

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tina Lamovšek

Interpretiranje v radijskem etru: primer Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tina Lamovšek

Mentor: doc. dr. Igor Vobič

Interpretiranje v radijskem etru: primer Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

Interpretiranje v radijskem etru: primer Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202

Z vodenjem radijski voditelj zagotavlja kontinuirano podajanje različnih programskih sestavin v celoto, eden od načinov povezovanja programa je tudi vnašanje interpretacije v vodenje. In ravno brisanje meje med informacijo in interpretacijo prinaša enega od najpomembnejših odklonov novinarstva v zadnjih nekaj desetletjih. V magistrski nalogi ugotavljamo, kako se te spremembe odražajo na izbranih radijskih postajah. S študijo primera Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202 proučujemo, kako radijski voditelji v povezovanju programa prepletajo informiranje in interpretiranje ter kako razumejo vodenje radijskega programa. Analiza poglobljenih intervjujev z odgovornima urednikoma in voditelji kaže, da je interpretiranje pomemben vidik radijskega vodenja na obeh programih in da s tem sledijo definiciji novodobne norme objektivnosti v novinarstvu. Ta nudi etično evalvacijo in interpretacijo informacij, ki izvira iz konkretne situacije in ki je specifična za radijski medij.

Ključne besede: vodenje radijskega programa, vloga voditelja, interpretiranje, informiranje, Prvi program Radia Slovenija, Val 202

Interpreting in a radio programme: case study of Prvi program Radia Slovenija and Val 202

The host in a radio programme ensures the continuity of combining different elements of the show together. One of the ways to host the programme is to insert interpretation in it. The blurring of the lines between information and interpretation brought one of the most important deviations in journalism in the last couple of decades. In the Master thesis we establish how these changes are reflected in the selected radio stations. With the case study of Prvi program Radia Slovenija and Val 202 we examine how the hosts intertwine giving information and interpretation, and how they understand hosting a radio programme. The analysis of the in-depth interviews with the two managing editors and the radio hosts shows that interpretation is an important aspect of radio hosting. With interpretation, both of the radio programmes follow the definition of the new-age norm of objectivity in journalism. It offers ethical evaluation and interpretation of the information which originates from a real situation and is specific for a radio.

Key words: hosting a radio programme, the role of a host, interpretation, informing, hybridisation, Prvi program Radia Slovenija, Val 202

KAZALO VSEBINE

1	Uvod.....	5
2	Teoretski okvir: Hibridizacija v radijskem novinarstvu.....	8
2.1	Hibridizacija in paradigma novinarske objektivnosti	9
2.2	Hibridizacija funkcij novinarskih vsebin	14
2.3	Hibridizacija novinarskih vlog	20
3	Metodologija	29
3.1	Raziskovalni subjekt: Radio Slovenija	30
3.2	Poglobljeni intervjuji.....	32
4	Rezultati	34
4.1	Prvi program: »Interpretacija je zahtevno in odgovorno delo, a ga na našem programu primanjkuje«	34
4.1.1	Razumevanje norme objektivnosti: »To ne pomeni ravnotežja med levo in desno opcijo, ter da se teme lotiš z zaželenim rezultatom«	35
4.1.2	Zakaj interpretirati? »S tem pokažeš inteligenco in širši zorni kot novice«	35
4.1.3	Kako sploh interpretirati? »Jutra so diamant radijskega programa«	38
4.1.4	Kdo je voditelj? »Pripoveduje, ima stik s poslušalci, ohranja jezikovno kulturo in interpretira«	39
4.1.5	Kaj pa poslušalci? »Poslušanje mora biti aktivno«	43
4.1.6	Družbena odgovornost: »Voditelj je pošten do sebe in poslušalcev«	44
4.2	Val 202: »Interpretiranje je zaželeno in se ga spodbuja«	44
4.2.1	Razumevanje norme objektivnosti: »Ta ne obstaja, primernejši izraz je resnicoljubnost«	45
4.2.2	Zakaj interpretacija: »Vloga voditelja ni zgolj samo informativna«	46
4.2.3	Kdaj interpretirati? »V jutranjem pasu je interpretacija načrtno najmočnejša«	48
4.2.4	Profil voditelja: »Dober voditelj pusti svoj osebni pečat«	49
4.2.5	Odnos in komuniciranje z občinstvom: »Odziv pomaga pri dvigu samozavesti«	53
4.2.6	Družbena odgovornost: »Voditelj je vest družbe«	54
5	Diskusija	56
6	Zaključek.....	60
7	Literatura	63

1 Uvod

Kljub tehnološkemu razvoju v medijski sferi v zadnjih letih in spremembam družbene vloge medijev radio še vedno predstavlja eno od osrednjih medijskih vozlišč političnega, kulturnega in zabavnega življenja sodobnih družb (glej Starkey in Crisell 2009). Za radijski program je pomembno, kako postaja ustvarja svoj prepoznavni zvokovni značaj, s katerim se ločuje od drugih in zaradi katerega ga poslušalci prepoznajo v množici radijskih postaj (Gage 1999, 72). V tem kontekstu vodenje radijskega programa pomembno določa značaj radia, saj voditelj s povezovanjem vsebin prispeva k oblikovanju prepoznavnega glasu programa (Chignell 2012, 490).

Ker radio za gradnjo pomena uporablja izključno zvok – Crisell (1986) je v svojem delu *Understanding Radio* uporabil izraz »slepi medij« –, je radijski voditelj tisti, ki pomembno določa interpretacijske meje radijskega etra (glej Starkey in Crisell 2009, 104–105). Jasnost pomena radijski voditelji dosegajo z izbiro besed in skladenjskih struktur, toda različne konotacije radijskih vsebin ostajajo (Barnard 2000, 173). V tem smislu je kontekst poglobilni dejavnik gradnje pomena, saj vrsta programa ter generične tradicije in konvencije, ki jih z letem asociiramo, pomembno oblikujejo konotativno raven (prav tam). Z vodenjem radijski voditelj tako zagotavlja kontinuirano podajanje različnih programskih sestavin v celoto, ki predstavlja radijski program (Golčar 2003, 64). Eden od načinov povezovanja med dvema sestavinama programa je tudi voditeljev osebni komentar, ki je najpomembnejša oblika prikaza njegove radijske osebnosti, saj pri tem uporablja sposobnost kreativnega razmišljanja, hitrega miselnega odzivanja in ustvarjanja asociacij glede bodisi pravkar posredovane informacije oziroma oseb, ki se ob tem pojavljajo, ter dogodkov, o katerih govori (Golčar 2003, 66). V tem kontekstu Medved (2005) piše, da mora izbira komentarja kot oblike in načina posredovanja informacij o nekem dogodku soditi v območje avtonomne in svobodne strokovne izbire novinarja, ki s tem dokazuje svojo kakovost in pri poslušalcih utrjuje zaupanje v svojo avtoriteto znanja in verodostojnost. Tatjana Pirc (2005, 169) sicer opaža, da je na radiu vse manj komentarjev, tisto, kar jim je podobno, pa največkrat napovedujejo kot prispevek. Ločnica med informacijo in komentarjem torej ni vedno jasna in nakazuje širši trend hibridizacije v novinarstvu – ne le žanrov, temveč tudi paradigme in vloge novinarjev.

V tem kontekstu je edenod najpomembnejših odklonov novinarstva v zadnjih 25 letih brisanje meje med informacijo in komentarjem (Abercrombie 1996; Letica 2003; Branston in Stafford

2010; Conboy 2014). Pregled literature (Duff 2000; Bonner 2003) nakazuje širši proces hibridizacije novinarskih žanrov, ki v sodobnem novinarstvu otežuje jasno ločevanje med prevladujočima informativno in interpretativno funkcijo. Tako na primer Vesna Laban (2007b, 171) skozi analizo televizijskega novinarstva ugotavlja, da je sodobno novinarstvo v obdobju eksperimentiranja z vsebino in obliko posredovanih informacij. Spremembe v diskurzivnih praksah so pomemben del velikih procesov družbenih in kulturnih sprememb, sodobne kompleksne diskurzivne prakse pa se izražajo v heterogenosti pomenov in oblik v novinarskih besedilih ter v mešanju žanrov in stilov (prav tam). Tudi Miloš Ivančič (2012, 28) ugotavlja, da komentatorska funkcija radia, ki pomeni razlaganje, povezovanje in analiziranje, ni omejena samo na komentarje kot žanr, ampak se prepleta v vsem programu ter se pri sodobnem radiu, ki opušta klasične komentarje, ne zmanjšuje, ampak samo skriva v drugih oblikah.

Obstoječe raziskave v Sloveniji na področju komentiranja so sicer proučevale komentar kot žanr, npr. na televiziji (Vogrinc 1992; Ilc 2001/02) in radiu (Golčar 2003; Pirc 2005; Ivančič 2012). Številne študije (Hermida in Thurman 2007; Domingo in ostali 2008; Cammaerts 2009) so se ukvarjale s komentarji (večinoma v obliki sovražnega govora) pod novinarskimi prispevki oz. na družbenih omrežjih (Anstead in O'Loughlin 2011) s strani občinstva, zanemarile pa so komentiranje (voditeljev) kot način povezovanja radijskega programa. Cilj magistrske naloge je ugotoviti, kakšna je vloga komentiranja pri vodenju radijskega programa in kako vodenje v radijskem etru razumejo voditelji in uredniki. S študijo primera na 1. programu Radia Slovenija in Valu202 želim zapolniti raziskovalno vrzel in raziskati, kako radijski voditelji v povezovanju programa na izbranih radijskih programih prepletajo informiranje in interpretiranje ter kako razumejo vodenje radijskega programa.

Razlog za izbor omenjenih programov kot raziskovalnega subjekta leživ tem, da so voditelji Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202 del javnega RTV-servisa, ki pripada javnemu zavodu posebnega kulturnega in nacionalnega pomena (Ur. l. RS 96/2005), hkrati pa zagotavlja dostop javnosti do množičnih komunikacijskih kanalov, služi javnemu interesu in oblikuje, odpira ter vzdržuje prostor javne razprave (Bašič Hrvatinić 2002, 6). Z dosegom 10,8 odstotka oziroma 184.000 poslušalcev je Val 202 na drugem mestu najbolj poslušanih radijskih postaj, takoj za njim pa je Prvi program Radia Slovenija, ki je dosegel 8,8 odstotka ali 150.000 poslušalcev (Radiometrija 2013). Vidike hibridiziranih informacij in komentiranja v empiričnem delu naloge iščemo na osnovi podatkov, pridobljenih s poglobljenimi intervjuji.

Končne ugotovitve, do katerih pridemo z omenjeno metodo, povzamemo in interpretiramo glede na širše spremembe v novinarstvu sodobni družbi.

Odgovore na raziskovalni problem bomo iskali in proučevali kvalitativno ter tako prepoznavali in analizirali različne perspektive, pristope in metode (Flick 2009, 14). Z intervjujem, ki ga uvrščamo med kvalitativne metode raziskovanja, se da na ta način večji poudarek na mnenje intervjuvanca (Bryman 2008). Uporabili bomo metodo poglobljenega polstrukturiranega intervjuja, s katerim raziskovalec v pogovoru odkriva sogovornikova mnenja ter z njim zbira podatke o percepciji posameznika, s čimer dobimo bolj poglobljene empirične podatke (Legard in drugi 2003, 138). Tudi odkrivanje mnenj in stališč radijskih voditeljev in urednikov do komentiranja kot načina podajanja najbolj osnovnih informacij ter prehajanja iz ene (novinarske) vloge v drugo med vodenjem radijskega programa je pomembno za zbiranje podatkov o posameznikovem dojetanju, saj lahko »skozi pogovor ugotavljamo stališča ljudi in osebne izkušnje, te pa so pri družboslovnih razpravah osrednjega pomena, ker jezik osmišlja svet« (Legard in ostali 2006, 138). Na nekaterih radijskih postajah komentiranje ni toliko prisotno zaradi posledic, ki jih sprožijo komentarji (Ivančič 2012, 125), zato bi med drugim voditelji z izražanjem mnenj »pojasnili pomene in identificirali različne načine pogleda na določen raziskovalni problem« (Singer 2008, 165). Pomembno pa je tudi mnenje »odgovornega urednika, ki kot načrtovalec programske zasnove medija nosi odgovornost za voditeljeve odločitve v radijskem etru« (Golčar 2003, 73).

Magistrsko delo smo vsebinsko razdelili na tri dele – v prvem, ki je teoretski, utemeljujemo raziskovalni pojav. Pri opredelitvi konceptualnega okvira nam je v pomoč literatura s področij komunikacijskih, medijskih in novinarskih študij, napodlagi katere definiramo ključne pojme, povezane z normo objektivnosti, hibridizacijo žanrov in vlog radijskih novinarjev. Po metodološkem delu, v katerem predstavimo metodo intervjuja, sledi empirični del, namenjen predstavitvi analize zbranih podatkov. Na podlagi intervjujev z radijskimi voditelji ugotavljamo, kako se radijski program znajde med informacijami in interpretacijami ter kakšne so značilnosti radijskih voditeljev in njihovih komunikacijskih vlog. Pri tem nas posebej zanima, kako hibridizacijo informacij in komentarjev razumejo voditelji Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202, ter ugotavljamo, kaj oz.kdo vpliva na njihovo delo med vodenjem radijskega programa.

2 Teoretski okvir: Hibridizacija v radijskem novinarstvu

Ena od pomembnih tem v raziskovanju novinarstva v zadnjih desetletjih je brisanje mej med informacijo in interpretacijo (Abercrombie 1996; Letica 2003; Branston in Stafford 2010; Conboy 2014). Funkcije novinarskih vsebin so sicer ločene glede na odsotnost oziroma prisotnost avtorja v tekstu, tj. informativna in interpretativna funkcija (glej Košir 1988; Poler Kovačič 2005), a pogosto smo priča zamegljenim mejam med novinarskimi žanri oziroma njihovi hibridizaciji (Harrington 2008, 266), kar pa lahko povežemo tudi s preoblikovanjem norme objektivnosti, ki v sodobnem novinarstvu kot glavni kriterij postavlja resnicoljubnost, ne pa nepristranskosti. Tovrstna pozornost zgodovinskemu razvoju paradigme novinarske objektivnosti in posebnostim pogosto zanemarjenih novinarskih tradicij je potrebna za »razumevanje kompleksne dinamike med nepristranostjo in pristranostjo v novinarstvu« (Vobič 2013a, 43).

Hibridizaciji se posveča kar nekaj študij, veliko zanimanje opazimo predvsem na televizijskem področju (Feuer 1992; Luthar 1992; Franklin 1998; Creeber 2001; Neale 2002; Letica 2003; Laban 2007b) in pri filmskih študijah (Tolson 1996; Stam 2000; Keith 2007). Kot ugotavlja Tolson (2006, 105), pomanjkanje zanimanja s strani raziskovalcev namiguje na status radia kot premalo relevantnega medija za medijske študije.

V prvem podpoglavju (Hibridizacija in paradigma novinarske objektivnosti) poskušamo razložiti, kakšno razumevanje objektivnosti prinaša sodobno novinarstvo. Kot lahko vidimo na primeru Slovenije, zadnja kodeksa slovenskih novinarjev iz leta 2002 in 2010 ne govorita o »objektivnosti«, temveč »resnicoljubnosti«, in v tem kontekstu sta dokončno vpeljala razumevanje novice kot praktične resnice (Vobič 2013a, 64). Zraven vključimo še pojem hibridizacije, ki nakazuje, da so meje med žanri lahko manj izrazite, kar ponuja alternativno branje teksta s strani občinstva (Luthar 1992, 34–35). Drugo (Hibridizacija funkcij novinarskih vsebin) in tretje podpoglavje (Hibridizacija novinarskih vlog) nam ponujata razprave o hibridizaciji funkcije na ravni besedila in vloge radijskih novinarjev oziroma voditeljev. Novinarsko delo, v katero so vključeni tudi radijski voditelji, postaja raznovrstno, novinarji morajo obvladati vedno več veščin, prihaja do prepletanja vlog novinarja, urednika in občinstva. Pri funkciji novinarskih vsebin, ki so tradicionalno ločene glede na odsotnost oziroma prisotnost avtorja v tekstu, tj. informativna in interpretativna funkcija, opazimo, da sta iz besedila razpoznavni obe funkciji.

2.1 Hibridizacija in paradigma novinarske objektivnosti

Z razvojem novinarstva kot poklica na začetku 20. stoletja se je z delitvijo med informacijo in zgodbo ter novico in zabavo začela postavljati ločnica med resnim in manj resnim poročanjem (Feldman 2007, 418). Novinarji so lahko trdili, da so novice, ki jih posredujejo, resnične in da gre za poročanje dogodkov, ki mu občinstvo verjame (Feldman 2007, 418). Tako je bila norma objektivnosti postavljena kot ideal, h kateremu stremijo (Košir 1988, 13); nujnost novinarjeve nepristranskosti, uravnoteženost trditev, predstavljenih v besedilih, in ločevanje dejstev od mnenj so temeljna načela »objektivnega« novinarstva. Paradigma objektivnosti naj bi novinarjem narekovala, naj »iščejo dejstva in predstavijo objektivno resnico, ki je v interesu javnosti« (Ledwell 2011, 6). Zahteva po novinarjevem ločevanju dejstev od mnenj, ki je skupna vsem merilom kakovosti novinarskega besedila (Poler Kovačič 2005) in je eno glavnih vodil »objektivnega« novinarstva, je povezana z zahtevo po ločevanju novinarskih funkcij, tj. informativne in interpretativne. Objektivnost kot stilistična zahteva terja odsotnost mnenj in čustev v izbiri jezikovnih sredstev (Košir v Vobič 2005, 375). Čeprav so bila ta vodila dolgo časa samoumevna in tudi edini način, kako opravljati novinarstvo, pa danes opazamo, da se paradigma novinarske objektivnosti spreminja (Ledwell 2011, 6). Meje pri definiranju novinarstva postajajo predmet mnogih razprav (Vobič in Dahlgren 2013, 18).

Razprave o (ne)pristranskosti novinarjev so v krogu teoretikov in raziskovalcev medijev ter novinarstva postavljene predvsem v okvir novinarske objektivnosti, ki je v zadnjem desetletju predstavljala pomemben del pozornosti medijskih in novinarskih študij (Vobič 2013a, 43). Tovrstna pozornost zgodovinskemu razvoju paradigme novinarske objektivnosti in posebnostim pogosto zanemarjenih novinarskih tradicij je potrebna za »razumevanje kompleksne dinamike med nepristranskostjo in pristranskostjo v novinarstvu« (prav tam). Ravno zato se v tem poglavju sprašujemo o spreminjanju klasične novinarske paradigme, ki je ločevala interpretativno in informativno funkcijo novinarskega besedila. Usmerili se bomo v kritiko in rekonceptualizacijo objektivnosti ter novinarsko normo.

Pristranskost in njeno splošno sprejeto nasprotje, objektivnost, sta koncepta, ki ju večina državljanov povezuje s politično ali ideološko vlogo medijev (Hackett 1984, 229). Harcup (2004, 61) objektivnosti ne enači z nepristranskostjo: objektivnost pomeni podajanje celotne slike, kar je pogosto nemogoče zaradi same narave novinarskega dela, ki je selektivna in posredna reprezentacija realnosti, medtem ko si pri nepristranskem poročanju novinar

prizadeva za resnico. Reese (1990, 392) omenja novičarsko paradigmo (*news paradigm*), ki definira tisto, kar postane del naše druge realnosti, prejete prek medijev. To paradigmo primerja z znanstveno in zapiše, da naj bi bili tako novinarji kot znanstveniki nepristranski opazovalci sveta, ki jih vodijo njihova opazovanja in pozitivistično prepričanje v empirizem, torej prepričanje, da lahko zunanji svet uspešno zaznavamo in razumemo (1990, 392–393). Po Splichalovem (1997, 158) prepričanju pa objektivnosti (dejstvenosti in uravnoteženosti poročanja) še zdaleč ni mogoče samoumevno šteti za »naravno lastnost« kakovostnega novinarstva, kar prikaže na primeru, da so se časniki začeli razvijati kot kritični organi (javnega) mnenja, ne pa (zgolj) kot posredniki novic. Prizadevanje za objektivno novinarstvo ni odpravilo stereotipov in ideološke narave medijev, ampak je eno vrsto ideologije nadomestilo z drugo, poleg tega pa je z omejevanjem predstavljanja mnenj na »poročanje o dejstvih« omejilo dostop državljanov do medijev (Splichal 1997, 358). »Objektivno novinarstvo« je namreč paradoksalno pripeljalo do tega, da je umetno organiziran dogodek, ki je namenjen izključno javnemu izražanju mnenja in oblikovanju javne podobe (npr. novinarska konferenca, predvolilna kampanja, strankarska konvencija), »dejstvo« in poročanje o njem novica, medtem ko je neposredna izjava posameznika (npr. novinarja) »mnenje« (Splichal 1997, 358).

Nekateri zagovarjajo, da je ločevanje dejstev in mnenj možno in zaželeno, a v nasprotju z njimi se od poznomodernih novinarjev (angl. *late-modern journalists*) pričakuje, da ustvarjajo vsebine, ki imajo tako intelektualni kot čustveni poziv in članom občinstva omogočajo, da izluščijo in izboljšajo znanje, pridobljeno iz različnih virov (Koljonen 2013, 145). Dandanes se novinarji zavedajo, da novinarstvo pretežno pomeni interpretacijo realnosti in da so sami vključeni v konstruiranje te realnosti (prav tam).

Paradigma bolj kot eksplicitna pravila ponuja primere, ki pa se jih človek priuči v praksi (Reese 1990, 392). A če znanstvenike usmerjajo teorije, naj bi novinarje vodila realnost dogodkov (prav tam, 393). V odsotnosti dobro definiranih teoretičnih kažipotov se tako novinarji močno zanašajo na rutine kot osnovo in upravičenje opisov realnosti (Reese 1990, 393). Ta paradigma je lahko videna kot nekakšen model za zbiranje informacij, ki je vključen v novinarsko prakso in se osredotoča na načine določanja tega, kateri dogodki so vredni objave, in nato, kako so ti posredovani občinstvu. Vos (2011, 436) meni, da je paradigma objektivnosti primerljiva s kulturnim kapitalom – novinarjem služi kot merilo za neodvisnost

od političnih in ekonomskih polov moči ter jim v tem pogledu omogoča, da sprejemajo neodvisne trditve oziroma resnice.

V zadnjih letih pa se novinarji bolj kot k poudarjanju objektivnosti, ki velja za »simbol ameriškega novinarstva« (Schudson 1978, 9), nagibajo k bolj realističnim standardom (ki jih lahko branijo), kot so točnost, raznolikost, uravnoteženost in razumljivost (Reese 1990, 392). Figdor (2010, 24) omenja dve glavni vodili, ki naj bi ju vsebovala norma objektivnosti: preverjenost podatkov in upravičeno interpretacijo oziroma upravičeno prepričanje o določenem vidiku sveta. Po mnenju Poler Kovačičeve (1997, 119) je resnicoljubnost za razliko od objektivnosti realen in dosegljiv cilj ter je novinarjeva dolžnost. Izraz »objektivnost« (ki poudarja odnos med vsebino besedila in realnostjo) torej zamenjamo z »resnicoljubnostjo« (ki poudarja odnos med vsebino besedila in identiteto pošiljatelja) (Koljonen 2013, 145).

Ward (2005, 14) piše, da bi morali opustiti »zmotnega boga objektivnosti« in ideal novinarja kot objektivnega kritika ter se bolj usmeriti k videnju novinarja kot aktivnega katalizatorja državlanskega pogovora. Avtor (prav tam) hkrati poudarja še naslednji paradoks: nekateri kritiki napadajo medije, da niso objektivni, in hkrati vidijo objektivnost kot mit.

Tudi Willis ugovarja pojmu objektivnost, saj je po njegovem prepričanju le-ta v najstrožjem pomenu besede »skrajnost«, ki pa nikoli ne more biti realizirana v pripovedovanju zgodbe, razen če jo objekt – in ne novinar – pove sam. In če je objekt človek, potem tu vstopi subjektivnost (2003, 45). Koširjeva (1988,13) pritrjuje tej izjavi s tem, da je avtor besedila s svojim mnenjem prisoten v najbolj šablonizirani in avtomatizirani obliki novinarskega diskurza, kot je vest. Novinar je angažiran v vsaki izjavi in z vsako izjavo: o čem bo poročal in zakaj ravno o tem, kolikšen del spoznane resničnosti bo posredoval in zakaj prav to, v kakšnem žanru bo upovedal dogodek in kakšna jezikovna sredstva bo izbral – to je stvar njegove »vrednostne odločitve« (prav tam). Ker pa je stilistična objektivnost ena od komponent oblikovanja oziroma prepoznavanja novinarskih vrst, je odsotnost avtorja v tekstu mišljena le v smislu, da ni ekspliciten z izražanjem sodb in vrednostnim ocenjevanjem ter prek izbire stilsko zaznamovanih besed (prav tam).

Za novodobno normo objektivnosti je pomembno, da se znebimo vračanja k tradicionalnemu razumevanju, ki je bilo oblikovano za medije v drugem družbenem in političnem obdobju

(Ward 2005, 261). To pa ne pomeni, ugotavlja Ward (prav tam), da bi bilo treba popolnoma opustiti objektivnost, saj novinarji še naprej potrebujejo jasno in učinkovito normo, ki jih bo usmerjala pri njihovem delovanju. Najboljša izbira je reforma objektivnosti: taka, ki upošteva utemeljene kritike in ohrani prakso, ki je v preteklosti delovala (prav tam).

Z vprašanjem objektivnosti se hkrati porajajo praktična vprašanja o tem, kakšne norme naj novinarje usmerjajo, ko oblikujejo zgodbe, ki vplivajo na javnost (Ward 2005, 14). Tako je v dinamičnem družbenem okolju začetka devetdesetih let prišlo do preobrazbe »starih« novinarjev, ki so delovali kot družbenopolitični delavci, v »nove«, katerih temeljna obveznost je resnično in neponarejeno obveščanje javnosti (Poler Kovačič v Vobič 2013a, 63). Kot ugotavlja Poler Kovačičeva (1996, 109), je Kodeks novinarjev Republike Slovenije iz leta 1991– za razliko od preteklosti, ko naj bi bili zavezani k temu, da delujejo v imenu domovine, naroda in delavskega razreda – vzpostavil novinarje kot sporočevalce, ki so zavezani javnosti. Splichal (1997, 337) piše, da je ravno zaradi pregrad med informacijami in javnostjo zaupanje slednje v zbiralce in posrednike informacij eden najpomembnejših dejavnikov v (množičnem) komuniciranju. To nakazuje občuten premik slovenskega novinarstva v smeri visokomoderne ali klasične paradigme, ki je izhajala iz angloameriške novinarske tradicije in po kateri naj bi visokomoderni novinarji tako ponujali točne in nepristranske obravnave realnosti, ki naj bi obstajala izven novinarstva in neodvisno od njegovega sodelovanja pri oblikovanju javne agende (Vobič 2013a, 63).

Objektivnost novinarskega sporočanja naj bi predpostavljala, da so novinarska sporočila ogledalo, ki zrcali obstoječo stvarnost (Košir 1988, 11). Toda produkt medijev so novice, ne resnice (O'Brien in McComb v Košir 1988, 11), zato realnosti v pozni moderni ne moremo več obravnavati kot objektivne danosti, ki je pod podobami ali onstran podob o njej, ki jih sprejemamo od medijev, temveč je realnost rezultat križanja množstva podob, interpretacij in rekonstrukcij, ki jih širijo množični mediji (Poler Kovačič 2005, 161). Tako v Kodeksu novinarjev Slovenije (2010) besede objektivnost sploh nimamo izrecno zapisane. Objektivnost ni nekaj, kar »samo vključuje pojme, kot so resničnost, nepristranskost, pravičnost in uravnoteženost« (Martin 1997, 54), ampak gre za nekaj kompleksnejšega. Vse pogostejša so namreč mnenja, ki zavračajo obstoj ene same resnice, ki jo je samo treba odkriti (Harcup 2004, 60).

Preoblikovanje objektivnosti je pomembno, saj je tradicionalna predstava o novinarski objektivnosti, ki je bila ubesedena pred stoletjem, filozofska (Ward 2005, 261). Ne samo znotraj novinarskih krogov, tudi zunaj njih je njen pomen slabel zaradi različnih kritik (prav tam). V praksi se vedno manj novinarjev polasča tradicionalne objektivnosti in vedno več medijev privzema stil, ki vključuje različne perspektive in interpretacije, kar nakazuje, da tradicionalna objektivnost ni več izvedljiv etični vodnik (prav tam). Ward (1999) vpelje pojem »pragmatične objektivnosti« oziroma »objektivnosti s človeškim obrazom«, ki predpostavlja, da je vse, kar vemo, »interpretacija določenega vidika našega sveta« (Vobič 2013a, 63). Če se je torej novinar za doseganje tradicionalne objektivnosti moral oddaljiti od svojih predsodkov ter kulturnega in družbenega okolja (Ward 2005, 261), pa pragmatična objektivnost ne zahteva odcepitve od vseh vrednot in perspektiv, kar ljudje težko počnejo, ampak preizkuša bistveno delovanje interpretacije, vrednotenja in zavzemanja za neko stališče (Ward 1999, 3). Hitro spreminjajoča se medijska krajina, del katere je tudi preoblikovanje definicije in razumevanja objektivnosti, prinaša s seboj vprašanja razmišljanja o tradicionalnih novinarskih oblikah, žanrih in funkcijah ter njihovega prevrednotenja, zato da znamo prav nasloviti spremembe v načinu prenašanja besedil (Rupar 2006).

Če je za tradicionalno novinarstvo veljalo ločevanje dejstev in mnenj (Koljonen 2013, 145), pa se novodobna objektivnost usmerja k resnicoljubnosti in dojetanju, da gre za niz praks, ki novinarjem nudi etično evalvacijo in interpretacijo, ki izvira iz konkretne situacije in ki je specifična za medij (Blaagaard 2013, 1080). Vse oblike novinarstva v sebi nosijo interpretacije (Ward 2005, 22). Umetnost upoštevanja norme objektivnosti ne leži v izogibanju interpretacije, ampak v tem, kdaj, koliko in kakšna interpretacija je potrebna za posamezen žanr (prav tam). Morda se ravno iz tega razloga marsikateri novinar izogiba trdnemu razlikovanju med interpretativnim novinarstvom in neinterpretativnimi, tehtnimi novicami (Turner in Kearns 2010, 69). Predlaga se dinamičen odnos med objektivnostjo in interpretacijo, saj naj bi bila tradicionalna objektivnost preveč pasivna, interpretativno poročanje pa je aktivno in deluje kot dodaten pristop k staremu pojmovanju objektivnosti. S tem se potrjuje novinarska predanost kritičnosti, nepristranskosti ter temeljitosti (Pauly 2014, 593) in gre za nekakšno vračanje h koreninam. Že Splichal (1997, 158) je podal primer, da so se časniki pravzaprav začeli razvijati kot kritični organi (javnega) mnenja, ne pa (zgolj) kot posredniki novic. Spremembe v dojetanju, kaj sploh pomeni biti objektivni, so povezane tudi s hibridizacijo novinarskih funkcij in spreminjajočimi novinarskimi vlogami, s katerimi se ukvarjamo v naslednjih podpoglavjih.

2.2 Hibridizacija funkcij novinarskih vsebin

Funkciji novinarskih besedil je Koširjeva (1988) glede na odsotnost oziroma prisotnost avtorja v tekstu ločila na informativno in interpretativno. Najlažje prepoznavni kriterij za ločevanje med njima je udeležba avtorja v besedilu: pri informativni je prisotna avtorjeva distanca, pri interpretativni pa avtor sam (1988, 41). Na delu pa ni nujno samo ena funkcija: obstajajo določeni žanri, v katerih sta prisotni in iz besedila razpoznavni obe (prav tam). Toda vedno ena dominira in po tej besedilo uvrstimo v posamezni tip (Košir 1988, 42). Če dominira sporočevalčeva drža, ki je »neangažirana, nevrednostna in neemotivna, če prikazuje sporočevalec stvarnost na logično-racionalen način in se vanjo ne vpleta s svojimi v besedilu izraženimi vrednostnimi ocenami in sodbami, pravimo, da besedilo opravlja informativno funkcijo« (prav tam). Če pa je avtor v besedilu soudeležen, »njegova drža do dogodka v pretežni meri ni nevtralna, če prevladuje vrednostna ocena, če gre avtorju predvsem za to, da dogodek interpretira in da mu podeli smisel, govorimo o besedilu, ki opravlja interpretativno funkcijo« (prav tam).

To, da novinarji ne vključujejo svojega mnenja v informativne novice (kar je veljalo za neko preprosto definicijo objektivnosti), je dolgo časa predstavljalo osrednje vodilo v tem poklicu (Hermida 2013, 301). Tako so bili v medijih narejeni jasni obrisi (informativnih) novic ter mnenj in komentarjev (prav tam). A ti obrisi se počasi zamegljujejo, saj je ena od večjih sprememb v novinarstvu v zadnjih desetletjih brisanje mej med informacijo in interpretacijo (Abercrombie 1996; Letica 2003; Branston in Stafford 2010; Conboy 2014). S prepletanjem informativne in interpretativne funkcije novinarji novice umestijo v kontekst, saj izberejo določene vidike zaznane realnosti in jih naredijo opazne ter vidne v komunikacijskem tekstu, tako da izpostavljajo določen problem, moralno evalvacijo itd. (Pander Maat in de Jong 2013, 353). V tem podpoglavju bomo tako govorili o križanju interpretativne in informativne funkcije novinarskega besedila (in žanra) ter raziskali, ali gre pri tem »za hibo oz. pomanjkljivost ali pa se s tem informacije uporabijo na način, da se jih naredi relevantne za občinstvo« (Pander Maat in de Jong 2013, 353).

Same tekste ločimo glede na osrednji namen ali funkcijo (White 1998, 47). A ker je v diskurzu množičnih medijev prisoten raznovrsten nabor le-teh, je znotraj tega treba upoštevati posebnosti posameznih medijev (tisk, radio, televizija, svetovni splet) (White 1998, 6). Ključni poudarek pri definiranju žanra nasploh je družbena praksa vzpostavljanja reda med

številnimi vrstami besedil, različnimi tako po vsebini in obliki kot funkciji – vse skupaj z določenim namenom (Laban 2007b, 96). Kateri koli žanr je tako sistem, ki temelji na dojemanju podobnosti in razlik ter na nizu pričakovanj in predvidevanj, ki si jih delijo člani občinstva (Akass in McCabe 2007, 283). Ashehave in Swales (2001, 195) menita, da je komunikacijski cilj ali namen pogosto primarni kriterij za uvrščanje določenega diskurza v posamezno žanrsko kategorijo. In čeprav medijske žanre (pri katerih sta pomembna vidika standardizacija in ponovljivost) prepoznavamo brez posebnega zavestnega razmisleka, pa je del pričakovanj s strani občinstva povezan tudi z žanrskimi odkloni, saj so vse klasifikacije določene kulture, religije ali družbe podvržene ritualnim in rutinskim preseganjem okvirov – v medijskih žanrih je kršitev žanrske konvencije denimo lahko vzvod za dosego ironije, presenečenja ali razmisleka pri občinstvu (Lengar Verovnik 2012, 22).

Westin (2005, 8) meni, da so razprave o medijih in njihovem podajanju informacij potrebne, da pa bi morali spremeniti njihovo težišče. Sam ne vidi nevarnosti v spreminjajoči se tehnologiji in v tem, da se nek medij širi na različne platforme, temveč v poplavi mnenj v vsaki minuti dneva, ki lahko zmede občinstvo, hkrati pa potiska dejstva v ozadje (prav tam). Ravno brisanje meje med informacijo in interpretacijo pa predstavlja eno od najpomembnejših sprememb v novinarstvu v zadnjih nekaj desetletjih (Letica 2003, 28). Tako na primer Vesna Laban (2007b, 151) skozi analizo televizijskega novinarstva ugotavlja, da kljub pregledni shematizaciji novinarskih prispevkov v slovenskih dnevnoinformativnih oddajah diskurzivne prvine posameznih žanrov (npr. izjava, anketa, intervju, reportaža in vest) pogosto prehajajo tudi v druge žanre. Da postajajo meje med žanri manj izrazite, je Lutharjeva (1992, 35) izpostavila kot eno izmed lastnosti televizije druge polovice osemdesetih let. Na ta način se je povečevala možnost številnih in alternativnih branj teksta s strani občinstva (prav tam). Vdor tržne logike, kjer je »naslovnik razumljen kot odjemalec in potrošnik, novica pa kot proizvod« (Poler Kovačič 2005), pa zaznamuje tudi fazo sporočanja procesa, v kateri novinar med drugim izbira žanr, jezik in stil pisanja (prav tam, 110).

Radio je, če ga primerjamo s preostalimi množičnimi mediji, manj raziskan (Morley 2007, 55), čeprav informacije oblikuje in podaja na edinstven način (Starkey in Crisell 2009, 102). Navidezna pomanjkljivost radia, tj. »slepota« (glej Crisell 1986), se lahko spremeni v prednost: česar ne vidimo, si lahko predstavljamo (Starkey in Crisell 2009, 103). Radio kot medij ne more prikazati ljudi in dogodkov, lahko pa nadomesti sliko z besedami (prav tam).

Slike vpeljejo nepomembno konkretnost, ki odvrta pozornost od nekega abstraktnega diskurza (Starkey in Crisell 2009, 14). Andrew Crisell (2006, 8) že z naslovom eseja (*Look with Thine Ears*) predlaga, naj gledamo s svojimi ušesi, saj nam vizualne podobe – čeprav ne vedno – ponudijo čustveno, ne pa toliko informativne vsebine. Radio kot medij ostaja zato vznemirljiv in perspektiven vir gradiva (tudi) za primarno jezikoslovne analize, saj je prednost analize govora na radiu pred denimo analizo govora na televiziji ali v drugih (nemedijskih) javnih položajih v tem, da lahko raziskovalec zanemari vizualni del komunikacije (Lengar Verovnik 2009, 785).

Na radiu nekdanji radijski novinar in urednik Miloš Ivančič (2012, 28) prepoznava odmik od norme ločevanja funkcij novinarskih besedil: komentatorska funkcija radia, ki pomeni razlaganje, povezovanje in analiziranje, ni omejena samo na komentarje kot žanr, ampak se prepleta skozi program ter se pri sodobnem radiu, ki sicer opušta komentarje kot posebne prispevke, ne zmanjšuje, ampak le skriva v drugih oblikah. Tudi Tatjana Pirc (2005, 169) opaža, da je na radiu vse manj komentarjev, tisto, kar jim je podobno, pa največkrat napovedujejo kot prispevek. Eden od razlogov, zakaj je komentiranje v radijskem etru prisotno v tako veliki meri, je radijska karakteristika, da je to prostor za takojšnje in nenačrtovane reakcije na dogodke (Barnard 2000, 156–159). Tovrstne spremembe pravil izbora, strukture, oblike in načina reprezentacije novinarskih vsebin bi lahko poimenovali »informativno razvedrilo« (Laban 2007b, 152), izraz, ki so ga Franklin in ostali (2005, 114) uporabili za informativni program, ki združuje zabavo z informativnostjo, z namenom povečanja velikosti in dosega občinstva. »Infozabava« (Poler Kovačič 2005)– oziroma t.i. *infotainment*– se je pojavila v 90-ih letih 20. stoletja, ko se je novinarstvo začelo vidno spreminjati v razvedrilo za množice (Laban 2007a, 179). V tem smislu John Hartley (1992, 90) hibridizacijo novinarskega diskurza povezuje s populističnim diskurzom, ki se članom občinstva približa z ljudskostjo in domačnostjo ter zanje osmišlja svet, akterje in dogodke v njem. Komentarji ponujajo hiter, učinkovit in uspešen način privabljanja občinstva v prepolnem medijskem svetu, saj je mnenjsko novinarstvo živahno, zabavno in cenejše od poročanja o dogodkih (Westin v Laban 2007b, 161).

Rahljanje ločevalne norme med informativnimi in interpretativnimi žanri je vidno tudi v rabi jezikovnih sredstev (Kalin Golob 2004, 708). Moč jezika se kaže v možnosti izbire in vplivanju na naslovnika s konotacijami, ki so v aktualiziranem sredstvu dodane osnovnemu pomenu (prav tam, 703). Tako izbira zaznamovanega jezikovnega sredstva ni le »govorniški

okrasek« (Korošec 1998, 17), ampak tudi sredstvo avtorjevega vrednotenja upovedane vsebine (Kalin Golob 2004, 710). Z izbiro besed in skladijskih struktur voditelji dosegajo jasnost pomena, toda različne konotacije radijskih vsebin ostajajo (Barnard 2000, 173).

Moči besed se zaveda tudi Jack Botts (1994, 5): ne samo zapisane besede, tudi izgovorjene, ki jih izustijo radijski voditelji, vplivajo na ljudi. Njihov izbor besed in sposobnost uporabe jezika nasploh vplivata na to, kako bo informacija predstavljena naslovniku in kakšen učinek bo imela nanj (prav tam). Besede morajo izbirati skrbno in fraze oblikovati previdno, saj lahko v nasprotnem primeru občinstvo bolj zmedejo ali speljejo na stranpota, kot pa informirajo (prav tam, 8). Ker radio za gradnjo pomena uporablja izključno zvok – Crisell (1986) je v svojem delu *Understanding Radio* uporabil izraz »slepi medij« –, je radijski voditelj tisti, ki pomembno določa interpretacijske meje radijskega etra (glej Starkey in Crisell 2009, 104–105).

Govor tako na radiu kot v vsakdanjem življenju opisuje, interpretira, na široko razlaga in potrjuje (Barnard 2000, 173). Kako je sporočilo sprejeto – kakšna je torej interpretacija, ki jo prejemnik poda na to sporočilo –, je odvisno (tudi) od dejavnikov, na katere voditelj ne more vplivati, med drugim od poslušalčevih predsodkov do določenih naglasov in narečij (prav tam). Avtor (prav tam) zato nadaljuje, da je »profesionalni« cilj radijskega govora jasnost pomena, ki jo dosežemo z enostavnim besediščem in skladnjo, a v praksi nobeno govorjenje v katerem koli kontekstu ni nikoli nedvoumno sprejeto. Govor sam po sebi ne more delovati tako, da neposredno posreduje domnevno inherentni pomen ali resnico o dogodkih, o katerih novinarji poročajo (Hackett 1984, 234). Delni razlog za to leži v tem, da označevanje (ang. *labelling*) namiguje na vrednotenje (prav tam). Nevtralen jezik, ki v sebi ne bi imel vrednotenja in v katerem bi bila dejstva sveta posredovana brez pristranskosti, ne obstaja, saj so vrednotenja že implicirana v koncepte in ti se razlikujejo glede na to, kdo sprejema besedilo in kdo ga posreduje (Hackett 1984, 235). Tudi konotacije, ki nastanejo prek jezika, niso trdne, določene in vnaprej dane kot v slovarju, ampak so produkt političnega boja nad pomenom (prav tam). Kontekst je torej poglavitni: način posredovanja in razpravljanja se spreminja glede na vrsto programa ter generične tradicije in konvencije, ki jih asociiramo z letem (Barnard 2000, 173). Radijski voditelji imajo prednost, da tudi če posredujejo (informativno) novico, jo lahko dopolnijo z zabavnimi elementi (prav tam, 182). Kako pa sploh nastajajo pomeni, ki sestavljajo družbeno delovanje? Navsezadnje ljudje doživljajo danosti kot svet pomenov, v katerem smiselno delujejo, vsakršno delovanje v življenju

posameznika je torej zbir interpretacij dejstev (Luthar 1992, 58). Medijsko posredovanje pa vključuje prenašanje obstoječih kulturnih praks, njihovo kreacijo in reprodukcijo (prav tam). Naslovniki besedila, ki ga posreduje radijski voditelj, morajo prepoznati celoten diskurz, da znajo pravilno oz. ustrezno interpretirati verbalno sporočilo (Lengar Verovnik 2012, 13). Prav tako morajo kot (potencialni) tvorci za uspešno jezikovno rabo ne le imeti ustrezno jezikovno znanje, temveč tudi poznati načela in protokole, ki v družbi urejajo, kako kdaj govorimo – z drugimi besedami, prepoznati morajo različne diskurzivne prakse (prav tam).

Postaja pa radijski govor, ki je pravzaprav izrazito institucionalna oblika govora, v celoti vedno bolj konverzacijski (Lengar Verovnik 2012, 19). Radio, ki govori odsotnemu občinstvu, to počne, kot da bi bili poslušalci (so)prisotni, na živ in neposreden način, kot da bi v resnici šlo za spontano in interaktivno komuniciranje (prav tam). Vendar pa dejstvo, da je občinstvo odsotno in da nima veliko možnosti neposrednega odzivanja, to komuniciranje iz dejanske konverzacijske interakcije spreminja v nastop oz. performans (Lengar Verovnik 2012, 19). Ta prevladujoči »pogovorni« ton oziroma kar način govora narekujejo pridobitni nameni: poslušalce se dojema kot potencialne potrošnike (prav tam). Pomembna je tudi izbira nagovora občinstva, ki kaže, kakšno identiteto mu pripisuje medij (Tolson 2006).

Čeprav radio zahteva, da poslušalec s pomočjo domišljije soustvarja pomen (glej Crisell 1986), lahko voditelj med povezovanjem radijskega programa s komentiranjem določa, kako poslušalci posamezne dele interpretirajo in razumejo (Golčar 2003, 64). Besede ne samo informirajo in opisujejo, temveč zahtevajo tudi analizo in intelektualnost (Crisell 2006, 9). Avtor (prav tam) nadaljuje, da vloga in namen besed postaneta očitna ob vztrajanju, da fotografije ne predstavljajo celotne slike: kar nam je vidno, ni samo pomanjkljivo, temveč na nek način tudi zavajajoče. Crisell (2006, 9) s tem, ko pravi, da so besede orodje razumevanja, to pa se začena z našim zavračanjem sveta, kot je prikazan, sledi ideji medijskega teoretika in kulturnega kritika Neila Postmana (1986, 73): »Jezik je medij, s katerim izzivamo, oporekamo in spodbijamo, kar je na površju.« Fotografije morajo biti prepoznane, medtem ko besede razumljene (prav tam, 72). Govor in zvok ponujata širok spekter radijskega medija: čeprav poslušalec na radiu voditelja le sliši (ne pa vidi, kot mu to možnost ponuja televizija), to nikakor ne vpliva na nerazumevanje njegovega vodenja (Crisell 1986, 10–11). Radio je tako medij, ki pošilja sporočila množici ljudi, a je hkrati intimen medij, pri katerem z domišljijo dekodiramo vsako sporočilo, faktično ali fikcijsko, tako da ko govorimo o radijski

»naklonjenosti domišljiji«, mislimo dejansko na njegovo osnovno zmožnost komuniciranja (prav tam, 11).

Uporabo domišljije pri poslušanju radia omenja tudi Andrew Crisell. Po njegovem radio ni edini medij, kjer uporabljamo domišljijo (sam omenja knjigo), a je ta drugačna kot pri drugih medijih (1986, 9). Pri poslušanju tega medija domišljija ni omejena zgolj na fiksijsko ali izmišljeno, ampak so si poslušalci prisiljeni predstavljati tudi realni svet novice, vremenske napovedi in družbenega dogajanja (prav tam, 10). Vloga domišljije je za poslušalca (ali bralca) toliko pomembnejša, ker z osebo, ki si jo predstavlja s pomočjo izrečenih besed in zvoka iz radia, ustvari nek odnos, medtem ko je za gledalca oseba, ki jo vidi na televiziji, v veliki meri že vnaprej realizirana (Crisell 1986, 10). Ta vloga domišljije prekorači konvencionalno mejo med dejstvom in fikcijo, saj si ljudi in stvari, opisane na radiu ali v knjigah, lahko predstavljamo ne glede na to, ali v resnici obstajajo ali ne (prav tam). V vizualnih medijih obstaja splošna težnja k dejanskemu in resničnemu: nek lik iz igre je še zmeraj lahko izmišljen, a je fizično in vizualno resničen (prav tam). Crisell (1986, 10) za radio in knjige omenja obratno situacijo: pri teh dveh medijih obstaja splošna težnja k fiktivnemu. Lahko bi dejali, da moč medijev ni samo v tem, da razglasijo stvari za resnične, ampak tudi v tem, da priskrbijo oblike, v katerih se te izjave pojavijo (Schudson 1995, 54–55).

Nič nenavadnega ni, če sfero političnega mešamo z zasebno ali kulturno (Luthar 1992, 35), a s prepletanjem informativne in interpretativne funkcije ne razvrednotimo novic – to le pomeni, da podajanje informacij o npr. politiki ni tradicionalno zapakirano (Feldman 2007, 407). Opažanja Brede Luthar (1992) kot tudi drugih strokovnjakov (Feuer 1992; Letica 2001; Neale 2002) o hibridizaciji so namenjena predvsem televizijskemu mediju. Tako tudi Vesna Laban (2007a, 177) opaza, da v slovenskih (televizijskih) dnevnoinformativnih oddajah novinarji svoje mnenje in interpretacijo dogodka najpogosteje izrazijo v zadnjem branem delu novinarskega besedila, običajno televizijskega poročila, ki je do te točke niz dejstev o dogodku in tonskih izsekov izjav virov. Novinarjevo mnenje v takih primerih deluje, kot da je verbalno ločeno od preostalega besedila, vizualno pa dejstva in mnenja niso jasno ločena (prav tam). A če tu govorimo o vsaj delnem spoštovanju ločevalne norme, je Labanova (2007a, 177–178) kritična do mnenj, ki jih novinar vključi v začetek svojega besedila, v prvi brani del za voditeljevo informativno napovedjo, saj to prikrito mnenje vzpostavi začetni okvir, znotraj katerega gledalci (re)interpretirajo vse upovedane informacije.

Interpretativno novinarstvo vsekakor vpliva na odnose med novinarji, viri in dogodki, ki jih pokrivajo (Salgado in Strömback 2011, 145). Večji poudarek se tako daje pomenu novic, ne pa nizanju dejstev in izjav virov (prav tam). Interpretacija novinarjem omogoča več nadzora nad sporočilom novic (Patterson 2000, 250). Opisni način oziroma nizanje informacij postavi novinarja v vlogo opazovalca, interpretativni stil pa od njega zahteva, da deluje kot analitik (prav tam). Postavimo ga v položaj, da da novicam obliko, kakršne opisni način ne dopušča (Patterson 2000, 250). Brisanje mej med interpretacijo in informacijo ponuja še možnost številnih in alternativnih branj s strani odjemalcev oz. naslovnikov (Luthar 1992, 35) ter naredi novice relevantne za občinstvo (Pander Maat in de Jong 2013, 353). Prepletanje novic pa ne pomeni njihovega razvrednotenja, ampak le, da niso tradicionalno zapakirane (Feldman 2007, 407). Odločitev, na kakšen način in s kakšnim namenom posredovati informacije občinstvu, pa je »ključna pri identificiranju vloge novinarstva« (Vobič 2009, 30), o čemer razpravljamo v naslednjem podpoglavju.

Večina raziskav na temo hibridizacije funkcij je narejena za vizualne medije. Raziskovalni manko je predvsem na radijskem področju kot tudi v slovenskem prostoru nasploh. Obstoječe raziskave so na področju komentiranja proučevale komentar le kot žanr (Vogrinc 1992; Ilc 2001/02; Golčar 2003; Pirc 2005), zanemarile pa so komentiranje (voditeljev) kot način povezovanja radijskega programa. V empiričnem delu magistrskega dela bomo zato s pomočjo intervjujev z voditelji skušali priti do odgovorov na **prvo raziskovalno vprašanje**, tj. *kako radijski voditelji v povezovanju programa na Prvem programu Radia Slovenija in Valu 202 prepletajo informiranje in interpretiranje.*

2.3 Hibridizacija novinarskih vlog

Novinarji morajo vsak dan skonstruirati izvedljivo družbeno realnost (Brewin 1999, 225). Interpreti sveta so tako tudi novinarji, a ne kot lebdeči abstrakti, temveč kot (samo)reflektirajoči subjekti že posredovane, strukturirane stvarnosti (Košir 1988, 12), s poosebljenimi interpretacijami realnosti, ki vključujejo vnaprejšnjo definicijo tega, kaj lahko vstopi v medijsko realnost in kaj ne (Drame 1992, 853). Koširjeva (prav tam) piše, da ta »zunanost« ni ploščat, objektivni sistem, marveč označevalna struktura v strogem smislu. Naloge novinarjev so, da (i)zberejo, predelajo in upovejo informacije, komentirajo dogodke in tako kontekstualizirajo novice ter pomagajo javnosti razumeti njen odnos z družbenim življenjem (Vobič 2013a, 63). V mnogih uredništvih je zato novinarsko delo vedno bolj in

bolj raznovrstno, novinarji obvladajo več veščin: spopadajo se z novimi tehnologijami, organizacijskim restrukturiranjem in novimi okusi občinstva, zaradi česar morajo preoblikovati svoje delovne navade in normativne ideale (Kantola 2012, 606). Del novinarjeve ideologije je tudi ideal javnega servisa, oziroma da s svojim delom služi javnosti in njenemu interesu (Deuze 2005, 447). Gre za ideal, h kateremu novinarji stremijo in ga uporabijo za legitimizacijo interpretativnega načina poročanja in vodenja (prav tam). V tem podpoglavju bomo zato govorili o hibridiziranih (družbenih) vlogah novinarjev in voditeljev, njihovih veščinah ter specifični radijskega etra.

Novinarji (in voditelji) imajo »v novinarskem procesu prepoznane prevladujoče vloge, iz njih izhajajočo odgovornost in specifično stališče pri interpretiranju družbenega dogajanja« (Vobič 2009, 23). Vrsta storitev, ki jo novinarji opravljajo za svoje odjemalce, se je z nastopom množičnih medijev v dvajsetem stoletju razširila (prav tam). Različne vloge novinarjev, ki naj bi prispevale k demokratičnim procesom v družbi, izhajajo iz normativnih funkcij množičnih medijev ter predpisujejo normativna pravila njihovega vedenja (Vobič 2009, 23). Glede na vrsto storitev ločimo pet prepletajočih se normativnih vrst novinarstva: razsvetljsko (vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje), mediativno (posredovanje objektivnih informacij), odvetniško ((re)produkcija družbene moči in zagovarjanje interesov določenih skupin), komunitaristično (spodbujanje deliberacije z novinarskim delovanjem v skupnosti in med državljani ter identificiranje problemov in predlaganje rešitev) in razvedrilno (zabavanje odjemalcev z novinarskimi vsebinami) (prav tam, 24). Poudarek razsvetljskega novinarstva je na izobraževanju in oblikovanju kritične zavesti, novinarji predstavljajo del progresivnih družbenih sil (prav tam, 24) in se (zaradi sprememb v novinarstvu oziroma z vzponom interpretativnega novinarstva, kjer se prepletajo informativne in interpretativne funkcije) postavljajo v vlogo ustvarjalca pomena, ne zgolj posredovalca informacij (Salgado in Strömbäck 2011, 152). Interpretativno novinarstvo je za razliko od podajanja informacij in dejstev karakterizirano z novinarjevo razlago, vrednotenjem ali kontekstualizacijo ter gre dlje od izjav in informacij (prav tam, 154). Razvedrilno novinarstvo zabavno funkcijo postavlja ob bok informiranju in interpretiranju družbenega dogajanja s ciljem doseganja čim širšega kroga občinstva (Vobič 2009, 27). Na vstopanje zabavnih vsebin in načinov reprezentiranja v novinarstvo lahko gledamo skozi prizmo bodisi tabloidizacije ali pozitivne popularizacije (prav tam, 28). Ta ni nujno slaba, lahko samo pomeni, da je javna sfera dostopnejša večjemu številu ljudi preko različnih oblik in stilov prezentacije, hkrati pa pomaga pri tem, da se ljudje počutijo vključeni v družbo kot državljani (Dahlgren 2009, 155).

Novinarji delujejo v interpretativni skupnosti, ki funkcionira kot družbeni mehanizem za ustvarjanje kulturnega vpliva, prek katerega se javnosti sporoči novice (Zelizer 1993, 224). Skozi skupen diskurz se pogajajo in strinjajo glede »prave« zgodbe ter se s tem ločijo od drugih družbenih skupin (prav tam). Visokomoderni novinarji naj bi tako ponujali točne in nepristranske obravnave realnosti, ki naj bi obstajala izven novinarstva in neodvisno od njegovega sodelovanja pri oblikovanju javne agende. »Usmerjeni so v heterogeno državljanstvo, ki ga povezuje skupna kultura javnosti, in državljane, ki uporabljajo novinarstvo kot vir sodelovanjav družbenem življenju,« ugotavlja Dahlgren (v Vobič 2013a, 63).

Že Cole C. Cambell (1999, xiii) je o novinarstvu razmišljal kot o demokratični umetnosti. Državljeni in novinarji zelo redko delajo skupaj, večkrat ostajajo znotraj okvirov svojega dela oz. razreda. Avtor omenja citat novinarja Williama Bradforda Huieja (prav tam, xiv), da novinarji opravljajo »poklic resnice«. Verjamejo, da je informacija njihov produkt, ki se jo ponudi s kančkom razvedrila. Cambell (1999, xiv) bolj kot resnico vidi idejo novinarstva kot posel, ki rešuje težave in prispeva k razumevanju, ter kot filozofijo pozornosti. Če ne želimo dalje degradirati demokracije, moramo vrniti tradicionalno moč novinarja, da ohranja in spodbuja pogovor. Novinarji sicer lahko prispevajo ideje in informacije k tem pogovorom, ampak večinoma morajo poslušati, kar pravijo navadni državljani, jih povabiti nazaj k političnemu dialogu, ki ga pokrivajo, in to se mora odražati v medijih.

Dahlgren (2009, 146) piše, da se novinarstvo razvija s spremembami v družbi, kulturi in medijskih institucijah. Novinarske tradicije ne temeljijo le na profesionalnih praksah, ampak tudi na institucionalnih in materialnih okoliščinah (prav tam). Nove spremembe v uredništvih ponujajo izhod iz binarne paradigme objektivnosti (tj. da novinarji podajo obe strani zgodbe) v zameno za kompleksnejše ali večdimenzionalno branje dogodkov (Deuze 2005, 456). V sodobnem novinarstvu se dejstva in interpretacije vedno bolj prepletajo (Salgado in Strömbäck 2011, 147). Interpretativno novinarstvo je konceptualizirano kot novinarstvo, ki ga, bolj kot viri, vodijo novinarji sami (prav tam, 148). Slednji so navsezadnje ustvarjalci pomena, ne pa samo posredovalci dogodkov (Salgado in Strömbäck 2011, 152). Avtorja (prav tam) še dodajata, da morajo pogosteje služiti kot strokovni viri, ki interpretirajo politiko z opazovanjem skritih namenov politikov in z vključevanjem kritičnosti. S tem, ko novinarji dobivajo občutek za to, kako naj se predrugačijo kot soustvarjalci vsebin, se sočasno dogaja še nekaj: odnos med novinarji in občinstvom se spreminja (Vobič in Dahlgren 2013, 9).

Časi se spreminjajo tudi za radio – v uredništvih lahko prepoznavamo hibridizacijo tradicionalno ločenih vlog, ki pomembno določa samorazumevanje radijskih delavcev, tudi voditeljev, prav tako so zamegljene hierarhične vloge novinarja, urednika in občinstva (Hermida 2013, 301). Z vzponom spleta med občinstvom najdemo »neuradne prenašalce informacij in interpretacij, ki skozi svoje besede ali filtre opremijo novinarski prispevek in ga nato delijo s sledilci ali prijatelji na družbenih omrežjih« (Vobič in Dahlgren 2013, 18). V tem oziru ne govorimo le o »ljudeh, ki so bili nekoč znani kot občinstvo« (Rosen 2012), ampak o novi kategoriji posrednikov, ki pomagajo pri oblikovanju toka novic in jih posredujejo dalje do ciljnih naslovnikov na svojih družbenih omrežjih (Vobič in Dahlgren 2013, 18).

A kako se medij sploh približa svojemu ciljnemu občinstvu? V radijski govor so vgrajene performativne prvine, delno vzete iz zasebnih govornih praks ali razvite posebej za medijske diskurze, katerih namen je zmanjševanje občutka distance med medijem in njegovim poslušalstvom (Lengar Verovnik 2012, 36–37).

Ne glede na to, ali je v ospredju jezikovne politike nekega medija ekonomski ali kak drug motiv, velja, da je v vseh programih »vtkana sporočanje intencionalnost, usmerjena k občinstvu; vtkana je v organiziranost okoliščin sporočanja (kontekst) pa vse do najmanjše podrobnosti: v radijskih diskurzih ni ničesar, kar ne bi bilo motivirano z namero, da pri poslušalcih ustvari inference glede tega, kar je bilo izrečeno, s pomočjo tega, kako je bilo izrečeno« (Scannell vLengar Verovnik 2012, 38). Če inference zožimo na tisti del, ki zadeva identificiranje ciljnega občinstva medija skozi jezikovno izbiranje, je mogoče to najbolj neposredno razbrati iz vodenega (moderiranega) dela vsakega radijskega programa (prav tam).

Za uspešno vodenje programa morajo radijski voditelji ne le imeti ustrezno jezikovno znanje, ampak tudi znati prepoznavati različne diskurzivne prakse, ki zajemajo govorne dejavnosti posameznika, sestavljene iz tvorjenja, sprejemanja in posredovanja besedil, ki so znotraj institucij ali okolja vnaprej določena, se jim pa udeleženci, tj. voditelji, stalno prilagajajo (Lengar Verovnik 2012, 13). A tu je treba omeniti tudi občinstvo in njegovo vlogo pri voditeljevem oblikovanju stila (uporabi besed oz. jezika). Po Bellovem (1991, 105) mnenju se po eni strani voditelji z oblikovanjem načina vodenja samo odzivajo na svoje občinstvo in stil prilagajajo osebi, ki jo nagovarjajo. Pomemben je torej prijateljski odnos z nevidnim

občinstvom: ta se ustvarja s konceptom živosti, ki ga opredeljujeta živahnost in razgibanost, ki naj bi postajali aksiom vseh nebranih delov radijskega programa (Lengar Verovnik 2012, 36). Po drugi strani pa prevzemajo pobudo in z uporabo jezika na novo definirajo svoj odnos z občinstvom (prav tam). Pirčeva (2005, 76) sicer piše, da ima vsaka radijska postaja svojo jezikovno politiko, ki določa, kakšen jezik in besednjak je dovoljeno uporabljati, pa tudi, v katerih oddajah je dovoljena uporaba narečnih, slengovskih in ostalih neknjižnih prvin, saj navsezadnje tudi uporaba stilno zaznamovanih besed sporoča o odnosu voditelja do subjektov v tekstu.

Bell (1991, 43) tudi opozarja, da lahko že način, kako je besedilo sestavljeno, opremljeno in predstavljeno, torej umeščeno v kontekst, korenito vpliva na njegovo razumevanje. Tako lahko, denimo, voditelj z intonacijo glasu vpliva na pomen besedila oziroma mu da želeno branje (prav tam). Voditelj mora biti tako pozoren tudi na sporočilnost, ki jo oblikuje z izbiro prvin stavčne fonetike (ustrezne intonacije, poudarkov, hitrosti, relativne višine, tudi barve govora) in z rabo parajezikovnih sredstev, slišnih signalov, ki jim poslušalec pripiše kontekstualni pomen – smeh, vzdih ipd. (Lengar Verovnik 2012, 29). To se navzven kaže tudi pri dojetanju celotne radijske postaje s strani občinstva; navsezadnje je za radijski program pomembno, kako postaja ustvarja svoj prepoznavni zvokovni značaj, s katerim se ločuje od drugih in zaradi katerega ga poslušalci prepoznajo v množici radijskih postaj (Gage 1999, 72). V tem kontekstu vodenje radijskega programa pomembno določa značaj radia, saj voditelj s povezovanjem vsebin prispeva k oblikovanju prepoznavnega glasu programa (Chignell 2012, 490).

Jasnost pomena radijski voditelji dosegajo z izbiro besed in skladenjskih struktur, toda različne konotacije radijskih vsebin ostajajo (Barnard 2000, 173). Tako razlike v vsebini in stilu potekajo vzporedno z jezikom, ki ga uporabljamo (Bell 1991, 104). Z interpretativnim stilom radijski voditelji dobijo moč, saj na nek način dobijo nadzor nad sporočilom novic (Salgado in Strömbäck 2011, 146). S tem dajejo novicam obliko, kakršne ne dopušča opisni stil, ki novinarje in tudi voditelje postavi le v vlogo opazovalca (prav tam).

Vloga voditelja kot »interpreta lastnih tekstov ali zamisli« (Ivančič 2012, 88) se navezuje tudi na pomen novic v medijih, saj te niso preslikava stvarnosti, ampak so sporočila o njenih različnih podobah, ali kot bi rekel Walter Lippmann, poročilo o določenem pogledu, ki se je vsilil (Košir 1988, 11). Ta »pogled« pa je interpretacija stvarnosti, ki je povzročila, da smo o

tem dogodku oz. pojavu poročali to, kar smo, in tako, kot smo. »Vsebina je kralj,« bi lahko tu dodali misel Michaela P. McCauleyja (2002, 505). Interpretativno novinarstvo lahko razumemo kot nekaj, kar je nasproti ali kar gre preko opisnega, temelječega na dejstvih novinarstva (Salgado in Strömbäck 2011, 145–146). Odmika se od poglavitnih vprašanj (kdo, kje, kdaj, kaj in zakaj) in poudarja večji »pomen« novic, ki presegajo dejstva in izjave virov (prav tam, 146). Pri interpretativnem novinarstvu v govorjenih medijih igra veliko vlogo novinarjev glas, ki lahko vključuje odkrit komentar (prav tam). Willis (2003, 8) dodaja, da ko novinar interpretira, išče le povezave in vzorce, ne daje pa s tem izjave o svojem mnenju ali vrednostni sodbi.

Za novinarstvo velja, da je tržno naravnano, zaradi česar se mora prilagajati novim opredelitvam tega, kaj javnost zanima in o čem naj bo obveščena (Lengar Verovnik 2013, 243). Od novih opredelitev pa sta seveda odvisna tudi ubesediljenje in govorna prezentacija izbranih informacij v radijskih programih (prav tam). Vsakodnevna konstrukcija realnosti tako poteka tudi s podajanjem informacij in njihovo interpretacijo, zaradi česar se radijski voditelj pogosto znajde v vlogi igralca, avtorja in režiserja, navsezadnje se predstavlja tudi kot osebnost (Ivančič 2012, 88). O slednji govorimo kot o seštevku govorceve osebnosti, njegovih govornih navad in sposobnosti izražanja, ugotavljanja, povezovanja in produciranja idej, prepričljivosti, znanja, odnosov do sveta in artikulacije (Pirc 2005, 83).

Se pa v sodobni novinarski industriji od novinarjev zahteva več veščin ter dobro poznavanje sodobnih tehnologij za zbiranje in posredovanje vsebin (Heinonen 2002, 66). Novinarji, med katere spadajo tudi radijski voditelji, morajo tako npr. znati uporabljati različna sredstva (avdioposnetek, tekst, fotografija, videoposnetek) v enem samem prispevku (Purdey 2000, 349). Računalniško in IT-znanje, zbiranje, pregled in prenos informacij ter uporaba interneta kot vira le-teh so spretnosti, ki tudi prispevajo k izoblikovanju novinarske identitete (Gage 1999, xv). »Tradicionalne« veščine zbiranja novic, poročanja, razlage in interpretacije so sicer še vedno pomembne, a potrebne so še druge (Purdey 2000, 349). Če lahko občinstvo virtualno dostopa do istih virov novic kot novinarji, potem so spretnosti in znanja, ki pridejo najbolj do izraza ravno na radiu, odločilna za preživetje katerega koli novičarskega delovanja (prav tam). Je pa vloga novinarjev (tj. seznanjanje ljudi s točnimi in popolnimi informacijami javnega značaja) najbolj izpolnjena, če novinarji uživajo avtonomijo (Tandoc Jr. in Peters 2014, 3). Študija vlog novinarjev je vsekakor pomembno področje, saj so družbene vloge pomembna dimenzija pri definiranju koncepta novinarja (prav tam, 5). Navsezadnje različne percepcije o

novinarjevi vlogi znatno vplivajo na izbor in način predstavitve informacij (Skovsgaard in ostali 2013, 22).

Z vnašanjem razlaganja, povezovanja in analiziranja v eter radijski voditelj prispeva k interpretativni funkciji radia (Ivančič 2012,28). Mora pa radijsko komentiranje upoštevati določene zakonitosti, npr. da mora biti interpretacija izvedena na ravni ustrezne radiofonske kulture govora in da mora biti voditelj pri komentiranju pazljiv, da mu poslušalstvo verjame kot interpretu vsebine (Krišelj 1994/95, 9–10). »Profesionalni« cilj radijskega govora je tako jasnost pomena, a radijski voditelji informacijo ponudijo tudi z razvedrilom (Campbell 1999, xiv) – s svojimi komentarji ali komentarji poslušalcev. Tako za radio kot za ostale medije velja kriterij uravnoveženosti med pozitivnimi in negativnimi zgodbami, med bolj in manj pomembnimi oz. v javnosti odmevnimi dogajanja ter različnimi mnenji, vzpostaviti se mora pravo razmerje med informacijo in zabavo (Pirc 2005, 122).

Novinarji komentarjev ne vključujejo le v določenih oddajah, ki so temu namenjene, ampak novice, ki jih Iggers (1998) razume kot praktično resnico, interpretirajo tudi med samim moderiranjem oziroma vodenjem radijskega programa. Komentiranje lahko razumemo tudi kot obliko pomoči ljudem, da se vse informacije, ki so na voljo, naredijo relevantne za njih (Purdey 2000, 349). S to interpretacijo se premesti vrzel med tem, kaj družba potrebuje od novinarjev, in tem, kaj ji ti nudijo (prav tam). Navsezadnje je jezik simbol govorca, z njim se identificira kot subjekt, ki se razlikuje od drugih (Pirc 2005, 68). Kot nadaljuje Pirčeva (2005, 73–76), naj bi bila radijska beseda neposredna, lažje razumljiva, sproščena, pa tudi topla, šaljiva in domača.

Voditeljev osebni komentar ne predstavlja zgolj povezave med dvema sestavinama programa, temveč ga dela zanimivega in privlačnega, predvsem pa je najpomembnejša oblika prikaza moderatorjeve osebnosti, saj pri tem uporablja svojo sposobnost kreativnega razmišljanja, hitrega miselnega odzivanja ter ustvarjanja asociacij glede bodisi pravkar posredovane informacije oziroma oseb, ki se ob tem pojavljajo, ter dogodkov, o katerih govori (Golčar 2003, 66). Kot trdi Golčar (2003, 67), je pri tem lahko v mnenjih in oznakah bolj ali manj radikalen, vendar je prav, da ostane v mejah dobrega okusa. Dobrega voditelja odlikujeta tudi spontanost in prava mera humorja, pomemben pa je tudi njegov intelektualni nivo (Golčar 2003, 67). Kot nadaljuje avtor (prav tam), so pogostost, oblika ter raznolikost povezovalnih elementov prepuščene odločitvi posamezne radijske postaje in vsekakor močno vplivajo na

njeno vsebinsko ter zvočno podobo. Njena celostna podoba pa je močno odvisna tudi od osebnosti posameznega voditelja, ali drugače povedano, od postaje je odvisno, kakšen profil voditeljev bo iskala in razvijala. Golčar (2012, 67) še doda, da je za ugled radijske postaje gotovo pomembna voditeljeva kredibilnost, s katero ustvarja zaupanje med poslušalci.

Naravne danosti (npr. glas) pa niso edino, kar dela voditelja dobrega, v situacijah, kot so klici v živo, je uspešnost v veliki meri odvisna od osebnostnih lastnosti, kot je komunikativnost (Golčar 2003, 61). Zaradi takšnih in podobnih razlogov radijski voditelji, ki so najbolj izpostavljeni radijski ustvarjalci, predstavljajo glas postaje in so pomemben del celotne ekipe (prav tam), pred oči javnosti pa je postavljena tudi njihova zmožnost interpretiranja lastnih tekstov ali zamisli (Ivančič 2012, 88). Dober voditelj mora prevzeti identiteto umirjene, politično nevtralne osebe, ki ob določeni temi doseže splošno soglasje, biti mora človek, ki na poslušalce prenaša logiko zdravega razuma (Wilby in Controy v Pirc 2005, 80). Golčar (2003, 64) piše, da si voditelj – ki predstavlja osnovno vez med radijsko postajo in poslušalcem, pa tudi poslušalci samimi, kadar je vzpostavljenih več telefonskih povezav hkrati – s povezovanjem ustvarja osrednji in nadzorni položaj, s katerega usmerja poslušalčevo pozornost na posamezne dele programa; posamezna povezovalna oblika je lahko različno dolga, odvisno od voditeljeve komunikativnosti in govorne spretnosti.

Komentiranje je povezano z nepredvidljivostjo radijskega etra, ki od voditelja zahteva takojšnje in nenačrtovane odzive – predvsem v primerih vključevanja klicateljev in njihovih komentarjev v program (glej Bernard 2000, 156–157). V zadnjih letih voditelji v radijski program vključujejo tudi komentarje uporabnikov družbenih omrežij in s tem spreminjajo tradicionalni značaj radijskega etra (glej Vobič 2013b). V časih, ko še ni obstajala moderna tehnologija, so poslušalci vzpostavili stik z radijem predvsem s klici v eter. Kot piše Crisell (1994, 198), je namen teh nekakšen poskus pridobivanja povratnih odzivov s strani občinstva. To ustvari iluzijo radia kot dvosmernega medija, s tem pa se potrjuje, da ima radijska postaja občinstvo ter da je slednje sposobno razumevanja in odzivanja na sporočila, ki ji postaja pošilja. Nove komunikacijske tehnologije po mnenju Hujanenovein Pietkäinenove(2004, 384) v novinarstvo vnašajo spremembe: pritegnejo mlajše generacije uporabnikov, povečajo oskrbo z mediji ter spremenijo prakso v uporabi in ustvarjanju novic. Internet je pomembno prispeval k transformaciji novinarskega dela, spremenil je zbiranje novic, njihovo produkcijo, shranjevanje, urejanje in distribucijo. Časopisi in ostale tradicionalne novičarske organizacije

gredo skozi težak čas tega težavnega rekonstruiranja in prav vsi tekmujejo za pozornost občinstva (Dahlgren 2009, 150–151).

Dejstvo je, da novinarstvo vedno znova spodbuja razprave o tem, kakšen je sploh njegov pomen in kaj se pričakuje od novinarjev samih (Zelizer 2005, 66). Velikokrat pojem dobrega novinarstva povezujemo z razsežnostjo posameznikovih sposobnosti (prav tam), morda se tu skriva tudi definicija dobrega radijskega voditelja, ki med vodenjem »razvija sposobnosti, rutine in konvencije pri proizvodnji novic« (prav tam). Mnogi novinarji pojem novinarstva povezujejo tudi z novičarskimi zgodbami – zgodba je tisto, kar novinar ustvari, ko zbira in predstavi novice (Zelizer 2005, 70). Žanr zgodbe (reportaža, feljton itd.) določa, katere informacije se poudarijo, stil, v katerem je upovedana, in tudi vlogo, ki jo igra (prav tam). Tudi radijski voditelj svojo vlogo prilagaja glede na vrsto informacij, ki jih podaja med vodenjem programa.

V slovenskem prostoru so sicer že potekale razprave o vlogi novinarjev, npr. samopercepciji o poročanju o politiki (Vobič 2009), vlogi pripovedovalca zgodb in definiciji novinarstva kot poklica (Jontes 2010) ter družbenih vlogah spletnih novinarjev v odnosu do občinstva in novinarjev pisnega medija (članek se sicer osredotoča tudi na srbsko družbo) (Vobič in Milojević 2012). V magistrskem delu nas zanima, kakšna je vloga komentiranja med vodenjem programa in v kakšnih vlogah se vidijo radijski voditelji, zato s pomočjo kvalitativne metode poglobljenega intervjuja ugotavljamo, kako to razumejo voditelji in uredniki na Prvem programu Radia Slovenija in Valu202. Zato si postavljamo **drugo raziskovalno vprašanje**: *Kako voditelji in uredniki na Prvem programu Radia Slovenija in Valu 202 razumejo vodenje radijskega programa in svojo družbeno vlogo pri tem?*

3 Metodologija

Študija primera nam omogoča, da konkreten primer poglobljeno raziščemo (Yin 2003, 14–15). V magistrski nalogi bomo tako proučevali s pomočjo intervjuja kot kvalitativne metode raziskovanja, katerega ključne lastnosti so, kot piše Flick (2009, 14), prepoznavanje in analiza različnih perspektiv, pristopov in metod ter raziskovalčeva (samo)refleksija. S kvalitativno metodo raziskovanja, podrobneje s poglobljenimi intervjuji, želimo odgovoriti na naslednji raziskovalni vprašanji:

RV1: Kako radijski voditelji v povezovanju programa na Prvem programu Radia Slovenija in Valu 202 prepletajo informiranje in interpretiranje?

RV2: Kako voditelji in uredniki na Prvem programu Radia Slovenija in Valu 202 razumejo vodenje radijskega programa in svojo vlogo pri tem?

Kako radijski voditelji razumejo vodenje radijskega programa, bom analizirala na osnovi različnih odgovorov, pridobljenih z uporabo poglobljenega intervjuja, ki je pomemben »za zbiranje podatkov o posameznikovem dojemanju ter omogoča razkritje stališč, vizije, načina izbiranja virov in ključnih besed« (Guion in drugi 2006). Skozi pogovor ugotavljamo stališča ljudi in osebne izkušnje, te pa so pri družboslovnih razpravah osrednjega pomena, kajti jezik osmišlja svet (Legard in ostali 2006, 138). To metodo so npr. že uporabili pri raziskovanju družbene vloge novinarjev in interaktivnosti občinstva (Vobič 2013b), razumevanja oziroma pomena komentiranja, na primer razumevanja percepcije (novinarskih urednikov) pomena vključenosti državljanov pri oblikovanju medijskih vsebin (Hermida in Thurman 2007; Domingo in ostali 2008), in mnenja novinarjev o komentarjih uporabnikov v javnem prostoru na spletu (Loke 2012) ter za razumevanje delovanja (slovenske) uredniške spletne politike pri komentarjih s sovražnim govorom (Motl 2010).

Z uporabo kvalitativne metode raziskovanja v študiji primera raziskujemo prepletanje informiranja in interpretiranja kot način povezovanja radijskega programa na Prvem programu Radia Slovenija in Valu202 ter vlogo in pomen, ki ju vodenju programa pripisujejo voditelji in urednika omenjenih postaj. Pridobljene ugotovitve nam bodo dale podatke, ki jih bomo opisali, o njih natančneje razglabljali in jih med seboj primerjali v četrtem poglavju.

3.1 Raziskovalni subjekt: Radio Slovenija

Javni RTV-servis najkrajše opredelimo kot servis, ki zagotavlja dostop javnosti do množičnih komunikacijskih kanalov, služi javnemu interesu in oblikuje, odpira ter vzdržuje prostor javne razprave (Bašič Hrvatini 2002, 6). Radiometrija, ki raziskuje slovenski radijski trg, je v septembru 2013 zabeležila tudi dnevni doseg radijskih postaj javne RTV-hiše, ki pripadajo javnemu zavodu posebnega kulturnega in nacionalnega pomena (Ur. l. RS 96/2005). Dnevni doseg, izražen v odstotkih ali absolutnem številu, prikazuje, koliko različnih posameznikov posluša določen radijski program, tj. tistih, ki ga poslušajo vsaj 15 minut na dan (100-odstotni doseg pomeni, da je vsak prebivalec Slovenije med 10. in 75. letom starosti poslušal določeno oddajo oz. termin vsaj 15 minut) (Radiometrija 2013). Z dosegom 10,8 odstotka oziroma 184.000 poslušalcev je Val 202 na drugem mestu najbolj poslušanih radijskih postaj, takoj za njim pa je Prvi program Radia Slovenija, ki je dosegel 8,8 odstotka ali 150.000 poslušalcev (Radiometrija 2013).

Radio Slovenija je sestavljen iz odgovornega uredništva informativnega programa ter odgovorna uredništva prvega, drugega in tretjega programa. Študijo primera bom izvedla na Prvem programu Radia Slovenija¹(v nadaljevanju: Prvi program) in Valu202. Na Prvem programu najdemo sedem uredništev: Uredništvo dnevnoaktualnega programa, Uredništvo za glasbo, Uredništvo izobraževalnih oddaj, Uredništvo programa za mlade, Uredništvo dokumentarno-feljtonskega programa, Uredništvo večernega in nočnega programa ter Uredništvo razvedrilnega programa (Prvi program Radio Slovenija). Val 202 ima štiri uredništva: Uredništvo dnevnoaktualnega programa, Uredništvo glasbenega programa, Uredništvo športnega programa in Uredništvo večernega programa (Val 202).

O tem, da radio ne sme biti enosmerni medij, ampak se mora poudarjati tudi demokratična vloga medijev, piše Sandra Bašič Hrvatini (2002, 6): zagovarjati javne medije pomeni danes zagovarjati odprtost komunikacijskega prostora, v katerem morajo imeti vsi državljani ne glede na materialne možnosti ali komunikacijske kompetence dostop do komunikacijskih kanalov in vpliv na programske vsebine. Odgovornost novinarjev in urednikov je, da z zbiranjem in posredovanjem informacij zagotavljajo njihovo najširšo dostopnost in omogočijo uporabnikom, da si o določeni zadevi ustvarijo lastno mnenje (Radiotelevizija Slovenija 2000,

¹ V času nastajanja magistrske naloge je prišlo do sprememb v uredništvu Prvega programa.

poglavje 1.5). Navsezadnje se novinarstvo vedno sooča z epistemološkimi izzivi, kako razumeti in prenesti znanje v tem vedno spreminjajočem se svetu (Vobič in Dahlgren 2013, 20). Eden od načinov, kako se spoprijeti s tem, leži v priznanju, da je resnica o družbenem svetu večdimenzionalna (prav tam).

RTV Slovenija opredelimo kot servis, ki zagotavlja dostop javnosti do množičnih komunikacijskih kanalov, služi javnemu interesu in oblikuje, odpira ter vzdržuje prostor javne razprave (Bašić Hrvatin 2002, 6). Ker pa imajo mediji veliko družbeno moč, lahko na svoje številne gledalce in poslušalce sočasno vpliva s tekstom in sliko ter jim posreduje informacije, stališča in celo načine razmišljanja (RTV Slovenija 2010). Čeprav RTV Slovenija kot javna RTV-ustanova, ki ustvarja nacionalne programe, namenja posebno skrb slovenskemu jeziku, ki mora biti jasen, preprost, jedrnat in nedvoumen (RTV Slovenija 2000), se ne moremo izogniti dejstvu, da lahko izbor jezikovnih sredstev deluje kot orodje vplivanja in vrednotenja (Kalin Golob 2004, 704).

Razprave o RTV Slovenija in komentarjih pa so v slovenskem prostoru prisotne že nekaj časa. Predreferendumska kampanja o novem zakonu o RTV Slovenija iz leta 2005 je ponovno obudila pogovore o komentarju, eni najzahtevnejših novinarskih zvrsti, ki bi si zavoljo sicer upravičenih zahtev po natančnem, nepristranskem in verodostojnem obveščanju javnosti zaslužila predvsem neoporečno strokovno obravnavo in analizo obstoječih praks (Medved 2005).

Strategija razvoja RTV Slovenija 2011–2015 (RTV Slovenija 2011) se posveča tudi komentiranju. Prvi program Radia Slovenija naj bi bil kot informativno-izobraževalno-servisni program odprt program, katerega temelj je informacija, bodisi aktualna ali pospremljena s komentarji in analizami (RTV Slovenija 2011). A iz najnovejše strategije razvoja RTV Slovenija je težko razbrati, ali je komentar mišljen kot žanr ali kot način povezovanja programa. Val 202 (RTV Slovenija 2011) ima tu jasnejšo vizijo: aktivno bodo delovali na družbenih omrežjih in spodbujali sodelovanje uporabnikov pri komentiranju, posredovanju in ocenjevanju vsebin. To vključuje tudi postopno odpravo anonimnega komentiranja novic in nadaljnje sodelovanje pri spodbujanju kulturnega dialoga s poudarkom na preprečevanju sovražnega govora (RTV Slovenija 2011).

3.2 Poglobljeni intervjuji

Tako za prvo kot za drugo raziskovalno vprašanje uporabljamo kvalitativno metodo poglobljenega intervjuja. Intervju je ena izmed najpogosteje uporabljenih tehnik zbiranja podatkov (Vogrinc 2008, 99), ki ima v primerjavi z drugimi tehnikami nekatere prednosti. DeLyserova in Sui (2014, 295) eno izmed njih vidita v tem, da odkriva močna in intimna čustva ter doživetja, ki povedo več kot marsikatera beseda. Prav tako daje raziskovalcu možnost, da vpraševanca prosi za dodatno pojasnitev posameznih izjav oziroma preveri, ali je njegove izjave razumel pravilno (Vogrinc 2008, 101).

Cottle (2003) je skozi intervjuje, »s pomočjo katerih je odkrival sogovornikova mnenja, ki jih z drugimi metodami raziskave ne bi pridobil« (Legard in drugi 2003, 138), ugotovil razmerje med novinarji in njihovimi (političnimi) viri. Tako tudi za svoj raziskovalni problem menim, da je odkrivanje mnenj in stališč radijskih voditeljev in urednikov do komentiranja kot načina podajanja najbolj osnovnih informacij ter prehajanja iz ene (novinarske) vloge v drugo med vodenjem radijskega programa pomembno. Na nekaterih radijskih postajah komentiranje ni toliko prisotno zaradi posledic, ki jih sprožijo komentarji (Ivančič 2012, 125), zato voditelji med drugim z izražanjem mnenj »pojasnjujejo pomene in identificirajo različne načine pogleda na določen raziskovalni problem« (Singer 2008, 165).

Na Prvem programu in Valu 202 smo v mesecu aprilu in maju 2015 opravili poglobljene intervjuje z osmimi osebami. Na Prvem programu so na vprašanja odgovarjali odgovorna urednica Darja Groznik in trije radijski voditelji. S tolikšnim številom voditeljev smo opravili pogovore tudi na Valu 202, poleg tega pa še z odgovornim urednikom Mirkom Štularjem. Mnenje vodilnega oz. odgovornega urednika je pomembno zato, ker »kot načrtovalec programske politike oziroma programske zasnove posameznega medija odgovarja za delovanje slednjega in nosi odgovornost za voditeljeve odločitve v radijskem etru« (Golčar 2003, 73). Imena šestih voditeljev ne bodo objavljena. Da bi se izognili morebitnim osebnim posledicam predvsem za novinarje, bodo njihova imena ostala anonimna, kar je v družboslovnem raziskovanju običajno (Flick 2009, 42). Ohranjanje anonimnosti prav tako poveča možnost, da bo intervjuvanec bolj odkrit pri odgovorih (Laursen 2012, 775). Za te voditelje bomo zato uporabili skupno poimenovanje (tj. *voditelj/ica*), ki ga bomo razlikovali z velikimi tiskanimi črkami (npr. voditeljica B 2015 oziroma voditeljica C 2015).

Izognili smo se uporabi skupinskega intervjuja, pri katerem »se spraševalec hkrati pogovarja s skupino oseb in skupini postavlja vprašanja« (Vogrinc 2008, 105), in se raje posvetili posameznemu intervjuvancu (t.i. individualni intervju). Presodili smo, da je za tovrstno raziskovalno vprašanje primernejši tip intervjuja, ki je bolj voden pogovor kot pa strukturiran vprašalnik (Yin 2009, 106), čeprav se pri njem lahko pojavlja pomanjkljivost, t.i. reflektivnost: intervjuvanec podaja odgovore, ki jih spraševalec želi slišati (prav tam, 102). Kvalitativni intervju raziskovalcu omogoča, da prikaže kontekst v vsej njegovi kompleksnosti in globini (Lecheler 2008, 494). Za čim boljše razumevanje in čim bolj izčrpno pridobitev odgovorov je bil uporabljen tip delno strukturiranega intervjuja, ki sicer zahteva neko ogrodje z okvirnimi začetnimi vprašanji, a hkrati dovoljuje svobodo z odprtimi vprašanji, ki jih spraševalec postavlja sproti (Lecheler 2008, 494).

Vprašanja, ki smo jih zastavili intervjuvancem, so se navezovala na raziskovalni vprašanji, do katerih smo prišli v teoretskem delu magistrske naloge. Predmet te kvalitativne analize je razumevanje radijskih voditeljev in urednikov² o vodenju radijskega programa, o vlogi prepletanja informacij in interpretacij v radijskem etru ter o vplivu poklicnih in institucionalnih pravil ter osebnih lastnostina vodenje radijskega programa.

Pri intervjuju smo uporabili strategijo lijaka (Vogrinc 2008, 107). Pri njej raziskovalec na začetku postavlja vpraševancem široka, splošna, odprta vprašanja, nato pa jih postopoma veže na čedalje ožja vsebinska področja in jih zapira (prav tam). S to strategijo lahko dosežemo bolj sproščen pogovor, kot bi ga, če bi že na začetku s specifičnimi vprašanji potisnili vpraševanca v zahtevnejšo problematiko (prav tam).

² Zaradi zagotavljanja anonimnosti voditeljev so intervjuji shranjeni v zvočni in pisni obliki na DVD-ju, ki je bil na voljo komisiji.

4 Rezultati

V tem poglavju predstavljamo rezultate uporabljene raziskovalne metode (poglobljeni intervjuji). V dveh podpoglavjih so prikazani rezultati uporabe intervjuja pri študiji primera, kjer raziskujemo vlogo komentiranja pri vodenju radijskega programa, kako radijski voditelji v povezovanju programa na Prvem in Valu 202 prepletajo informiranje in interpretiranje ter kako voditelji in uredniki na izbranih radijskih programih razumejo vodenje radijskega programa in svojo vlogo pri tem. Uporaba raziskovalne metode nam je pokazala, da voditelji obeh radijskih postaj interpretiranju pripisujejo velik pomen. Prav vsi se zavedajo, kakšna je vloga voditeljstva v radijskem in družbenem prostoru, zaradi česar se kot glavne in pomembne lastnosti voditelja izpostavljajo predvsem dobra informiranost, pripravljenost in zrelost.

4.1 Prvi program: »Interpretacija je zahtevno in odgovorno delo, a ga na našem programu primanjkuje«

Misel »Če nimaš mnenja, prosim, odidi iz novinarstva« (voditelj A 2015) dobro povzema razmišljanje vprašancev na Prvem o pomenu interpretacije. Prek nje se odpirajo miselni tokovi, izpostavljajo različni zorni koti in pluralizacija mnenj. Interpretacija pa nima le zabavne funkcije oziroma ni le popestritev nekega trenutka, temveč spodbuja tudi čustvene odzive poslušalcev. Voditelj naj bi bil tako aktiven pri razmišljanju, saj je lahko nenehno kopiranje agencijskih novic, ki jih posreduje v eter, »zastrašujoče« (voditeljica C 2015).

Voditelji in odgovorna urednica na 1. programu Radia Slovenija ne podcenjujejo družbene vloge voditelja, ki pa jo razumejo kot drugačno od novinarjeve – ta je predvsem v informiranju. Pričakuje se, da je voditelj razgledan, izobražen, izkušen in avtorsko zrel, predvsem pa, »da da en del svoje osebnosti v program« (voditeljica B 2015). Interpretacija je odgovorno delo, ki vpliva tudi na odnos med poslušalcem in voditeljem. Določeni dogodki zahtevajo obravnavo s posebno mero občutljivosti, česar pa se ne sme jemati kot samocenzure. Intervjuvanci pogosto prehajajo med vlogo voditelja in novinarja, predvsem zato, »ker si zaenkrat ne morejo privoščiti, da bi nekdo zgolj vodil program« (urednica A 2015).

Jutro je eden najpomembnejših programskih pasov in »diamant radijskega programa« (voditeljica B 2015), so si enotni intervjuvanci. Ta pas velja za najbolj avtorskega, poslušalci se hitreje identificirajo z voditeljem, ki »se zbuja skupaj z ljudmi« (prav tam). Na jutranji pas je vezana tudi želja, da izpostavijo radijske osebnosti, kot je to trend predvsem na komercialnih radijskih postajah. Pomanjkljivo pa je komuniciranje med različnimi ustvarjalci radijskega vodenja. Naštevajo težave, kot je pomanjkanje govora o smernicah in programskih ciljih radia, tudi povratnih informacij glede vodenja (predvsem dnevnega) ni.

4.1.1 Razumevanje norme objektivnosti: »To ne pomeni ravnotežja med levo in desno opcijo, ter da se teme lotiš z zaželenim rezultatom«

Voditelji na Prvem imajo zelo široko definicijo norme objektivnosti, gre pa za »spolzek teren« (voditelj A 2015), voditeljica B (2015) na eni strani omenja celovito predstavljanje okoliščin in resnicoljubnost, na drugi pa neopredeljenost, dobro informiranost, ločitev mnenja od dejstev in uravnoveženost. Večina novinarjev je obremenjena s prepričanjem, »da objektivnost pomeni poiskati neko ravnotežje med levo in desno« (voditelj A 2015). Voditelju A (2015) se zdi napačna odločitev, da novinarji izpolnjujejo kriterij objektivnosti tako, da na pogovor v studio povabijo predstavnika leve in predstavnika desne politične opcije. Za ohranjanje objektivnosti je po mnenju intervjuvancev pomembno tudi, da se teme ne lotiš z nekim želenim rezultatom v mislih, da izplena oziroma bistva oddaje ne določiš že vnaprej. Vsi trije se strinjajo, da mora voditelj slediti definiciji objektivnosti (ki so jo sami podali). Tudi po mnenju odgovorne urednice Prvega (urednica A 2015) mora radijski voditelj slediti normi objektivnosti, pri čemer pa ne vidi nobene razlike med voditeljem in novinarjem – oba bi tako morala informacije posredovati verodostojno, brez vpletanja občutkov in svojih ocen, ampak tako, »da lansiraš informacijo takšno, kot je, brez okrasja« (prav tam).

4.1.2 Zakaj interpretirati? »S tem pokažeš inteligenco in širši zorni kot novice«

Interpretiranje se obrestuje že zato, ker »potem iste novice ne prebereš na treh portalih ali pa istega ne slišiš na drugem programu. Poslušalci niso neumni« (voditeljica C 2015). Kopiranje agencijskih novic pa se ji zdi zastrašujoče. »Kolega mi je dejal, da je neko novico že četrtič slišal, da jo je slišal zjutraj pri poročilih, potem na Prvem, nato se pelje domov, sliši na Valu in je pač isto. To je ena stvar, zakaj je pomembno, da interpretiraš« (voditeljica C 2015). Z interpretacijo se lahko tudi popestri program, pa tudi poslušalce lahko pridobiš, »če pokažeš

neko hudomušnost, s katero pokažeš tudi inteligenco, da znaš razmišljati, da nasmejiš nekoga, da narediš malce drugače. Da ni suhoparno, ker poslušalec lahko tudi prebere neko novico, ne potrebuje te poslušati. Če pa te posluša in še daš nekaj zraven, neko dodatno vrednost, je pa super« (voditeljica C 2015). Sicer pa interpretiranje ne pomeni, da »voditelj prebere neko novico, zraven pa pridoda svoj komentar, s katerim se opredeli, da mu je nekaj všeč oziroma mu ni, da je za to ali da je proti temu« (voditelj A 2015), ampak je več kot to. Voditelj mora biti razgledan. Pomembno je, da tudi takrat, ko ni pred mikrofonom, spremlja tok dogodkov in se s tem informira: »Če danes STA o nekem dogodku poroča tako, bo potem dobro informiran voditelj znal povezati te niti, da se je v preteklosti v zvezi s TEŠ6 dogajalo že to in to. Voditelj potem ne bo te agencijske novice samo prebral, ampak bo znal kakšno dejstvo iz preteklosti, povezano s to zgodbo, hitro pripeljati zraven. Na ta način bo novico tudi malce relativiziral, poslušalca spomnil, da se ta zgodba ni začela tule, ampak da imamo v zvezi s tem že bogato zgodovino« (voditelj A 2015). Intervjuvanec s Prvega želi s tem pojasniti, da se s takšno interpretacijo poskuša zorni kot novice odpreti, poslušalcu pa se pravzaprav pomaga, da se spomni nekaterih stvari. Nadaljuje, da voditelj ni nek avtomat ali birokrat, ki sedi v radijskem studiu in brez vsakršnega razmišljanja slepo prebira neke agencijske novice. »Radijski voditelj je radijska osebnost, ki nagovarja poslušalca in ima do njega neko odgovornost. Interpretirati ali pa komentirati seveda ni lahek posel. Gre za zahtevno, odgovorno delo, ki zahteva razgledanega, izobraženega, izkušenega in avtorsko zrelega radijskega voditelja. Če se pa to zelo lahkotno jemlje, da lahko vsak, kakor ga je volja, interpretira in komentira dogodke, pa to ni dobro« (voditelj A 2015).

Tudi ena od intervjuvank s Prvega se vedno trudi »kaj dodati, kaj svojega na koncu, ker da je ravno zaradi tega razlika v tem, da si bralec, ki bere novice, ali pa da si voditelj, ki skuša predstaviti še neko ozadje in drugo komponento« (voditeljica B 2015). Dodaja, da pogosto v roke dobi novico, ki je že izoblikovana in stoji sama zase, a nato z glasom, ki je njeno orodje, lahko nakaže, kaj je dejstvo, kaj pa njeno mnenje, dodatek, pojasnilo ali interpretacija, skratka, ima veliko možnosti, kako posredovati informacijo. »Čeprav se mi zdi, da je zelo pomembna misel, ki sem jo že slišala pred več kot desetletjem, da je zelo težko pametno govoriti, še težje pa pametno molčati. Zdi se mi, da je treba v vsej tej poplavi informacij dobro ozavestiti, da je včasih manj več, ko govoriš. To ne pomeni, da ne dajati svojega mnenja, ampak da moraš zelo dobro vedeti, kaj govoriš in kako boš nekaj povedal« (voditeljica B 2015).

Tudi voditelj A izpostavlja neko misel, »ki jo je izrekel urednik tednika Mladina, nekdanji predsednik DNS-ja Grega Repovž, ki je rekel, da če nimaš mnenja, prosim, odidi iz novinarstva« (2015). Meni, da se je v slovenskem medijskem prostoru udomačila teza, da je odlika radijskega voditelja, če nima stališča in mnenja, čemur s prej zapisano mislijo nasprotuje. Voditelj ne sme manipulirati z mnenjem, mora pa se opredeliti do nekaterih vprašanj, »seveda ne po neki vnaprejšnji a priori všečnosti ali nevhčnosti, ampak zavzeti mora stališče, ki je argumentirano, ki ga zna pojasniti in zagovarjati. Preprosto povedano, izpolnjevati zgolj ta kriterij: ‚Jaz se bom skušal prikazati kot nekdo, ki nima nikakršnega mnenja, ki sem enakomerno distanciran do vseh akterjev in deležnikov v družbi ter s tem ostal najboljši novinar‘, ni prav. To se mi zdi navadno sprenevedanje. Voditelj je tisti, ki veliko ve, zna, se je pripravljen učiti in za izrečene besede pripravljen poiskati prave argumente« (voditelj A 2015).

To, da voditelj le kopira agencijske novice, je »odvisno od časa, ki je na voljo. Če gre za zadnjo novico, se bolj ali manj kopira« (voditeljica C 2015). »Če je kakšna taka suhoparna stvar, kot ‚Danes smo sprejeli zakon o tem in tem‘, si tukaj ne upam preveč obračati, ker pri teh zakonih nikoli ne veš, kaj narobe poveš« (voditeljica C 2015). Sama se sicer, ko morda pozneje na spletu prebere identičen stavek, ki ga je izrekla v eter, zamisli, zakaj morda ni kakšne besede ali stavka obrnila. A če ima čas, potem preoblikuje novico, jo naveže na kakšen prispevek in dogajanje.

Da voditelj ne le kopira agencijskih novic, je pomembno tudi zato, ker ima vsaka zgodba več plati in »moramo včasih razmišljati *out of the box*, se pravi, da se skušamo pomakniti malce stran pa pogledati, kaj nam ta informacija pove, česa še ne vemo, zakaj nam to pomaga, zakaj je uporabna« (voditeljica B 2015). Do določenih stvari, ki so same po sebi umevne, mora biti voditelj kritičen. Tudi poslušalci imajo radi, če izvejo kaj bolj poglobljenega, ne zgolj surove informacije, ampak kaj se skriva za tem. »Kar je pa stvar znanja, priprave in izobraževanja, pa tudi malo zdrave pameti, na katero se moraš zanašati, če neko svoje mnenje podajaš v eter« (voditeljica B 2015). Radio mora biti del življenja, poudari odgovorna urednica A (2015) in za obrazložitev pomena interpretiranja pove, da je vsakodnevno življenje poslušalcev »vse kaj drugega in več kot agencijske novice« (prav tam). Z interpretiranjem voditelj pogleda širši kontekst in izbrska tisto, kar je zanimivo. »Jaz vedno poudarim, da mora biti voditelj človek, ki hodi okoli z odprtimi očmi in ušesi. Prenaša poslušalcem neke vtise, drobce, opažanja, ki

niso del agencijskih novic. In se tudi sproti odziva na vreme in promet. V glavnem, to je odlika dobrega voditelja: da je hiter in iznajdljiv pri vsem tem dogajanju» (urednica A 2015).

4.1.3 Kako sploh interpretirati? »Jutra so diamant radijskega programa«

Seveda pa način nastopanja pred mikrofonom in interpretiranja pogojujejo tudi teme pogovora. »So bolj lahkotne teme, ki dopuščajo večjo mero svobode in sproščenosti, so pa teme, ki jih je treba vzeti z neko mero spoštljivosti in ki zahtevajo neko pieteto« (voditelj A 2015). Kot zelo »nevarne« teme, pri katerih se raje vzdrži interpretiranja, so politične teme, pravi ena od voditeljic na Prvem (voditeljica C 2015). »Za marsikoga je meja – tudi če ni – hitro prekoračena« (prav tam). Odgovorna urednica na Prvem pa pravzaprav meni, da ni teme, pri kateri bi se voditelj moral vzdržati komentiranja. »Konec koncev, vsaj profesionalni novinar se mora otresti tudi drobca samocenzure« (urednica A 2015).

Pritiskov s strani urednikov in odgovorne urednice voditelji na Prvem niso čutili. »Na srečo velikih pritiskov v zvezi z interpretiranjem, da sem šel predaleč, ni. Menim pa, da je v naših programih morda celo premalo te osebne note in osebne pečata voditelja. Včasih se preveč distanciramo do poslušalcev in progama ter skušamo biti brez vonja, brez okusa in brez barve« (voditelj A 2015). Voditeljica C ni nikoli dobila odziva s strani nadrejenih, mogoče zato, ker te interpretacije ni v izobilju. Hkrati pa izpostavlja: »Ni nekega feedbacka, ni nekega pogovora. Ne govorim, da bi moral nekdo osem ur nenehno poslušati, a da gre moderiran dnevni program – za razliko od jutranjega – nekako mimo, da se kar izgubi ... Ampak to je spet stvar programa in urednikov« (voditeljica C 2015). Za razliko od pravkar omenjene voditeljice pa druga pravi, da se o interpretativnem načinu vodenja pogovarja z uredniki, pri čemer ne gre za izvajanje nekih pritiskov ali obremenitve (voditeljica B 2015). Vidi jih kot dobronamerne debate, bi si pa želela, da se o tem še več pogovarjajo. »Razmišljajmo vsi skupaj, v interesu čim večje verodostojnosti, čim boljšega zasledovanja ciljev, tako da ti pogovori, razmisleki, na kakšen način bi kaj predstavili, se mi zdijo zelo koristni in potrebni« (voditeljica B 2015).

Za voditelja je pomemben tudi programski pas, ki ga vodi, saj se njegova vloga v določenem delu dneva bolj udejanja, se strinjajo intervjuvanci. Ena od voditeljic (voditeljica B 2015) pravi, da mora vsakič, ko se javlja v eter, vedeti, kaj je vsebina in kaj njen namen, koga nagovarja. »Vse, kar počnemo, je namenjeno poslušalcem« (voditeljica B 2015).

Na to, kako se voditelj javlja, je torej odvisno tudi, v katerem delu dneva dela. Na radiu je jutranji program »diamant radijskega programa. Kot kažejo prakse doma in po svetu, je v tem času zelo pomembna osebnost voditelja« (voditeljica B 2015). Nadaljuje, da če daš del svoje osebnosti v program, daš zraven tudi pomisleke, razmišljanje in s tem spodbudiš tudi razmišljanje poslušalca na drugi strani. Interpretativna vloga voditelja se bo tako v jutranjem pasu izpostavljala drugače kot čez dan. Voditeljeva osebna komponenta, mnenja, stališča pridejo v tem programskem pasu bolj do izraza, saj se »zbuja skupaj z ljudmi, čeprav je seveda tudi čez dan pomembno, da je voditelj sopotnik poslušalcem, ne samo bralec« (voditeljica B 2015). Jutranji pas je »prime time, to je najbolj poslušan pas, ko je vodenje tudi najbolj intenzivno« (urednica A 2015). Odgovorna urednica Prvega dodaja, da je ta programski pas drugačen od ostalih, saj zahteva večjo informacijsko pretočnost oziroma poslušalci potrebujejo veliko informacij, »to potrebujejo hitro, potrebujejo nekoga, ki jih zbujajo in popelje v dan na prijeten način«, zato ni presenetljivo, da je zjutraj intenziteta interpretiranja višja. »Novice so tako in tako na vsake pol ure, ki so pod narekovaji bolj resne. Ravno zaradi teh informativnih novic bi voditelj moral imeti hudomušne komentarje na kakšne stvari, ki so se zgodile pretekli dan, ki še odmevajo in še niso pokomentirane v vseh časopisih, ne vem, povsod« (voditeljica C 2015).

4.1.4 Kdo je voditelj? »Pripoveduje, ima stik s poslušalci, ohranja jezikovno kulturo in interpretira«

Radijski voditelji na Prvem se strinjajo, da je vloga voditelja več kot le informiranje občinstva. Pomemben vidik se jim vsekakor zdi tudi interpretacija. Voditelj (voditelj A 2015) je predstavil tudi vidik, kako so novinarji videni v očeh javnosti, saj »se jim pripisuje kar precejšnja specifična teža v družbi«. Nadaljuje, da se za njih uporabljajo različne oznake, od četrte veje oblasti do psov čuvajev demokracije, svobode in pluralnosti, a da tudi ta opis zna biti kočljiv, ker ima tudi »pes čuvaj svojega gospodarja, ki mu daje hrano, ki mu odreja nek življenjski prostor« (prav tam). Radijski voditelj mora znati tudi pripovedovati zgodbe in imeti stik s poslušalci, zanemariti ne gre tudi jezikovne vloge, ki je na javnem radiu še posebej pomembna »zaradi ohranjanja jezikovne kulture« (voditeljica B 2015). Pomembnost dostojnega govora izpostavlja tudi odgovorna urednica Prvega Darja Groznik (urednica A 2015), kar zna biti izziv s stališča, kako »biti voditelj pripovedovalec, hkrati se pa držati nekih izčiščenih govornih form« (prav tam). Dobro radijsko vodenje pomeni tudi znati pritegniti pozornost poslušalcev. Odgovorna urednica na tem mestu poudarja, da sama večkrat preklopi

na komercialno radijsko postajo, »saj moraš vedeti, kaj počne konkurenca. In res je občutna razlika v delu vodenja na nacionalni ali pa na komercialni radijski postaji« (urednica A 2015). Tako so na primer na komercialnem radiu, natančneje na Radiu 1, kot opaža voditeljica na Prvem (voditeljica C 2015), začeli poslušalce nagovarjati s »ti«, torej tikati, na primer »Ti greš nekam danes«, kar se ji zdi popolnoma neprimerno. Na Prvem po prepričanju vprašanke (voditeljica C 2015) tako prevladuje spoštljivost do poslušalcev in vikanje je eden izmed načinov izražanja te spoštljivosti. »Neopredeljenost« in »umirjenost« sta sicer še dve besedi, s katerima opiše politiko interpretiranja oz. komentiranja na Prvem. Meni, da so voditelji na tej radijski postaji nevtralni pri podajanju novic v eter.

Čeprav lahko voditelj hkrati nagovarja 100.000 ljudi, pa mora ustvariti občutek nagovarjanja »prav njega« (urednica A 2015). Poslušalec mora imeti občutek, da čeprav uporablja množinsko obliko glagola, je govor namenjen vsakemu posameznemu članu občinstva. »Ta občutek se da pričarati s pripovedovanjem, ne pa z branjem suhoparnega teksta, saj s tem ne bo pritegnil pozornosti poslušalca« (prav tam). Dober radijski voditelj se mora predstaviti tudi z vsebino, »ki mora biti tehtna s primerno vsebino« (urednica A 2015).

Enačenje radijskega voditelja z napovedovalcem, »ki izmeri distanco do mikrofona, malce pogrpa in potem nekaj napove« (voditelj A 2015), je stvar radijske zgodovine, saj je tak tip vodenja preživet. Intervjuvanec (prav tam) meni, da je voditeljv enem izmed segmentov svoje vloge pravzaprav bližje raziskovalnemu novinarju: poslušalce izobražuje in ozavešča, raziskuje in bdi nad vsem, kar se dogaja v naši družbi okoli nas. Posledično je voditelj zaradi tega »do neke mere tista nehvaležna, zoprna, nadležna muha, ki je vedno tam, kjer so vzvodi oblasti, kjer so centri sprejemanja, kjer so centri moči, kjer se sprejema odločitve, da vedno nekako nadležno kontrolira, a je vse v redu, ni vse v redu, kaj je šlo narobe in tako naprej« (voditelj A 2015).

Naši intervjuvanci vidijo veliko razliko med novinarjem in voditeljem. Vprašana voditeljica razliko vidi v tem, da je za slednjega »pomembno, da da en del svoje osebnosti v program« (voditeljica B 2015). Kajti s tem, ko ti v vodenje vneseš osebno noto in pri podajanju informacij vpelješ svoje razmišljanje, spodbujaš razmislek na drugi strani radijskega sprejemnika. »Interpretiranje je en del radijskega vodenja,« se strinja intervjuvanec s Prvega (voditelj A 2015). Vloga voditelja nikakor ni, da »to, kar mu tako slovenske kot tuje tiskovne agencije pošljejo, prebere z neko distanco in gre domov« (voditelj A 2015). Interpretacija je

vsekakor zahtevna naloga, saj mora voditelj paziti na to, da se skozi govor na radiu ne kažejo njegovi zelo osebni pogledi in zanimanja. »Ne moreš zdaj v eter reči vsega. Sovražni govor, to je nesprejemljivo« (voditeljica C 2015). Voditelj seveda pripoveduje zgodbe, povezuje in skrbi za jezik, med tem početjem pa se mora zavedati, da ima neizmerno moč vsakič, ko se usede za mikrofona, ta moč pa je povezana z oblikovanjem javnega mnenja in informiranjem javnosti, kot razmišlja voditeljica na Prvem (voditeljica B 2015). Nadaljuje, da je pomembno imeti to v mislih ves čas svojega dela.

Voditelj na nacionalnem radiu mora upoštevati kriterije, ki veljajo npr. glede uporabe slovenskega jezika, seveda pa ga narava radia ne sme omejevati pri interpretiranju. »Ljudem moramo dopustiti, da se razvijajo kot voditelji,« meni odgovorna urednica A (2015).

Ob vsej tej razpravi pa se je treba vprašati, kdo ali kaj sploh določa novinarsko prakso glede tega, kakšen mora biti radijski voditelj. Prva misel voditelja na Prvem (voditelj A 2015) je, da »verjetno Fakulteta za družbene vede, ki opravlja en del tega poslanstva, čeprav je jasno, da je v novinarstvu veliko ljudi z izobrazbo z drugih področij«. Sama diploma ne naredi novinarja, »medijska krajina in medijski svet se tako tehnološko kot vsebinsko zelo naglo spreminjata. Če po diplomi izpred 10 let ni bilo nič vložnega, prebranega in tako naprej, potem ta dokument ne pomeni veliko« (prav tam). Voditeljica B (2015) pravi, da »četudi nisi po izobrazbeni plati novinar, obstaja teorija, o kateri se lahko podučiš oziroma bi se moral«. Po drugi strani »pa so neke prakse, ki se oblikujejo v norme, so delovne prakse, skupine, področja, ki nekako gradijo radijskega voditelja« (voditeljica B 2015), »prakso določajo tudi uredniki in uredništva« (voditelj A 2015). »Uredniki ustvarjamo ta mainstream, konec koncev tudi z izborom ljudi, ki nastopajo kot voditelji v programu, in pri spodbujanju teh ljudi, da se razvijajo kot voditelji« (urednica A 2015). A veliko pomanjkljivost odgovorna urednica vidi v tem, da si zaenkrat ne morejo privoščiti, da bi nekdo zgolj vodil program. »Žal tukaj ni ločnic. Danes si voditelj, jutri si novinar, pojutrišnjem delaš Studio ob 17h, potem si spet voditelj na programu. Odkar sem na radiu, govorimo o tem, da bi morali vzgajati določene ljudi, ki so talentirani za vodenje, in jih potem tudi lansirati kot voditelje. A žal še nismo prišli do tam« (urednica A 2015).

Da na Prvem nimajo izstopajočih radijskih voditeljev oziroma osebnosti, opaža tudi intervjuvana voditeljica C (2015). A voditelj ne more sam graditi na tem. »Ne vem, koliko je prostora za to, da je nekdo radijski voditelj z osebnostjo. Se mi zdi, da mora biti velika ekipa

za tem. Če hočeš narediti neko radijsko osebnost, za to potrebuješ celo uredništvo za sabo, z glasbo, s prispevki, z vsem vred. In veliko posvetovanja» (voditeljica C 2015).

Recepta, kako se kot voditelj ločiti od ostalih, po mnenju odgovorne urednice Prvega ni. Mogoče z izbiro informacij in načinom, kako jih sporočiti v eter, predlaga. Meni, da na javnem radiu ne vzgajajo voditeljev kot nekih radijskih zvezd, vendar naj bi jih to še čakalo, čeprav »je nekaj ljudi, ki tukaj izstopa s svojim posebnim slogom in stilom« (urednica A 2015). A sama si želi, da bi imeli prepoznavne voditelje, ki bi bili znani kot mnenjski voditelji, za katere bi veljalo, da »ko se bodo oglasili prek radijskega sprejemnika, bodo poslušalci vedeli, da so v dobrih rokah in da bodo dobili relevantne informacije«. S svojim vodenjem in posredovanjem informacij jih bodo opozarjali, hkrati pa delovali avtorsko.

Pri urednikovanju pa je treba biti previden, meni voditelj A (2015). Poda primer »nesrečnega mariborskega ravnatelja, saj tudi potem, ko je NČR odločilo in kršitelje pozvalo k nekemu odgovoru in pojasnitvi, so se nekateri mediji oz. uredniki teh medijev oz. uredništva teh medijev odzvala zelo lahkotno« (prav tam). S tem primerom ponazarja, da je uredniška politika včasih lahko lahkomišeln, saj so ti mediji takšno poročanje o mariborskem ravnatelju utemeljili s tem, da je »njihov program v funkciji zabave poslušalca, da so se zabavali, se malce pošalili iz tega nesrečnega ravnatelja« (voditelj A 2015). Pridobivanje čim večjega števila poslušalcev, bralcev in gledalcev ni dober kriterij.

Ne samo »statut, norme in kodeksi« (voditeljica B 2015), tudi poslušalci določajo novinarsko prakso glede tega, kakšen naj bi bil radijski voditelj. »Treba je poznati poslušalce, kdo so. Zdaj, ali se boš prilagodil tem poslušalcem ali pa vzgojil nove,« razmišlja voditeljica C (2015). Tudi poslušalci si ustvarijo svoj kriterij dobrega radijskega voditelja, kot pravi odgovorna urednica: »Če pogledam medijsko strukturo v Sloveniji in vse radijske postaje, vidim, da to diktira neka všečnost pri ljudeh, kar pa popolnoma zamegljuje sam pomen radijskega voditelja« (urednica A 2015). Primerja nacionalni in komercialni radio ter pri slednjem ugotavlja, da »bolj ko se šalijo na teh postajah, večje ‚nebuloze‘ proizvajajo, bolj nagovarjajo mlajšo publiko, bolj so všečni«.

4.1.5 Kaj pa poslušalci? »Poslušanje mora biti aktivno«

Namen interpretiranja je tudi spodbujanje dialoga s poslušalci oziroma uporabniki družbenih omrežij. »Ljudi je treba na nek način zvesti, v pozitivnem smislu seveda, da začnejo razmišljati. Zato se moraš pri kakšni novici, stvari, vsebini vprašati, kaj je tisto, s čimer se bo tisti na drugi strani čutil nagovorjen. Da to narediš, pogosto ni dovolj zgolj neko dejstvo, ki ga posreduješ, ampak moraš to dejstvo, ki ga posreduješ, nadgraditi z nekim pomislekom, informacijo, iztočnico, z nekim retoričnim vprašanjem, šalo, domisljico, miselno igro, karkoli, veliko možnosti je« (voditeljica B 2015). Vse prej naštetu voditeljica B (2015) opisuje kot nekakšne sprožilce, prek katerih se tisti na drugi strani radijskega sprejemnika počuti vključenega v program in zaradi katerih začne razmišljati.

Odgovorna urednica Prvega se je, ko je še delala na Valu 202, soočila z interpretiranjem voditelja oziroma z »avtorstvom, ki se je prevesilo v samo agitiranje, da naj bi se ljudje na referendumu zoperstavili neki odločitvi. Noben voditelj ali medij ne sme zlorabiti, da svoja stališča lansira, to ves čas ponavlja in čisto odkrito reče: pogledjte, jutri je referendum, dajte obkrožiti proti. Vsak voditelj lahko to svojo osebno noto zavije v celofan in da ljudem vedeti – če gre za ta konkreten primer –, dobro premislite, za kakšno odločitev gre« (urednica A 2015).

Poslušalci se občasno odzivajo na voditeljevo interpretacijo: »Dobimo kakšen feedback sem in tja, vendar se poslušalci bolj hudujejo nad izbiro gostov ali teme« (urednica A 2015). Pravi, da v zvezi z interpretacijo oziroma vodenjem ni beležila pripomb.

Intervjuvanci s Prvega polagajo določeno težo na občinstvo kot posrednike novic, ki jih voditelji izrečejo v eter, a »večja odgovornost je na voditelju, ki je to izrekel, oni so samo posredniki« (voditeljica C 2015). Ne gre pa zanemariti moči družbenih omrežij pri razširjanju novic. Če imaš poslušalce, ki uporabljajo tovrstna omrežja, se novica prek njih razširi hitreje in doseže večjo moč, kot če bi se širila le prek radia (voditeljica C 2015).

Prednost družbenih omrežij je tudi, da pravzaprav lahko slediš temu, kako se novica, ki jo je interpretiral radijski voditelj, hitro razširi, kar pred nekaj desetletji ni bilo možno. »Vloga občinstva, se pravi, da ti njemu posreduješ neko novico, pa potem se oni o tem naprej pogovarjajo, to je pomembno, to je del tvoje odgovornosti pri oblikovanju javnega mnenja«

(voditeljica B 2015). Voditelj seveda zelo težko vpliva na to, kaj bo nekdo mislil, kako bo pravzaprav po svoje interpretiral in povzel neko novico ter jo predal naprej. »Tukaj se lahko razvije toliko zgodb, kolikor je ljudi. Ampak pomembno je, da ti kot radijski voditelj skušaš pokazati, kje so zgodbe, ki so pomembne, o katerih se je treba pogovarjati, katere so tiste teme, ki so prezrte. To imamo, zdaj, kaj se bo razvijalo naprej, pa lahko samo spremljamo« (voditeljica B 2015). To spremljajo na različne načine: »Bodisi vidimo, da se to razvije kdaj v kakšno zgodbo na družabnem omrežju, na Facebooku, na Twitterju, po drugi strani pa lahko kdaj dobiš kakšno pismo, dobiš drugačen feedback, kaj se je zdaj zgodilo med poslušalci. A pri občinstvu predvsem razmišljaš o tem, ko ga nagovarjaš, na kakšen način in kaj hočeš s to informacijo povedati« (voditeljica B 2015).

4.1.6 Družbena odgovornost: »Voditelj je pošten do sebe in poslušalcev«

V zvezi z odgovornostjo do interpretiranja družbenega dogajanja voditelj A ne govori »o neki klasični materialni ali pa kazenski odgovornosti« (2015). Voditelj mora biti pošten do samega sebe, saj »potem seveda ne bo imel nobenih težav biti pošten do poslušalcev« (prav tam). Odgovornost vpliva tudi na odnos med voditeljem in poslušalcem. Če bo voditeljevo interpretiranje in komentiranje šlo v smer neke manipulacije, zavajanja, potem bo imel zelo kratko življenjsko dobo. Če pa bo odgovoren, mu bo občinstvo na dolgi rok verjelo. Odgovornost se kaže tudi tako, da »neka informacija, neka novica, zgodba, podatek pride do ljudi v obliki neke celovitosti, resnicoljubnosti, objektivnosti, da skušaš posredovati resnico do ljudi« (voditeljica B 2015). Tudi odgovorna urednica Prvega se strinja, da z interpretiranjem pride odgovornost, tako kot pri novinarstvu. A če imaš kot novinar »kodeks društva novinarjev, ki je nek referenčni okvir, tega kot voditelj nimaš in zaradi tega mogoče malo tavaš« (urednica A 2015). A s tem voditeljeva odgovornost ni nič manjša, po njenem mnenju so tudi novinarski standardi lahko dober okvir: da nisi žaljiv, ne agitiraš, ne pozivaš k nestrpnemu govoru oziroma da ga zaviraš.

4.2 Val 202: »Interpretiranje je zaželeno in se ga spodbuja«

Novodobna objektivnost nudi kompleksnejše ali večdimenzionalno branje dogodkov. Intervjuvanci z Vala 202 tako zavračajo strankarsko oziroma politično logiko podajanja informacij (tj. ločitev na desni in levi pol). Do hibridizacije interpretiranja in informiranja, ki predstavlja spremembe v novinarskem poklicu, lahko po mnenju enega izmed intervjuvancev

z Vala 202 pripelje tudi voditelj sam: »Pred osmimi leti je bilo tudi na Valu 202 nedopustno izreči nekaj, kar je danes normalno. Ko sem prišel, so se starejši poslušalci pritoževali, ampak saj potem se neka generacija poslušalcev tudi postara s tabo in postanejo stvari normalne. Kot del nekega diskurza, ki je povsem dopusten« (voditelj F 2015).

Interpretiranje kot način podajanja informacij je tako »absolutno sprejeto oziroma sprejemljivo, zaželeno, celo [spodbujano], zlasti pri vodenju programa« (urednik B 2015). Eno od orodij, kako stvarnost ocenjevati, interpretirati in podajati, je tudi humor (voditelj E 2015). Sicer pa voditelji »niso samo zrcalo družbe, ampak tudi njena vest« (urednik B 2015), in ravno zato, ker je RTV javni medijski servis, ki je v lasti javnosti in le-tej tudi odgovarja, »je smiselno tudi v tej smeri razmišljati o vlogi voditelja« (voditelj F 2015).

4.2.1 Razumevanje norme objektivnosti: »Ta ne obstaja, primernejši izraz je resnicoljubnost«

Norma objektivnosti je »en tak izmislek zadnjega časa in ni naloga voditelja« (voditelj F 2015), »nekaj, kar smo si izmislili v zadnjih 10, 15 letih, in je nekaj, kar je v službi politične korektnosti danes« (voditeljica D 2015), »definicija zanjo ne obstaja oziroma mogočna objektivnost ne obstaja, obstajajo pa poskusi« (voditelj E 2015), »nekaj, kar dejansko za novinarje drži, za voditelje pa ne« (urednik B 2015).

Voditelju E bi se »bolj primerno zdelo govoriti o resnicoljubnosti, ne pa objektivnosti« (2015). Kot razloži, gre za sledenje znanim smernicam novinarskega dela, zapisanim v kodeksih, bodisi v internih ali občih dokumentih, in treba je »na podlagi tega zasledovanja iskati neko resnico, pri čemer pa smo absolutno že v samem izhodišču omejeni s tem, da je ne bomo nikdar dosegli« (prav tam). Tudi odgovorni urednik se strinja, da to pomeni približati se resnici čim bolj celovito, to pa je do neke mere relativno, saj je vprašljivo, kaj je končna in edina resnica (urednik B 2015). »Nikakor pa ne razumem te družbeno sprejete teze, da gre pri objektivnosti za uravnoteženje, ampak po tem zelo izrazito političnem dojemanju sveta, jaz temu rečem strankarska logika. Eden s te in eden z druge strani. S tem se nismo nujno čisto nič približali resnici« (prav tam). Nič nima proti temu, da sta dve nasprotujoči si strani v studiu, zna pa biti to včasih nepotrebno, celo zgrešeno in zavajajoče.

Voditelj F celo meni, da je objektivnost naloga izobraženega odjemalca vsebin: »Objektivnost je v tem, da bo on informacijo povzel po meni, Dnevniku, Odmevih in poročilih na POP TV ter si izoblikoval neko sliko, ki spet ne bo objektivna, ampak njegova. Objektivna je lahko samo posledica« (2015). Glede svojega delovanja pravi: »Moje delovanje ne sme stremeti k objektivnosti, ker je to brezzvezna kategorija. Mislim, da moraš svoja stališča in prepričanja izražati. Dokler seveda ne pridejo pod sovražni govor in podobno« (prav tam).

Objektivnost je v službi (političnega) uravnoteženja: »V smislu, da se moraš ti zdaj obnašati kot nek stroj. Normi objektivnosti se najbolj približajo neke novice na STA. Kaj ti to da, ne vem. Niti ne vidim velikega smisla v normi objektivnosti, služi pa verjetno ravno temu, da si bolj korekten in da si bolj utišan na nek način« (voditeljica D 2015). Po tem razmišljanju naj voditelj ne bi sledil normi objektivnosti. »Po definiciji voditelja mora malo izstopati, mora biti oseben. Ne moreš biti oseben skozi objektivnost« (prav tam).

4.2.2 Zakaj interpretacija: »Vloga voditelja ni zgolj samo informativna«

Interpretiranje kot način podajanja informacij je »absolutno sprejeto oziroma sprejemljivo, zaželeno, celo [spodbujano], zlasti pri vodenju programa in pri nekaterih oddajah, rubrikah, ki so prav zato tam in so tudi koncipirane tako« (urednik B 2015). Voditelji svojega mnenja ne povedo za vsako ceno, temveč vedo, kdaj in zakaj ga bodo izpostavljali. Odgovorni urednik Vala 202 želi nekoga, »ki se je z razlogom obregnil ob nek fenomen družbe, ker je relevanten. Lahko je to štos, lahko je to fora, lahko je resen ali političen problem. In ta oseben pristop, ki je lasten, avtorski, da je komentiran in interpretiran, to pri nas spodbujamo. Tega želimo imeti več in še bolj jasno bi radi razmejili novinarske zadeve od voditeljskih« (urednik B 2015). Proces, da bi bilo voditeljstvo izrazito ločeno od novinarstva, poteka že nekaj let, dodaja, a med njima še vedno ni jasne meje, kar naj bi bilo povezano s kadrovskimi vprašanji oziroma problemi. Že pred leti so bili poskusi, da bi se delalo predvsem na nekih radijskih osebnostih, pravi voditeljica na Valu (voditeljica D 2015).

Kakšna je politika Vala 202 do interpretiranja s strani voditeljev, je po besedah voditelja F dobro, a napačno vprašanje in po njegovem mnenju »je voditelj tisti, ki si mora izboriti to svobodo« (2015). Obrazloži, da je bilo pred osmimi leti tudi na Valu 202 nedopustno izreči kaj, kar je danes normalno. »Moraš slediti nekim povsem vsakdanjim standardom govora. Do kam si kdo upa, je pa stvar njegovih lastnih sposobnosti ali pa tudi okusa. Če z zdravo mero

dodaš v interpretaciji neologizme ali slengizme ali pa povsem generacijske šale, je to v redu. Isto se je zgodilo meni pred desetimi leti. Ko sem prišel, so se starejši poslušalci pritoževali, ampak saj potem se neka generacija poslušalcev tudi postara s tabo in postanejo stvari normalne. Kot del nekega diskurza, ki je povsem dopusten« (voditelj F 2015).

Interpretiranje ravnokar omenjeni voditelj sicer vedno uporablja pri podajanju informacij v eter, kar se mu zdi »ključna naloga, če govorimo o stilu, ki opredeljuje nekega voditelja«. Neko dnevno informacijo, ki se pogosto ponavlja, kot denimo temperatura zraka ali pa politične informacije, »lahko podaš tako ali drugače, tudi na način, da se čuti tvoj odnos do tega« (voditelj F 2015).

Vloga voditelja se tako ne prilagaja zgolj poslušalcem, upošteva se tudi, za kateri del dneva gre: »Jaz prilagam svoj nastop v etru programskemu pasu; jutro je drugačno v primerjavi z na primer osrednjim ali popoldanskim pasom« (voditelj E 2015). Hkrati pa ima vsak programski pas svoje specifične poslušalce oz. publiko: »Jutranja je mobilna, dopoldanska mogoče nekoliko starejša, zaposlena oziroma popoldanska, zvečer spet druga ...« (prav tam). Voditelj E (2015) zato prilagajanje svoje vloge povzema tako: najprej gleda na strukturo in logiko programskega pasu, seveda pa upošteva tudi poslušalce na drugi strani.

Na vprašanje, kakšna sta sploh pomen in namen interpretiranja, intervjuvanci odgovarjajo, da voditelj (agencijskim) novicam dodaja svojo interpretacijo ravno zato, ker je njegova vloga drugačna, predvsem pa ni informativna. »Mi informacije posredujemo v kopici drugih oblik, v novicah, informativnih oddajah,« pravi urednik B (2015). Poudarek je na drugih vlogah, informacija ni na prvem mestu. Voditelj mora predvsem »odpirati miselne tokove, izpostavljati različne zorne kote, pluralizirati naše glave v smislu: »Pa saj na to nisem nikoli pomislil!« ali pa »Jaz se pa s tem ne strinjam!« Je pač negativna identifikacija, ampak še vedno je nekdo odprl drug zorni kot, ampak s tem ni popolnoma nič narobe« (urednik B 2015). S pluralizacijo mnenj se odpirajo novi pogledi in samo to je pot k napredku. Namen interpretiranja je tudi, »da poskušaš nekaj povedati na relativno nevsiljiv in zanimiv način, da nekoga predramiš, da dodaš nekaj, kar vodi k premisleku, in se kakšno stvar dodatno pretehta« (voditelj F 2015). Gre za »voditeljevo aktivnost, za spodbujanje čustvenih odzivov, zgolj prijetno preživljanje jutranjega časa, zgolj dodatne informacije ob neki glasbi ali razmišljanje že z moje strani, včasih zgolj popestritev nekega trenutka«, pravi voditelj (voditelj E 2015). »Lahko je to nek nasmeh poslušalca, ko se zjutraj vozi, ali pa nasmešek ob neki

ironiji, besedni igri« (prav tam). Tudi voditeljica na Valu interpretira z namenom, da ne bo poslušalec na drugi strani rekel: »Kaj pa mene to briga?« Od voditelja se zahteva velika informiranost, in »ker ima toliko več informacij, pride na nek način pravica do komentiranja. Interpretacija je vredna, če prihaja od nekoga, ki ima več informacij kot ti. V tem je vrednost. Zato se mi zdi tudi to del novinarstva. Bi moralo biti« (voditeljica D 2015).

4.2.3 Kdaj interpretirati? »V jutranjem pasu je interpretacija načrtno najmočnejša«

Seveda pa obstajajo teme, ki zahtevajo več zadržkov pri interpretiranju, na primer »ko gre za posebno ranljive družbene skupine« (urednik B 2015), »kar se tiče tragedij, naravnih katastrof, smrti« (voditeljica D 2015), »če me doleti, da bom moral prekiniti nek normalen programski tok zaradi izredne novice, če gre tukaj za nek potres ali neko hudo nesrečo na avtocesti ali kakšno tragično smrt, za domovino posebne osebe« (urednik B 2015). Eden od vprašancev pravi, da je pri vseh temah zelo strog do sebe: »Nekateri bodo temu rekli samocenzura, jaz pač temu rečem odgovornost, odgovornost do poslušalcev v prvi vrsti, do medija, na katerem delam, delo na javnem radiu zahteva določene meje« (voditelj E 2015). Bolj kot do posameznih tem goji neka splošna merila, ki jih pri vseh temah in načinu upovedovanja določenih temah upošteva. So stvari, »ki jih je treba samo prenesti v eter. Za to se odločiš že na podlagi izkušenj ali ti pa urednik reče, da je nekaj treba samo povedati« (voditeljica D 2015).

To, da nekaterih tem voditelj ne interpretira, nikakor ne pomeni, da se o njih ne sme govoriti. »Seveda se ne poslužuješ interpretiranja, ko gre za morebitno škodo kategorijam ljudi, ki praviloma v izhodišču nimajo ne družbene moči ne dostopa do medijev. Recimo, da so to ustavne kategorije, ki so posebej zaščitene, ali pa otroci. Tam velik klicaj. Ne pomeni, da se o teh skupinah ne sme govoriti. Nasprotno. Ampak tam morajo biti tipalke voditelja vendarle bolj izpostavljene oziroma na preži, tudi senzibilnost mora biti bistveno boljše. Ni absolutnih prepovedi, o tem se ne sme, o tem ne bomo. Ampak pri nekaterih stvareh, ki pa so lahko boleče [in zadevajo] že tako in tako bolj izpostavljene skupine, mora biti bistveno bolj pozoren« (urednik B 2015).

Kar voditelj vodi pri tem, kakšno naj bo razmerje med kopiranjem agencijskih novic in njihovim interpretiranjem, je »prava mera« (voditelj E 2015). Kaj to pomeni, skuša ugotoviti

vsakič, ko vodi radijski program: »Gre bolj za stvar presoje, kolikor je to pač izmuzljivo – občutka, trenutka, ko sem za mikrofonom« (prav tam). Kopiranje agencijskih novic pa voditeljica D vidi kot »blazen problem, ker se samo kopira najprej od piarovcev, potem na STA-ju« (2015). Dodaja, da je pomembno, da navedeš vir, da poskušaš uporabljati čim manj njegovih besed ter da skušaš novico povedati s svojimi besedami.

Kar zadeva jutranji programski pas, odgovorni urednik na Valu 202 (urednik B 2015) pravi, da ta čas ne samo, da dopušča več interpretiranja, ampak ga celo zahteva. »Najbolj avtorski in najbolj v tem prav voditeljskem smislu voden program je dejansko jutranji program« (prav tam). Kot pojasni, čez dan (razen morda po 16. uri v »voznem pasu«) tega izrazito avtorskega vodenja niti ne pričakujejo ali pa ga niso spodbujali. Na jutranji pas je vezana tudi naslednja želja: da izpostavijo in personalizirajo voditeljske like radijske osebnosti. »Prvič, to je jutranji prime time, se pravi najbolj poslušan termin, in tudi logika tega termina je specifična. Saj zakaj pa ima velika večina komercialnih radijskih postaj jutro vezano na enega ali pa celo na dva voditelja?« (urednik B 2015) Prek voditelja ali voditeljskega para se po njegovem prepričanju vzpostavlja neka višja stopnja identifikacije poslušalcev z voditelji. »Ne samo biti posrednik informacij, morda izobraževalnih vsebin in podobno, pač pa je tu pomembna tudi ta avtorska, komentirana in interpretativna vloga voditelja. Drži, da je v jutranjem programu najmočnejša. In tudi načrtno najmočnejša« (urednik B 2015).

4.2.4 Profil voditelja: »Dober voditelj pusti svoj osebni pečat«

Dober radijski voditelj je vedno izrazit »unikat, nikoli replika«, zato morajo po besedah odgovornega urednika »kot radijska postaja dopustiti, da se bo nekdo našel in razvil v neki smeri v samosvojega voditelja«(urednik B 2015). Stila interpretiranja mu ni nujno treba prilagoditi radijski postaji. Četudi voditelj nima kilometrine, lahko z vodenjem poskusi v drugem terminu, kjer ne bo toliko izpostavljen. Seveda pa jim uredniki dajo vedeti, »koga želijo nagovarjati, kakšen je format programa, kako je zasnovan, konec koncev tudi, koga [se nagovarja] v določenem programskem pasu. Ni enako, če vodi nekdo programski pas od 6h do 10h zjutraj ali pa od 13h do 16h ali pa od 21h do 24h. Tu je prioriteta ta ciljna skupina« (urednik B 2015).

Eden od voditeljev v vseh letih, odkar dela na Valu 202, ni čutil nobenih pritiskov s strani urednikov in odgovornega urednika, kadar je pri vodenju programa informacije pospremil z

interpretacijo. »Nikoli mi ni nihče rekel, da o čem ne smem govoriti, niti mi niso rekli, da bi moral kako drugače kaj povedati o določeni stvari, osebi« (voditelj E 2015). V pogovorih z uredniki se pogovarja izključno o splošnih izvedbah jutra v smislu samega nastopa, dinamike in pogostosti nagovarjanja, o rubrikah, tudi o stiku s poslušalci (kako kaj izvesti, da bo stik izpadel bolje), o tem, kako izbrati teme, kako spodbuditi poslušalce, da se bodo odzvali in poklicali. Zaradi svoje interpretacije in subjektivnosti pa nikoli ni imel nikakršnih problemov ali bil deležen omejevanja s strani nadrejenih, »kar je lahko po svoje minus«, če to pomeni, da si premalo provokativen oziroma si premalo dovoliš (voditelj E 2015). Tudi drugi voditelj ni čutil nobenih negativnih pritiskov, kvečjemu pozitivne. Dodaja: »Je razlika, ali ti pritiskaš, ker si pritisnjen, ali pa zato, ker pritiskaš z neko vizijo, kako izboljšati program. Če seveda to vizijo usklajuješ s sodelavci, kar se mi zdi, da se tu na Valu zelo dobro dogaja. Zato ne dojemam tega kot oblike pritiska. Recimo: ne o tem poročati, ker je to politično občutljivo, na to nisem nikdar reagiral ali pa naletel. Seveda je bil v preteklosti tudi tak incident, ampak že dolgo časa ne« (voditelj F 2015). Da je bilo veliko pritiskov v preteklosti, pravi voditeljica, »v zadnjem času pa ni bilo nekih hudih« (voditeljica D 2015). Njeni komentarji so sprožili nekaj kritik v smislu: »O, saj si čisto neumna, kako lahko to rečeš.« Predvsem je šlo za politične interpretacije, ki pa so sprožile pravzaprav sekundaren odziv: »Ni bil odziv na to, kar sem rekla v eter, ampak se je na to odzval članek ali kakšen časopis. Ko je urednik to videl, ni bil več zadovoljen. Očitno imajo tudi uredniki težave s temi pritiski« (voditeljica D 2015). Je tudi že slišala od urednice, da »ni treba tega komentirati«. Interpretiranje ni nekaj, kar se spodbuja, doda. Odgovorni urednik pravi, da so že imeli primere, ko je šel voditelj s svojo interpretacijo predaleč oziroma ko se je del javnosti zelo močno ali kritično odzval na nek drobec iz njihovega radijskega programa. »Take primere smo temeljito predebatirali, zakaj so šli predaleč, in so bila mnenja deljena. Eni so bili še bistveno bolj strogi do tega kot jaz, nekateri pa [so bili mnenja], da je to povsem dopustno« (urednik B 2015). Izrečeno je treba umestiti v (splošni družbeni) kontekst. V Sloveniji po mnenju odgovornega urednika nismo vajeni res izrazitega komentiranja in interpretiranja sveta, realnosti, novic in dogodkov, zato je že majhno odstopanje velikokrat označeno kot hud prekršek. »Za politika so te limite in meje zelo ozke, če so oni predmet govora, kritike, interpretacije, napada, če želite. Pa tudi če mi ne želimo napadati in nekdo nekaj kritično pripomni, ima politik zelo ozko polje in malo tolerance do tega, kar je sprejemljivo, zlasti seveda na javnem radiu, ker je to javni in ga vsi plačujemo in ne smemo delati milijon stvari. Pri ljudeh, ki pa vendarle razumejo medije in družbo, pa boste težko našli večino, ki bi označila to kot nedopustno« (urednik B 2015). Bistveno je, da je pri voditeljevi interpretaciji moč zaznati neko družbeno poanto. Splošno

dojemanje javnosti, kaj in kako komentirati, je velikokrat bistveno bolj omejeno kot pri medijih.

Če bi se lotili definicije dobrega voditelja, bi v teoriji šlo za skupek treh pglavitnih kompetenc, pravi odgovorni urednik (urednik B 2015): govorne, jezikovne in vsebinske. Pri govorni izpostavlja sposobnost artikuliranja glasov in obvladanje tega govornega procesa, medtem ko z jezikovno kompetenco voditelj pokaže, kako dobro je podkovan v jeziku, v katerem govori, zelo dobrodošlo je tudi znanje tujega. »Vsebinska pa pomeni, da ima predvsem izrazito, močno samokritičnost, da se vedno prevprašuje, koliko ve, se pravi, kako močen je pri vsebini, ki jo podaja, in da se zaveda, do kod seže vsebinsko v poznavanju tistega, o čemer govori« (urednik B 2015). Boljši kot je preplet teh treh kompetenc, večja je verjetnost, da bo radijski voditelj boljši. Ne sme pa se pozabiti na značajske lastnosti, na osebnostni profil, »ki je lahko tak in drugačen, ni pa nujno, da je odločilen, daje pa velikokrat tisto sol, tisto začimbo nekemu radijskemu voditelju« (urednik B 2015). A ravno zato, ker je vsak voditelj (p)oseben, je težko najti skupne imenovalce, čeprav kot iz prakse ugotavlja odgovorni urednik Vala 202, »ima nekdo nastavek za to, da bo potencialno dober voditelj, tako da ima odnos do stvari, sveta, stvarnosti, družbene realnosti, do ljudi, dogodkov, aktualij, novic, tudi do sebe. Kar pomeni, da mora dobro opazovati vse, kar se dogaja okoli njega, z njim, z drugimi, z družbo, da mora biti nujno radoveden, da se ne ustavi pred tem, ko spoznava neke stvari, in da zna te stvari učinkovito in na svoj način ubesediti. To je tista zadnja pika na i, ko da svoj osebn(ostn)i pečat, da je nekdo morda ciničen, nekdo bolj zabaven, nekdo želi biti lahkoten, a še vedno vsebinsko poln« (urednik B 2015). Vse te novice, ki jih interpretira z nekakšno kritično dimenzijo v svoji glavi, mora seveda tudi posredovati na nek specifičen, mediju in ciljnemu poslušalstvu primeren način. A končnega zagotovila, da bo iz vse te mešanice nastal dober voditelj, ni. »Neka kemija, ki je verjetno nihče ne zna z gotovostjo definirati, se očitno zgodi še prek mikrofona in do poslušalca. Zato morda nekdo presenetljivo vzcveti potem, ko je v etru. Je pa tudi seveda odvisno od tega, katero javnost nagovarja, kako se potem javnost odziva na to in kako specifičen je tudi glede na ponudbo, ki jo radio z voditelji ponuja« (urednik B 2015).

Voditeljica D (2015) na Valu 202 pravi, da novinarska praksa glede tega, kakšen mora biti radijski voditelj, pravzaprav »nastaja spontano«. Kot primer dobrega voditelja je sicer podala konkretno ime (Miha Šalehar). »Zdaj, kaj to pomeni, pa pravzaprav nimamo niti v redakciji čisto razdelano. Kar se mene tiče, to pomeni, da dobro komunicira s poslušalci, zna stvari

podajati na nek zanimiv način. Ima neko kilometrino in širino« (voditeljica D 2015). Voditeljica k razpravi sicer doda, da prakso določa tudi sama narava radia, pa tudi osebnosti, ki vodijo program, čeprav se vse malo spreminja s klimo. »Pred 10 leti se je drugače gledalo, kaj je dober voditelj. V ospredju je bil bolj glas, izgovarjava in te stvari. Danes so druge stvari pomembne« (prav tam).

Da narava radijske postaje vpliva na to, kakšen mora biti voditelj, se strinja tudi Valov odgovorni urednik. »Bolj kot je jasno, kaj želi radijska postaja na trgu oziroma v družbi delati, ciljati, bolje je« (urednik B 2015). V teoriji obstajajo nek format radijske oddaje, ciljna skupina, slog, a vse to morajo izvesti uredniki, zlasti tisti, s katerimi imajo voditelji največ komunikacije in ki tudi predlagajo, da naj bodo le-ti npr. bolj provokativni, mogoče malo manj mili v nekem terminu. A vedno je vse povezano z voditelji, saj si želijo, da so samosvoji in avtorski. Sicer ne bi bilo nič narobe, če bi imeli napisane smernice za vodenje radijskega programa, a jih nimajo, še doda.

Ne samo praksa, dobrega voditelja delajo tudi »naključje, verjetno tudi izbor urednikov, koga vzeti in na kakšen način nove kadre, ki prihajajo, izoblikovati« (voditelj F 2015). V širšem »cehovskem prostoru« se vzpostavljajo tudi merila na podlagi poslušnosti in priljubljenosti. Čeprav se mu zdi, da znotraj celotnega javnega RTV-servisa premalo delajo na tem, kakšen mora biti voditelj, pa je »tega na radiu mogoče malo več. Točno se ve, kakšni so profili prvega oziroma tretjega programa in Vala 202« (voditelj F 2015).

Na način vodenja vpliva tudi kultura oziroma klima radia. »Vsakdo, ki pride, ve, kaj ostali počnejo, kaj so ostali počeli pred nami, in že s tem so ti podane neke smernice, oziroma bolj, neki okviri, znotraj katerih se gibati« (voditelj E 2015). Tudi na tem mestu ne gre brez primerjave s komercialnimi radijskimi postajami. »Val kot javni radio se seveda razlikuje od komercialnih. Za Val, na primer, velja, da ima zahtevno publiko, zahtevne poslušalce. To je tudi precej dobra usmeritev za voditelja« (prav tam). Formalni okviri v smislu »tukaj imaš list, 10 strani, A4-format« ne obstajajo, čeprav voditelj meni, da morajo obstajati kaki notranji dokumenti RTV-ja. Doda še, da se o smernicah Vala pogovarjajo na sestankih in srečanjih jutranjih voditeljev, na delovanje voditelja vplivajo tudi »zgodovina Vala 202, zdajšnje razmere, tehnološke, družbene in tako naprej. Vsa ta mešanica pride v ozir, da se potem točno to sliši v programu Vala 202« (voditelj E 2015).

4.2.5 Odnos in komuniciranje z občinstvom: »Odziv pomaga pri dvigu samozavesti«

»Skozi leta vodenja razviješ nek osebni pristop, osebni odnos že do samega mikrofona« (voditeljica D 2015). Številne ure v etru dajo lahko voditelju občutek domačnosti, kar vpliva na njegovo interpretiranje. »Zajemaš iz nekega svojega imaginarija, ki ga imaš v glavi, velikokrat kaj tudi povežeš, kar ni takoj povezano. Stvari ne poskušaš podajati na prvo žogo« (prav tam). Gre pa sodobni radio v smer tega, da voditelji s poslušalci komunicirajo bolj prek družabnih omrežij oziroma da je ta komunikacija čim bolj obojestranska. Družbena omrežja so dobrodošla predvsem zato, ker voditelju – poleg kakšnega klica v program – dajo občutek, da je nekdo sprejel njegovo interpretacijo. »Bodisi pozitivno bodisi negativno, skratka, da se odziva. Velikokrat si nekaj povedal v eter, pa nisi imel občutka, ali je kdo povedano sprejel. Pač, poveš v mikrofoni, gre v eter. Ni bilo neke povratne informacije« (voditelj E 2015). Zaradi tega je bil prisoten občutek praznosti, ki se je razblinil ravno z družbenimi omrežji. »Naj bo to retvit, naj bo to nek odziv, zvezdica. In tudi tovrsten odziv mogoče pomaga pri neki samozavesti, pri nekem zavedanju, da vendarle nekdo na drugi strani, ki je neviden, obstaja. Saj smo vedeli že prej, saj veš, kolikšna je poslušnost, a s temi dodatnimi kanali je ta občutek, da je nekdo tam, še bolj prisoten« (voditelj E 2015). »Ta odziv je lepo videti. Lepo je videti, če se informacije širijo« (voditeljica D 2015).

Občinstvo se pogosto odziva na voditelje, »zlasti na tiste, ki gredo v tej voditeljski vlogi pravzaprav najdlje, ki so jo zelo dobro ponotranjili. Ti so res pravi voditelji programa, so tudi najbolj bodeči, izpostavljeni, provokativni in na te dobivamo redno kritiko, tako pozitivno kot negativno« (urednik B 2015).

Voditeljica D (2015) nima v mislih nikoli konkretnega poslušalca, saj ima premalo informacij o njem. »Imam pa vedno pred očmi, da moj poslušalec ni neumen, da ga pač ne podcenjujem, da bo razumel marsikaj.« Tudi drugi vprašanec (voditelj F 2015) svoje vloge voditelja ne prilagaja glede na vrsto poslušalcev, ki spremljajo Val 202. »Nimam v mislih vrste poslušalcev, to bi bilo grozljivo, če bi razmišljal, komu vse grem ali ne grem na živce. Vem sicer, da poslušalci Vala 202 niso poslušalci Radia 1. Jasno je, da si vsak voditelj priredi neko sliko, komu in na kak način govori, ampak se mi zdi, da tega ne upoštevam« (prav tam). Sam poskuša delati v slogu, za katerega se mu zdi, da bi bil všeč njemu kot poslušalcu.

4.2.6 Družbena odgovornost: »Voditelj je vest družbe«

Vloga radijskega voditelja je »obveščanje, informiranje, povezovanje programa, tudi komentiranje« (voditeljica D 2015), »postavljanje nekega, predvsem kritičnega odnosa v navednicah stvarnosti, komentiranje vsakodnevnih družbenopolitično aktualnih dogodkov, deloma predvsem zaradi neke zabavne funkcije« (voditelj E 2015). Humor, kot pojasnjuje voditelj (prav tam), je v tem primeru orodje, kako to stvarnost ocenjevati, jo komentirati, interpretirati in podajati. A vloga voditelja je predvsem v »odzivu na neko aktualno dogajanje na način, da mogoče poskušaš pri poslušalcu spodbuditi nek *klik*, pa naj bo to smeh ali pa razmišljanje o stvareh« (voditelj E 2015).

Ker je Val 202 del javnega medijskega servisa, ki je v lasti javnosti in le-tej odgovarja, je po besedah voditelja F »smiselno tudi v tej smeri razmišljati o vlogi voditelja«. Če pa bi jo opredeljeval zgolj skozi prizmo ekonomije, pa bi bil »to samo in zgolj en tak suspenz obveščanja in zabavanja« (2015). Vlogo voditelja je treba opredeliti glede na nek lasten sistem vrednot in glede na lastno razlago, kaj in na kakšen način bi moral javni servis sporočati, meni voditelj (prav tam). Gre torej za povsem osebno interpretacijo. »A reciva, da je neko osnovno in zelo široko vodilo, da si nikdar ne bi dopustil implicitno ali eksplicitno propagirati neke ideje, za katero ne stojim« (voditelj F 2015).

Odgovorni urednik Vala 202 vloge voditelja nikakor ne podcenjuje, prej nasprotno – vidi jo kot zelo pomembno (urednik B 2015). Radijski voditelj namreč ni samo zrcalo družbe, je tudi njena vest, saj zaznava stvari, o katerih se povprečni prebivalec morda niti ne sprašuje (prav tam). Z dodatnega (tudi lastnega) zornega kota opazuje stvari in tako odpira vprašanja, javne debate in razmišljanje (urednik B 2015). Prej naštetu je »ena oblika vesti družbe. Se pravi, če je treba, jo pograja, pohvali, zbode, sprosti, užalosti, razjezi. To je vse vloga voditelja« (prav tam). Družbo provocira in spodbuja k razmišljanju, da bo samo sebe ovrednotila, da bo pozorna, kam je morda zašla. A tu ni mišljena samo družba, ampak tudi njen segment, lahko tudi konkreten človek (npr. politik, gospodarstvenik).

Odzivanje na aktualno dogajanje, natančneje dogodke, ki se »zdiyo vredni odziva na takšen ali drugačen način znotraj javnega medija«, in njegovo vrednotenje sta primarni vodili pri udeleževanju vloge radijskega voditelja za enega izmed intervjuvancev (voditelj E 2015). Voditeljica F (2015) spremlja različne vire informacij (STA, tuje tiskovne agencije), in ko

naleti na novico, za katero se ji zdi, da bi bila zanimiva za poslušalce, jo poskusi spraviti v eter. »Zdaj, verjetno je ravno to vloga voditelja, da novico na nek način zapakiraš oziroma pripelješ v eter, da ne pade kot z neba.«

Intervjuvanci so izpostavili tudi pomen komuniciranja med različnimi sodelavci na radiu. Odgovorni urednik meni, da »se malokdaj v uredništvih voditelji med sabo, uredniki ali pa celotne ekipe sprašujejo o tem, kakšen učinek ali pa vpliv ima oz. bi ga lahko imel oz. bi ga moral imeti dober radijski voditelj« (urednik B 2015). Tudi voditeljica D (2015) poudarja: »Tako in tako premalo govorimo o vodenju v sami redakciji, da bi sploh bile postavljene neke norme, kaj je dobro vodenje programa, kakšne so smernice in kakšni so sploh programski cilji v tem, kaj bi želeli doseči z vodenjem.«

Vloga voditelja je svobodnejša od vloge novinarja (voditeljica D 2015), kar potrdi tudi odgovorni urednik na Valu 202: »Voditelja ne razumemo kot novinarja, ne želimo ga razumeti kot novinarja in ga tudi ne smemo razumeti kot novinarja, zato je ločnica med tem« (urednik B 2015). A realnost je taka, da dovršen del voditeljev nastopa v obeh vlogah, kar se odgovornemu uredniku zdi problematično. »Zaradi tega, ker v vlogi novinarja preprosto ne moreš izstopati, imaš zelo postavljene meje in postulate objektivnosti, medtem ko je pri voditelju ta logika zrcalno nasprotna. Pri slednjem želimo imeti osebno, komentirano, a utemeljeno noto« (urednik B 2015). Tudi eden od vprašancev ima svoje voditeljsko delo za komentatorsko, kar pa ne pomeni, da kot voditelj ni informativen: »Kot voditelj moram na primer napovedati prispevke novinarjev. Kot voditelj lahko preberem tudi neko povsem informativno zadevo tipa ‚Krvodajalska akcija bo takrat in takrat, policija išče tega in tega‘« (voditelj E 2015). Ne samo, da je, voditeljsko gledano, bolj komentator, meni, da se od njega po eni strani to celo pričakuje. »Tudi sam gledam na ta prostor, ki mi je dan, ta radijski čas v etru kot na neko priložnost, da notri pustim del sebe. Se pravi, da vrednotim dogodke, se nanje odzivam na način, ki se mi zdi primeren. Pri vodenju programa sem absolutno subjektiven« (voditelj E 2015). Sam se zaveda problematike tega, da je deloma novinar napovedovalec, deloma novinar interpret, a hkrati verjame, da poslušalci že sami vedo, kaj pričakovati v določenem programskem pasu in od določenega voditelja v določeni vlogi.

5 Diskusija

Ugotovitev Miloša Ivančiča (2012, 28), da »komentatorska funkcija radia, ki pomeni razlaganje, povezovanje in analiziranje, ni omejena samo na komentarje kot žanr, ampak se prepleta skozi program ter se pri sodobnem radiu ne zmanjšuje«, sovпада z rezultati študije na Prvem programu in Valu 202, pri čemer je to bolj izrazito pri slednjem. S svojim delom voditelj »služi javnosti in njenemu interesu« (Deuze 2005, 447), zato »je smiselno tudi v tej smeri razmišljati o vlogi voditelja« (voditelj F 2015). Ta ideal javnega servisa pa voditelji uporabljajo za legitimizacijo interpretativnega načina poročanja in vodenja (Deuze 2005, 447). Ta način vodenja po prepričanju odgovornega urednika na Valu spodbujajo, saj je zaželen, medtem ko odgovorna urednica na Prvem besedo interpretacija dojema kot »avtorstvo« (urednica A 2015).

Čeprav so funkcije novinarskih besedil po Koširjevi (1988) ločene glede na odsotnost oziroma prisotnost avtorja v tekstu (tj. informativna in interpretativna), spremembe v novinarstvu kažejo, da je ta ločnica zamegljena. Tudi intervjuvanci s Prvega programa in Vala 202 pozdravljajo to hibridizacijo, saj se z njo »popestri program, pa tudi inteligenco s tem pokažeš« (voditeljica C 2015). Posledica voditeljevega prepletanja informiranja in interpretiranja pri poslušalcih naj bi bilo »odpiranje miselnih tokov, izpostavljanje različnih zornih kotov in skrb za pluralizacijo mnenj« (urednik B 2015), navsezadnje pa interpretacija tudi »opredeljuje voditelja in njegov prepoznavni stil« (voditelj F 2015). Vsekakor pa ne gre za »lahak posel« (voditelj A 2015).

Voditelji z obeh radijskih programov sicer pravijo, da se poslužujejo interpretativnega načina vodenja, a iz poglobljenih intervjujev je zaznati, da je tega več na Valu 202 oziroma da ga na Prvem primanjkuje; ena izmed intervjuvank je politiko interpretiranja na Prvem opisala kot »neopredeljeno, umirjeno« in meni, da »so voditelji na tej radijski postaji nevtralni pri podajanju novic« (voditeljica C 2015), tudi drugi intervjuvanec s Prvega je dejal, »da je v naših programih morda celo premalo te osebne note in osebne pečata voditelja« (voditelj A 2015). Tu se poslušalci bolj kot nad interpretacijo voditelja pritožujejo nad izbiro gosta in teme, medtem ko se na Valu pogosto odzivajo na voditelje, »zlasti na tiste, ki gredo v tej voditeljski vlogi pravzaprav najdlje, ki so jo zelo dobro ponotranjili. Ti so res pravi voditelji programa, so tudi najbolj bodeči, izpostavljeni, provokativni in na te dobivamo redno kritiko, tako pozitivno kot negativno« (urednik B 2015).

Voditelji in odgovorna urednika na 1. programu Radia Slovenija in Valu 202 ne podcenjujejo družbene vloge voditelja, ki pa jo razumejo kot drugačno od novinarjeve – ta je predvsem v informiranju. V zvezi z njo se pričakovano omenjajo jezikovna vloga, pripovedovanje zgodb in iskanje stika s poslušalci, predvsem pa, »da daš en del svoje osebnosti v program« (voditeljica B 2015). Ugotavljajo podobno kot Manca Košir, da so voditelji »interpreti sveta« (1988, 12).

Tako kot vsi novinarji imajo radijski voditelji v »novinarskem procesu prepoznane prevladujoče vloge, iz njih izhajajočo odgovornost in specifično stališče pri interpretiranju družbenega dogajanja« (Vobič 2009, 23). Interpretacija je odgovorno delo, ki vpliva tudi na odnos med poslušalcem in voditeljem, se zavedajo na Prvem in Valu 202. Izbor tem, o katerih govorijo v etru, je raznovrsten, poudarjajo pa radi, da določene teme, kot so novice o smrti, naravnih nesrečah ali ranljivih družbenih skupinah, zahtevajo posebno mero občutljivosti, česar pa ne smemo videti kot samocenzure. Tudi zaradi tega interpretiranje, ki ne sme zaiti v smer manipuliranja in sovražnega govora, zahteva razgledanega, izobraženega, izkušenega in avtorsko zrelega voditelja.

S prepletanjem informativne in interpretativne funkcije voditelji novice umestijo v kontekst, saj izberejo določene vidike zaznane realnosti ter jih naredijo opazne in vidne v komunikacijskem tekstu, tako da izpostavljajo določen problem ali moralno evalvacijo (Pander Maat in de Jong 2013, 353). Voditelj na Prvem tako izpostavlja misel Grega Repovža: »Če nimaš mnenja, prosim, odidi iz novinarstva« (voditelj A 2015). Kot razmišljajo vprašanci, se prek interpretacije odpirajo miselni toki, izpostavljajo različni zorni koti in pluralizacija mnenj. Način, kako mediji prenašajo novice, lahko vpliva na razmišljanje javnosti (Alo in Oluremi Ajewole-Orimogunje 2013, 113).

Interpretacija pa nima le zabavne funkcije oziroma ni le popestritev nekega trenutka, temveč spodbuja tudi čustvene odzive pri poslušalcih. Voditelj naj bi bil ves čas aktiven s svojim razmišljanjem, saj je lahko nenehno kopiranje agencijskih novic, ki jih posreduje v eter, »zastrašujoče« (voditeljica C 2015) in »blazen problem« (voditeljica D 2015). Predvsem za poslušalce lahko govor izpade suhoparen, če je zgolj skopiran. Interpretacija pa ima neko dodano vrednost, voditelj lahko s tem pokaže tudi svojo inteligenco.

Novo spremembe v uredništvih ponujajo izhod iz binarne paradigme objektivnosti (tj. da novinarji podajo obe strani zgodbe) v zameno za kompleksnejše ali večdimenzionalno branje dogodkov (Deuze 2005, 456). Novodobna objektivnost tako nudi etično evalvacijo in interpretacijo, ki izvira iz konkretne situacije in je specifična za medij (Blaagaard 2014, 2080). Kot pojasnjuje voditelj na Prvem: »Napačna se mi zdi odločitev, da novinarji izpolnjujejo kriterij objektivnosti na način, da v pogovor v studio povabijo predstavnika leve in predstavnika desne politične opcije« (voditelj A 2015). »S tem se nismo nujno čisto nič približali resnici« (urednik B 2015).

Medtem ko so voditelji in odgovorna urednica na Prvem podali zelo široko definicijo objektivnosti (celovito predstavljanje okoliščin, resnicoljubnost, neopredeljenost, dobra informiranost, ločitev mnenj od dejstev, tudi uravnoteženost), so bili na Valu zelo kritični do tega pojma, češ da gre »za en tak izmislek zadnjega časa« (voditelj F 2015) in da »služi temu, da si bolj utišan na nek način« (voditeljica D 2015). Glede na definicije, ki so jih podali za normo objektivnosti, pa je le ena izmed 8 intervjuvancev dejala, da radijski voditelj ne bi smel slediti tej normi. Hibridizacija informativne in interpretativne funkcije je sicer postala stalnica na izbranih radijskih postajah, pretežno na Valu 202, medtem ko je na Prvem zaenkrat še »primanjkuje« (voditelj A 2015).

Voditelji morajo imeti vedno več veščin, »spopadajo se z novimi tehnologijami, organizacijskim prestrukturiranjem in novimi okusi s strani občinstva ter posledično preoblikujejo svoje delovne navade in normativne ideale« (Kantola 2012, 606). Intervjuvanci so omenjali tudi odnos z občinstvom. »Vse, kar počnemo, je namenjeno poslušalcem« (voditelj A 2015). Komuniciranje s poslušalci prek družabnih omrežij pa predvsem daje občutek, da je voditeljevo interpretiranje sprejeto in da je nekdo na drugi strani radia, ki je sicer neviden, prisoten.

Poleg poslušalcev pa na njihovo vodenje vpliva tudi jutro, ki je eden pomembnejših programskih pasov in »diamant radijskega programa« (voditeljica B 2015), so si enotni intervjuvanci na obeh radijskih postajah. Ta pas velja za najbolj avtorskega, poslušalci se hitreje identificirajo z voditeljem, ki »se zbuja skupaj z ljudmi« (prav tam). Na jutranji pas je vezana tudi želja, da izpostavijo radijske osebnosti, kot je to trend predvsem na komercialnih radijskih postajah, ki pa zaenkrat ostaja še neizpolnjena, kar naj bi bilo povezano predvsem »s kadrovske težavami« (urednik B 2015). Ena od intervjuvank ugotavlja, da je bil nekdanj pri

voditelju pomemben predvsem njegov glas, danes pa so pomembne druge stvari, tudi osebnost. Ta je eden od dejavnikov, ki lahko prispevajo k izgraditvi dobrega voditelja, kar dokazuje, da je voditelj »vedno izrazit unikat, nikoli replika« (urednik B 2015); omenjajo se tudi jezikovne, glasovne in vsebinske kompetence. Velik vpliv imata tudi izkušnost in »kemija, ki je verjetno nihče ne zna z gotovostjo definirati in se očitno zgodi še prek mikrofona in do poslušalca. Zato morda nekdo presenetljivo vzcveti šele potem, ko je v etru« (urednik B 2015).

Westin (2005, 8) meni, da so razprave o medijih in njihovem podajanju informacij potrebne. Komuniciranje med različnimi ustvarjalci radijskega vodenja sicer poteka. Nekateri so ga ocenili kot dobro oziroma aktivno, drugi so dejali, da bi ga lahko bilo več, spet nekateri pa so ga označili kot negativno, saj »se v uredništvih voditelji med sabo, uredniki ali pa celotne ekipe malokdaj sprašujejo o tem, kakšen učinek ali pa vpliv ima oz. bi ga lahko imel oz. bi ga moral imeti dober radijski voditelj« (voditeljica D 2015). Ista voditeljica poudarja: »Tako in tako premalo govorimo o vodenju v sami redakciji, da bi sploh lahko bile postavljene neke norme, kaj je dobro vodenje programa, kakšne so smernice in kakšni so sploh programski cilji v tem, kaj bi želeli doseči z vodenjem« (prav tam). Tudi voditeljica na Prvem ni nikoli dobila odziva s strani nadrejenih, »mogoče zato, ker te interpretacije ni v izobilju« (voditeljica C 2015). Hkrati pa izpostavlja, da ni nekega pogovora oziroma povratnih informacij, vsaj ne glede dnevnega vodenja, »ki gre za razliko od jutranjega nekako mimo in se kar izgubi« (prav tam).

Razlika med voditeljem in novinarjem – prvi ima predvsem interpretativno vlogo, drugi informativno – obstaja, kaže analiza zbranih podatkov. Intervjuvanci izpostavljajo, da pogosto prehajajo med tema vlogama, predvsem zato, ker si ne na Prvem programu ne na Valu 202 »zaenkrat ne morejo privoščiti, da bi nekdo zgolj vodil program« (urednica A 2015). Želja obeh odgovornih urednikov je, da bi se določene ljudi zaradi njihove nadarjenosti vzgajalo le kot voditelje, saj »v vlogi novinarja preprosto ne moraš izstopati, imaš zelo postavljene meje in postulate objektivnosti, medtem ko je pri voditelju ta logika zrcalno nasprotna. Pri slednjem želimo imeti osebno, komentirano, a utemeljeno noto« (urednik B 2015). Navsezadnje voditelja ne razumejo kot novinarja, ga tako ne želijo in tudi ne smejo razumeti.

6 Zaključek

Eden od najpomembnejših odklonov novinarstva v zadnjih treh desetletjih je brisanje meje med informacijo in komentarjem (Abercrombie 1996; Letica 2003; Branston in Stafford 2010; Conboy 2014). Pregled literature (Duff 2000; Bonner 2003) nakazuje širši proces hibridizacije novinarskih žanrov, ki v sodobnem novinarstvu otežuje jasno ločevanje med prevladujočima informativno in interpretativno funkcijo. Ker pa radio – ki kljub tehnološkemu razvoju v medijski sferi v zadnjih letih in spremembam družbene vloge medijev še vedno predstavlja eno od osrednjih medijskih vozlišč političnega, kulturnega in zabavnega življenja sodobnih družb – za gradnjo pomena uporablja izključno zvok (od tod Crisellovo poimenovanje »slepi medij«), je radijski voditelj tisti, ki pomembno določa interpretacijske meje radijskega etra (Starkey in Crisell 2009). V magistrski nalogi smo se zato s študijo primera Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202 ubadali z vprašanjem, kako radijski voditelji v povezovanju programa prepletajo informiranje in interpretiranje ter kako razumejo vodenje radijskega programa. Razlog za izbor omenjenih programov kot raziskovalnega subjekta leži v tem, da so voditelji Prvega programa Radia Slovenija in Vala 202 del javnega servisa, ki zagotavlja dostop javnosti do množičnih komunikacijskih kanalov, služi javnemu interesu in oblikuje, odpira ter vzdržuje prostor javne razprave (Bašić Hrvatinić 2002, 6). Vidike hibridiziranih informacij in komentiranja v empiričnem delu naloge smo iskali na osnovi podatkov, pridobljenih s poglobljenimi intervjuji (6 voditeljev in odgovorna urednika obeh radijskih programov). Končne pridobitve smo povzeli in interpretirali glede na širše spremembe v novinarstvu v sodobni družbi.

V teoretskem delu naloge smo utemeljili raziskovalni pojav in se seznanili s spremembami v novinarstvu, kar lahko povežemo tudi s preoblikovanjem norme objektivnosti, ki danes v ospredje postavlja resnicoljubnost, ne nepristranskosti. Ta novodobna definicija se prepleta tudi z vodenjem radijskega programa oziroma voditeljem, ki v povezovanje programa vnaša interpretacijo. V empiričnem delu nas je zato zanimalo, kako se voditelji na Prvem programu in Valu 202 soočajo z interpretacijo in kako vidijo svojo vlogo.

Pri prvem raziskovalnem vprašanju nas je zanimalo, kako radijski voditelji v povezovanju programa na Prvem programu Radia Slovenija in Valu 202 prepletajo informiranje in interpretiranje. Slednje vidijo kot odzivanje na aktualno politično in družbeno dogajanje v

funkciji zabave, popestritve nekega trenutka in spodbujanja čustvenega odziva pri poslušalcih, izpostavljajo pa tudi problem kopiranja agencijskih novic, ki jih posredujejo naprej v eter. Iz odgovorov v poglobljenih intervjujih smo razbrali, da se interpretativnega načina vodenja poslužujejo voditelji na obeh radijskih programih, a hkrati si ga voditelji na Prvem želijo še več, saj naj bi ga bilo premalo. Študija tako nakazuje, da voditelji sledijo definiciji novodobne objektivnosti, »ki nudi etično evalvacijo in interpretacijo, ki izvira iz konkretne situacije in ki je specifična za medij« (Blaagaard 2014, 2080), in se oddaljujejo od politične oziroma strankarske logike dojemanja objektivnosti (ločevanje na desni in levi pol) v prid »kompleksnejšega ali večdimenzionalnega branja dogodkov« (Deuze 2005, 456). Kar nekaj intervjuvancev izpostavlja pomanjkanje komunikacije z nadrejenimi na temo interpretiranja, o učinkih, vplivu, smernicah in normah dobrega radijskega vodenja, tudi manko odziva na opravljeno dnevno vodenje.

Družbena vloga radijskega voditelja nas je zanimala pri drugem raziskovalnem vprašanju. Ugotovili smo, da jo jemljejo zelo resno in je ne podcenjujejo, saj interpretiranje po mnenju intervjuvancev zahteva razgledanega, izobraženega, izkušenega in avtorsko zrelega voditelja. Poleg jezikovne vloge, pripovedovanja zgodb in iskanja stika s poslušalci je ključno vključevanje osebnosti v program, ki je najbolj izrazito prav v jutranjem programskem pasu. Ta velja za (načrtno) najbolj avtorskega. Na jutranji pas je vezana tudi želja, da izpostavijo radijske osebnosti, kot je to trend predvsem na komercialnih radijskih postajah. Vlogo voditelja pa razumejo kot drugačno od novinarjeve – ta je predvsem v informiranju. Ravno zato jim ta vloga daje možnost ali pa celo od njih zahteva, da »ne berejo slepo agencijskih novic, ampak prek interpretiranja odpirajo zorni kot novice« (voditelj A 2015). To ostro ločevanje pomeni, da imajo kot voditelji drugačen pristop do objektivnosti kot v vlogi novinarja, in nakazuje, da ne obstaja enotna definicija norme objektivnosti za novinarski poklic.

Odgovorna urednika prehajanje med vlogo novinarja in voditelja utemeljujeta s tem, »da si zaenkrat ne morejo privoščiti, da bi nekdo zgolj vodil program« (urednica A 2015). Želja obeh je, da bi se določene ljudi zaradi njihove nadarjenosti vzgajalo le kot voditelje, saj »v vlogi novinarja preprosto ne moreš izstopati, imaš zelo postavljene meje in postulate objektivnosti, medtem ko je pri voditelju ta logika zrcalno nasprotna. Pri slednjem želimo imeti osebno, komentirano, a utemeljeno noto« (urednik B 2015). Navsezadnje, voditelja ne razumejo kot novinarja, ga tako ne želijo in tudi ne smejo razumeti.

Študija dveh radijskih programov nam sicer ponuja boljši vpogled v njuno delovanje, a zaradi (pre)majhnega števila preučevanih programov ugotovitev ne moremo posploševati (Flyvbjerg 2006, 225). Za boljše razumevanje vloge voditelja in uporabe interpretacije kot načina povezovanja radijskega programa bi bilo smiselno vključiti večje število radijskih postaj, tudi komercialnih. V nasprotju z javnimi mediji, ki »delujejo v interesu svojih uporabnikov« (Bašič Hrvatinić 2002, 16), pa stranke komercialnih medijev »niso občinstvo, ampak oglaševalci. Iz tega razloga je temeljna naloga komercialnih medijev priskrbeti oglaševalcem najširše možno občinstvo z najnižjimi možnimi stroški« (prav tam, 14). Zanimivo bi bilo ugotoviti, kako klasifikacija radijske postaje vpliva na odločitev voditelja o tem, kako bo dogodka, o katerih poroča, ubesedil. Navsezadnje ta njegova odločitev vpliva na to, kako ga bo poslušalstvo sprejelo, razumelo in interpretiralo.

Ker raziskovanje jezika v javni komunikaciji pomeni preučevanje dveh ravni, ki ju je nemogoče povsem ločiti, ravni besedila in ravni konteksta (Lengar Verovnik 2012, 41), v raziskovanje lahko vključimo konverzacijsko analizo, kot jo je v svoji študiji *Radijska dvogovornost: jezikovne izbire novinarjev* uporabila Tina Lengar Verovnik (2012). Uporabili bi jo za analizo dialogov med voditelji ter med voditelji in klicatelji, s čimer bi še razširili fokus. Transkripcija, kot jo uporablja konverzacijska analiza, ni zgolj reprezentacija govornega dialoga, temveč poskuša zajeti še relevantne prvine neverbalne interakcije, pa tudi prvine, kot so prekrivajoči se govor, premori v posameznih izjavah in med njimi, poudarki ipd. (Lengar Verovnik 2012, 41). S tovrstno analizo bi lahko iskali primere tradicionalnih novinarskih norm objektivnosti in odmike od njih. Na ta način »se ne bi ustavili zgolj pri slovničnih in drugih značilnostih besedila kot realizacijah abstraktnih entitet, temveč bi raziskovali in v interpretaciji upoštevali tudi okoliščine njihove rabe, komunikacijske namene, ki sploh motivirajo nastanek besedila ipd.« (Lengar Verovnik 2009, 786). Hkrati pa moramo opozoriti tudi na pomanjkljivost transkripcije. Vsaka transkripcija je tudi v najboljšem (najnatlačnejšem) primeru le delna in selektivna pisna reprezentacija govornega dogodka (Lengar Verovnik 2012, 49). Glede na namen raziskovanja pa je selektivnost pravzaprav že vgrajena v metodo: raziskovalec se odloči za tako raven transkripcije, ki najbolje ustreza njegovemu raziskovalnemu namenu (prav tam). Predvsem pa pri transkripciji ne moremo zapisati, na kakšen način in s kakšnim glasom je voditelj določeno besedo poudaril oziroma izgovoril.

7 Literatura

Abercrombie, Nicholas. 1996. *Television and Society*. Cambridge: Polity Press.

Akass, Kim in Janet McCabe. 2007. *Media Studies: Key Issues and Debates*. London: Sage.

Alo, Moses in Christiana Oluremi Ajewole-Orimogunje. 2013. Discourse strategies and ideology in selected radio lead news of Osun state Broadcasting Corporation, Nigeria. *The Southeast Asian Journal of English Language Studies* 19(2): 111–123. Dostopno prek: <http://ejournals.ukm.my/31/article/view/1227> (15. julij 2015).

Anstead, Nick in Ben O'Loughlin. 2011. The Emerging Viewertariat and *BBC Question Time*: Television Debate and Real-Time Commenting Online. *The International Journal of Press/Politics* 16(4): 440–462. Dostopno prek: <http://hij.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/16/4/440.full.pdf+html> (6. januar 2014).

Askehave, Inger in John M. Swales. 2001. Genre Identification and Communicative Purpose: A Problem and a Possible Solution. *Applied Linguistics* 22(2): 195–212. Dostopno prek: <http://edi-linguistics.ir/files/Genre-identification-and-communicative-purpose,Inger-Askehave.pdf> (12. avgust 2014).

Barnard, Stephen. 2000. *Studying Radio*. London: Oxford University Press.

Bašič Hrvatin, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis: Perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Mirovni inštitut: Ljubljana.

Blaagaard, Bolette B. 2013. Shifting boundaries: Objectivity, citizen journalism and tomorrow's journalists. *Journalism* 14(8): 1076–1090. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/1E76A979-3900-4B25-A8C8-74AB8EF74E96/FinalDownload/DownloadId-7D870E44B67B23B57256B0427767A396/1E76A979-3900-4B25-A8C8-74AB8EF74E96/content/14/8/1076.full.pdf> (9. april 2015).

Bonner, Frances. 2003. *Ordinary television*. Thousand Oaks: Sage.

Branston, Gill in Roy Stafford. 2010. *The Media Student's Book*. London: Routledge.

Brewin, Mark. 1999. The Interpretive Community and Reform: Public Journalism Play Out in North Carolina. *Journal of Communication Inquiry* 23(3): 222–238. Dostopno prek: <http://jci.sagepub.com/content/23/3/222.full.pdf+html> (26. april 2014).

Bryman, Alan. 2008. *Social Research Methods*. Oxford: University Press.

Cammaerts, Bart. 2009. Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces. *International Journal of Cultural Studies* 12 (6): 555–75. Dostopno prek: [http://eprints.lse.ac.uk/27895/1/Radical_pluralism_and_free_speech_in_online_public_spaces_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27895/1/Radical_pluralism_and_free_speech_in_online_public_spaces_(LSERO).pdf) (6. januar 2014).

Campbell, Cole C. 1999. Journalism as a Democratic Art. V *The Idea of Public Journalism*, ur. Theodore L. Glasser, xiii-xxx. New York, London: The Guilford Press.

Chignell, Hugh. 2012. BBC Radio Four's *Analysis* and the Third Way. *Media, Culture & Society* 34(4): 488–497. Dostopno prek: <http://mcs.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/34/4/488.full.pdf> (6. april 2014).

Conboy, Martin. 2014. Celebrity journalism – An oxymoron? Forms and functions of a genre. *Journalism* 15(2): 171–185. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/15/2/171.full.pdf> (12. avgust 2014).

Cottle, Simon. 2003. *News, public relations and power*. London: Sage.

Creeber, Glen. 2001. *The Television Genre Book*. London: British Film Institute.

Crisell, Andrew. 1986. *Understanding Radio*. London: Methuen.

--- 2006. Look with Thine Ears: BBC Radio 4 and Its Significance in a Multi-Media Age. V *More than a Music Box: Radio Cultures and Communities in a Multi-Media World*, ur. Andrew Crisell, 3–20. New York: Berghahn Books.

Dahlgren, Peter. 2009. The Troubling Evolution of Journalism. V *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, 146–161. New York: Routledge.

--- 2013. *The Political Web*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

DeLyser, Dydia in Daniel Sui. 2014. Crossing the qualitative-quantitative chasm III: Enduring methods, open geography, participatory research, and the fourth paradigm. *Progress in Human Geography* 38(29): 294–307. Dostopno prek: <http://phg.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/38/2/294.full.pdf> (10. junij 2014).

Deuze, Mark. 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4): 442–464. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/6/4/442.full.pdf> (5. december 2014).

Domingo, David, Thorsten Quandt, Ari Heinonen, Steve Paulussen, Jane B. Singer in Marina Vujnovic. 2008. Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice* 2(3): 326–42. Dostopno prek: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/domingo.pdf> (6. januar 2014).

Drame, Ines. 1992. Odnosno strukturirana medijska realnost kot posebna realnost. *Teorija in praksa* 29 (9–10): 849–859.

Duff, David. 2000. *Modern Genre Theory*. Harlow: Longman.

Feldman, Lauren. 2007. The news about comedy: Young audiences, The Daily Show, and evolving nations of journalism. *Journalism* 8(4): 406–427. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/8/4/406.full.pdf> (3. december 2014).

Feuer, Jane. 1992. Genre Study and Television. V *Channels of Discourse, Reassembled*, ur. Robert C. Allen, 138–160. London: Routledge.

Figdor, Carrie. 2010. Objectivity in the News: Finding a Way Forward. *Journal of Mass Media Ethics* 25(1): 19–33. Dostopno prek:

http://www.academia.edu/3981285/Objectivity_in_the_News_Finding_a_Way_Forward (12. oktober 2014).

Flick, Uwe. 2009. *An Introduction to Qualitative Research*. London, Thousand Oaks in New Delhi: Sage.

Flyvbjerg, Bent. 2006. Five misunderstandings about Case-study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2): 219–245.

Franklin, Bob. 1998. *Newszak and News Media*. London: Edward Arnold.

---, Martin Hamer, Marie Kinsey in John E. Richardson. 2005. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage.

Gage, Linda. 1999. *A Guide to Commercial Radio Journalism*. Oxford: FocalPress.

Golčar, Bojan. 2003. *Radio: Prvi koraki v radijsko ustvarjanje*. Maribor: Zavod MARŠ.

Guion, Lisa A, David C. Diehl in Debra McDonald. 2006. *Conducting an In-depth Interview*. Dostopno prek: <http://edis.ifas.ufl.edu/fy393> (10. april 2014).

Hackett, Robert A. 1984. Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies. *Critical Studies in Mass Communication* 1(3): 229–259. Dostopno prek: <http://titiesel.files.wordpress.com/2008/09/hackett-robert-a-e2809cdecline-of-a-paradigm.pdf> (1. oktober 2014).

Harcup, Tony. 2004. *Journalism: principles and practice*. London: Sage.

Harrington, Stephen. 2008. Popular news in the 21st century: Time for a new critical approach. *Journalism* 9(3): 266–284. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/9/3/266.full.pdf> (12. avgust 2014).

Hartley, John. 1992. *Tele-ology: studies in television*. London: Routledge.

Heinonen, Ari. 2002. *Journalism in the Age of the Net*. Tampere: Tampere University Press. Dostopno prek: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/67684/951-44-5349-2.pdf?sequence=1> (6. april 2014).

Hermida, Alfred. 2013. #JOURNALISM. *Digital Journalism* 1(3): 295–313. Dostopno prek: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2013.808456> (13. oktober 2014).

--- in Neil Thurman. 2007. *Comments Please: How the British news media are struggling with user-generated content*. Dostopno prek: <http://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Hermida.pdf> (6. januar. 2014).

Hujanen, Jaana in Sari Pietikäinen. 2004. Interactive uses of Journalism: crossing between technological potential young people's news-using practices. *New Media & Society*: 383–401. Dostopno prek: <http://nms.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/6/3/383.full.pdf+html> (21. november 2013).

Ilc, Gašper. 2001/02. Televizijski športni komentar – diskurzivna analiza. *Jezik in slovstvo* 47 (7–8): 303–314.

Ivančič, Miloš. 2012. *Radio kot Radio Koper*. Ljubljana: NUK.

Jontes, Dejan. 2010. *Novinarstvo kot kultura: miti in vrednote*. Ljubljana: FDV.

Kalin Golob, Monika. 2004. Moč jezika – izbor dejstev in besed. *Teorija in praksa* 41(3–4): 703–711.

Kantola, Anu. 2012. From Gardeners to revolutionaries: The rise of the liquid ethos in political journalism. *Journalism* 14(5): 606–626. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/14/5/606.full.pdf> (8. december 2014).

Keith, Barry. 2007. *Film Genre: From Iconography to Ideology*. New York: Wallflower Press.

Koljonen, Kori. 2013. The shift from high to liquid ideals: making sense of journalism and its change through a multidimensional model. *Nordicom review* 34: 141–154. Dostopno prek: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/11_koljonen_0.pdf (30. november 2014).

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

Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Krišelj, Marijan. 1993/94. *Javna občila in komunikacijska tehnologija – radio*. Ljubljana: Oddelek za kulturo govora Radia Slovenija.

Laban, Vesna. 2007a. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: FDV.

--- 2007b. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: FDV.

Laursen, Bo. 2012. Transparency in the Council of the European Union: Why Journalists don't get the full picture. *Journalism* 14(6): 771–789. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/14/6/771.full.pdf> (16. junij 2014).

Lecheler, Sophie. 2008. EU Membership and the press: An analysis of the Brussels correspondents from the new member states. *Journalism* 9(4): 443–464. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/9/4/443.full.pdf> (16. junij 2014).

Ledwell, Thomas. 2011. The Story of Egypt: Journalistic impressions of a revolution and new media power. Dostopno prek:

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaworkingpapers/mscdissertationseries/2011/65.pdf> (30. november 2014).

Legard, Robin, Jill Keegan in Kit Ward. 2003. In-depth Interviews. V *Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers*, ur. Ritchie, Jane in Jane Lewis, 138–141. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Lengar Verovnik, Tina. 2009. Specifike jezikovnih izbir novinarjev v radijskih novinarskih dvogovornih žanrih. *Teorija in praksa* 46(6): 785–801.

--- 2012. *Radijska dvogovornost: jezikovne izbire novinarjev*. Ljubljana: FDV.

--- 2013. Povej mi, kako zvenijo dnevnoinformativne oddaje, in povem ti, za kateri radijski program gre. V *Družbena funkcijskost jezika: vidiki, merila, opredelitve (Obdobja 32)*, ur. Andreja Žele, 241–246. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.

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

Loke, Jaime. 2012. Old turf, new neighbours: Journalists' perspectives on their new shared space. *Journalism Practice* 6(2): 233–249. Dostopno prek: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2011.616649?journalCode=rjop20#>. VOOVW-aG-So (14. februar 2015).

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

McCauley, Michael P. 2002. Radio's Digital Future: Preserving the Public Interest in the Age of New Media. V *Essays in the Cultural History of Radio*, ur. Michele Hilmes in Jason Loviglio, 505-530. London: Routledge.

Medved, Zoran. November 2005. Komentar – napačno poimenovanje ali ideološki konstrukt? *Medijskapreža* 23/24. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/24/refer/#7> (30. november 2013).

Morley, David. 2007. *Media, Modernity and Technology: the geography of the new*. London: Routledge.

Motl, Andrej. 2010. Sovražni govor v slovenskih medijih na spletu. *Medijska preža/Media watch* 37(1): 20–21. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/37/splet/> (19. februar 2015).

Neale, Steve. 2002. Genre in Television. V *The Television Genre Book*, ur. Glen Creeber, 3–4. London: British Film Institute.

Pander Maat, Henk in Caro de Jong. 2013. How newspaper journalists reframe product press release information. *Journalism* 14(3): 348–371. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/14/3/348.full.pdf> (3. december 2014).

Patterson, Thomas E. 2000. The United States: News in a free-market society. V *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*, ur. Richard Gunther in Anthony Mughan, 241–265. New York: Knopf.

Pauly, John J. 2014. The New Journalism and the struggle for interpretation. *Journalism* 15(5): 589–604. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/15/5/589.full.pdf> (9. april 2015).

Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: Zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Založba Modrijan.

Poler Kovačič, Melita. 1996. Ethics and professionalism of Slovene journalism. *Javnost/The Public* 4:107-121.

--- 1997. *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.

--- 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: FDV.

Postman, Neil. 1986. *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. Harmondsworth: Penguin Books.

Prvi program Radia Slovenija. 2014. Dostopno prek: www.radioprvi.rtvsl.si (3. junij 2014).

Purdey, Heather. 2000. Radio journalism training and the future of radio news in the UK. *Journalism* 1(3): 329–352. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/1/3/329.full.pdf> (4. junij 2014).

Radiometrija. 2013. Ljubljana: Media pool.

Reese, Stephen D. 1990. The News Paradigm and the Ideology of Objectivity: A Socialist at the Wall Street Journal. *Critical Studies in Mass Communication* 7: 390–409. Dostopno prek: <https://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/news-paradigm-add.pdf> (1. oktober 2014).

RTV Slovenija. Junij 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (7. december 2013).

Rosen, Jay. 2012. The People Formerly Known as the Audience. V *The Social Media Reader*, ur. Michael Mandiberg, 13–17. New York: NYU Press.

RTV Slovenija. 2011. *Strategija razvoja RTV Slovenija 2011–2015*. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/ijz/strategija_rtv_slo_2011_-_2015.pdf (20. junij 2014).

Rupar, Verica. 2006. Reflections on journalism and objectivity: an episode, ideal or obstacle? *The New Zealand Journal of Media Studies* 9(2). Dostopno prek: <http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/6597/Rupar.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (3. december 2014).

Salgado, Suzana in Jesper Strömback. 2011. Interpretive Journalism: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism* 13(2): 144–161. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/13/2/144.full.pdf> (22. januar 2014).

Schudson, Michael. 1978. *Discovering the News*. New York: BasicBooks.

--- 1995. *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press.

Singer, Jane B. 2008. Ethnography of Newsroom Convergence. V *Making Online News: the Ethnography of New Media Production*, ur. Chris Paterson in David Domingo, 157–170. New York: Peter Lang Publishing.

Skovsgaard, Morten, Erik Albaek, Peter Bro in Claes de Vreese. 2013. A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity role. *Journalism*

14(1): 22–42. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/14/1/22.full.pdf> (16. januar 2015).

Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v XX. stoletju*. Ljubljana: Založba FDV.

Starkey, Guy in Andrew Crisell. 2009. *Radio Journalism: Journalism Studies Key Texts*. Los Angeles: Sage.

Tandoc Jr., Edson C in Jonathan Peters. 2014. One journalist, two roles: What happens when journalists also work as media coordinators? *Journalism*: 1–18. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/early/2014/02/11/1464884913520199.full.pdf> (15. januar 2015).

Tolson, Andrew. 1996. *Mediations: Text and Discourse in Media Studies*. London: Arnold.

--- 2006. *Media Talk: Spoken discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Turner, Brian in Judith Kearns. 2010. Pragmatic Objectivity in Practice: Reading the Globe and Mail Columns of Christie Blatchford. *Canadian Journal of Communication* 35(1): 63–83. Dostopno prek: <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/2269/2154> (9. april 2015).

Urednica A. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 8. maj.

Urednik B. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 7. maj.

Val 202. 2014. Dostopno prek: www.val202.si (4. junij 2014).

Vobič, Igor. 2005. (Dvo)govor v hibridnem televizijskem intervjuju. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 370–392. Ljubljana: FDV.

--- 2009. Normativne vrste novinarstva in poročanje o politiki skozi optiko slovenskih novinarjev, politikov in državljanov. *Javnost – The Public* 16: 21–40. Dostopno prek: <http://javnost-thepublic.org/article/pdf/2009/5/2/> (21. februar 2015).

--- 2013a. Objektivnost in pristranost: slovensko novinarstvo od moderne koncepcije tiska do internet. *Dialogi* 49(9): 54–73.

--- 2013b. Rethinking social life of radio news: Slovenian public radio journalists' perceptions of audience interactivity. *Journal of Audience & Reception Studies* 10(1): 421–424. Dostopno prek: <http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/34%20Vobic%2010.1.pdf> (30. november 2013).

--- in Ana Milojević. 2012. Societal roles of on-line journalists in Slovenia and Serbia: Self-perceptions in relation to the audience and print journalists. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* 9(2): 469–491. Dostopno prek: <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/26%20Vobic.pdf> (29. avgust 2014).

--- in Peter Dahlgren. 2013. Reconsidering Participatory Journalism in the Internet Age. *Medijska Istraživanja* 9(2): 9–30. Dostopno prek: hrcak.srce.hr/file/165840 (9. april 2015).

Voditelj A. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 30. april.

Voditeljica B. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 4. maj.

Voditeljica C. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 4. maj.

Voditeljica D. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 4. maj.

Voditelj E. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. maj.

Voditelj F. 2015. Intervju z avtorico. Ljubljana, 12. maj.

Vogrinc, Jože. 1992. K televizijskemu komentarju. *Ekran: revija za film in televizijo*. 29 (10/11): 40–43.

--- 2008. *Kvalitativno raziskovanje na pedagoškem področju*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

Vos, Tim P. 2011. 'HomoJournalisticus': Journalism education's role in articulating the objectivity norm. *Journalism* 13(4): 435–449. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/13/4/435.full.pdf> (7. marec 2014).

Ward, Stephen. 1999. *Pragmatic News Objectivity: Objectivity With a Human Face*. Cambridge: Harvard University Press. Dostopno prek: http://www.hks.harvard.edu/presspol/publications/papers/discussion_papers/d37_ward.pdf (29. januar 2014).

--- 2005. *Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Quebec: McGill-Queen's Press.

Westin, David. 2005. The Truth about TV News: When Opinion Dominates, Everything Becomes Opinion. *Columbia Journalism Review* 43(6): 8–10. Dostopno prek: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/16266037/truth-about-tv-news-when-opinion-dominates-everything-becomes-opinion> (30. maj 2014).

White, Peter R.R. 1998. *Telling Media Tales: The News Stories as Rhetoric*. Doktorsko delo. Sydney: Univerza Sydney. Dostopno prek: http://www.grammatics.com/appraisal/whitepr_phd.html (12. avgust 2014).

Willis, Jim. 2003. *The Human Journalism*. London: Greenwood Publishing Print.

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> (10. april 2014).

Zelizer, Barbie. 1993. Journalists as Interpretive Communities. *Critical Studies in Mass Communication* 10: 219–237. Dostopno prek: <https://blogs.commonstudies.org/georgetown.edu/cctp-505-fall2011/files/Zelizer-Journalists-as-Interpretive-Communities.pdf> (26. januar 2014).

--- 2005. Definitions of Journalism. V *The Press*,ur. GenevaOverholser in Kathleen Hall Jamieson,66–80. Oxford: Oxford UniversityPress.