007. Sports Journalism as Moral and Ethical Discourse. *Journal of Mass Media Ethics* 22 (4): 332–347.
- Oblak, Sara. 2007. *Olimpijske igre skozi oko televizijske kamere: Atene 2004 in Torino 2006 na Televiziji Slovenija: diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 2015. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 10. januar 2015.
- Ogris, Boštjan. 2015. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 5. januar 2015.
- Padovani, Cinzia. 2007. Digital television in Italy: from duopoly to duality. *Javnost* 14 (1): 57–76.
- Parrish, Richard. 2008. Access to major events on television under European law. *Journal of consumer policy* 31(1): 79–98.
- Pengov, Jure. 2003. *Dnevnik v letih 1968–2003*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/dnevnik/35let.php> (1. november 2014).
- Perišin, Tena. 2008. Televizijske vijesti: uredniški odabir između politike, gledatelja i komercijalnih interesa. *Politička misao XLV* (2): 153–174.
- Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.
- Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. 2000. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (10. oktober 2014).
- Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost: novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Radiotelevizija Slovenija. 2014. *Analiza raziskave: Športni program na TVS (zunanja analiza)*. Ljubljana: interno gradivo.
- Radisavljević, Zoran. 2014. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 29. december 2014.
- Reuters Media Express*. 2014. Dostopno prek: <http://thomsonreuters.com/reuters-media-express/> (1. december 2014).
- Roche, Maurice. 2001. Citizenship, popular culture and Europe. V *Culture and citizenship*, ur. Nick Stevenson, 74–98. London: Sage.
- Rowe, David. 1999. *Sport, culture and the media*. Buckingham: Open University Press.
- ur. 2004. *Critical readings: sport, culture and the media*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press.
- Scherer, Jay in David Rowe. 2014. Sport, public service media, and cultural citizenship V *Sport, public service media, and cultural citizenship*, ur. Jay Scherer in David Rowe, 1–29. New York: Routledge.
- Schlesinger, Philip. 1987. *Putting reality together*. New York: Methuen.
- Schultz, Brad. 2005. *Sports media: reporting, producing and planning*. Oxford: Focal Press.
- Sklep o določitvi seznama najpomembnejših dogodkov*. Ur. l. RS 18/2003. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=SKLE3569> (1. oktober 2014).
- SNTV*. 2014. Dostopno prek: <http://www.sntv.com/> (1. december 2014).
- Solberg, Harry Arne. 2002. Cultural prescription: The European commission's Listed Events Regulation – over reaction? *Culture, sport, society* 5 (2): 1–28.
- 2007. Sports broadcasting: is a job for public service broadcasters? A welfare economic perspective. *Journal of media economics* 20 (4): 289–309.
- 2008. Public service broadcasters will survive without expensive sports programs: a response to Tjernstrom and Tjernstrom. *Journal of media economics* 21 (4): 264– 269.
- Sparks, Colin. 1993. Public service broadcasting in Europe: does it have a future? *Teorija in praksa* 30 (11–12): 1169–1177.
- Splichal, Slavko. 1990. *Analiza besedil: Statistična obravnava jezikovnih podatkov v družboslovnih raziskavah*. Ljubljana: Raziskovalni inštitut, Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
- 2005. Množični mediji med poblagovljeno politiko in služenjem javnosti. *Teorija in praksa* 42 (4–6): 557–578.

- Stankovič, Peter. 2002. *Nacionalistična prisvojitve nogometnega prepoveda v Sloveniji*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/14/porocanje/print.html> (20. november 2010).
- Svet Evrope. 1989. *Evropska konvencija o čezmejni televiziji*. Dostopno prek: http://www.svetevrope.si/sl/dokumenti_in_publikacije/konvencije/132/ (1. oktober 2014).
- Šparavec, Simon. 2015. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 16. januar 2015.
- Športni program Televizije Slovenije. 2015. *Kriteriji dnevnoinformativnih oddaj*. Ljubljana: interno glasilo.
- Tomanič, Tom Andrew. 2014. *Intervju z avtorico*. Ljubljana, 22. december 2014.
- Tomlinson, Alan in John Sugden. 2008. Sport journalism: persistent themes and changing times. V *Pulling newspaper apart: analysing print journalism*, ur. Bob Franklin, 153–161. London, New York: Routledge.
- Tuchman, Gaye. 1978. *Making news: a study in the social construction of reality*. New York: Free Press.
- Turner, Paul. 2007. The impact of technology on the supply of sports broadcasting. *European sport management quarterly*, 7: 337–360.
- Wenner, Lawrence A. 1989. Media, Sports and Society: The Research Agenda. V *Media, Sports and Society*, ur. Lawrence A. Wenner, 13–48. London in New York: Routledge.
- Whannel, Garry. 1992. *Fields in vision: television sport and cultural transformation*. London, New York: Routledge.
- Williams, Raymond. 1989. There's always sport. V *Raymond Williams on television: selected writings*, ur. Alan O'Connor, 95–99. London, New York: Routledge.
- Wilstein, Steve. 2002. *The Associated press sports writing handbook*. New York: McGraw-Hill.
- Winch, Samuel P. 1998. *Mapping the cultural space of journalism: how journalist distinguish news from entertainment*. Westport, Conn: Praeger.
- Zakon o medijih* (Zmed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2006110&stevilka=4666> (1. oktober 2014).
- Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (ZRTVS-1). Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (15. januar 2010).

PRILOGE

PRILOGA A: Televizijska reportaža po uvrstitvi NK Maribor v skupinski del lige prvakov
(Šport ob 19. uri, 27. 8. 2014)

	VIZUALIZACIJA	GOVORJENO BESEDILO
NAPOVED	Srednji bližnji plan voditeljice.	Po petnajstih letih se slovenski nogomet znova veseli izjemnega dosežka. Državni prvaki so se zavihteli v najprestižnejše evropsko klubsko tekmovanje
	Srednji plan voditeljice, na desni strani zaslona sotorba, na sliki veselje mariborskih nogometašev in logotip lige prvakov.	V ligo prvakov je Maribor popeljala sinočnja zmaga v Glasgowu, kjer je na povratni tekmi Celtic premagal z 1 : 0. Velik uspeh je v mestu ob Dravi sprožil val navdušenja.
BRANO BESEDILO	Srednji plan navijačev za steklenimi vrati na letališču.	Tisoč navijačev je danes na dežju
	Srednji plan množice navijačev pod streho.	na mariborskem letališču pričakalo
	Srednji plan navijačev, ki pozdravijo enega od nogometašev.	vijoličaste, da se vrnejo iz Glasgowa.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan navijača.	Solze. Solze sreče po petnajstih letih. Samo čakamo, da pride Barca ali pa Real.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan navijača.	Mi smo že bili ob treh zjutraj tukaj. Kaj naj rečem, vrhunsko, se je splačalo potruditi.
TONSKI IZSEK z mednarodnim tonom	Srednji plan množice navijačev, ki skandira.	Liga prvakov, liga prvakov, liga prvakov.
BRANO BESEDILO	Srednji plan nogometaša, ki se prebija med množico navijačev.	Marcosa Tavaresa v Mariboru obožujejo. Najboljši strelec v zgodovini vijoličastih je
	Daljni plan Tavaresa v množici, ki ga pozdravlja.	sinoči dosegel svoj najpomembnejši gol.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan Marcosa Tavaresa.	Sem vedel danes, jaz dvakrat blizu, da enkrat mora it noter v mrežo.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan nogometaša Dareta Vršiča.	Uf, na začetku je bilo peklensko, ob himni še posebno, ampak smo jih utišali vedno bolj in z golom tudi ubili.
BRANO BESEDILO	Srednji plan nekaj navijačev z navijaškim šalom v lokalu.	To je bil šok za navijače Celtica.
	Daljni plan nekaj navijačev v lokalu, v ozadju na televizijskem zaslonu nogometna tekma Celtic – Maribor.	Lokali so bili med tekmo prazni.
	Fotografija Celticovih navijačev na stadionu.	57 tisoč ljudi na
	Fotografija veselih nogometašev Maribora.	stadionu so vijoličasti
	Fotografija nogometaša Celtica, ki se drži za glavo.	na igrišču junaško utišali.
TONSKI IZSEK	Fotografija razočaranega nogometaša Celtica.	Že po par minutah sem videl,
	Srednji plan športnega direktorja Zlatka Zahovića.	da ekipa dela točno to, kar smo želeli.
TONSKI IZSEK	Srednji plan trenerja Anteja	Sreča v prvih trenutkih ni bila na naši strani z

	Šimundže.	bom rekel situacijami, v katerih bi lahko zadeli, enostavno smo pa v prvem polčasu toliko garali, da nas je nagradilo v drugem.
TONSKI IZSEK	Srednji plan športnega direktorja Zlatka Zahovića.	Ne glede na finančne vložke je še vedno pomemben ta process ustvarjanja ekipe, mi smo to ekipo ustvarjali sedem let.
BRANO BESEDILO	Daljni plan navijačev Celtica, ki skandirajo.	Navijači Celtica so bili po tekmi ogorčeni.
	Srednji plan navijačev Celtica, ki skandirajo.	Vodstvo mora odgovarjati, so bili jasni.
TONSKI IZSEK	Srednji plan navijača Celtica, ki odhaja s stadiona.	Navijači Celtica smo. Takega trenerja nočemo. <i>(govori v angleščini)</i>
TONSKI IZSEK	Bližnji plan nogometaša Celtica Stefana Johansena.	Doma smo hoteli razveseliti navijače in igrati drugače, ampak nam to ni uspelo.
BRANO BESEDILO	Srednji plan nogometašev Maribora v hrbet, ki odhajajo.	Mariborsko slavje pa se je nadaljevalo po odhodu
		na letališče ...
TONSKI IZSEK z mednarodnim tonom	Dva mariborska nogometaša in ženska objeti odhajajo na letališče.	La, la, la, la, la, liga prvakov ...
BRANO BESEDILO		in še dalje.
TONSKI IZSEK z mednarodnim tonom	Zasuk po nogometaših Maribora, ki nazdravljajo.	Samo en je klub, samo ena čast, samo ti si naš, NK Maribor.
TONSKI IZSEK	Bližnji plan nogometaša Maribora Željka Filipovića	Imam hčerko in sina in lahko primerjam tole danes z rojstvom hčerke in sina.
BRANO BESEDILO	Srednji plan objemanja trenerja Šimundže z navijači.	Jutri bodo Mariborčani skupaj z navijači nestrpno čakali žreb skupin sanjske lige prvakov.

PRILOGA B: Televizijski pregledni prispevek pred tekmo NK Maribor – Chelsea (Šport ob 19. uri, 3. 11. 2014)

	VIZUALIZACIJA	GOVORJENO BESEDILO
NAPOVED	Razširitev srednjega bližnjega plana voditelja na srednji plan. V ozadju ob razširitvi sotrvoja, na sliki nogometaš Maribora in logotip lige prvakov.	Verjetno ste se v zadnjih tednih že navadili, pondeljek ne prinaša prav veliko športnega dogajanja. Zato se že danes oziramo proti sredi, ko v četrtem kolu skupinskega dela lige prvakov v Maribor prihaja zvezdniški Chelsea. Za odštevanje do te tekme se bomo za nekaj sekund vendarle vrnili slaba dva tedna nazaj, na dan po visokem porazu Mariborčanov na Stanford Bridgu.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan športnega direktorja Zlatka Zahovića.	Glede na to, da nas čakajo zelo zahtevne naloge v prvenstvu, se pravi, da bo ritem zelo zahteven, tudi pokal imamo, mislim, da ni potrebe, da bi igrali s polno postavo v Ljudskem vrtu.
BRANO BESEDILO	Srednji plan Zlatka Zahovića, ki z neznan osebno sedi v prostoru, podobnemu čakalnici.	Tako je rekel Zlatko Zahović takoj ob vrnitvi iz Londona. Ne glede na postavo Chelsea težko presenetiš.
	Daljni plan nogometne tekme državnega prvenstva med Mariborom in Domžalami.	Vmes so se nadaljevale mariborske neprečljive igre v državnem prvenstvu. S kom torej v sredo na igrišče?
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan trenerja NK Maribor Anteja Šimundže	V vsakem primeru rotacije bodo, da pa bi zdaj koga spočili, mislim, da so fantje, večina njih, dovolj pripravljeni, da zdržijo ritem tekem.
BRANO BESEDIO	Srednji plan nogometašev NK Maribor med treningom.	Na današnjem treningu je bilo zaznati dobro vzdušje.
	Daljni plan treninga nogometašev, ki tečejo.	Londonski klub je za slehernega igralca velik magnet.
	Srednji plan trenerja, ki pripravlja igrišče.	Vsak se bo želel pokazati, trener pa opozarja na pomen kolektivne igre.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan trenerja Anteja Šimundže.	Fantje so nekateri to realnost izgubili v Londonu, je pa dejstvo, da se zavedajo, in da če ne bodo tako razmišljali, ne bo dobrega tako za njih kot za ekipo. In tudi meni bo pokazatelj na koga in kaj je treba resno računati v prihodnje.
TONSKI IZSEK	Srednji bližnji plan nogometaša Marcosa Tavaresa.	Naša motivacija je dobra, zdaj smo pripravljeni, da lahko igramo proti Chelseaju in da naredimo dober rezultat.
BRANO BESEDILO	Srednji plan trenerja v pogovoru na igrišču.	Skoraj zagotovo se bodo odločili za drugačno taktiko kot v Londonu.
	Srednji bližnji plan nogometaša, ki se ogreva.	Zdravstveni karton so v prejšnjih dneh krojile viroze in poškodbe, a danes so trenirali vsi.
	Srednji plan skupine nogometašev na treningu.	Zdaj kaže, da bo imel Šimundža v sredo velik izbor.

PRILOGA C: Televizijski pregledni prispevek pred tekmo NK Maribor – Chelsea (Šport ob 19. uri, 4. 11. 2014)

	VIZUALIZACIJA	GOVORJENO BESEDILO
NAPOVED	Srednji bližji plan voditelja. Rahla razširitev plana in premik po studiu. Tik pred koncem napovedi na desni strani zaslona sotvorba, na sliki nogometaš Chelseaja in logotip lige prvakov.	Nekaj ur pred gostovanjem slovitega Chelseaja v Ljudskem vrtu se zdi, da so nogometaši Maribora po viharnih dveh tednih spet takšni, kot so bili večji del te sezone. Sploh na evropskih tekmah. Poglejmo, kakšen je bil vijoličasti dan.
BRANO BESEDILO	Daljni plan nogometašev NK Maribor med treningom.	Zadnji trening pred odhodom v karanteno je razveselil
	Srednji plan trenerja Šimundže na igrišču.	Anteja Šimundžo. Kot je povedal,
	Daljni plan nogometašev NK Maribor med treningom.	je danes dopoldne v Ljudskem vrtu gledal enotno in zbrano ekipo.
TONSKI IZSEK	Srednji plan trenerja NK Maribor Anteja Šimundže na novinarski konferenci.	Katera je ambiciozna in želi se dokazovat, verjamem da bomo to prenesli na jutrišnjo tekmo.
TONSKI IZSEK	Srednji plan nogometaša NK Maribor Arghusa na novinarski konferenci.	Če igramo zbrano, lahko igramo proti madridskemu Realu, proti vsem. Jutri boste videli nov, agresiven NK Maribor. Upam, da bomo jutri dosegli dober rezultat. (<i>govori v angleščini</i>)
BRANO BESEDILO	Daljni plan treninga nogometašev NK Maribor med tekmo, tečejo od desne proti levi.	V državnem prvenstvu so mariborski porazi presenečenje, v ligi prvakov, zlasti proti Chelseaju je izhodišče drugačno.
	Daljni plan treninga nogometašev NK Maribor med tekmo, tečejo od leve proti desni.	Šimundža je slikovito opisal, zakaj niso pod pritiskom.
TONSKI IZSEK	Srednji plan trenerja NK Maribor Anteja Šimundže na novinarski konferenci.	Pritisk imajo ljudje, kateri razmišljajo o plačevanju položnic naslednji dan. Pritisk življenja je dosti večji kot športni pritisk.
	Daljni plan treninga nogometašev, ki si podajajo žogo.	A takšno razmišljanje ne manjša mariborske ambicioznosti
	Srednji plan nogometašev s treninga, ki si podajajo žogo.	pred drugo tekmo s Chelseajem v kratkem času.
TONSKI IZSEK	Srednji plan trenerja NK Maribor Anteja Šimundže na novinarski konferenci.	Želimo ves izkupiček, želimo biti konkurenčni proti izredni ekipi Chelseaja. Želimo se pokazati v najlepši luči ali pa najboljši luči.
BRANO BESEDILO	Daljni plan treninga nogometašev, ki brcajo žogo.	Vsi igralci z izjemo poškodovanega Mejača bodo pripravljani za tekmo. Z ugibanji, ali bo na sosednji strani igral Diego Costa, pa se vijoličasti ne ukvarjajo preveč.
TONSKI IZSEK	Srednji plan trenerja NK Maribor Anteja Šimundže na novinarski konferenci.	Izbor igralcev je tako velik, da bo Chelsea v vsakem primeru nastopil v najmočnejši postavi, kar premore, iz razloga, ker želi rešit napredovanje v skupini čim prej.
BRANO BESEDILO	Srednji plan nogometašev na treningu, ki brcajo žogo.	Morebitno veliko mariborsko presenečenje pa bi letošnji
	Daljni plan nogometašev na treningu, ki brcajo žogo.	že tako odlični evropski zgodbi dalo novo razsežnost.

PRILOGA Č: Televizijsko poročilo po tekmi smučark tekačic na deset kilometrov (Šport ob 22. uri, 30. 11. 2014)

	VIZUALIZACIJA	GOVORJENO BESEDILO
NAPOVED	Srednji bližji plan voditelja. Na desni strani zaslona sotorba, na sliki dve smučarki tekačici, Katja Čebašek in zmagovalka Terese Johaug.	Po včerajšnjem drugem mestu Katje Višnar so se smučarke tekačice v Ruki na Finskem pomerile v desetkilometerski preizkušnji v klasični tehniki. Zmagala je Norvežanka Terese Johaug, nastopile pa so tudi štiri Slovenke, med njimi najbolje Alenka Čebašek.
BRANO BESEDILO	Daljni plan Alenke Čebašek med tekom od starta naprej.	Alenka Čebašek je na stadionu čutila nekaj utrujenosti včerajšnjega sprinta,
	Daljni plan smučarke tekačice Alenke Čebašek med tekom proti cilju.	a na koncu je iz sebe iztisnila dovolj moči, da je na uvodu sezone osvojila novi dve točki in to sploh prvič v tej disciplini.
TONSKI IZSEK	Srednji plan smučarke tekačice Alenke Čebašek.	Sem res vesela, da sem tudi v klasiki in vidim, da se da, in zdaj imam v bistvu točke že v vseh disciplinah: na distanci, v sprintu, v klasiki, v skejtu. Tako da sem res zadovoljna.
BRANO BESEDILO	Daljni plan smučarke tekačice Lee Einfalt, ki se pogovarja s trenerjem.	Spodbuden je bil tudi nastop najmlajše Slovenke, dvajsetletne Lee Einfalt, ki že pridno trka na vrata trideseterice.
TONSKI IZSEK	Srednji plan smučarke tekačice Lee Einfalt.	Predvsem s svojim tekom sem zelo zadovoljna, rezultat je tak, kakršen je. Malo mi še manjka do točk, a mislim, da do konca sezone mi to lahko rata.
BRANO BESEDILO	Dajni plan smučarke tekačice Vesne Fabjan med tekom proti cilju.	Brez njih sta ostali tudi Nika Razingar in Vesna Fabjan, a brez skrbi, bronasta olimpijka je bila danes na startu iz povsem drugih razlogov.
TONSKI IZSEK	Srednji plan smučarke tekačice Vesne Fabjan.	Bistvo tega teka danes, tega štarta je dober trening, ker bližajo se tiste tekme, ki jih imam rajši, kjer imam več možnosti, se pravi sprint v prosti tehniki, in časa ni veliko, zato je treba tudi take tekme včasih izkoristiti.
BRANO BESEDILO	Srednji plan pogovora novinarke s smučarko tekačico Vesno Fabjan.	Ta preizkušnja pa bo na sporedu že prihodnji petek v Lillehammerju,
	Srednji plan smučarke tekačice, ki boža severnega jelena v ogrevalni vasi.	zato nasvidenje Ruka in njeni severni jelenčki.

PRILOGA D: Poglobljeni intervju z Marjeto Hočevar, urednico dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.

Ali so televizijske pravice spremenile poročanje v športnih dnevnoinformativnih oddajah?

Pravice so spremenile poročanje v dnevnoinformativnih oddajah. Imamo omejena sredstva, nove stvari stanejo in veliko je sprotnega odločanja, kaj bomo kupili.

Ali v uredništvu programske usmeritve v primeru prenosov in dnevnoinformativnih oddaj opredeljujete podobno ali različno?

To bi moralo biti popolnoma enako. Dnevnoinformativne oddaje, osrednja športna oddaja, ki je trenutno sicer nimamo, prenosi in vse ostalo bi moralo temeljiti predvsem na nastopih slovenskih športnikov. Ti bi morali imeti prednost, sploh glede na to, da smo javni servis. Je pa res, da moramo tudi zadovoljiti gledalce in se zato potruditi ter najti jagodni izbor športov, v katerih Slovencev ni zraven, pa so gledalcem še vedno zanimivi. Tako v prenosih kot dnevnoinformativnih oddajah.

Bi se strinjali, da pravice pomenijo tudi dostop (do slike, do izjav, do športnikov, do vodilnih ipd.)?

Res je – ko imaš zagotovljene pravice, imaš skoraj vse. To je sicer odvisno tudi od posameznih športov. Primer je lahko formula 1, kjer se pravice prodajajo v različnih paketih. Če kupiš največji paket, kupiš komentatorsko mesto, akreditacijo za ENG-snemalca in 2 novinarja, v nasprotnem primeru pa je sistem zelo zaprt. Mi smo letos kupili samo dostop do komentatorskega mesta. Tudi če bi se želeli naknadno akreditirati samo za zadnjo tekmo svetovnega pokala, se ne bi mogli. Ko imaš pravice, imaš zagotovljene posnetke, v večini primerov tudi neposredne prenose. V informativnem programu pa to lahko nadgradiš s tem, da imaš na terenu še ENG-ekipo, ki pa ima tam dostop praktično povsod.

Kaj pa, če pravic nimaš. Je delo zelo oteženo?

Do mešane cone, na primer, prideš, tudi če nimaš pravic, ampak je potem tvoje delo veliko težje. Raje bom rekla tako – težje je za novinarje Televizije Slovenija, ki smo še vedno navajeni, da smo vedno imeli pravice za vse dogodke. Spremljam tudi ostale televizije, ki se že od samega začetka soočajo s tem, da pravic nimajo. Opazi se res velika razlika v tem, kako oni razmišljajo o pripravi prispevka in kako je prispevek narejen. Pri nas je prvi in zadnji odgovor, da pravic pač nimamo, in se zato zadovoljimo z objavljeno eno izjavo in eno ali dvema fotografijama. To je slabo, je pa res, da se je v zadnjem času to začelo spreminjati.

Mogoče zaradi tega, ker imamo vedno manj pravic in smo bili prisiljeni začeti razmišljati drugače ali pa smo enostavno začeli vse skupaj dojemati veliko bolj televizijsko.

O nakupu pravice do kratkega poročanja naj bi v uredništvu začeli razmišljati šele pred dvema letoma, pred tem se o tem ni razmišljajo. Zakaj ta sprememba?

Včasih smo enostavno rekli, da pravic za dogodek nimamo, in se s tem nismo več ukvarjali. Ko sem bila jaz še voditeljica, sem velikokrat dobila plan oddaje, na katerem je pisalo, da je tekma v smučarskih skokih, da pravic nimamo in da je treba objaviti rezultat. Najprej smo sploh morali spoznati ta vzvod pravice do kratkega poročanja. Zdi se mi, da tudi če pravic nimamo, moramo gledalcu nekaj ponuditi, sploh v primeru slovenskih športnikov in še več, če so ti uspešni.

Ali obstaja povezava med pridobljenimi televizijskimi pravicami in agendo dnevnoinformativnih oddaj?

Zelo dolgo je veljalo, da če imamo prenos, mora reporter pripraviti tonsko poročilo, tudi recimo s četrtfinalne tekme evropske lige. V zadnjem času smo uspeli doseči to, da če ni slovenskega predstavnika, lahko tak prenos pokažemo samo vestično. Kar se tiče napovedi prenosov – sama sem proti temu. Če že delamo nekakšno napoved prenosa, se moramo izogniti temu, da bo A igral proti B in da bodo igralci dali vse od sebe za zmago, ter moramo najti dobro temo in jo dobro obdelati. Se pa tudi malo nagibam k temu, da moramo promovirati sami sebe in ne preveč napovedovati zadev, ki jih imajo ostale televizije.

Dolžina dnevnoinformativnih oddaj se je v zadnjih letih enormno povečala, pridobljenih pravic pa imate vedno manj.

To je absurdno. Potrebne je veliko več razmišljanja. Ko sem jaz pred leti začejala službo tukaj, se je že nakazovala vedno daljša minutaža oddaj in jo je bilo že takrat težko zapolniti, pa smo imeli veliko več pravic. Zdaj trenutno, ko je zimska sezona, teh težav ni, sredi poletja, kak terek, ko je skupna dolžina vseh oddaj vseeno 18 minut, pa imamo težave. Tudi zaradi tega postajamo – čeprav smo dnevnoinformativna oddaja – tudi malo feljtonska. Ampak sredi poletja za 18 minut športnih dogodkov ni in je treba najti tudi stvari in teme iz ozadja.

V katerih primerih si želite vsaj pravico do dostopa do informacij?

Predvsem za športne dogodke, v katerih so slovenski športniki v ospredju, in pa za tistih mogoče pet najpomembnejših globalnih dogodkov leta, ki bi zanimali slovenskega gledalca, kljub temu da slovenskega predstavnika ni. Ali ti agencije oz. lastnik pravic sploh omogočajo nakup te pravice, pa je drugo vprašanje. Za ligo prvakov v nogometu te pravice sploh ni

možno kupiti in vse, za kar smo se letos uspeli dogovoriti pri poročanju o ligi prvakov, je bilo le plod dolgoletnega dobrega sodelovanja z Uefo in recipročnega odnosa s Planet TV.

Več je objavljenih prispevkov za dogodke, za katere ste pridobili neomejene pravice.

Z njimi pride malo več širine, absolutno. Mogoče tudi zaradi tega, ker premalo razmišljamo o tem, kako zadevo rešiti, ko pravic nimamo.

Najmanj je napovednih prispevkov o dogodkih, za katere sliko pridobivate preko agencij.

Velikokrat se zgodi, da po agencijskih izmenjavah tudi napovedane slike ne dobimo. Napovedovati tak dogodek, čeprav je v dogovarjanjih in napovedih zagotovljeno, da slika bo poslana, bi bilo neresno, saj so pogoste tehnične težave, zamujanja z montažo ali naknadne ugotovitve, da pravic za objavo sploh nimamo. Nesmiselno je tudi dogodek napovedovati, potem pa ne poročati o njem. Po agencijskih izmenjavah dobivamo recimo ogromno izjav pred tekmami angleške nogometne lige, posnetkov samih tekem te lige pa ne. Zaradi tega potem prihaja do takih razlik.

Več je objav, ko je novinar na terenu. Kdaj poslati novinarja na teren?

Pri tem pravice ne bi smele imeti vloge. Novinarja bi morali imeti na terenu čim večkrat. Smo v krizi in razumem, da tudi komentator neposrednega prenosa potrebuje stik s terenom, stik z igralci ipd., ampak za potrebe dnevnoinformativne brez vsaj ENG-snemalca, če ne ekipe, samo z neposrednim prenosom ne pridobiš veliko.

Analiza kaže, da je novinar na terenu praviloma takrat, ko imate pravice z neomejenim dostopom, s čimer je povezanih več objav zlasti v sklopu napovednih prispevkov. Zakaj se vam zdi, da je tako?

Res je, redki so primeri, ko je novinar poslan na teren, če imamo omejene pravice, zadnji tak je bil prav primer kvalifikacij za ligo prvakov v nogometu (NK Maribor), sicer pa se za to nismo odločali, ker tudi ni bilo kakih pomembnejših oz. odmevnejših dogodkov. Glede na to, da se nam sredstva znižujejo, pa se bomo morali tega očitno vedno bolj posluževati v prihodnje, pri čemer bo treba več angažiranosti urednikov in voditeljev glede vsebinskega dela – kako pripraviti prispevek (prispevke).

Dobijo mogoče prednost tereni, ko lahko novinar poroča tako za dnevnoinformativne oddaje kot spremljevalni studijski program?

Velika težava je načrtovanje terenov, ker se med sabo ne povezujemo, saj se odhode novinarjev na teren načrtuje za studijske zadeve, z urednikom dnevnoinformativnih oddaj pa se o tem nihče ne pogovarja in posvetuje. Uredniki dnevnoinformativnih oddaj smo v

zadnjem letu izbrali določene projekte, na katere smo novinarja in ENG-snemalca poslali izključno za pripravo prispevkov za dnevnoinformativne oddaje, poleg tega pa so novinarji, ki so bili v osnovi poslani na teren za projekt Zima je zakon, pripravljali tudi prispevke za dnevnoinformativne oddaje.

Televizija Slovenija na drugem programu ustvarja projekt Zima je zakon, tudi s pomočjo novinarjev na terenu. Kako to vpliva na poročanje v dnevnoinformativnih oddajah?

To, da imamo novinarje na terenu zaradi projekta Zima je zakon, vpliva tudi na poročanje v dnevnoinformativnih oddajah, saj novinarji lahko pripravijo nadgrajene prispevke za te oddaje. Če studijske oddaje ne bi bilo, sem prepričana, da ne bi bilo toliko novinarjev na terenu, ker še vedno nismo uspeli doseči miselnega preskoka, da je bolje, da se na teren pošlje novinarja s snemalcem kot zgolj reporterja. Če je novinar na terenu in se zgodi, da tam ni slovenskih tekmovalcev ali njihovih uspehov, mora novinar najti zgodbo, ki bo za slovenskega gledalca vseeno zanimiva.

Bi poslali novinarja na teren, če ne bi bil zagotovljen vsaj dostop do informacij?

Odvisno od tega, za kak dogodek bi šlo. Če presodimo, da gre za dogodek, ki je zelo pomemben za slovenskega gledalca, potem se na teren pošlje tudi novinarja.

Je upravičeno napovedati prav vsak prenos v dnevnoinformativni oddaji?

Ne. Če je dogodek res pomemben, ga napovemo. Če slovenskih predstavnikov ni in imamo prenos samo zato, ker smo pravice kupili za celo sezono, pač ne. Za tovrstne napovedi imamo napovednike, ki pa jih premalo izkoriščamo.

Nakup dostopa do informacij po končanem dogodku je otežen oziroma vsaj bistveno dražji. Kako torej načrtovati in kako reagirati?

Če vemo za dogodek, ki se bo zgodil in pravic zanj nimamo, začnemo razmišljati o nakupu dostopa do informacij in o tem, ali ga lahko dobimo. Pri tem se najprej vprašamo, ali ima pravice zanj katera druga slovenska televizija in se skušamo dogovoriti z njo. Dobro sodelujemo s Šport TV, tudi s Planet TV se lahko dogovorimo. V devetdesetih odstotkih na tak ali drugačen način do dostopa do informacij pridemo, je pa res, da šele potem presojujemo, ali je cena primerna ali ne. In v večini primerov je cena primerna. Če pa nakup dostopa do informacij sploh ni mogoč, v vsaj polovici primerov razmišljamo samo o grafičnih rešitvah in fotografijah, v drugi polovici primerov pa se pogovarjamo, ali je vseeno smiselno poslati ENG-ekipo na teren. Če imamo pravice za neposredni prenos in ta prenos tudi snemamo, nimamo pa nikogar na terenu (bodisi komentatorja bodisi novinarja), imamo v tem primeru

vseeno možnost naročiti unilateral in posneti izjave slovenskih tekmovalcev. Pred tem moramo še najti ustrezno osebo, ki bo športniku lahko zastavila nekaj vprašanj (včasih je to predstavnik za medije, včasih trener, včasih novinar kake druge televizije ipd.). Tega se poslužujemo v primeru stopničk slovenskih tekmovalcev. Včasih se tudi zgodi, da smo pravice za neposredni prenos kupili, a prenosa potem ne objavimo, ker so slovenski predstavniki preslabi ali pa je zanimanje za prenos premajhno. Tak primer v zadnjem letu so smučarski teki, kjer imamo pravice za celotno sezono, v prenosih ali posnetkih pa so objavljene le redke tekme. Želela sem si, da bi tudi vse ostale prenose kljub temu vseeno snemali izključno za potrebe dnevnoinformativnih oddaj, pa tega ne počnemo, ker je naročilo satelita za pošiljanje predrago. Zaradi istega vzroka pred leti nismo posneli prve zmage Petre Majdič v svetovnem pokalu. Sliko smo potem naknadno po končanem dogodku odkupili od neke druge agencije. Sicer pa smo v primerih, ko dostop do informacij kupujemo po končanem dogodku, velikokrat preslabo odzivni. Od producenta večkrat dobim zgolj odgovor, da smo prepozni oz. da je cena predraga. Cena zaradi večjega zanimanja po končanem dogodku logično zraste.

Ugotavljam, da pravice spreminjajo vsebino na ravni oddaje, manj na ravni prispevkov.

Novembra smo imeli pravice za res ogromno dogodkov, zato tudi nismo toliko razmišljali o drugih. Avgusta bi bilo to nekoliko drugače. Res je, da se o pravicah ne morem pogovarjati iz danes na jutri. Že zdaj decembra sprašujem, kako bo aprila, ko bo evropsko prvenstvo v judu, ker pravic nimamo zagotovljenih. Potrebne je več razmišljanja vnaprej.

Kaj pa na ravni prispevkov – če slike ni, prispevka ne bo?

Ni nujno. Tudi če pravic nimaš, lahko pripraviš prispevek npr. s fotografijami, ENG-ekipa bi v tem primeru morala biti na terenu, kjer bi lahko posnela izjave, raporte, športnike zunaj igrišča ... Kot primer bi izpostavila poročanje o NK Maribor v zadnjem kolu kvalifikacij za ligo prvakov. Takrat pravic nismo imeli urejenih. Novinar in snemalec sta bila v Glasgowu, v prispevku po tekmi pa je novinar uporabil le dve fotografiji, ostalo so bile izjave nogometašev in navijačev, njihova čustva in emocije. Prispevek je bil dolg celo minuto in petinštirideset sekund, kar je daljši prispevek v dnevnoinformativni oddaji. Nismo smeli pokazati nobenega gola, pa smo vseeno naredili prispevek. Smo pa o njem morali veliko več razmišljati pred začetkom dogodka. Ekipa na terenu je dobra rešitev v takih primerih, saj lahko dostopa do mešane cone, sicer tiste za neimetnike pravic. Posname lahko izjave, ki gledalcu povejo ogromno, lahko naredi raport v mestu, posname navijače ... Ne preostane

nam samo poročanje s sotorbo ali z grafiko, se je pa treba odločiti, ali je dogodek dovolj pomemben ali ne, da bi na teren poslali ENG-ekipo.

Je bilo v zadnjih letih zaradi izgubljenih pravic ogroženo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah o kateremkoli športnem dogodku?

Da, na svetovni ravni o nekaterih kolesarskih dirkah in velikih teniških turnirjih. Slike s kolesarske dirke po Italiji več let nismo dobivali preko agencijskih izmenjav, letos pa se je dirka po dolgem času vrnila v agencijsko ponudbo Evrovizije. Lastniki pravic so namreč ugotovili, da če ne omogočijo poročanja velikim, javnim televizijam, dogodka pač ni. V tem primeru gre za obojestransko korist. So pa tudi športni dogodki, kjer organizatorji sami ponujajo posnetke, da bi dogodek še bolj spromovirali. Pred leti pa se je velika škoda zgodila tudi v slovenskem prostoru, ko smo izgubili pravice za rokometno ligo prvakov. To je bilo še v času, ko nismo dovolj razmišljali vsaj o nakupu dostopa do informacij. Čeprav se bo to slišalo samovšečno, ogromno je ljudi, ki pravijo, da če športa ni na javni televiziji, ga ni. Takrat smo povedali le rezultat, rokomet na naši televiziji praktično ni bilo. Nisem prepričana, če smo sploh poznali zakon in izkoriščali tistih devetdeset sekund z domačih tekem. To težavo smo zdaj rešili vsaj s pravico do kratkega poročanja.

Bi si želeli pravice z neomejenim dostopom za kateri dogodek, za katerega so zdaj omejene (zlasti kaj košarkarskega, hokejskega)? Ali pa ima po vašem mnenju TVS ustrezne pravice za vsa tekmovanja?

Načeloma večjih težav, sploh ker smo sklenili dogovor za poročanje o NK Maribor v ligi prvakov, nimamo. Dobro bi seveda bilo, da bi Uefa svoji ponudbi dodala možnost nakupa dostopa do informacij, ker je finale lige prvakov dogodek, ki ljudi zelo zanima, čeprav Slovencev ni. Želela bi si več slike s finalov svetovnih prvenstev v ekipnih športih, čeprav smo jih letos kar nekaj dobili nazaj preko evrovizijske izmenjave (recimo finale svetovnega prvenstva v vaterpolu in odbojki ...).

Formula ena ponuja velik obseg dostopnega materiala. Organizatorji so iz tega naredili dober produkt, ki ponuja veliko (v prenosih, v multilateralih, preko agencij). Je tudi zaradi tega tako veliko število objav v dnevnoinformativnih oddajah?

Če imaš več slike, lahko iz nje narediš več, absolutno. Formula ena je izjemen produkt Bernieja Ecclestonea in njegove ekipe. On pač zna. In to znajo tudi velika moštva znotraj tega cirkusa, ker ne le, da dostopamo do posnetkov, ki smo jih kupili s pravicami, temveč kljub temu da ne potrebujejo dodatne promocije, ekipe same preko svojih kanalov ponujajo brezplačen dostop do njihovih videoposnetkov. Gre za ekskluzivne intervjuje z dirkači,

posnetke nastajanja avtomobila, posnetki iz zakulisja, priprave ... Vse, kar moraš narediti, je registrirati se na portalih. Oni so pač dojeli, da je to dodatna promocija. In če imaš dostop do takih posnetkov, zakaj jih ne bi ponudil gledalcu? Novembra se je tudi končevala sezona, ki je bila po dolgih letih zelo zanimiva in o prvaku se je odločalo na zadnji dirki. To je bila velika dodana vrednost, poleg tega je zadeva na naši televiziji, je tudi naš produkt in dostopali smo do izjemne količine posnetkov.

V primeru severnoameriških lig NBA in NHL je slika na voljo z več tekem, kot jih objavite. Zakaj v veliki večini primerov poročate samo o Slovencih?

Zaradi tega, ker ne moremo poročati o nečem, samo zato, ker imamo sliko. To je prvi in glavni princip. Na drugi strani recimo ne poročamo o izjemni francoski rokometni ligi, kjer igra ogromno Slovencev, ker slike nimamo. Poleg tega pa zdaj v NBA in NHL igrajo šele redni del sezone.

Zakaj je toliko poročanja o Slovencih iz obeh lig brez posnetkov, samo s sotravnami ali z grafikami?

V večini primerov gre za to, da takrat pač presodimo, da je bil dosežek Slovenca dovolj pomemben. Velikokrat pa gre tudi za odločitev voditelja, ki se drži tega, da smo to vedno objavljali, zato od tega ne odstopa. V zadnjem obdobju težimo k temu, da bi NBA in NHL vsaj v rednem delu sezone izločili iz dnevnoinformativnih oddaj.

TVS je za dve veliki nogometni tekmovanji – kvalifikacije za evropsko prvenstvo in evropsko ligo – kupila pravice za izjemno obsežna paketa posnetkov, ki vključujeta tako neposredne prenose kot vrhunec tekmovanj. Kako o teh tekmovanjih poročate v dnevnoinformativnih oddajah?

Najprej o kvalifikacijah za evropsko prvenstvo v nogometu. Za dni, ko igra Slovenija, smo se odločili za nakup t. i. instant vrhunec, ko posnetek dobimo takoj, ko se zadetek zgodi. Za dni, ko Slovenija ne igra, pa smo kupili vrhunec, ki jih vedno dobimo opolnoči, po končanih vseh tekmah. V prvem primeru posnetke pokažemo tudi v dnevnoinformativnih oddajah, v drugem pač ne, ker jih ne dobimo pravočasno. V primeru evropske lige smo se odločili, da so instant vrhunec predragi, ker bi jih lahko uporabili samo v dnevnoinformativnih oddajah, ker ni spremljevalnega študijskega programa. Temu je pač prilagojeno poročanje. Tako so v napovednih prispevkih pred kolom izpostavljeni Slovenci, k čemur sama zelo težim. Tudi v prispevku po kolu gre predvsem za Slovence. Gre, bodimo iskreni, za drugorazredno evropsko tekmovanje, kjer ni velikih zvezd in klubov, zato se mi zdi nesmiselno delati preveliko reklamo. Letos imamo srečo, da v njej igra toliko Slovencev, lani pa smo jo imeli,

ker je v njej igral NK Maribor. Če ne bi bilo nobenega slovenskega predstavnika, bi seveda morali sprejeti drugačen dogovor. Tega, ko pravice kupuješ tri leta vnaprej, ne moreš vedeti.

Za tekme nogometne lige prvakov imate pravice z omejenim dostop – kakšen je pristop k obravnavi te lige?

Dogovor, sprejet že pred leti, je, da tekem, razen finala, ne napovedujemo – ker lige ni na naši televiziji, ker ni naš dogodek, in tudi zato, ker vemo, da slike ne bomo dobili (čeprav preko agencijskih izmenjav izjave pred tekmami dobivamo). Poročamo pa o vseh rezultatih že od skupinskega dela naprej, in ko je možno, dodamo še kakšno grafično podobo. Izjave dodamo le dogodku primerno, torej v izstopajočih primerih (velike zmage, veliki porazi, presenečenja ...). Poročanje z grafiko je upravičeno zaradi pomembnosti dogodka in nezmožnostjo pridobitve dostopa do informacij, česar bi si zelo želeli. Mislim, da bi tudi marsikatera druga televizija kupila najmanj derbi kola. Ampak imamo povsem zavezane roke.

Zakaj so v primeru tekem NK Maribor v ligi prvakov dodani pogovori in gostje?

Poročanje smo želeli nadgraditi, ker gre za eno najpomembnejših tekmovanj na svetu na najvišji ravni in tudi zaradi statusa nogometa samega. Želeli smo dodati dodano vrednost. Sprva smo razmišljali o strokovnem gostu v studiu, a smo po pogovoru z BBC-jevima novinarjema, ki sta bila v tistem času na obisku pri nas, ugotovili, da moramo promovirati tudi svoje ljudi, zato je zdaj v studiu naš novinar komentator. Seveda je bilo to povezano tudi s tem, da se ne moremo v živo oglasiti s stadiona, in s tem, da mogoče celo golov ne bomo smeli pokazati, ker bo tekma še trajala. Da bi gledalcu povedali samo, da je tekma bila in kako se je končala, pa mislim, da ni pošteno. Samo grafične rešitve v tem primeru res ne bi bile primerne.

Izrazito različno je poročanje s tekem slovenskih klubov v ligah EBEL in ABA, ko so tekme doma in v gosteh. Zakaj?

To je konkretno povezano s pravicami. Jaz sem pred začetkom lige ABA v ožjem uredniškem krogu spraševala, ali se nam zdi primerno skleniti dogovor s Šport TV, imetnikom pravic, za dostop do slike v zameno za navedbo vira ali minimalno plačilo, pa je bilo takrat mnenje urednikov, da je za kaj takega še prezgodaj in da bi o tem raje razmišljali v zaključni fazi tekmovanja. Pri tem je treba upoštevati tudi pomembnost tekmovanja. Nastop v ligi ABA klubom nekaj prinaša (preko tega tekmovanja se klubi uvrščajo v evropska tekmovanja), srednjeevropska liga v odbojki, sicer primerljiv rang tekmovanja, pa klubom razen lovorike v vitrini ne prinaša popolnoma nič. Mislim, da se je treba v primeru, ko je tekmovanje v tem

smislu nepomembno, vprašati, ali je sploh še smiselno objavljati rezultat tekme na tujem zgolj z grafiko.

Zakaj pa z vsake domače tekme obeh lig pripravite tonsko poročilo?

Domače tekme pokrijemo zato, ker gre za dogodek na domačih tleh, in mislim, da je to prav. Vprašanje pa je seveda, kako poročamo. Če ponudimo strogo informativno poročilo, smo zadevo naredili korektno, ampak nič več kot to. Gledalcu nismo ponudili ničesar več. Morali bi se malo več pogovarjati v predpripravi, kako se lotiti takega prispevka. Preveč je klasičnih poročil. O tekmah na tujem pa poročamo zaradi kontinuitete, čeprav tudi v tem primeru ne bi smeli povedati zgolj rezultata, ampak vseeno dodati še kako drugo informacijo.

Kdaj pripravite prispevek pred tekmovanjem, torej napovedni prispevek?

Gre za sprotno dogovarjanje, ker se prilagajamo temu, kaj sploh lahko naredimo. Obenem gre tukaj tudi za promoviranje lastnega prenosa (npr. v primeru odbojgarske lige prvakov). NK Maribor je posebna zgodba. Pri zimskih športih je prispevek pred tekmo obvezen, ko je novinar na prizorišču. Če pa te ni na prizorišču, je tak prispevek težko narediti, ker si omejen. Tekmovalci namreč na prizorišču potujejo že nekaj dni pred tekmami, tako da njihove izjave – tiste res konkretne – težko posnameš vnaprej.

Če so pravice omejene časovno, prednost dobi oddaja ob 19. uri. Zakaj?

Ker gre za našo osrednjo dnevnoinformativno oddajo, ki je najbolj gledana, in ker moramo v njej ponuditi *crème de la crème* vsebino. Konkreten primer je finale odbojgarskega svetovnega prvenstva. Na voljo je bilo minuta slike v celem dnevu. Zdelo se mi je izredna škoda, da smo že v oddaji ob 13. uri pokazali 25 sekund slike, za zvečer pa nam je ostalo samo 35 sekund. Iz te minute posnetkov bi lahko – z nekimi dodanimi izjavami – zvečer naredili že res dober tonski prispevek.

Ste za nordijski konec tedna v Ruki kupili dostop do informacij za vsa tri tekmovanja (nordijska kombinacija, smučarski skoki in smučarski teki) ali je bilo katero od tekmovanj prepuščeno poročanju brez pravic? Če da, zakaj?

Za nordijski konec tedna smo kupili pravice z omejenim dostopom za zgolj dve tekmi svetovnega pokala v smučarskih skokih in eno tekmo svetovnega pokala v smučarskih tekih. Za kvalifikacije smučarskih skokov, tekmovanje nordijskih kombinatorcev in eno tekmo smučarskih tekov pa pravic nismo kupili. Zdaj bom sicer pljunila v lastno skledo, vendar ne morem biti 24/7 in 365 dni na leto na voljo, turnusnega urednika pa sem obvestila o tem, kaj smo kupili. Turnusni urednik je namreč v tem primeru naredil veliko napako, objavili smo tudi posnetke (sicer narejene z ENG-kamero) s kvalifikacij v smučarskih skokih in tekov na

razdalji, za katere pa nismo imeli pravic, enako velja za tekme nordijskih kombinatorcev. Res je, da snemalca na terenu ni nihče preganjal in je lahko snemal, vendar bi moral biti turnusni urednik na to bolj pozoren. Še glede drugega dela vprašanja – znesek za nakup pravic je bil kar precej visok, tako da smo izbrali tiste tri tekme, na katerih smo realno pričakovali dober rezultat slovenskih športnikov (tekme v smučarskih skokih in ženski tekaški sprint).

Ali morajo dnevnoinformativne oddaje in neposredni prenosi o športnem dogodku skupaj ustvarjati dober produkt TVS?

Morali bi, vendar ga ne, razlog je že nekajkrat omenjen v prejšnjih odgovorih – preveč deljenja redakcije na različne skupine, ki jih nihče ne povezuje med sabo.

Objave po zaključenem dogodku so precej bolj pogoste, ko so pravice neomejene. Zelo malo je takih objav, če je zagotovljen samo dostop do informacij ali agencijska slika. Zakaj tako?

Zaradi premalo angažiranosti novinarjev v želji po iskanju zgodb. Pri čemer je spet treba izpostaviti dejstvo, da v določenih primerih novinarji tega časa nimajo, ker se ukvarjajo z dnevnim dogajanjem in pripravo (pre)velikih količin prispevkov za vse oddaje. Pri dostopu do informacij je ovira uporaba slike v določenem obdobju, vendar izkušnje kažejo, da se da z ENG-posnetki, ki niso posnetki tekmovanja, ampak posnetki obrobne dogajanja, narediti dobre, če ne celo boljše zgodbe. Tudi v angažiranosti novinarjev obstaja velika razlika – da se da narediti marsikaj, je odličen dokaz Miran Ališič. V prvi sezoni formule ena, ki smo jo imeli znova na TVS, je Miran Ališič s polovice dirk sam s snemalcem pripravil material, ki smo ga potem v Ljubljani sestavili v polurno oddajo. On je na terenu opravljal vlogo novinarja, komentatorja in tudi povezovalca programa – in to je bilo narejeno zelo zelo dobro.

Ko kupite dostop do informacij vnaprej, objavo vendarle prilagodite rezultatom (po navadi slovenskih športnikov)?

Če imamo novinarja na terenu, bo moral najti zgodbo, povezano s slovenskim tekmovalcem, pokazali bomo tudi zmagovalce. Idealna rešitev bi bila, če bi lahko sprejeli dogovor, da bi lahko dostop do informacij kupili naknadno, če bi bil slovenski tekmovalec visoko uvrščen. Nekje je ta dogovor mogoč, nekje ne, je pa po navadi cena potem višja.

PRILOGA E: Poglobljeni intervju z Boštjanom Ogrisom, turnusnim urednikom dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.

So televizijske pravice spremenile poročanje v športnih dnevnoinformativnih oddajah?

Mislim da. Včasih se nismo nič spraševali. Imeli smo pravice za vse najpomembnejše dogodke in vse je bilo na naši televiziji: smučanje, nogomet, liga prvakov ... Nihče nam ni bil konkurenca in tudi pravice se niso prodajale za tako velike denarje.

Ali v uredništvu programske usmeritve v primeru prenosov in dnevnoinformativnih oddaj opredeljujete podobno ali različno?

Zadovoljevati moramo javni interes, tega pa ne moremo vedno početi s prenosi, zlasti v primeru invalidskih vsebin in komercialno zanimivih športov. V dnevnoinformativnih oddajah imamo dovolj prostora, da lahko objavimo tudi to. Imamo pravice za formulo ena in tudi toliko prostora v dnevnoinformativnih oddajah, da ji lahko namenimo res veliko pozornosti, hkrati pa lahko pozornost namenimo tudi dogodkom, ki jih moramo objaviti kot javni servis.

Bi se strinjali, da pravice pomenijo tudi dostop (do slike, do izjav, do športnikov, do vodilnih ipd.)?

Ne strinjam se povsem. Vsaj do slovenskih športnikov lahko vedno pridemo brez težav, do tujih pa malo težje. Do njih najbrž res ne bomo prišli na prizorišču, a če bi vložili dovolj energije, bi lahko pršli do kakega intervja tudi na malo drugačen način.

Ali obstaja povezava med pridobljenimi televizijskimi pravicami in agendo dnevnoinformativnih oddaj?

Seveda, v tej smeri tudi delujemo. Če bi delali narazen in vsak zase, ne bi prišli nikamor. Tudi zato ker imamo vedno manj pravic, programskega prostora pa vedno več, moramo za pridobljene pravice dobro poskrbeti. Ko je na tehtnici pomembna vsebina ali napoved prenosa, seveda dam prednost pomembni vsebini in bomo le z eno besedo v oddaji omenili prenos. Kadar pa imamo prostor, pa zakaj ne.

V katerih primerih si želite vsaj dostopa do informacij?

Za največja svetovna tekmovanja in največja tekmovanja, na katerih so prisotni pomembni slovenski športniki. Ker že nekaj let nimamo nobenih pravic za hokej, veliko pozornosti posvečamo temu, da pridobimo dostop do informacij za reprezentančne tekme. Pri NK Maribor, ki je prišel v ligo prvakov, si pomagamo tudi z drugimi vzvodi in posnetke dobimo. Pri tem delujemo v skladu s Kriteriji dnevnoinformativnih oddaj.

Več je objav, ko je novinar na terenu. Kdaj poslati novinarja na teren?

Mislím, da to ni nujno povezano s pravicami. V Sloveniji so naši novinarji tako ali tako na vseh pomembnih ekipnih in posamičnih tekmovanjih, za terene v tujini pa smo odvisni tudi od oddaje Zima je zakon. Odločili smo se, da bomo vanjo vložili veliko energije, zato imamo novinarja na terenu na skoraj vsaki tekmi v smučarskih skokih, v ženskem alpskem smučanju in na nekaj tekmah v moškem smučanju. Te vsebine je treba umestiti tudi v dnevnoinformativno oddajo. Potem pa so še posamezni primeri iz drugih športov. Odločamo se na podlagi razmerja med finančnim vložkom, pri čemer upoštevamo cene pravic, namestitve in potnih stroškov, in končnim izplenom novinarja.

Zakaj ste poslali novinarja na teren v Skopje, ko je bila tam tekma rokometne lige prvakov, za katero je bil zagotovljen samo dostop do informacij?

V dnevnoinformativnih oddajah želimo ponuditi čim več različnih vsebin na čim boljši način. Pravic za rokometno ligo prvakov nimamo, imamo samo dostop do informacij. S tekem RK Celje, ki so odigrane v tujini, naredimo samo tonsko poročilo brez izjav. Teren v Skopju je bil za nas zanimiv zaradi velikega števila obrobnih zgodb in z Makedonijo je povezanih res veliko slovenskih rokometašev. Pretehtali smo vložek in presodili, da je smiselno poslati novinarja na teren.

Zakaj ste poslali novinarja na teren v Ruko, ko je bil tam nordijski konec tedna?

Najprej je bilo v načrtu, da bi šel novinar na tekmo v Rusijo, za katero bi imeli zagotovljen neposredni prenos. A smo še enkrat preverili oddaljenost, namestitve, internet ipd. V Ruki pa je bilo tisti vikend res bogato dogajanje: smučarski skoki, nordijska kombinacija in smučarski teki. Zato samo kupili dostop do informacij in mislim, da smo tukaj več pozornosti kot oddaji Zima je zakon namenili dnevnoinformativni oddaji. Tekačica je bila na stopničkah, imeli smo zgodbe o nordijskih kombinatorcih. Smučarski skoki so bili res glavna stvar, vse ostale zgodbe pa so bile velik plus.

Ločevanje na hišne in ostale športe – predvsem zimski športi dobijo veliko priložnosti tako v prenosih kot v dnevnoinformativnih oddajah. Je to načrtno, možno, dopustno?

To ni sporno, saj se za to odločimo. Športe, kjer smo mi doma, moramo, sploh ker smo javni servis, podpirati. Ko sta na tehtnici dober nastop slovenskega športnika in nastop nekega tujega športnika, ki je lahko še tako komercialen in privlačen, bi prednost vedno moral dobiti slovenski športnik. Pravice z neomejenim dostopom imamo za praktično vse zimske prenose, poleg tega pa so slovenski zimski športniki res izjemno uspešni in zaradi tega gledalcu tudi najbolj privlačni.

Napovednih prispevkov, ko pravic nimate ali so te omejene, je zelo malo. Zakaj?

Tudi zaradi omejenosti s sliko. Agencije slike ne pošiljajo toliko pred dogodkom, ampak se osredotočijo nanj. V primeru tenisa nekaj posnetkov pošljejo tudi prej, vendar potem presojamo, ali je vredno o nekem teniškem turnirju pripraviti prispevek pred tekmovanjem, ker bo potem turnir tako ali tako trajal še 14 dni. Slovence bi pred turnirjem težko ujeli, ker so po celem svetu. Podobno je z igralci v ligah NBA in NHL. V teh primerih se nanje osredotočimo samo takrat, ko dobimo sliko in takrat skušamo narediti čim več.

Napovedovanje je v primeru, ko pravic ni ali so omejene, omejeno na psevdodogodke (zbori, žrebi ipd.), v primeru zagotovljenih pravic pa gre bolj za ustvarjanje tem.

Ne vem, če se strinjam s tem. Če je ugotovitev taka, očitno drži, ampak moralo bi biti ravno obratno. Ali na vsaj enaki ravni. Zaspali smo namreč ravno na tem, da smo vedno imeli vse pravice, zato večina redakcije še vedno živi v svetu, kjer pravice imamo, in zato delamo samo tisto, za kar pravice imamo, ostalega pa ne. Druge televizije, ki včasih niso imele sploh nobene slike, so nam pokazale, da se da z inovativnostjo tudi brez pravic pripraviti vsaj tako dober, če že ne boljši prispevek, ki bi ga mi pripravili z vso dostopno sliko. Več bi morali razmišljati o temah, za katere nimamo pravic. To nam je letos dobro uspelo z NK Maribor v ligi prvakov, kjer smo vedno šli v mesto, pokazali, kakšno je dogajanje tam, vedno smo vključili navijače. Nismo se opirali na psevdodogodke (npr. novinarske konference), ampak smo pokazali, kaj tekma pomeni mestu. Nismo se tudi osredotočili samo na navijače, ker šport ponuja še veliko več zgodb, ki se jih lahko dotakneš. Pred leti, ko je Pop TV še vlagal v šport, zdaj pač ne več, je vedno poslal novinarja v Kitzbühel na tekmo moškega alpskega smučanja, mi pa ga nismo (tam je bil samo reporter prenosa brez snemalca). Novinar Pop TV je tam lahko pripravil res ogromno zgodb, pokazal je vse, za kar gre, v Kitzbühelu. Taka inovativnost nam pač manjka. Pri napovedovanju pa je treba upoštevati tudi rangiranje športov. Nogomet dobi absolutno več pozornosti od vseh ostalih športov, podobno Tina Maze ob velikih uspehih. Tenis pa je eden od športov, s katerim imamo težave. Nakupi pravic za prenose so se izkazali za ponesrečene, saj je bila gledanost (pre)dolгих prenosov res slaba, javna televizija pa si tudi ne more privoščiti nakupa nečesa, česar ljudje ne bodo gledali. Kot dobra se je izkazala odločitev, da smo pred leti na teniški turnir v Pariz poslali novinarja. Predvajali smo neposredne prenose, v dnevoinformativne oddaje pa smo lahko vključili vse slovenske predstavnike, lovili smo tudi ostale svetovne zvezdnike. Takrat je bil slovenski tenis na vrhuncu in je bilo to smiselno. To početi zdaj, ko niti ni več jasno, ali bo Slovenec

prišel v drugo kolo, pa ni več smotno. V tistem obdobju sem velikokrat slišal, da so Slovenci dosegali tako dobre rezultate, ker so bili res dobro medijsko podprti.

Ugotavljam, da televizijske pravice spreminjajo vsebino na ravni oddaje, manj na ravni prispevkov. Je zaradi omejitev s pravicami načrtovanje oddaje težje?

Načrtovanje je postalo res pomembno in veliko se pogovarjamo o tem. Marjeta Hočevar dogodke spremlja vnaprej, opozarja, predlagajo tudi krožki sami. Ampak tako enostavno mora biti. Tudi o zadevah, za katere pravice imamo, bi morali veliko razmišljati že vnaprej. Pravzaprav mislim, da to načrtovanje ni tako zelo spremenjeno zaradi pravic, saj je narava športa takšna, da so vse stvari znane vnaprej. Kmalu bomo do ure natančno vedeli, kaj se bo čez dve leti dogajalo leta 2016 na olimpijskih igrah v Riu de Janeiru. Enostavno je vse tako vnaprej predvideno, da dogodek težko zgrešiš. V vsakem primeru moramo razmišljati vnaprej.

Nakup dostopa do informacij po končanem dogodku je otežen oziroma vsaj bistveno dražji. Kako to vpliva na vaše delo?

Večino stvari dobro predvidimo vnaprej. Če pa nas vseeno kaj preseneti, kar se zgodi res izjemoma, pa pravic ne kupujemo za nazaj. Če bi se slučajno zgodila res izjemna zmaga, bi se verjetno pogovoril s producentom in glavnim urednikom o nakupu, ampak s tem se še nisem srečal. Objavo potem rešujemo z grafiko, izjavami po telefonu, izjavami radijskih kolegov, ker so tehnično njihove izjave bolj primerne, včasih tudi z arhivsko sliko.

Je bilo v zadnjih letih zaradi izgubljenih pravic ogroženo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah o kateremkoli športnem dogodku?

Problematična je kolesarska dirka po Italiji, ker organizatorji dolgo niso sodelovali z Evrovizijo, je pa res, da se je letos to spremenilo. Pravice za kolesarsko dirko po Franciji smo po letu premora znova kupili. Da, zgodi se, da včasih nečesa nimamo, ampak mislim, da to niso dogodki, ki bi bili res izjemnega pomena za slovenskega gledalca. Včasih enostavno moramo priznati, da nečesa nimamo. Jaz bi naredil vse, da bi imeli dostop do informacij za tekme nogometne lige prvakov, ker je to tekmovanje izven ranga vseh ostalih, in bi to v dnevnoinformativnih oddajah dobro izkoristili. Tukaj sploh ni šlo za vprašanje denarja, ampak zaradi pravil Uefe enostavno nismo dobili priložnosti, da bi oddali ponudbo. Liga prvakov traja skoraj celo leto, teme pa bi lahko zaradi njenega ugodnega urnika razporedili čez cel teden, na ta način pa bi pridobili izjemno raznolikost v oddajah. Torek in četrtek sta pri nas običajno zelo prazna dneva, z neko tako vsebino pa ju lahko dobro zapolnili.

Formula ena je imela novembra največje število objav. Zakaj?

Najprej zato, ker imamo pravice za neporedne prenose in moramo iti tudi v dnevnoinformativnih oddajah z roko v roki s prenosi. Čeprav se v redakciji pojavlja tudi tako razmišljanje, v dnevnoinformativnih oddajah formule ena ne moremo ignorirati. Če je to naš projekt, mora biti projekt viden tudi v dnevnoinformativnih oddajah. Poleg tega je bilo dogajanje res zanimivo, ljudi je zanimalo. Imamo tudi dovolj prostora za objavo, nič ostalega ni bilo zaradi tega zanemarjenega. Res je tudi, da gre na eni dirki v bistvu za dva prenosa, ker so tudi kvalifikacije ključen del dirke. Po koncu dirkaškega vikenda pa je več prispevkov tudi zaradi tega, ker je ponedeljek res mrtev dan in je dogajanja zelo malo, zato takrat objavimo pregled dogajanja konca tedna. Formula je ponudila veliko zgodb, zato smo jih tudi objavili. In imeli smo sliko.

V primeru severnoameriških lig NBA in NHL je slika na voljo z več tekem, kot jih objavite. Zakaj v veliki večini primerov poročate samo o Slovencih?

Ne moremo objaviti vsega, kar nam pošljejo. Tako je delal Pop TV in še vedno dela. Mi pa smo javni zavod in enostavno ne moremo nameniti vsaki tekmi toliko prostora. Če so na tekmah postavljeni neki mejniki, potem še gre, drugače pa ne. Tekmo objavimo takrat, ko je dosežek primeren in sliko imamo. Ko Anže Kopitar da gol ali prispeva podajo, objavimo, drugače pač ne.

Zakaj potem toliko objav o slovenskih predstavnikih (Udrih, Dragić, Kopitar) s pomočjo sotrbov?

Vsak klub iz obeh lig ima določeno kvoto, kdaj in kolikor pride v agencijsko izmenjavo. Klubi naših predstavnikov niso toliko zanimivi, da bi jih agencije redno pošiljale. Vprašanje je tudi, kje ima agencija kamere. Bi pa rekel, da v teh primerih nimamo prav dobro razdelane filozofije.

Kdaj je upravičeno poročati brez slike – samo s sotrbovami, grafikami?

Ob vidnih rezultatih slovenskih športnikov. Tudi o vidnejših svetovnih mejnikih v športu, o dogodkih, ob katerih svet stoji in gleda, moramo tudi ponuditi vsaj stavek. Nastopom slovenskih športnikom lahko vseeno še kaj dodamo, npr. izjavo po telefonu, arhivske posnetke, več fotografij ipd.

Oddaja ob 22. uri 25. 11. 2014, v kateri je bila osrednja tema tekma nogometne lige prvakov med Sportingom in NK Maribor, je bila novembra najbolj izstopajoča.

Tekma med Sportingom in NK Maribor se je zaradi pokvarjenih luči na stadionu zavlekla in se ni končala pred začetkom naše večerne oddaje. Posnetkov tekme pa do konca tekme ne smemo objaviti. Ob desetih zvečer, ko je že bilo jasno, da se tekma ne bo pravočasno

končala, smo se z glavnim urednikom in producentom dogovarjali, kaj sploh lahko naredimo, in odločitev je bila seveda taka, kot nam jo zapovedujejo pogodbe, torej da slike ne objavimo. Za objavo smo grafično obdelali štiri fotografije, v studiu pa smo povedali rezultat, gost v studiu je bil novinar komentator, ki je povzel, kaj se je na tekmi dogajalo, z vklopom pa smo se oglasili iz Maribora, kjer je novinar z gostom, ki je bil povezan z nogometom, naredil pogovor. Če bi imeli pravice, se nam seveda ne bi zgodilo, da bi ostali brez slike.

Pravzaprav je bila celotna oddaja brez slike.

Pri dnevnoinformativnih oddajah je tako, da ko je plan pripravljen, prav veliko rezerv nimamo. Nimamo vnaprej pripravljenih prispevkov. Za moj okus je bila tista oddaja celo predolga. Jaz sem pričakoval, da bo zaradi težav krajša, a je voditelj v studiu postavil vprašanje preveč in novinar na vklopu dve vprašanji preveč, tako da smo dovoljeno minutažo celo prekoračili za minuto in pol. Povedali smo vse, le slike nismo pokazali.

Zakaj ste pri poročanju s tekem NK Maribor v ligi prvakov dodali toliko pogovorov?

Prvič se je zgodilo, da smo gledalcu ponudili več kot samo nogomet. Če bi imeli neposredni prenos, bi imeli na voljo cono hitrih intervjujev in bi od tam verjetno naredili takojšen pogovor s trenerjem. On bi opravil vlogo tistega, kar smo mi pridobili z vklopom iz Maribora, kjer se naš novinar pogovorja z nogometnim gostom, po navadi gre za bivšega člana kluba, in govorita o podobnih stvareh, kot bi jih komentiral trener. Reporter bi verjetno po liniji dal tonsko poročilo, ki bi ga v Ljubljani pokrili s sliko, izjave pa bi bile dodana vrednost. Teh zdaj sploh nimamo. To je bila dobra šola, saj smo začeli že dober teden, 14 dni pred prvo tekmo sezone iskati rešitve, da ne bi objavili samo rezultata. Poleg tega je bil v Ljubljani pripravljen še en novinar, ki mu je nova tehnologija omogočila to, da je prispevek pripravljaj sproti in bi ga v primeru konca tekme lahko hitro pokazali. Tudi v prihodnje bom vztrajal pri temu, da bo ob pomembnih tekmah, tudi ko bomo pravice imeli (primer je nogometna tekma z Anglijo), v studio prišel novinar komentator in povedal nekaj več. Ker smo se naučili, da je to res dodana vrednost.

Je poročanje o aktualnih dogodkih možno z arhivsko sliko?

Raje ne. Jaz bi raje uporabil fotografijo.

Izrazito je različno poročanje s tekem slovenskih klubov v ligah EBEL in ABA, ko so tekme doma in v gosteh. Zakaj?

Iskali nismo nobene rešitve, da bi drugače poročali o tekmah v gosteh, ker mislim, da je to dovolj. Pri hokeju bi zaradi tega, ker je Olimpija mlada in nekonkurenčna, liga pa je komercialna, naredil še korak nazaj in zmanjšal tudi število prispevkov z domačih tekem.

Košarka je drugačna, ker ima v Sloveniji še vedno izjemno pomembno mesto, in morata imeti oba domača kluba tonska poročila z vseh domačih tekem. S tekem v gosteh pa žal ne, ker je to povezano s stroški, in mislim, da bi bilo to, glede na pomembnost, ki jo ima liga ABA, pretirano.

Se prevečkrat zadovoljite s tem, da sliko pač imate, in zato pripravite prispevek?

Seveda. Če sliko imamo, prispevek pripravimo in to je vse. Sploh če sliko dobimo po zunanjih kanalih. Če pa gremo sami na teren, potem razmišljamo vsaj še o dodatnih kadrih, o stvareh, ki se ne dotikajo strogo tekme.

TVS je za dve veliki nogometni tekmovanji – kvalifikacije za evropsko prvenstvo in evropsko ligo – kupila pravice za izjemno velika paketa posnetkov, ki vključujeta tako neposredne prenose kot vrhunce tekmovanj. Kako o teh tekmovanjih poročate v dnevnoinformativnih oddajah?

Za kvalifikacije za evropsko nogometno prvenstvo posebnega dogovora nimamo, zagotovo pa ne moremo vsega pokazati. Jaz sem težil k temu, da smo vsakič pokazali vsaj še kako zanimivo tekmo. Mislim, da je v tem primeru TVS kupila celo preveč pravic in je tako za dnevnoinformativno oddajo na voljo celo preveč tekem (dnevno šest tekem), sploh ker vsak dan spremljamo še slovensko reprezentanco. S tekem evropske lige pa v vsakem kolu pripravimo en tonski prispevek, saj je veliko Slovencev, ki v njej igrajo. Posrečeno se mi je zdelo, ko smo novinarja enkrat celo poslali na teren (ko je v Zagrebu igral Kevin Kampl). Sproti pa objavljamo še najzanimivejše dogodke, gole, nastope Slovencev ... Pripravimo pa tudi en napovedni prispevek. Poročanje o evropski ligi bi bilo v dnevnoinformativnih oddajah upravičeno tudi, če Slovencev ne bi bilo, saj nogomet ponuja res veliko zgodb. Vsakič se nekaj zgodi, dovolj za tistih 60 sekund, kolikor ponavadi namenimo evropski ligi.

PRILOGA F: Poglobljeni intervju z Zoranom Radisavljevićem, turnusnim urednikom dnevnoinformativnih oddaj športnega programa Televizije Slovenija.

Kako opredeljujete nalogo dnevnoinformativnih oddaj TVS?

RTV je že kot javni zavod zavezan k temu, da mora imeti široko paleto dogodkov, o katerih poroča, za razliko od Pop TV, ki lahko npr. formuli ena nameni tri minute svoje oddaje. Mi pa moramo zaradi tega, ker smo javni zavod in ker nas ljudje plačujejo, ponuditi več vsebin, čeprav te mogoče nekaterih sploh ne zanimajo. Mogoče zaradi tega trpijo tisti športi, ki bi jih ljudje raje videli v naših oddajah.

Se vam torej zdi upravičeno obširno poročanje v dnevnoinformativnih oddajah tudi o formuli ena in svetovnem prvenstvu v nogometu, kjer ni slovenskih predstavnikov?

Da. Ker so to vendarle dogodki, ki ljudi zanimajo. Formula ena je zelo gledana, zato o njej moramo poročati, saj je to eden pomembnejših dogodkov. Objavljati moramo tudi vsebine, kot je lokostrelstvo ali keglanje, ampak jaz vseeno dajem prednost formuli ena.

Bi se strinjali, da pravice pomenijo tudi dostop (do izjav, do športnikov, do vodilnih ipd.)?

Načeloma da. Če si imetnik pravic, imaš veliko več pravic in dostopa. Primer so olimpijske igre, kjer kot imetniki pravic v mešani coni za pobiranje izjav dobimo svoj prostor in zato tudi izjave športnikov ena na ena. Neimetniki pa morajo v skupnem prostoru uporabljati komolce. Če drago plačaš, je prav, da dobiš več. Ne bi sicer rekel, da dostopaš do več vsebine, temveč do boljše vsebine. Izjavo boš verjetno dobil v vsakem primeru, a bo tvoja boljša.

Na vašo presojo objave v dnevnoinformativni oddaji vpliva to, ali je prenos bil ali ne?

Večina prenosov dobi objavo kot tonski prispevek. Se pa o tem odločamo v vsakem primeru posebej. Ravno zdaj je bil primer tekme moškega alpskega smučanja, kjer noben slovenski predstavnik ni prišel do točk, zato smo dogodek objavili samo vestično. Še vedno pa se objavi.

So tudi prenosi, ki jih ne objavite v dnevnoinformativnih oddajah?

Mislím, da ne. Tudi konjeništvó smo objavili.

Zakaj pa objavite (skoraj) vse?

V večini primerov smo edini v Sloveniji, ki prenos imamo, zato je to naš produkt, imamo ga kot prvi, zato je to na nek način tudi ekskluziva. Ko tudi za produkcijo dogodka poskrbi RTV (tj. za večino tekem v Sloveniji), je to še bolj naš izdelek. V primerjavi s konkurenco, ki na

tekmo pošlje samo ENG-kamero, imamo tako spet boljšo vsebino, npr. posnetke različnih kamer in zornih kotov.

Torej obstaja povezava med pridobljenimi televizijskimi pravicami in agendo dnevnoinformativnih oddaj?

Če imaš neposredni prenos, imaš več posnetkov in tudi pravico objaviti jih. Ne samo na dan dogodka, ampak vedno, ko to želiš. Zato tudi pripravljamo prispevke pred dogodkom, da napovemo, da bomo tekmovanje prenašali mi. Nastop NK Maribor v ligi prvakov sicer še vedno napovedujemo, ker gre za izjemen dogodek, ne delamo pa hokejske Olimpije pred kolom lige EBEL.

Zakaj pa ne?

Do slike pred tekmovanjem bi mogoče še lahko prišli, ampak samo na treningu. Pa tudi nekako ni naš dogodek. Imamo pravilo, da ne napovedujemo dogodkov, za katere nimamo pravic, z izjemno res vrhunskih.

Več katerih vsebin pa bi si želeli v vaših dnevnoinformativnih oddajah?

Zagotovo bi morali imeti dostop do informacij še za preostali del nogometne lige prvakov, ker je to šport, ki ljudi najbolj zanima. Pa za zaključni turnir košarkarske evrolige in zaključni turnir rokometne lige prvakov tudi. Ampak tu gre vedno za pogajanja.

Pri odločanju o objavah upoštevate tudi ceno pravic?

Da. Velikokrat je naša edina možnost, da posnetke kupimo z dostopom do informacij. Ampak vedno razmislimo, če je nakup smiseln.

Več je objav, ko je novinar na terenu. Kdaj poslati novinarja na teren?

V zimskem času so naši novinarji na večini smučarskih terenov, zlasti ženskih, zaradi Tine Maze. Tak dogovor je bil sklenjen letošnje poletje, ker to ljudi tudi najbolj zanima. Za vse ostale terene predloge pripravijo novinarji, ki to predlagajo uredniški skupini. Potem pa glede na količino predvidenih prispevkov in ceno za vse skupaj ocenimo, ali se to izplača ali ne. Dnevnoinformativne oddaje imajo tudi svoj proračun, sredstva pa skušamo čim bolj razporediti. Samoiniciativnost novinarjev je tukaj zelo pomembna, pričakujemo predloge. Za samo en prispevek pa se ne splača pošiljati človeka na teren.

Nakup dostopa do informacij po končanem dogodku je otežen oziroma vsaj bistveno dražji. Kako to vpliva na vaše delo?

Nisem seznanjen s tem, da bi karkoli kupovali po zaključenem dogodku. Vedno vnaprej vemo, kaj se bo dogajalo, kje se bo zgodilo kaj pomembnega za nas, zato planiramo vnaprej.

Če se zgodi kaj nepredvidenega, lahko zaprosimo katero od agencij za sliko. Če je nimajo, je nimajo.

Ugotavljam, da pravice spreminjajo vsebino na ravni oddaje, manj na ravni prispevkov. Je zaradi omejitev s pravicami načrtovanje oddaje težje?

Seveda. Ko npr. delamo prispevek o NK Maribor pred tekmo lige prvakov, lahko pokažemo samo posnetke z njihovega treninga, ne pa tudi s prejšnjih tekem, kar ni smiselno, ampak tako je. Ne bom rekel, da je prispevek zaradi tega slabši, zagotovo pa ni tak, kakršen bi lahko bil. Omejitve zaradi pravic oddaje ne uničijo, jo pa okrnejo.

Zakaj ste pri poročanju o tekmah NK Maribor v ligi prvakov dodali gosta v studiu in novinarja z živim javljanjem iz Maribora?

Prav zaradi omejitev s sliko. Nisem prepričan, koliko ljudem to sploh pomeni, ampak gre za dodano vrednost. Dodana sta analiza in komentar, večina gledalcev si je tekmo tako ali tako ogledala v prenosu na drugi televiziji. Mi pa edini pripravimo večerna poročila v tem terminu, zato smo lahko prvi, ki ob tekmi ponudimo še nekaj več. Če bi imeli sliko, se za to potezo verjetno ne bi odločili.

Na ravni prispevka – če slike ni, prispevka ne bo?

Načeloma da. Razen v res izjemnih primerih.

Je bilo v zadnjih letih zaradi izgubljenih pravic ogroženo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah o kateremkoli športnem dogodku?

Poročanje z nekaj kolesarskih dirk (dirki po Italiji in Franciji) in z nekaj največjih teniških turnirjev. V teh primerih smo lahko le z grafiko pokazali rezultat. Po uredniški odločitvi je bil zanje dostop do informacij predrag, kar je škoda.

Ločevanje na hišne in ostale športe – predvsem zimski športi dobijo veliko priložnosti tako v prenosih kot v dnevnoinformativnih oddajah. Je to načrtno, možno, dopustno?

Da, ločujemo. Zdaj v zimskem času imamo pravice za vse najpomembnejše in za ljudi najbolj zanimive dogodke, zato se mi to ne zdi sporno. Veliko ljudi pravi, da je pred leti, ko je RTV izgubila pravice za rokometno ligo prvakov, rokomet propadel. O večini dogodkov, za katere imamo pravice, bi poročali v vsakem primeru, res pa da ne v takem obsegu. Ko nismo imeli pravic za formulo ena, smo ob nedeljah po koncu dirke objavili minuto dolg prispevek, pa še to je bilo veliko.

Formula ena je imela novembra največje število objav. Zakaj?

Pri formuli ena je treba vedno množiti z dve. Prenosu dirke so kot enako pomembne dodane kvalifikacije. Dogovor je bil, da vedno naredimo napoved vikenda, nekaj po kvalifikacijah,

dve objavi po dirki in, odvisno od razpleta, še nekaj v ponedeljek, ki je rezerviran za pregled oz. oceno vikenda. Novembra se je sezona razpletala, zato je bilo seveda več objav. Seveda je bilo tudi lažje, ker smo imeli na voljo dobro sliko.

V primeru severnoameriških lig NBA in NHL je slika na voljo z več tekem, kot jih objavite. Zakaj v veliki večini primerov poročate samo o Slovencih?

Dragiča, Udrih in Kopitar igrajo v zahodni konferenci, ki je od nas oddaljena devet ur. Slike Slovencev po navadi sploh ne dobimo, dobimo le sliko iz vzhodne konference. Seveda smo odvisni od tega. Agencije sicer lahko zaprosiš za sliko, a če je nimajo, ti je ne bodo posredovale. Vse ostale tekme so objavljene le, če se na njih zgodi nekaj res izjemnega (npr. rekord LeBrona Jamesa, božične tekme, ki so spektakel). Veliko je tekem, odigranih ponoči, in te so zanimive samo za naše oddaje ob 13. uri, do večernih tekem se pa zgodi še veliko drugega, zato te tekme niso več tako aktualne – razen če se zgodi nekaj res izstopajočega.

O katerih dogodkih je upravičeno poročati povsem brez slike?

V primeru gostujočih tekem slovenskih ekip, ki igrajo v regionalnih ligah – ker po pravilu delamo vse domače tekme, moramo s teh ponuditi vsaj informacijo. Ali pa o doseženih 30 točkah Dragiča, ko njegove slike nismo dobili.

Izrazito različno je poročanje s tekem slovenskih klubov v ligah EBEL in ABA, ko so tekme doma in v gosteh. Zakaj?

Tu imamo težavo, ker sploh ne moremo priti do slike gostujočih tekem. Sliko za hokejske tekme v Avstriji proizvaja zasebno podjetje, ki ne sodeluje z Evrovizijo, in tako možnosti za to sliko preko agencijskih izmenjav sploh nimamo. Če bi jo delal npr. ÖRF, bi do nje lahko dostopali. Novinarja z ENG-kamero pa bi poslal le na zaključne dogodke sezone, ne pa v rednem delu sezone.

Napovedovanje je v primeru, ko pravic ni ali so omejene, omejeno na psevdodogodke (zbori, žrebi ipd.), v primeru neomejenih pravic pa gre bolj za ustvarjanje tem.

Ko napovedujemo dogodke, ki jih bomo prenašali tudi v neposrednem prenosu, velikokrat sami ustvarjamo in iščemo teme. Primer je recimo svetovno prvenstvo v košarki, ko smo celo poletje spremljali slovenske košarkarje na pripravah in pripravili res veliko prispevkov. V nasprotnem primeru bi verjetno res šli samo na novinarsko konferenco in naredili nekaj z nje. Normalno je, da tudi s pomočjo dnevnoinformativne oddaje promoviramo svoje dogodke.

Zakaj ste objavili številne prispevke pred začetkom sezone smučarjev skakalcev in biatloncev?

Glede na to, da so smučarski skoki in biatlon zelo priljubljeni pri Slovencih (tudi med najbolj gledanimi) in da so tekmovalci v obeh športih na zadnjih olimpijskih igrah osvajali medalje, smo želeli izčrpno predstaviti cilje in pričakovanja pred novo sezono, obenem pa seveda tudi promovirati prenose tekem na našem programu.

Kdaj pripravite prispevek pred tekmovanjem, torej napovedni prispevek?

Pripravimo ga pred nastopi slovenskih klubov v ligi prvakov (tj. v primeru NK Maribor in odbojkarskega kluba ACH), pred reprezentančnimi tekmami in pred dirkaškim vikendom formule ena. Pri zimskih dogodkih je malo drugače. V primeru alpskega in nordijskega smučarja naredimo prispevek pred tekmo, ko je novinar na terenu. Iz Ljubljane bi ga težko naredili, ker so športniki celo sezono okrog in jih je težko uloviti doma.

PRILOGA G: Intervju s Simonom Šparavcem, novinarjem športnega programa Televizije Slovenija.

TVS si v zadnjem kolu kvalifikacij za ligo prvakov ni zagotovila dostopa do informacij, torej v prispevku niste smeli uporabiti nobenega posnetka tekmovanja. Je bilo vaše delo zaradi tega spremenjeno?

Informacija, da slike z odločilne tekme NK Maribor ne bomo smeli uporabiti, je spremenila izhodišče pri pripravi prispevka. Kako se lotiti zadeve in o okvirnem planu, smo se z uredniki pogovarjali pred odhodom na teren, vendar je bilo jasno, da se lahko tam vse zasuka drugače. Razpleta nismo mogli predvideti. Če ne bi bilo mariborskega uspeha, večji del posnetkov po tekmi sploh ne bi nastal. Pred tekmami, ko imaš zagotovljen dostop do informacij, o vsaki podrobnosti ne razmišljaš tako intenzivno. Zelo sem se zavedal tega, da sem v celoti odvisen od lastnih posnetkov. Da, razmišljanja je bilo več, kot bi ga bilo sicer. Še zlasti, ker TVS ni pogosto v takšnem položaju.

Ste uporabo fotografij in tako številnih izjav predvideli vnaprej?

Fotografije so v takšni situaciji priročne, saj gledalcu vsaj delno približaš dogajanje na igrišču. Čeprav v primeru, ko tekmo odloči en zadetek, posnetka s fotografijami enakovredno ne moreš nadomestiti. Seveda se bolj zanašaš na izjave, še zlasti, če ni veliko obstranskega dogajanja, s katerim bi lahko vsaj delno nadoknadil izostanek dostopa do informacij.

Glede na to, da je iz prispevka razvidno, da ste med tekmo spremljali tudi navijače v lokalih – ste sploh lahko spremljali tekmo?

Že ob prihodu v Glasgow sem se pozanimal, kje so glavni navijaški lokali, in se dogovoril, da tam navijače posnamemo ob gledanju tekme. S snemalcem sva dorekla, da jih spremlja ves prvi polčas in se mi nato v drugem pridruži na stadionu. Sam sem bil ves čas na prizorišču tekme.

Ste – kljub temu da pravice niso bile zagotovljene – lahko dostopali do mešane cone, novinarskih konferenc?

Z dostopom do mešane cone in novinarskih konferenc ni bilo nobenih težav. Enako velja za pridobivanje akreditacij. Delo je potekalo, kot na vsaki drugi tekmi. Le vnos kamere na tekmo je bil seveda onemogočen.

Za oddajo naslednjega dne ste pripravili reportažo. Če bi posnetke imeli na voljo, bi se odločil za kak drugi žanr?

Kako bi ravnal naslednji dan, če bi imel posnetke, bi bilo odvisno tudi od dogovora z

urednikom. Sam bi predlagal krajše poročilo s tekme in dodatno razširjeno reportažo. Iztočnic je bilo ogromno, pomembnost tekme in dosežek NK Maribor pa izjemna. Naslednji dan smo objavili dva prispevka, enega v osrednjem športnem bloku in drugega po Odmevih.

Se vam zdi škoda, da gledalci niso mogli videti odločilnega zadetka za uvrstitev NK Maribor v ligo prvakov ali ste gledalcem ponudili dovolj dobro nadomestilo za posnetke tekme?

Vsak gledalec rad vidi odločilni (in edini) gol na tekmi. Vseeno mislim, da smo »pomanjkljivost« dobro zakrili. Ob izjavah akterjev smo uporabili besne škotske privržence pred stadionom, veselje Mariborčanov na letališču, njihovo petje v lokalu, izjemen navijaški sprejem v Mariboru, odziv ljudi doma, želje pred ligo prvakov. Vendarle se da gledalcu pričarati vzdušje, drugačen pristop lahko včasih poskrbi za pestrost, ki je sicer morda ne bi videli.

PRILOGA H: Intervju s Saro Oblak, novinarko športnega programa Televizije Slovenija.

Ste na prizorišču nordijskih tekmovanj v Ruki – glede na to, da ima TVS običajno pravice za neposredne prenose za tekmovanja – opazili kakšne omejitve ali spremembe v dostopu?

Primerjala sem akreditacijo za tekme v Ruki, ko prenosa nismo imeli, in akreditacijo za tekme v Lillehammerju, ko smo prenos imeli. Na njih ni nič drugače označeno, razen tega, da je na tistih iz Ruke označeno, da sem imela dostop tudi do smučarskega teka in nordijske kombinacije. To se mi je sicer zdelo čudno, ker so me na TVS opozorili, da dostopa do tekov in kombinacije ne bom imela, ker vseh posnetkov nismo kupili. Kljub temu sem na prizorišču dostop imela.

Je delo v mešanih conah potekalo drugače?

V mešanih conah je bilo nekoliko drugače, saj sem imela pozicijo drugje kot takrat, ko smo imetniki pravic. Takrat stojimo bolj spredaj, tekmovalci hitreje pridejo do nas. Zaradi tega sicer nisem imela večjih težav, ker tam ni bilo veliko medijev. Prostor v mešani coni sem si v Ruki delila s še drugimi medijskimi hišami, čeprav imamo po navadi svojega. Ampak kot že rečeno, se to pri delu ni poznalo.

Ste se priprave prispevkov lotili drugače kot takrat, ko je zagotovljen neposredni prenos?

Ko sem poročala o smučarskih skokih, sem delala na podoben način kot po navadi – zanašala sem se na sliko iz prenosa, dodatne kadre sem posnela na treningih, prav tako sem imela dostop do ogrevalne vasice. V primeru smučarskih tekov sem prav tako nekaj kadrov posnela že na treningih. Ker smo kupili posnetke samo za sprintersko tekmo, sva posnetke z druge tekme morala posneti sama. Šlo je le za kratke kadre, npr. prihode v cilj, ker sva se s snemalcem težko gibala, saj sva bila omejena le na mešano cono. Organizatorji so nama dovolili snemanje. Edina resna ovira, s katero sem se ukvarjala, je bila časovna – ker smo lahko zakupljene posnetke uporabili le v določenem časovnem okviru po koncu tekmovanja in samo devetdeset sekund slike v oddaji, sem veliko kombinirala z izjavami športnikov in posnetki s treningov.

Kako ste poročali o nordijski kombinaciji, za katero si TVS ni zagotovila sploh nobenega dostopa?

Posnetkov nismo kupili in posledično s snemalcem nisva smela pokazati ničesar s tekme. To sva reševala z izjavami športnikov. Do izjav kombinatorcev sem lahko prišla v mešani coni in

pred kontejnerji, kjer mažejo smuči. Tudi če ne bi imela akreditacije, bi se nekako znašli in bi se dogovorili. Ampak to zagotovo ni možno na vseh terenih in pri vseh športih, ker so marsikje veliko bolj strogi.

PRILOGA I: Poglobljeni intervju z Miletom Jovanovićem, urednikom športnega programa Televizije Slovenija.

TVS kot javnemu servisu zakon narekuje raznovrstnost programa, ravno zaradi te raznovrstnosti pa naj bi javni servisi manj intenzivno tekmovali v boju za pravice popularnih in širšim množicam namenjenih vsebin. Se strinjate s tem?

S to konkretno tezo se ne morem strinjati. Mislim, da raznovrstnost programa ne more vplivati na to, kaj in koliko se lahko potegujemo za pravice. Zahteve, ki jih zakon postavlja RTV, neposredno vplivajo samo na finančni razrez. Sama pestrost nima neposrednega vpliva, ne vidim neposredne povezave. Raznovrstnost namreč razumem kot to, da imamo risanke, otroške, izobraževalne, dokumentarne, verske oddaje ipd. To ne vpliva na to, katere pravice mi kupujemo in za katere vsebine se potegujemo. Večji vpliv ima zakonsko določilo, da moramo del denarja, ki ga dobimo od naročnin, nameniti slovenski kinematografiji, in da moramo, ne glede na to, da imamo lastne kapacitete, dvajset odstotkov produkcije naročiti zunaj hiše. To ima vpliv, ker gre za neposredni odliv denarja – kar pa še vedno ne vpliva na pestrost.

Kako bi opredeli vlogo dnevnoinformativnih oddaj – mora biti poročanje celovito in objektivno ali je upravičeno včasih dati pozornost pridobljenim televizijskim pravicam?

Neposredne povezave televizijskih pravic z objektivnostjo poročanja ne vidim. Poročanje bi moralo biti zagotovljeno, ne glede na to, ali za dogodek imamo pravice ali ne. Problem nastane le v razmerjih med objavami in to zaradi dveh dejavnikov. Prvi je slika, ki je za televizijo bistvena, drugi pa so interni kriteriji. Logično je, da v nobenem trenutku ne bi mogli objaviti vseh novic o vseh športnih dogodkih, še toliko manj, ker smo časovno omejeni. V liter lonca gre liter vode in nič več. Tu je potrebna selekcija, lahko pa se pogovarjamo, ali je ta selekcija ustrezna ali ne. Če gre za dogodke, ki so pomembni zaradi nastopa in predvsem uspeha slovenskega športnika, moramo to objaviti ne glede na to, ali pravice imamo ali ne. Informacija kot taka bi morala biti posredovana.

Katere vsebine bi v dnevnoinformativnih oddajah morale dobiti prednost?

Odgovorjam lahko dvakrat – prvič kot gledalec, drugič pa kot odgovorni urednik. Kot gledalca bi zanimalo tudi malce več o npr. teniškem dvoboju Federer – Nadal, kar pa nima najmanjše zveze s slovenskimi uspehi ali slovensko udeležbo ali še več, javnim oz. nacionalnim interesom. Tukaj gre povsem za interes gledalca. Kot odgovorni urednik pa ne morem pristati na to, da bi celotna poročila namenili sicer izjemnemu teniškem dvoboju ali

derbiju angleškega nogometnega prvenstva ali svetovnemu jadralskemu pokalu, ne bi pa objavili rezultata nekega slovenskega predstavnika v ligi prvakov. Vsaka odločitev, vsaka objava je rezultat kompromisa. Sicer v objavah seveda prihaja tudi do odstopanj: zaradi človeških napak, časa v letu (v zimskem času zaradi kopice prenosov in slovenskih nastopov do napak pride zelo redko, julija v zatišju pa se objavi tudi novica, ki ne zadosti vsem tem kriterijem) ... Res je, da bi se vsem tem napakam z dobro organizacijo lahko izognili in recimo z dobrim načrtovanjem namesto nepomembnih novic pripravili prispevek o slovenskem športniku, dogajanju v panogi, zvezi, klubu ... Pri tem gre za angažma urednikov, tudi novinarjev samih. Selekcija je v naših dnevnoinformativnih oddajah glede na časovne omejitve in glede na ogromno količino športnih dogodkov v zadnjem času izjemno zahtevna, letvica pa je postavljena visoko. Razen vrhunskega športa, pa še znotraj tega kaj odpade, drugi dogodki ne najdejo več prostora v našem sporedu. To je seveda škoda. Po drugi strani pa je zakonodaja, ki te vsebine opredeljuje, zelo zelo ohlapna. Ne določa konkretnih vsebin in zelo hitro se lahko pojavi vprašanje, ali je javni interes ena izmed 70 tekem Kopitarja v ligi NHL ali balinarski naslov svetovnega ali evropskega prvaka, ki je neolimpijski šport. Gre za odločitve ene osebe na koncu dneva – urednika, odločitev pa je lahko konec koncev popolnoma napačna.

Lahko primerjate športne dnevnoinformativne oddaje javnega servisa in tiste konkurenčnih televizij?

V gledanosti velikih razlik ni. Absolutno je naša ogromna prednost – vprašanje je, če jo tudi gledalci tako razumejo oz. opazijo –, da imamo ogromno število pravic, predvsem teh, ki naj bi sodile v to področje javnega interesa, vendarle zagotovljeno. Tako imamo zagotovljen dostop do slike, ki je vodilo, da dogodek je na televiziji. Po eni strani je to zagotovo prednost in dodana vrednost naših poročil. Moram pa priznati, da je marsikdaj na kaki konkurenčni televiziji narejen dober prispevek – ampak narejen iz čisto drugega zornega kota, v kar so prisiljeni ravno zaradi tega, ker nimajo pravic in slike. Po eni strani se jim zdi neracionalno v pravice vlagati denar, z izjemo res izjemnih dogodkov, zato tudi k temam pristopajo povsem drugače. Informativno funkcijo opravijo v stavku ali dveh v voditeljevi napovedi in zgodbo zgradijo na neki čisto drugi osnovi. Te zgodbe so velikokrat privlačne in zanimive za širšo množico. Če se znova postavim v vlogo gledalca, mi mogoče res zadostuje, da v stavku ali dveh izvem, da je Tina Maze zmagala, v prispevku pa slišim še neko drugo zgodbo. Odveč mi pa je neko poročilo z nogometne tekme, kjer vidim vseh sedem strelav proti голу, zdrdranih v eni minuti, nisem pa izvedel ničesar o tekmi – kdo je igral, kako se je igralo, kaj

zanimivega se je še zgodilo ob igrišču. Izhodišče seveda mora biti informacija, a ne vidim nobene dodane vrednosti v naštevanju vsakega strela, ki je šel mogoče povrh vsega še mimo gola.

Ali programske usmeritev v primeru prenosov in dnevnoinformativnih oddaj opredeljujete različno? So lahko prenosi bolj komercialne narave?

Če govoriva o tržnem pristopu, so usmeritve absolutno drugačne. Pristop k dnevnoinformativni oddaji mora biti precej drugačen. Sicer je prav, da iščemo nove, vsečne (predvsem slikovne) oblike objav tudi v teh oddajah. A zanje bi vsekakor morala veljati strožja pravila, kaj objaviti in kaj ne oz. kako. Zaradi raznovrstnosti prenosov oz. panog, pristopov reporterjev in ne nazadnje tudi spremljevalnega študijskega programa si ob neposrednih prenosih lahko privoščimo več svobode, večjo širino v poročanju.

Vam ob nakupu pravic ponudniki pogojujejo, narekujejo število objav?

To je zelo odvisno od vsake pogodbe posebej. Skoraj v vseh pogodbah podpišemo obligacijo o minimalnem številu ur, ki jih bomo predvajali z dogodka (po navadi to velja za pogodbe, podpisane preko Evrovizije), ali pa o minimalnem številu neposrednih prenosov z nekega dogodka. Izjemoma so nam prepuščene vse odločitve. Sedemdeset odstotkov vseh pogodb predvideva vsaj minimalno obligacijo predvajanja.

Se vam zdi ta praksna na nek način sporna?

V zadnjih sedmih letih, odkar sem urednik, smo zelo redko naleteli na to, da bi nam kaka taka obligacija na neki način zvezala roke. Prvič se nam je nekaj takega zgodilo letos decembra, ko smo se prijavi za nakup pravic za atletsko prvenstvo, ki bo marca. Lastniki pravic so nas obvestili, da v seštevku ur prejšnjega in tega šele načrtovanega prvenstva ne bomo zadostili predvidenemu številu ur, zato so od nas zahtevali, da povečamo število ur prenosov. Včasih pridemo v precep pri odločitvah, ko se morata sočasno dva dogodka predvajati v živo. To zlasti v zadnjih dveh letih rešujemo s športom na dveh programih ali pa lastnike prepričamo, da je drugi dogodek zaradi javnega interesa pomembnejši. To se recimo zgodi v primeru formule ena in alpskega smučanja. Se pa to dogaja zelo redko.

Ločevanje na hišne in ostale športe – predvsem zimski športi dobijo veliko priložnosti tako v prenosih kot v dnevnoinformativnih oddajah. Je to načrtno, možno, dopustno?

Pri hišnih športih imamo to prednost, da sliko imamo in jo lahko uporabljamo. Vseeno pa ne bi smel biti kriterij hišni – nehišni šport, temveč samo pomembnost dogodka. Vsaj večinoma imamo tako ali tako samo pravice za dogodke, ki so tudi pomembni za javni interes, zato je na neki način logično, da jih promoviramo in tudi pripravljamo prispevke, s katerimi gradimo

zanimanje za prenos. Bolj sporne se mi zdijo napovedi prenosov v dnevnoinformativnih oddajah. Raje bi videl več prispevkov o tistem, kar se je že zgodilo. To je zapletena zgodba, saj nam manjka več napovednikov za prenose v programu. Če bi jih imeli več, bi bilo manj pomembno to početi v dnevnoinformativnih oddajah. Veliko dogodkov na naših programih sploh ni napovedanih ali pa so napovedani ob neustreznih urah, zato za to izkoristimo tudi dnevnoinformativne oddaje. Sicer smo naredili korak naprej in je teh napovednih prispevkov manj kot včasih, bi jih pa še zmanjšal. Moja filozofija ni, da če je nek dogodek na drugi televiziji, da ga ne smemo napovedati. Če je pomemben, ga napovemo.

Na količino objavljenih prispevkov vpliva tudi dostopnost materiala?

Zagotovo, ampak to je naša napaka, da temu tudi podležemo. V ozadju tega se skriva tudi malo principa narediti delo po čim lažji poti in s čim manj truda. Ker sliko pač imamo, z njo lahko hitro zapolnimo minutažo oddaje in naše delo je olajšano. Torej da, vpliva, ampak preveč vpliva, ker to sami dopustimo. Sploh med tednom nič ne opravičuje tega, da to toliko prevladuje.

Zlasti v primeru formule ena je bilo to najbolj očitno, kjer je bilo poročanja o dogodku še najmanj, veliko pa je bilo razpletanja in napovedovanja.

To lahko pripišemo dostopnosti slike, ne samo iz prenosov, tudi agencije so jo veliko pošiljale, malo pa so uredniki tudi podlegli vplivu Mirana Ališiča, novinarja, ki poroča z dirk formule ena. Če bi tako filozofijo sprejeli za vsak šport, bi vedno lahko tako razširjeno poročali, npr. tudi za smučarske skoke. Ampak mislim, da to ni pravi način.

Je bilo v zadnjih letih zaradi izgubljenih pravic ogroženo poročanje v dnevnoinformativnih oddajah o kateremkoli športnem dogodku?

Ogroženo ne. Res pa je, da v redakciji do enega leta nazaj, še niti ne dveh, dostopa do informacij sploh še nismo toliko uporabljali. Temu ni bilo namenjenega veliko razmišljanja. Nato pa smo na pobudo urednice dnevnoinformativnih oddaj Marjete Hočevnar začeli razmišljati o tem in za veliko večino dogodkov smo za razumno ceno take pravice tudi pridobili. V teoriji prej poročanje ni bilo ogroženo, nismo pa o tem razmišljali na tak način.

Kako rešujete poročanje, ko pravic ne pridobite?

Gre za vprašanje domišljije. Sam sem malo izključen iz procesa ustvarjanja dnevnoinformativnih oddaj, bi pa pričakoval veliko rešitev s pomočjo grafičnih redaktorjev, kako vsebino rešiti z grafiko. Mi svoje osnovno poslanstvo opravimo že s tem, ko povemo rezultat, v res izjemnih primerih pa lahko temu še kaj dodamo, npr. izjavo športnika po telefonu. Vsi nas na neki način cenijo in vrednotijo skozi prenose, nikjer pa ne piše, da

moramo svoje poslanstvo izpolnjevati s prenosi, temveč z informiranjem. Informiraš pa v informativni oddaji. Mislim, da nam nihče ne more očitati neizpolnjevanja javnega poslanstva tudi npr. v primeru NK Maribor v ligi prvakov. Mi poročamo o tem. Dnevnoinformativni program nam v primerjavi s prenosi omogoča neko širino, pa hkrati tudi tisti minimum, nikjer zapisan, da izpolnimo svojo nalogo – da informiramo. Nikjer pa ni določeno, na kak način naj to počnemo – ali naj vsebino npr. objavimo v osrednji oddaji, večerni oddaji ali zgolj v poročilih ob 17. uri. Tukaj pa gre vedno za uredniške odločitve. Ko sem jaz pred leti še delal kot urednik dnevnoinformativnih oddaj, smo ob sobotah objavljali rezultate prve lige v kegljanju in balinanju, na kar danes tudi pomislimo ne več. Tudi odbojke in košarke ne objavljamo, dokler se ne začne končnica. Ni dovolj programskega prostora, količina dogodkov se je povečala ... Nujno je sprotno usklajevanje.

Bi se strinjali, da pravice pomenijo tudi dostop (do izjav, do športnikov, do vodilnih)?

Seveda. To je povsem neposredno povezano. Brez pravic praktično nimaš čisto nič dostopa. Pri pravicah pa potem obstaja še nadaljnje ločevanje. Če si temeljni imetnik pravic, imaš vse ugodnosti, za lastnika zgolj dostopa do informacij pa je ta dostop že omejen. S pravicami je dostop bistveno olajšan, čeprav ga na nekaterih velikih tekmovanjih sicer želijo dodatno omejiti. Po eni strani to razumem, ker so tam enormne količine novinarjev in medijev, zato je treba preprečiti kaos. Nekatero točke na prizoriščih so brez urejenih pravic povsem nedostopne (tudi če imaš dostop do informacij), npr. cona hitrih intervjujev, studio na prizorišču. Tudi na sploh se mi zdi, da te kot imetnika temeljnih pravic v neformalnih okoliščinah obravnavajo drugače, veliko več se da dogovoriti. V fazi priprav na dogodek (npr. na treningih ekip) smo mediji načeloma izenačeni (na tekmah so te restrikcije strožje). Zgodili so primeri, ko smo mi plačali izjemno visoke zneske za pravice, pa smo bili povsem izenačeni z ostalimi mediji, tudi tistimi z minimalnim vplivom oz. renomejem na trgu. Govorimo o dostopu do igralcev, do trenerjev, do treningov, do posebnih intervjujev, tu smo izenačeni. Na zahodu je to veliko bolj urejeno, kjer klub ali zveza vesta, da je tisti, ki je plačal pravice, tukaj, pet metrov okoli njega ni nikogar, potem pa pridejo vsi ostali.

Se vam zdi upravičeno, da ima televizija, ki plača visoke zneske za pravice, poleg slike še ostale ugodnosti, koristi?

Da, mislim, da bi moralo biti tako.

Poročanje v dnevnoinformativnih oddajah mora biti prilagojeno pridobljenim televizijskim pravicam, pravijo Kriteriji? Kako, na kakšen način?

Jaz to razumem kot to, da se v tem primeru pozornost nameni tudi tistim vsebinam, za katere smo pridobili pravice, pa prej niso bile v načrtih poročanja dnevnoinformativnih oddaj. Kot primer, pred dnevi smo pridobili pravice za evropske igre, ki do tega trenutka za nas niso bile zanimive, zdaj pa je potreben premislek, ali bomo zaradi pridobljenih pravic povečali obseg poročanja v tistem času ali bo to samo eden od dogodkov ali mu bo namenjeno samo eno poročilo dnevno ipd. Kar ni konstantno in običajno, temu je treba nameniti razmislek o poročanju v dnevnoinformativnih oddajah z načinom in obsegom poročanja.

Bi se strinjali s tem, da morajo neposredni prenosi in dnevnoinformativne oddaje skupaj ustvarjati dober medijski produkt? Če ja, kako?

Za posamezen projekt lahko rečemo, da je uspešen, ko sta dobro opravljena tako prenos kot poročanje v dnevnoinformativnih oddajah. Samo prenos s paketom v informativnih oddajah pred njim in po njem ali obratno zagotovo nista dober produkt. Ne glede na (zelo) visoke gledanosti nekaterih prenosov so dnevnoinformativne oddaje vendarle neka osrednja točka programa. Edina z za vsaj leto vnaprej predvidljivim začetkom predvajanja, ki (vsaj tista ob 19. uri) doseže vsaj 150.000 gledalcev, kar je skoraj sto odstotkov več, kot je povprečna gledanost vseh prenosov v letu. Vendar pri tem govorimo zgolj o kakovosti produkta. V večini primerov pa se kaže, da tudi redno in obsežno poročanje v dnevnoinformativnih oddajah avtomatično ne pomeni tudi višje in dobre gledanosti prenosa.

V športnem uredništvu ste v zimski sezoni 2014/2015 pripravili obsežen projekt Zima je zakon na drugem programu TVS. So za tako celovit paket predpogoj zagotovljene televizijske pravice? Zakaj ste se zanj sploh odločili?

Za tako obsežno pokrivanje so zakupljene pravice za prenose absolutno predpogoj. Vsaj za nosilne panoge – alpsko smučanje, smučarske skoke, biatlon. To je bila moja ideja in predlog že od prevzema prvega mandata pred sedmimi leti. Vendar do te sezone za to ni bilo posluha v vodstvu TVS. Pa še tokrat je šlo bolj za posledico nekkih drugih sklepov v zvezi z drugim programom (zahteva programskega sveta, da se nekaj uredi z drugim programom) in se je ta predlog pokazal kot edini, ki bo močno viden navzven.

Na kakšen način lahko dnevnoinformativne oddaje sodelujejo s takim projektom, kot je Zima je zakon, če sploh? Bi bilo tolikšno število novinarjev na terenih, tudi če te oddaje ne bi bilo?

Dnevnoinformativne oddaje morajo sodelovati s projektom in na vsak način je korist za obe strani. Res pa je, da različna koncepta in različne potrebe obeh povzročajo določene težave ekipam na terenu pri izvedbi, ki morajo včasih sprejemati kompromisne odločitve, da bi

lahko vsaj delno zadovoljile potrebe vseh. Če oddaj na drugem programu ob koncih tedna ne bi bilo, bi bil obseg potovanj ekip na teren zagotovo v določenem delu manjši in bi se več posluževali unilaterarnih javljanj po tekmi. V tem primeru pa je to tudi s finančnega vidika racionalna odločitev.

PRILOGA J: Poglobljeni intervju s Tomom Andrewom Tomaničem, glavnim producentom športnega programa Televizije Slovenija.

Kdaj ima TVS pravico do neomejenega objavljanja vsebin v dnevnoinformativnih oddajah?

Ko se v športnem programu odločamo za nakup pravic, gre vedno za pogajanje. Že tisti, ki prodajajo pravice, sami spodbujajo objave v informativnih programih, ker vedo, da je to najboljša reklama za športne prenose, ker s tem širijo pojavnost posnetkov športnega dogodka in tako gradijo zanimanje javnosti zanj, in ker je šport dober posel, sponzorjem zagotavljajo pojavnost. Načeloma si že ob nakupu pravic za športne prenose izborimo tudi pravico do objave v informativnih programih. Te vsebine lahko neomejeno objavljamo v času trajanja pogodbe. Če je pogodba triletna, je to obdobje treh let. Ko se pogodba izteče, te pravice nimaš več, lahko pa si urediš pravico do objavljanja arhivskih posnetkov.

Kako je urejena prodaja pravic do poročanja v informativnih programih?

Lastnik pravic si lahko ob prodaji pravic za prenos pridrži pravico do dostopa do informacij in jo proda drugam, z ekskluzivno pogodbo. Mi smo si v primeru alpskega in nordijskega smučanja ter skoraj pri vseh pogodbah, kjer smo pravice pridobili preko Evrovizije (evropska in svetovna prvenstva v nogometu), izborili, da lahko to pravico sami tržimo zainteresiranim strankam, ki imajo informativni program (tj. elektronskim medijem z informativnim programom) v Sloveniji. Najbolj pogosta praksa je, da si lastnik pridrži to pravico zase in jo potem tudi sam trži. Če pa si v fazi pogajanj zvit in vidiš potencial, iz katerega bi lahko ustvaril prihodke, si to pravico seveda skušaš izboriti. V tem primeru moraš lastnika obvestiti, komu si te pravice prodal in za kakšen znesek.

V primeru kupljenega dostopa do informacij je TVS te vsebine dolžna objaviti?

Ne. Pri nakupu dostopa do informacij se nikoli ne pogovarjamo o t. i. broadcast obligation, dolžnosti objavljanja. Pri prenosih zlastih globalnih športov (nogomet, košarka, formula ena, atletika) pa moraš že v fazi pogajanj in nakupa jasno povedati, kolikšna bo tvoja minimalna obveznost predvajanja, ali pa ti že pogodba sama določi, katere vsebine bodo šle v živo ali v posnetek, katerih ni treba objaviti ipd.

Obstaja razlika med pravicami za neposredni prenos in dostopom do informacij, pravico do kratkega poročanja?

Pri globalnih športih, kot so formula ena, liga prvakov v nogometu, veliki mitingi, svetovna in evropska prvenstva v atletiki, moraš imeti kot televizijski novinar, še preden sploh zaprosiš

za akreditacijo, urejeno najmanj pravico do dostopa do informacij, v nasprotnem primeru je verjetnost, da bo akreditacija odobrena minimalna oz. nična. Do mešane cone lahko dostopa vsak akreditirani novinar, cona hitrih intervjujev in unilaterali pa so omogočeni le imetnikom pravic do prenosa. Televizijski novinar bo tako brez urejene pravice do dostopa do informacij skoraj nemogoče prišel do akreditacije za npr. tekmo NK Maribor v gosteh v ligi prvakov.

Kako, s katerimi vzvodi dostopate do slike s tekem, ki so odigrane v Sloveniji?

74. člen Zakona o medijih omogoča vsem zainteresiranim medijem, ki so vpisani v Razvid medijev in imajo informativni program, pravico do kratkega poročanja. V to je zaobjeta uporaba do devetdeset sekund posnetkov z dogodka. Do posnetkov lahko pridemo na dva načina: eden je, da ga posnamemo s svojo kamero, drugi način, ki se v Sloveniji v praksi vedno bolj uveljavlja, pa je, da imetnik pravice do prenosa omogoči dostop do posnetkov, ki jih zainteresirana stranka prevzame, bodisi preko strežnika ftp, kasete, zunanjega diska oz. drugega prenosnega medija, in zanje poravnava tehnične stroške. Ti stroški se na slovenskem trgu gibljejo med 150 in 250 evri. Prodaja teh posnetkov je lahko tudi dober vir dohodka, a mora v tem primeru organizator preprečiti vnos kamer na prizorišče, snemanje pa omogočiti le v mešani coni in na novinarskih konferencah. Mislim, da so ti stroški relativno nizki, glede na to, da produkcija prenosa npr. ene tekme nogometnega državnega prvenstva stane med sedem in deset tisoč evri. V teh devetdeset sekund so zajeti posnetki z dogodka, niso pa zajete izjave, ki jih je novinar na prizorišču posnel s svojo kamero.

V primeru kratkega poročanja naj bi bilo dostopnih samo devetdeset sekund slike – vendar novinarji dostopajo do celotne tekme in sami izberejo izseke.

Ko v imenu RTV urejam to pravico za naše uredništvo, skušam v vseh pogajanjih priti do satelitskih parametrov in s tem do dostopa do celega prenosa, zato da lahko novinar po lastni presoji izbere zanj pomembnih devetdeset sekund slike. Medtem ko pa za domače dogodke, ki jih produciramo kot RTV Slovenija in do njih dostopajo drugi mediji, sklepamo posamezne dogovore. Nekaterim je čisto dovolj, da dostopajo do samo devetdeset sekund posnetkov, pri čemer naši uredniki pripravijo tri, štiri minute posnetkov po principu agencijskih izmenjav, torej po lastni presoji ključnih dogodkov. Druga pot pa je, da zainteresirana televizija pravočasno posreduje svoje želje, do katere slike (katerih kadrov) želi dostopati. To se potem obravnava kot individualni dostop do posnetkov, kar jim omogočimo, a so tehnični stroški v tem primeru nekoliko višji. Če bi imele te zainteresirane hiše z nami neko internetno oz. optično povezavo, na katero bi obesili terminalno opremo, bi

jim lahko posredovali tudi celoten prenos in bi si potem oni sami izrezali zelene kadre, stroški pa bi bili bistveno višji.

Katerih določil se morate držati pri pravici do kratkega poročanja?

Pravila pri uveljavljanju zakonske pravice do kratkega poročanja so zelo jasna – uporaba devetdesetih sekund posnetkov v roku 24 ur po koncu dogodka na teritoriju Republike Slovenije. Že dikcija »po koncu dogodka« preprečuje objavo posnetkov, preden televizija s pravicami zaključi neposredni prenos. O dogodku lahko poročamo v vsaki informativni oddaji v zapovedanem roku in predpisani dolžini, ne glede na to, ali gre za športno ali splošnoinformativno oddajo. V tujini namreč informativno oddajo obravnavajo kot celoto, eno samo oddajo, čeprav je pri nas to ločeno na več sklopov (npr. Dnevnik, Slovenska kronika, Šport) – da so lahko med sklope vrinjeni oglasni bloki. Mi zaradi tega preprečujemo dostop do slike ostalim uredništvom TVS, ker bi športnemu uredništvu ostalo premalo objavnega časa. Gre v prvi vrsti za športni dogodek in šele nato dogodke splošnega pomena.

V primeru nakupa dostopa do informacij za tekmo slovenskega predstavnika v tujini vedno dobite dostop do devetdesetih sekund slike ali je to odvisno od vsake pogodbe posebej?

V večini primerov tuji ponujajo ceno za vsako začeto minuto in omejujejo maksimalno minutažo v časovnem oknu 24 ur po končanem športnem dogodku. Mi si vseeno običajno izpogajamo ceno za devetdeset sekund, kar je ceneje kot dve začeti minuti.

Je dostop do informacij po obveznostih enak/podoben pravici do kratkega poročanja?

Tudi dostop do informacij vedno velja le za informativne oddaje in tudi v tujini ga razumejo kot objavo posnetkov v roku 24 ur po končanem dogodku. Prodajajo se tudi t. i. pravice za vrhunce, v katerih so omejitve postavljene malo drugače, kupuješ pa več slike (do recimo pet minut).

Kako, s katerimi vzvodi dostopate do slike s tekem, ki so odigrane v tujini? Zakon tega ne predvideva.

V tem primeru je treba skleniti dogovor z lastnikom pravic. Zato moramo najprej sploh ugotoviti, kdo ima pravice za dogodek – ali ima televizija z neposrednim prenosom sploh možnost sublicenciranja dostopa do informacij ali ne. Pri nogometni ligi prvakov so bile tovrstne pravice do tega triletnega obdobja, ki se s to sezono izteka, pridržane pri Uefi in ta ni dovoljevala podlicenciranja, ker je izrazito skušala ohraniti ekskluzivnost imetnika pravic. Na ta način je v pogajanjih za ceno celotnega paketa pravic dosegala izrazito večji finančni izplen, zato se je morala zavezati, da te pravice ne bo posredovala naprej. V zadnjem

triletnem obdobju pa je tudi Uefa spremenila svojo politiko, saj je liga prvakov globalni šport in je pojavnost njihovih sponzorjev zanje ključna, zato so to pravico prepustili odločitvam televizij, ki imajo prenose. V letošnji sezoni sta si v Sloveniji pravico do neposrednih prenosov in pravico do dostopa do informacij razdelili televiziji Sport Klub in Planet TV, pri čemer ena prenaša tekme ob torkih, druga pa ob sredah. Za poročanje o NK Maribor se zato dogovarjam s tema dvema televizijama. Sport Klub nam objavo slike zaenkrat omogoča bolj ali manj brezplačno, le z navedbo vira slike (in le za plačilo manjših tehničnih stroškov). Sodelovanje s Planet TV pa ni brezplačno, ker jim tudi RTV v obratni smeri zaračunava stroške za sliko, ki jo oni želijo. Letos so bili npr. zainteresirani za objavo nogometnih kvalifikacij za evropsko prvenstvo, ki jih predvaja naša televizija, mi pa za objavo Mariborovih tekem v gosteh v ligi prvakov, za katere so imeli pravice oni. Dogovarjanje s Sport Klubom mi je olajšal Zakon o medijih – tudi Uefa nam pravice do kratkega poročanja ni smela omejiti (v prejšnjem obdobju so to namreč počeli, mi pa smo morali groziti s sodišči ipd.), zdaj, ko so očitno dojeli, da zakonodaje ne moreš spreminjati, pa je to lažje. Planet TV bi nam lahko mastno zaračunal pravico do dostopa do informacij, pa nam je ne, ker smo sklenili recipročen dogovor, da si posnetke enostavno zamenjamo. Obema televizijama pogodobe omogočajo, da podlicenciramo pravico do dostopa do informacij. V tem primeru gre le za dobro voljo televizije, ki bi se lahko odločila, da posnetkov ne posreduje ali proda naprej.

Bi vam obe televiziji torej lahko prodali tudi dostop do informacij za tekme, kjer slovenskega predstavnika ni?

Tako je, lahko bi, vendar jih jaz na njihovem mestu ne bi nikoli prodal. Jaz jih ne bi prodal niti za tekme NK Maribor na tujem, ker je to produkt, ki te lahko pozicionira na medijskem trgu.

Konkretne omejitve za nogometno ligo prvakov torej so?

V obeh primerih (domaćih in tujih tekem) je to dostop do devetdesetih sekund slike, ki mora biti objavljena najkasneje 24 ur po končanem dogodku v neomejenem številu informativnih oddaj, na prizorišču pa je novinarju omogočen dostop do mešane cone in novinarskih konferenc. Ne smemo pa s kamero ob igrišče (pri domácih tekmah smo se dogovorili za dostop do posnetkov iz neposrednega prenosa).

Je snemanje slike z ENG-kamero dovoljeno na tekmah, za katere pravic ni?

V Sloveniji je. S tem se izognemu plačilu tehničnih stroškov, saj mora biti snemalec na prizorišču v vsakem primeru, ker mora posneti še izjave po končani tekmi. Prej ali slej se bo

začelo dogajati – to pandorino skrinjo bo prva odprla prav RTV, ki skrbi za produkcijo velike večine domačih dogodkov –, da bomo začeli preprečevati vnos kamere na prizorišče. Finančno se bo to RTV še vedno izplačalo zaradi količine domačih prenosov.

Je vam kdo že omejil pravico do ENG-snemanja?

Načeloma ne. Razen mogoče po koncu tekem, ko vsi televizijski novinarji vdrejo na igrišče s kamerami. To se nam je zdaj začelo dogajati na tekmah rokometne lige prvakov, kjer Sport Klub enostavno ne dovoli več s kamero na igrišče, ampak je treba s kamero v mešano cono.

Ste vi komu že omejevali pravico do ENG-snemanja?

Mi smo to omejevali. Za zdaj je to dogovorjeno z Nogometno zvezo Slovenije (NZS) na tekmah kvalifikacij za evropsko prvenstvo in na tekmah državnega prvenstva. Na ta način RTV in NZS gradita skupen produkt. Za NZS je izjemno pomembno, da se govori o dogodkih na igrišču in ne o dogodkih na tribunah. Kot vemo, imamo dve navijaški skupini, ki si velikokrat sežeta v lase, in zato prihaja do prekinitve tekem, do pirotehnike, do rasističnih izpadov itn. Mi, RTV, imamo zelo natančno izdelano strategijo poročanja in prikazovanja, ki velja tako za neposredne prenose in dnevnoinformativne oddaje, medtem ko za ostale medije tega ne moremo trditi. Veliko je takih, ki zadeve prikazujejo rumeno oz. tako, kot da je to izjemnega pomena za slovensko javnost, zaradi česar celotna zgodba temelji na dogodku s tribune in ne na dogajanju z igrišča. V tem dogovoru je partner NZS kot organizator dogodka. Organizator mora namreč poskrbeti, da so stvari urejene. Poskrbeti mora, da njihovi predstavniki oz. varnostna služba pozovejo medije, naj deponirajo kamere v primerno varovano sobo. Ne sme se seveda zgoditi, da bi kamera kam izginila ali se poškodovala, tam jo po koncu tekme spet prevzamejo in odidejo v mešano cono. Naslednji korak je, da bomo isti dogovor uporabili še na košarkarskih tekmah. S košarkarsko zvezo je dogovor še treba skleniti, a ta tega interesa zaenkrat še ne zaznava v tolikšni meri kot nogometna, ker je publika na košarkarskih tekmah popolnoma drugačna od tiste na nogometnih. Oni zaenkrat vidijo le naš komercialni interes po služenju denarja z zaračunavanjem tehničnih stroškov, kar je deloma v ozadju, a pomembno je tudi to, da bi imeli povsem pod nadzorom, komu smo dali kakšne posnetke. Tako nihče ne bi mogel trditi, da je bilo to posneto z njegovo ENG-kamero in bi imel zato pravico arhivirati te posnetke. Kot pravi pravica do kratkega poročanja, moraš posnetke po 24 urah uničiti in jih ne smeš arhivirati. Posnetke z ENG-kamero pa lahko arhiviraš, čeprav moraš kljub temu za ponovno objavo urediti pravice. V tem primeru gre za pravico do objave posnetkov in ne gre več za pravico do kratkega poročanja. S tem so povezani drugačni, običajno nižji stroški.

Je nakup dostopa do informacij post-post festum možen (kot reakcija na dober nastop)?

Je možen, sploh če se zgodi nekaj presenetljivega, a je tudi vprašanje, koliko je še smiselno. Če se pozno odločiš za nakup, je težko še dobiti prave ljudi, producente na prizorišču, po navadi je tudi tehnologija že ugasnjena. Ti stroški so lahko bistveno, bistveno višji od tega, če ti urejeno pristopiš k temu, da boš pravočasno uredil dostop do informacij in posnetkov kasneje sploh ne boš uporabil. Tudi ni nujno, da boš posnetke v primeru naknadnega dogovarjanja dobil pravočasno. Zaradi tega je izjemno pomembno, kako uredniki načrtujejo svoje delo v informativnem programu. Za urejanje pravic namreč potrebuješ čas. Tudi za bistveno boljšo ceno se lahko izpogajaš, če imaš čas. Nimamo neomejeno sredstev.

Agencije nadzorujejo uporabo posredovane slike?

Seveda. In to zelo preprosto – vse naše informativne oddaje so dostopne na spletu. V svojih posnetkih imajo agencije svoj digitalni podpis, ki ga je brez prave aparature nemogoče zaznati. Imamo pa to srečo, da težimo k sveži, živi sliki in zelo redko uporabljamo arhivsko gradivo. Pop TV recimo izjemno veliko uporablja arhivsko sliko in je bil že nekajkrat kaznovan za nedovoljeno uporabo, bodisi takoj ali pa šele pri sklepanju oz. obnavljanju pogodb z isto agencijo.

V katerih primerih je obvezno navajati vir slike?

Vir slike navajaš takrat, ko je to eksplicitno zahtevano. Pri agencijskih novicah to ni izrecno zahtevano. Pri sliki iz prenosov, ki jih prenaša TVS, tega tudi ne zapišemo, prav tako ne, ko kupimo pravice za sliko od partnerja v tujini (bodisi zasebnih agencij ali organizatorjev). Ko mi nekemu prodajamo sliko, se mi zdi primerno in smiselno, da se reklamiramo, zato vedno dam v pogodbe zahtevo po navajanju vira. Poleg plačila dobimo s tem tudi nekaj objavnega časa z napisom RTV v njihovem programu in s tem informiramo gledalca, kje si bo lahko pogledal prenos. Od nas navedbo vira zahteva samo Sport Klub. Jaz sem od Planet TV to zahteval, oni pa od nas niso. To je zelo odvisno.

Se pri urejanju pravic za dnevnoinformativne oddaje soočate s težavami zaradi previsokih cen?

Javni servis mora imeti dober in kvaliteten informativni program. Če ga želiš imeti, moraš vanj tudi vlagati. Na žalost je šport drugačen od ostalega informativnega programa, ker zahteva bistveno drugačen pristop in bistveno drugačno finančno konstrukcijo, ker ne moreš samo stopiti na ulico in snemati. V splošnoinformativnem programu gre v veliki meri le za potne stroške, v športnem pa drago plačujemo še pravice in dostop do slike. Če imaš dovolj denarja, je absolutno smiselno, da kupiš prenos in s tem dostop do slike za

dnevnoinformativne oddaje. Če pa si ne moreš več privoščiti vsega – in mi smo prišli do trenutka, ko si ne moremo več privoščiti vsega –, potem moramo še enkrat premisliti o filozofiji poslanstva in najti pravo razmerje med globalnimi športi in slovenskimi športi.

Poslanstvo javnega servisa vidim v tem, da bi najprej morali poročati o vseh državnih prvenstvih. Denarja od naročnine ni malo, kar pomeni, da bi ta denar morali vrniti v nazaj v slovensko družbo prav s poročanjem o športih, kamor vlagajo domača podjetja – torej njihovo jim vrniti s pojavnostjo in vidnostjo. Sponzor bo na ta način prepoznal interes, da še naprej vlaga v ta klub, v ta šport, to panogo. Bistveno je, da vračamo ta denar v slovenski nogomet, slovensko košarko, slovenski rokomet, slovensko odbojko in šele nato razmišljamo o nakupu news accessa za ligo prvakov.