

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**ANALIZA DEJAVNIKOV, KI VPLIVAJO NA  
ZADOVOLJSTVO POSLUŠALCEV RADIJSKE POSTAJE  
AKTUAL**

**Ljubljana, avgust 2009**

**TANJA DEREANI**

## **IZJAVA**

Študentka Tanja Dereani izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom prof. dr. Iče Rojšek, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 14. 8. 2009

Podpis:

# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1 PREDSTAVITEV RADIJSKE POSTAJE AKTUAL</b> .....	<b>2</b>
1.1 Zgodovina radia.....	2
1.1.1 Radio nekoč in danes.....	2
1.1.2 Primerjava radia z drugimi mediji.....	3
1.1.3 Radijske mreže.....	4
1.1.4 Radijski programi.....	6
1.2 Značilnosti komercialnega radia in programa radijske postaje Aktual.....	7
1.3 Poslušnost radijskih postaj.....	9
1.4 Konkurenčni položaj radijske postaje Aktual.....	11
1.4.1 Konkurenti v regijah, kjer je slišna radijska postaja Aktual.....	13
1.4.2 Konkurenti zunaj slišnosti radijske postaje Aktual.....	14
<b>2 PROFIL POSLUŠALCEV RADIA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Izsledki iz medijskih raziskav.....	16
2.2 Profil Aktualovih poslušalcev (struktura avditorija).....	17
<b>3 ZADOVOLJSTVO POSLUŠALCEV</b> .....	<b>18</b>
3.1 Opredelitev zadovoljstva poslušalcev.....	18
3.2 Dejavniki, ki pritegnejo poslušalca k poslušanju radijske postaje.....	20
3.2.1 Glasba.....	20
3.2.2 Poročila oziroma novice.....	21
3.2.3 Druge informacije (promet, radar).....	21
3.2.4 Družba.....	21
3.2.5 Navada, da ni dolgčas.....	22
3.2.6 Razne oddaje.....	22
3.3 Dejavniki, ki odvrčajo poslušalca od poslušanja radia.....	22
3.3.1 Glasba.....	23
3.3.2 Oglasi.....	23
3.3.3 Voditelji.....	24
3.3.4 Oddaje.....	24
<b>4 KVALITATIVNA RAZISKAVA DEJAVNIKOV, KI VPLIVAJO NA ZADOVOLJSTVO POSLUŠALCEV</b> .....	<b>24</b>
4.1 Opredelitev problema in namen raziskave.....	24
4.2 Cilji in raziskovalna vprašanja.....	25
4.3 Načrt in izvedba raziskave.....	25
4.3.1 Metodologija raziskave.....	25
4.3.2 Skupinski pogovori.....	26
4.3.3 Proces vzorčenja in profil vzorca.....	27
4.3.4 Udeleženci.....	28
4.3.5 Moderator.....	29

4.3.6	Opomnik in potek skupinskih pogovorov .....	30
<b>5</b>	<b>ANALIZA REZULTATOV RAZISKAVE .....</b>	<b>31</b>
5.1	Kdaj so radijski poslušalci zadovoljni z izbrano radijsko postajo .....	32
5.2	Katere radijske postaje poslušajo in katerih ne poslušajo .....	32
5.3	Dejavniki, ki vplivajo na izbiro radijske postaje Aktual.....	34
5.4	Dejavniki, ki odvrtaajo poslušalce od poslušanja radijske postaje Aktual.....	37
5.5	Vzroki za menjavo radijske postaje .....	39
5.6	Lastnosti radijskega programa, ki bi bil za poslušalce idealen.....	40
<b>6</b>	<b>RAZISKOVALNE DOMNEVE ZA NADALJNJE PROUČEVANJE.....</b>	<b>40</b>
	<b>SKLEP .....</b>	<b>42</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>43</b>
	<b>PRILOGE .....</b>	<b>1</b>
	<b>KAZALO SLIK</b>	
1.	Slika 1: Pokritost trga radijske postaje Aktual v 3. četrtletju leta 2008	10
2.	Slika 2: Območje slišnosti radijske postaje Aktual	12
	<b>KAZALO TABEL</b>	
1.	Tabela 1: Prednosti radia v primerjavi s televizijo in časopisom	3
2.	Tabela 2: Pomanjkljivosti radia v primerjavi s televizijo in časopisom	4
3.	Tabela 3: Tabelarični prikaz deleža poslušnosti programa radijske postaje Aktual poslušalcev različnih starostnih razredov od 20 do 49 let na področju slišnosti radijske postaje Aktual v 3. četrtletju leta 2008	10
	<b>KAZALO PRILOG</b>	
1.	Priloga 1: Podatki iz radiometrije 3. četrtletja 2008, poslušnost posameznih radijskih programov	1
2.	Priloga 2: Neposredni in posredni tekmeči radijske postaje Aktual	3
3.	Priloga 3: Vikendova glasbena lestvica SLO/TOP/30	5
4.	Priloga 4: Elektronsko sporočilo: Vabilo na skupinski pogovor	6
5.	Priloga 5: Opomnik	7
6.	Priloga 6: Zapis prvega skupinskega pogovora (A) -> neposlušalci radijske postaje, Aktual stari od 20–29 let	10
7.	Priloga 7: Zapis drugega skupinskega pogovora (B) -> neposlušalci radijske postaje, Aktual stari od 30–49 let	17
8.	Priloga 8: Zapis tretjega skupinskega pogovora (C) -> poslušalci radijske postaje Aktual, stari od 20–29 let	23
9.	Priloga 9: Zapis četrtega skupinskega pogovora (D) -> poslušalci radijske postaje, Aktual stari od 30–49 let	29

## UVOD

Pred dobrim desetletjem je bilo v Sloveniji bistveno manj radijskih postaj, kot jih je danes. Število radijskih postaj se vsako leto povečuje. Statistični urad Republike Slovenije beleži leta 2005 na območju Slovenije 61 radijskih postaj, leta 2006 63, leta 2007 pa že kar 82 radijskih postaj (Statistični urad Republike Slovenije, 2009).

Od začetne »dramske« oblike programa je radio kmalu začel razvijati svoje lastne vzorce delovanja in oblikovati specifične profile radijskih ustvarjalcev in sebi lastne radijske žanre. Mnogi so v novem mediju prepoznali veliko priložnost zase (vzpodbujanje potrošništva, oglaševanje). Komercializacija je bila neizogibna, čeprav se je na začetku ta proces dogajal spontano in nenačrtovano, je ideja o glasbenih lestvicah zakoličila temelje današnjemu (»džuboks – manjše število najpopularnejših skladb, ki se pogosto ponavljajo«) glasbenemu formatu večine komercialnih radijskih postaj po vsem svetu (Keane, 1992, str. 13).

V današnjem času je za radijski medij pri nas značilno veliko število radijskih postaj. Ravno zaradi tega se mora specifični radio truditi čim bolj zadovoljiti vedno bolj zahtevne želje poslušalcev. Sama sem imela stik z radiem oziroma delom na radiu v času opravljanja svoje strokovne prakse, saj sem jo opravila v oddelku za marketing na radijski postaji Aktual. V tem času sem ugotovila, da na Aktualu nimajo narejene nobene raziskave o zadovoljstvu poslušalcev, kljub temu da poslušalce skušajo čim bolj zadovoljiti. Zato sem se tudi odločila, da bom naredila diplomsko delo na temo zadovoljstva poslušalcev radijske postaje Aktual in ugotovila, v kolikšni meri so poslušalci zadovoljni z radijsko postajo Aktual oziroma z njo niso zadovoljni.

Problem, zaradi katerega sem se odločila za to diplomsko delo, je, da je ob spremljanju radijskega medija pri nas danes velika koncentracija identičnih komercialnih radijskih programov. Pridobiti čim širši krog poslušalcev so sanje vsakega radia, predvsem komercialnega. Postavila sem si iztočno vprašanje diplomskega dela, ki sem ga razpredala čez celo diplomsko delo, in sicer ali so poslušalci zadovoljni z radijsko postajo Aktual ali ne.

Namen mojega diplomskega dela je opredeliti tako pozitivne kot negativne dejavnike zadovoljstva poslušalcev z radijsko postajo Aktual. Osredotočila se bom na poslušalce, stare od 20–49 let, saj le-ti, po podatkih Radiometrije 3. četrletja 2008, v starostnem strukturnem krogu Aktualu zasedejo skupaj večino, kar 78,2 odstotka vseh poslušalcev radijske postaje Aktual. Na osnovi podatkov raziskave Radiometrije bom tudi ugotovila, kakšen je profil poslušalcev radijske postaje Aktual. Poleg glavne ugotovitve, ali so poslušalci zadovoljni z radijsko postajo Aktual ali ne, bom tudi ugotovila, kaj pritegne poslušalce k poslušanju določene radijske postaje, s čim niso zadovoljni in kaj bi bilo potrebno storiti, da bi bili poslušalci bolj zadovoljni.

Diplomsko delo sem vsebinsko razdelila na štiri poglavja. V prvem poglavju bom predstavila radijsko postajo Aktual, njegovo zgodovino in njene značilnosti. V drugem poglavju bom na osnovi objavljenih raziskav podrobno opisala profil poslušalcev radia. V tretjem poglavju bom opredelila dejavnike, ki pritegnejo poslušalca k poslušanju radia in dejavnike, ki odvrtačo poslušalca od poslušanja radia. V četrtem poglavju, ki je empiričnega značaja, bom naredila analizo zadovoljstva poslušalcev radijske postaje Aktual. V tem poglavju bom najprej opredelila problem in namen raziskave, cilje in raziskovalna vprašanja ter načrt in izvedbo raziskave. V zadnjem delu diplomskega dela bom predstavila rezultate moje raziskave ter podala sklep celotnega diplomskega dela.

# 1 PREDSTAVITEV RADIJSKE POSTAJE AKTUAL

## 1.1 Zgodovina radia

### 1.1.1 Radio nekoč in danes

Tehnične osnove za brezžični radio so dali poskusi H. Hertza (1873), teoretično pa ga je utemeljil J. C. Maxwell (1865). G. Marconi je leta 1895 brezžično prenesel Morsejeve znake 100 m, leta 1899 pa se mu je posrečil prvi poskus prenosa čez Rokavski preliv in leta 1901 čez Atlantski ocean. Tudi Ljubljčan A. Codelli se je pionirsko ukvarjal z radiotehniko (brezžična telegrafska povezava). Ti poskusi so bili predhodniki radia, saj so prenašali le znake, ne pa zvokov. Brezžični prenos zvoka je omogočil šele izum elektronk. G. Marconi je leta 1908 že dosegel brezžični prenos zvoka na razdaljo 90 km. Tako je oče brezžičnega prenosa vesti z elektromagnetnimi valovi postal G. Marconi (Leksikon Cankarjeve založbe, 1984, str. 811).

Med prvo in drugo svetovno vojno je imel radio sprva predvsem informativno in izobraževalno vlogo, kmalu pa se je razvil tudi kot zabavno in kulturno-umetniško sredstvo. Skladno s tehničnimi dosežki se je zlasti po 2. svetovni vojni naglo povečalo število radijskih postaj in programov, programski čas se je podaljševal do celodnevnega oddajanja. Številne tehnične novosti, med drugim izum tranzistorja, s katerim so zamenjali klasične elektronske cevi, uvedba stereofonskega zvoka, uvedba optičnih kablov za kakovosten prenos signalov, digitalni radio, avtomobilski sprejemniki, nove programske usmeritve, so kljub nastanku konkurenčne televizije ohranili zanimanje poslušalcev za radijske programe. Prva slovenska radijska postaja Radio Ljubljana, je začela delovati 28. oktobra 1928 (Enciklopedija Slovenije, 1996, str. 41–42).

V obdobju liberalizacije slovenskega medijskega prostora in z njim povezanim množičnim pojavom komercialnih radijev po letu 1993, se je zdelo, kot da je želja in namen države kar najhitreje razdeliti frekvence. Takratni radijski medij so sestavljali takrat še državni (nacionalni) radio RTV Ljubljana z nekaj regionalnimi studii in skupina lokalnih radijev, ki pa so bili v tistem času prav tako pod močno kontrolo države. Izjemo sta na radijski sceni predstavljala le ljubljanski radio Študent (1969) z dolgoletno tradicijo nekonformnega radia in mnogo mlajši Mariborski radio Študent (1990). Frekvenc, ki so čakale na boljše in prijaznejše čase, da jih v uporabo dobijo radijskega ustvarjanja željni, je država torej imela v izobilju in jih je tako tudi delila. Brez jasno izdelane strategije razvoja radijskega trga, brez urejene zakonske podlage, brez jasnih kriterijev, tako rekoč vsakemu, ki se mu je zazdelo, da bi bil radio lahko prava poslovna priložnost in je posedoval še ustrezeni kapital za njegov zagon ter imel dobra osebna poznanstva. Do leta 1994, ko je bila sprejeta prva slovenska medijska zakonodaja (Zakon o javnih glasilih), je pristojni republiški organ za telekomunikacije razdelil tako rekoč vse pomembnejše frekvence (90 odstotkov). Namen takšnega početja je ustvariti močno konkurenco. Močni mediji v rokah posameznikov so lahko zelo nepredvidljivi in v družbi, kjer se želi oziroma mora oblast izkazati kot demokratična, se zdi najlažje in najmanj problematično prav z ustvarjanjem pogojev močne konkurence omejevati njihovo moč (Golčar, 2003, str. 7).

Včasih je bil radio poleg časopisa tisti medij, ki je obveščal, kaj se je zgodilo, danes pa lahko dogajanje sproti spremljamo na internetu ali televiziji. Torej radio ni več edini medij, ki lahko ponuja informacije ves dan in ažurno, temveč to vlogo prevzema predvsem televizija in internet.

### 1.1.2 Primerjava radia z drugimi mediji

Radio je bil pred televizijo edini elektronski medij, ki je omogočal predvajanje različnih oddaj, predvsem pogovornih. Nato je nastopila televizija in prevzela funkcijo medija, preko katerega so se ljudje lahko odločali, kdo bo zmagal na volitvah. To je v zgodovini medijev prelomnica, saj je televizija prevzela nalogo najboljšega nagovarjanja volivcev. Radio se mora zato prilagoditi svojemu poslanstvu in še vedno ostaja medij, ki človeka spremlja ves čas. Nekoliko izgublja vlogo informativnega medija in vse bolj postaja družabni medij. To pomeni, da morajo informativne vsebine postati krajše. Raziskave kažejo, da v zadnjem času poslušalci spreminjajo svoj okus in od radia pričakujejo, da postane medij, ki jim dela družbo ves dan in jih tudi obvešča (M. K., 2009, str. 82).

Če primerjamo radio z drugimi mediji, lahko rečemo, da je bil prvi elektronski medij. To pomeni, da je imel možnost novico takoj objaviti. Časopis nima te možnosti, ker se tiska dan prej in ne more objavljati najnovejših novic, lahko pa ponudi nekaj več, na primer več o ozadju stvari, podrobnejše opise. Televizije kot elektronskega medija ni mogoče spremljati vsepovsod, kot na primer na delovnem mestu, med vožnjo ali kjerkoli drugje. Čeprav je lahko televizija ažurna v objavi novice, televizorja ne moremo nositi s seboj. Je pa dejstvo, da sedaj že izdelujejo manjše moderne elektronske naprave in telefone, preko katerih lahko spremljamo kakšen televizijski program. Vendar za zdaj še vedno lahko rečemo, da je radio edini medij, ki ljudi spremlja povsod in jim omogoča tekoče spremljanje dogajanja. Mobilna telefonija in internet sta prevzela funkcijo medija, ki nas spremlja ves dan in nam v vsakem trenutku omogoča, da smo seznanjeni z dogajanjem. Prav razvoj tehnologije nam je omogočil, da lahko tudi radio poslušamo na vsakem koraku (M. K., 2009, str. 83).

V Tabelah 1 in 2 so opisane prednosti in pomanjkljivosti radia v primerjavi s televizijo in časopisom.

Tabela 1: Prednosti radia v primerjavi s televizijo in časopisom

RADIO	TELEVIZIJA	ČASOPIS
Ima možnost objaviti novico takoj, hitrost, ažurnost in pogost dostop do informacij	Ima možnost objaviti novico takoj, ažurnost, hitrost in manj pogost dostop do informacij	Nima možnosti objaviti novice takoj, saj se tiska dan prej, najmanj pogost dostop do informacij
Prilagodljiv, hitro lahko spremenimo sporočilo, objavo	Manj prilagodljiv kot radio	Ni prilagodljiv, pomanjkanje »takojšnosti«
Doseže veliko število poslušalcev	Velik doseg oziroma avditorij	Veliko bralcev časopisov, prebira ga vsa družina
Lahko ga poslušamo povsod (v naravi, avtu), povsod nam dela družbo	Lahko jo spremljamo skoraj povsod, med vožnjo in med delom pa je ne moremo	Lahko ga beremo skoraj povsod, pri opravilih, ki zahtevajo popolno »fizično« prisotnost, pa ne (v avtu)
Ne zahteva velike »fizične« prisotnosti, pozornosti, ljudje ob njem lahko opravljajo druge aktivnosti	Zahteva večjo »fizično« prisotnost, lahko pa jo tudi samo poslušamo, ljudje lahko ob ne tako intenzivnem gledanju počnejo tudi druge reči	Zahteva veliko pozornost in »fizično prisotnost«
Za oglaševalce je na radiu poceni oglaševanje (cena sekunde oglasa niha, odvisno od termina poslušanja, od 0,38 eur/sek do 0,88 eur/sek na radijski postaji Aktual)	Za oglaševalce je tu najdražje oglaševanje (cena sekunde oglasa na televiziji Slo 1 niha od 4,4 eur/sek do 60,5 eur/sek, odvisno od termina predvajanega oglasa)	Za oglaševalce je tu srednje drago oglaševanje

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

RADIO	TELEVIZIJA	ČASOPIS
Možnost sodelovanja v kontaktnih in pogovornih oddajah (poslušalci pokličejo v studio)	Manjša možnost sodelovanja v oddajah	Ni možnosti sodelovanja »v živo«
Voditeljem ni potrebno biti posebej urejen	Voditelji morajo biti urejeni	/

Vir: Starman, Tržno komuniciranje, 1996, str. 13; Okorn, Oglaševanje na komercialnih radijskih postajah v Ljubljanski regiji, 2000, str. 10; Podjetje Slo1; Aktual.

Tabela 2: Pomanjkljivosti radia v primerjavi s televizijo in časopisom

RADIO	TELEVIZIJA	ČASOPIS
Ne ponuja vizualne predstave, le slišno sporočilo	Ponuja tudi vizualno predstavo, združuje sliko in zvok	Ponuja manjšo vizualno predstavo (v slikicah)
Ni primeren medij za ljudi s slabim sluhom	Ni primeren medij za ljudi s slabim sluhom in vidom	Primeren je tudi za ljudi s slabim sluhom, a ne za ljudi s slabim vidom
Redko veš, kdo se skriva za glasom, ki te nagovarja	Vidiš človeka, ki te nagovarja	Avtorjev člankov ne vidiš
Ljudje ne vidijo oglasa in si ga zato težje zapomnijo (avdio)	Ljudje si lažje zapomnijo oglas (avdio in video)	Ljudje si lažje zapomnijo oglas (slika in tekst)
Pogosto nerazumljiva besedila oglasov	Razumljiva besedila oglasov, oglas tudi vidiš in si lažje razloži njegov pomen	Razumljiva besedila oglasov
Velika vsebinska podobnost programov komercialnih radijskih postaj	Ni velike vsebinske podobnosti tv-programov	Vsebinsko so si časopisi različni
Velika konkurenca komercialnih radijskih postaj	Manjša konkurenca med televizijskimi ponudniki	Velika konkurenca ponudnikov časopisa
Neprijeten glas voditelja	Neprijeten glas voditelja, lahko pa ga reši videz, je zanimiv za gledanje	/

Vir: Starman, Tržno komuniciranje 1996, str. 13; Okorn, Oglaševanje na komercialnih radijskih postajah v Ljubljanski regiji, 2000, str. 10; Brannan., The Effective Advertiser, 1993, str. 112.

### 1.1.3 Radijske mreže

Podobno kot v drugih gospodarskih panogah se je kmalu tudi na radijskem področju pričel proces združevanja številnih manjših akterjev na trgu v večje in naposled v maloštevilne medijske mreže oziroma korporacije, ki obvladujejo trg. Podobnim procesom koncentracije lastništva smo priča tudi v Sloveniji (Golčar, 2003, str. 9). Radijska postaja Aktual spada v medijsko mrežo Skupine Krater. Kot je zapisano v internem gradivu, je Skupina Krater koncern, ki povezuje družbe različnih dejavnosti. Glede na njihovo poslovno in tržno usmerjenost so razvrščene v tri divizije: medijsko-založniško, tiskarsko in okoljsko ter papirno-predelovalno.

Medijsko mrežo Skupine Krater sestavljajo:

- Radio Brežice d.o.o.;
- Radio Kum Trbovlje d.o.o.;
- Radio Sevnica d.o.o.;
- RGL d.d., Ljubljana, ki je izdajatelj treh radijskih postaj, in sicer radijske postaje Aktual, Veseljak ter Salomon;
- Studio D d.o.o.



Ustvarjanje in oblikovanje radijskih vsebin se s povezovanjem radijskih postaj bistveno poceni, saj povezovanje pomeni, da ima radijska mreža na posameznih frekvencah zgolj eno programsko vsebino in ne več različnih. Slabost takega povezovanja pa je manjši obseg ponudbe raznovrstnih vsebin (Skele, 2008, str. 38). Lastnikom medijev, ki zaradi njihove koncentracije nadzorujejo medijski trg, je dana moč, ki jim omogoča vnaprejšnje odločanje o izboru informacij, ki jih bomo poslušalci slišali. Tovrstna tržna cenzura, ki jo uvajajo medijske korporacije in se kaže v nadzoru nad vsebinami, uspešno nadomešča državni monopol nad mediji. Medijski porabniki v takšnem sistemu ne nastopajo v vlogi aktivnih udeležencev, temveč postanejo zgolj objekt medijske obdelave, ki jo ti opravljajo s ciljem ustvarjati potrošnike proizvodov in storitev, a potrošniki so njihovi oglaševalski partnerji/stranke. Lastniki medijev podajajo natančno usmerjene informacije, in sicer ne tistih, ki bi jih poslušalci želeli slišati, temveč predvsem tiste, ki jih po mnenju centrov ekonomske in politične moči morajo slišati (Golčar, 2003, str. 9).

V Sloveniji je največja radijska mreža Infonet, ki s svojim signalom pokriva 85 odstotkov slovenskega ozemlja. Mreža Infonet je radijska mreža, ki združuje 30 radijskih postaj, 15 radijskih postaj je povezanih tudi lastniško, ostale pa sodelujejo kot pridruženi člani. Ta radijska mreža vključuje Radio Antena, Belvi plus Belvi Gorenjska, Radio Odmev, Fantasy, Maxi-Prleški val, Moj radio, Net FM, Odeon, Radio Ptuj, Rogla, Urban, Viba, Koroški radio in Radio 1. Leo Oblak, predsednik uprave Infoneta, ni bil prvi, ki je odkril povezovanje frekvenc med seboj in na ta način omogočil širjenje lokalnih, regionalnih in vsesplošnih novic na različnih frekvencah in postajah. Bil pa je prvi, ki je omogočal izbiro, ali oglaševati zgolj na eni lokalni frekvenci ali pa na vseh. Ugotovil je tudi, da je produkcija bistveno cenejša, če ima na posameznih frekvencah zgolj eno programsko vsebino in ne več različnih radijskih postaj, katerih poslušanost in prihodnost je vprašljiva. Tako so čez noč izginile manjše radijske postaje, kot so npr. radio Max, ljubljanski radio Šport, koprška Val in radio Morje, mariborski radio Klasik, vrhniški Orion, gorenjski Poslovni val itd. Rodil se je namreč Radio 1 kot najbolj regijsko razširjen komercialni program. En program za vsa območja (Skele, 2008, str. 38). Namen radijske mreže je v prvi vrsti omogočiti naročnikom zakup celovite storitve radijskega oglaševanja na območju celotne Slovenije, hkrati pa omogočiti najboljšo možno cenovno dostopnost.

Radijska postaja Aktual je bivša radijska postaja Radio glas Ljubljane, ki se je v radijsko postajo Aktual preimenovala januarja leta 2008. Glavni razlog za preimenovanje tiči predvsem v tem, da je radijska postaja Aktual razširila svojo slišnost tudi na del Štajerske in Posavja. Torej so v želji po boljšem sprejetju radijske postaje s strani poslušalcev tudi na območjih zunaj Ljubljanske kotline spremenili ime.

Radio glas Ljubljane je bil ustanovljen leta 1976. Ustanovitelj je bila takratna SZDL (Socialistična zveza delavnega ljudstva) mesta Ljubljane z namenom informirati lokalno skupnost o aktualnem družbenopolitičnem in kulturnem dogajanju v Ljubljani in okolici; 7. novembra 1991 pa se je Radio glas Ljubljane preoblikoval v delniško družbo RGL d.d., Ljubljana.

Radijska postaja Radio glas Ljubljane (zdajšnja radijska postaja Aktual) je imela do leta 2001 status regionalne nekomercialne radijske postaje, od leta 2001 dalje pa je komercialna radijska postaja. Radio glas Ljubljane d.d. se preživlja izključno z lastnimi viri. Do leta 1995 je bila radio brez hude konkurence, po letu 1995 pa so nastajale nove radijske postaje v Ljubljani in okolici in pričel se je trd boj za poslušalce (Cestnik, 2006, str. 24).

#### 1.1.4 Radijski programi

Poleg komercialnega radijskega programa, ki ga ima radijska postaja Aktual in katerega značilnosti bom opisala v nadaljevanju, obstajajo tudi alternativni, javni, lokalni, regionalni, nacionalni, študentski, nepridobitni radijski programi.

##### Alternativni radijski program

To je radijski koncept, ki uvaja vlogo angažiranega poslušalca kot njegovega soustvarjalca. Organizacijska oblika delovanja takšnih radijskih postaj omogoča preobrazbo poslušalca v radijskega ustvarjalca, kadar to želi, omogoča mu brezplačno radijsko usposabljanje, radijska oprema pa mu je na voljo, da lahko svoje zamisli pretvori v radijsko formo. Govora je torej o odprtem dostopu do radia (njegovih prostorov, tehnike, etra) vsakomur, ki ravno ne namerava rušiti njegovih osnovnih ciljev delovanja. Drugačni (skupnostni) radijski programi so se oblikovali v osemdesetih, devetdesetih letih prejšnjega stoletja v Nemčiji, Danski, na Nizozemskem (Lah, 2002, str. 12). Glede na organizacijsko obliko in način financiranja so v lasti različnih neprofitnih vladnih organizacij ali določene skupnosti, katere člani nastopajo v vlogi tako ustvarjalcev kot poslušalcev. Nekatere ustanovijo univerze, fakultete, cerkve, študenti, sindikat. Na spletni strani [www.amarc.org](http://www.amarc.org) lahko zasledimo podatek, da samo v Evropi trenutno deluje 1500 skupnostnih radijev, ki so ponavadi člani ene ali več radijskih zvez, med katerimi sta največji zveza skupnostnih radijskih postaj AMARC (Word Association of Community Radio Broadcasters) in zveza svobodnih radijev BFR (Bundesverband Frei Radios). Njihovo financiranje je odvisno od različnih mednarodnih fundacij, domačih in tujih vlad, donacij s strani poslušalcev, participacij na naročnini deželnih javnih radijev (Nemčija).

##### Javni radio v Sloveniji

Ko govorimo o javnem radiu, imamo v mislih programe posebnega pomena nacionalnega oziroma regionalnega značaja. Kot piše v 5. členu Zakona o radioteleviziji Slovenija, mora nacionalni program pokrivati ozemlje, kjer živi najmanj 90 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije. V 6. členu tega zakona piše, da mora lastna in naročena produkcija informativnih, kulturnih, izobraževalnih in razvedrilnih vsebin obsegati najmanj 50 odstotkov programskega časa programov RTV Slovenija oziroma najmanj dve uri dnevno. Zavezani so k lastni produkciji zahtevnejših vsebin, namenjenih tako izobraževanju in informiranju kot zabavi. V svojih programih morajo ponujati vsebine, ki zadovoljujejo vse interese in okuse in lahko vsak poslušalec v njih najde tudi nekaj zase. Pri njihovem ustvarjanju mora biti glavni kriterij kakovost in ne število poslušalcev. Slovenski model financiranja javnega radia predvideva kombinacijo naročnine in zbiranja sredstev na oglaševalskem trgu, kjer je ta prisiljen v tekmo za del oglaševalskega kolača z množico drugih komercialnih postaj (Hrvatini, 2002, str. 64). V Prilogi 2 so navedeni programi RTV Slovenija. V primerjavi s pretežno k zabavi usmerjenimi komercialnimi radii ponuja program RTV Slovenija kopico izobraževalnih oddaj (učenje tujih in domačega jezika, kmetijski nasveti, potopisi, spoznavanje domače kulturne dediščine in tujih kultur, znanost, zdravstvo, šolstvo, mladinske oddaje itd.).

##### Lokalni in regionalni radijski program

Kot je zapisano v 77. členu Zakona o medijih, lokalni radijski program pokriva območje ene ali več lokalnih skupnosti oziroma območje, ki s prizemeljskim radiodifuznim oddajanjem pokriva območja, na katerih živi največ 10 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije in ima v

oddajnem času med 6. in 20. uro dnevno najmanj 20 odstotkov lokalnih vsebin lastne produkcije. Na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (<http://www.apek.si/>) najdemo podatek, da je bilo v Sloveniji leta 2008 42 lokalnih radijskih programov.

Kot je zapisano v 79. členu Zakona o medijih, je regionalni radijski program namenjen prebivalcem območja/(pokrajine, mesta), na katerem živi več kot 10 in ne več kot 50 odstotkov prebivalcev Republike Slovenije in ki v oddajnem času med 6. in 20. uro obsega najmanj 30 odstotkov regionalnih vsebin lastne produkcije za radijski program. Na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (<http://www.apek.si/>) najdemo podatek, da je bilo v Sloveniji leta 2008 29 regionalnih radijskih programov.

### Študentski radijski program

Kot je zapisano v 80. členu Zakona o medijih, je lahko študentska organizacija izdajatelj radijskega programa, če programske vsebine ustvarjajo in razširjajo večinoma študentje ali je pretežno namenjen študentski javnosti, in če uporablja presežek prihodkov nad odhodki samo za izvajanje dejavnosti, za katero je ustanovljena. Programske vsebine študentskega radijskega programa so informacije vseh vrst in avtorska dela, katerih namen je obveščanje ter zadovoljevanje izobraževalnih, znanstvenih, umetniških, kulturnih in drugih potreb študentske javnosti. V 85. členu Zakona o medijih je zapisano, da mora obsegati najmanj 30 odstotkov lastne produkcije vsak radijski program, če s tem zakonom ni določeno drugače. Na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (<http://www.apek.si/>) najdemo podatek, da sta bila v Sloveniji leta 2008 dva študentska radijska programa, Radio Študent Ljubljana in Mariborski radio Študent.

### Nepridobitni radijski program

V 81. členu Zakona o medijih je zapisano, da za nepridobitni radijski program šteje radijski program, ki v dnevnem oddajnem času obsega najmanj 30 odstotkov lastne produkcije informativnih, umetniških, izobraževalnih in kulturno-zabavnih vsebin. Presežek prihodkov nad odhodki oziroma dobiček od dejavnosti sme izdajatelj uporabiti samo za izvajanje radijske dejavnosti. Na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (<http://www.apek.si/>) najdemo podatek, da sta bila v Sloveniji leta 2008 dva nepridobitna radijska programa: Radio Ognjišče in Radio Gorenc.

## **1.2 Značilnosti komercialnega radia in programa radijske postaje Aktual**

Radijska postaja Aktual je komercialna radijska postaja s poudarkom na informiranju. Glavni namen komercialnega radia je pridobivati oglaševalce, saj od njih pridobivajo denar, torej si z oglasi služijo kruh. Za oglaševalce je radio zanimiv medij, če ima veliko poslušalcev, saj je v njihovem interesu, da sliši njihov oglas čim več ljudi. Torej bodo oglaševalci izbrali za oglaševanje tisti radio, ki bo imel največ poslušalcev. Da bi si komercialni radii zagotovili kar največje število poslušalcev, si prizadevajo pritegniti njihovo pozornost tudi s kvalitetnim informativnim programom in drugo lastno produkcijo, poslužujejo se predvsem različnih nagradnih iger, v katerih poslušalcem za nagrado delijo denar, blago in storitve.

Komercialni radii so v naš prostor vnesli kopirane vzorce tujih komercialnih radijskih programov (format, ki sloni na izpolnjevanju glasbenih želja poslušalcem, kratkih informativnih blokih, popularni glasbi), ki jih naš radijski trg dotlej praktično ni poznal. V hipu so osvojili ušesa predvsem mlajše in srednje generacije, ki je vse bolj iskala stične točke z življenjskimi vzorci razvitega zahodnega sveta. Radio je postal sredstvo poceni razvedrila.

Novo nastale postaje so se trudile zagotoviti vsaj minimum informativnih vsebin, za katere se ugotavlja, da najbolj pritegnejo zanimanje javnosti. Programi komercialnih radijskih postaj so večinoma identični, še bolj očitno pa to postaja z novim povezovanjem v programske mreže, kjer se vsebine za večje število postaj ustvarjajo na enem mestu (Golčar, 2003, str. 15).

Radijska postaja Aktual je komercialna radijska postaja, ki je poslušalcem dostopna na frekvencah 100,2, 101,2 in 104,8 MHz. Programska shema ima poudarek na informativni vsebini, ki spremlja vse dogodke v Ljubljani in Sloveniji ter seveda tudi v tujini. Govori o življenju, politiki, gospodarstvu, kulturi, športu, filmu, glasbi. Temeljne usmeritve Aktuala so:

- informirati;
- izobraževati;
- pomagati poslušalcem;
- zabavati.

Naloge radia opredeljuje tudi slovenska zakonodaja. Zakon o medijih iz leta 2001 v 67. členu vključuje med lastno produkcijo radijske in televizijske dejavnosti informativne, kulturno-umetniške, izobraževalne, razvedrilne in kontaktne oddaje, komentirane glasbene, športne in druge oddaje, katerih producent je izdajatelj programa sam ali pa so bile izdelane po njegovem naročilu in za njegov račun.

Na radijski postaji Aktual se skušajo držati slogana »Vsak poslušalec šteje!« Vedno so odprti za predloge, komentarje, opazke, kritike. Imajo obsežno ekipo zaposlenih, sedem voditeljev, devet novinarjev, dva tehnika, dva producenta programa in dva glasbena urednika. Poleg tega so na radijski postaji zaposleni še tržniki, ki skrbijo za trženje radijske postaje in PR.

Program radijske postaje Aktual najdemo na spletnem naslovu [www.radio.aktual.si](http://www.radio.aktual.si). Razdeljen je na tri programske pasove, in sicer:

- jutranji program (od 5.30. do 10.05) je pravi paket humorja, energije, udarne glasbe za vse, ki jih je potrebno zjutraj vreči iz postelje. Prav tako v tem delu programa poslušalci lahko komentirajo stanje na politični, gospodarski, socialni in družbeni sceni;
- opoldanski program (od 10.05 do 14.05) je oplemeniten z rednimi in najbolj aktualnimi novicami. Ob polni uri so aktualne globalne novice, na pol ure pa aktualne lokalne novice. V tem času lahko poslušalci poslušajo tudi Radijsko tržnico (oddaja, kjer lahko kaj prodate ali kupite), postavljajo vprašanja, na katera nikakor ne najdejo odgovorov v Slepici ulici, ter vsako sredo poslušajo radijsko soočenje Na sredi z Majdo Juvan;
- popoldanski program (od 14.05 do 18.00), v katerem je poudarek na informacijah na cesti, saj večina ljudi ravno v tem času potuje iz službe domov in radijska postaja Aktual skrbi, da so poslušalci opremljeni z vsemi potrebnimi informacijami, da je njihova vožnja domov kar se da kratka in zabavna.

Oddaje, ki jih lahko slišite na radijski postaji Aktual, so:

- informativne oddaje (Na sredi z Majdo Juvan; Aktual info, ki je osrednja informativna oddaja radijske postaje Aktual, kjer lahko vsak delavnik ob 17.00 spremljamo dogodke, ki so odmevali in se dotikajo slehernika in vse tisto, kar se dogaja v širši in ožji skupnosti; Aktualno; Slepa ulica);
- glasbene oddaje (Glasbeni velikani, Aktual live, Aktual na glas);
- zabavne oddaje (Malo morgen Racman, Moja generacija, Zvezdnih 12).

Novice, ki jih lahko spremljate, pa so razdeljene na rubrike:

- aktualno globalno;
- aktualno lokalno;
- aktualno;
- šport;
- glasbene novice.

### 1.3 Poslušanost radijskih postaj

Kolikšna je poslušanost specifičnega radia, je za komercialni radio izjemnega pomena, saj si komercialni radii služijo kruh pretežno na račun oglasov. V Zakonu o medijih je zapisano v 4.a členu, da Republika Slovenija v okviru proračunskih sredstev za medije zagotavlja tudi sredstva za razvijanje in sofinanciranje programskih vsebin radijskih programov s statusom lokalnega, regionalnega, študentskega oziroma nepridobitnega radijskega programa. Za razvoj programskih vsebin navedenih radijskih programov se nameni vsota, ki ustreza vrednosti 3 % zneska prispevka za programe RTV Slovenija, ki je bil izbran v preteklem letu. V nadaljevanju piše v tem členu zakona tudi, da pri obravnavanju sofinanciranja radijskih programov z navedenimi radijskimi statusi strokovna komisija upošteva naslednja merila: kakovost, izvirnost, komunikativnost, aktualnost avtorske obravnave, pomen projekta za razvoj posebnih regij, pomen za uresničevanje pravice javnega obveščanja in pomen izvedbe v projektu predlaganih programskih vsebin za raznolik razvoj slovenske medijske krajine.

Oglaševalci si izberejo določeno radijsko postajo na podlagi njegove poslušanosti. Večja kot je poslušanost, bolj želijo oglaševalci na tem določenem radiu oglaševati, saj več ljudi sliši njihov oglas. Več kot radio pridobi strank (oglaševalcev) na osnovi večje poslušanosti, večji je njegov zaslužek.

Okusi poslušalcev so različni in nerealno bi bilo pričakovati, da bodo s programom zadovoljni vsi. Zato je pomembno, da vsak radio prisluhne potrebam ciljne publike, ki ji je namenjen, ter da skuša skozi program zadovoljiti čim več svojih poslušalcev. V diplomskem delu sem proučevala zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual in naredila analizo. Analizo zadovoljstva bi moral narediti vsak radio za svoje potrebe (korist). Le tako lahko ustvarjalci radijskega programa najbolje ugotovijo, kako zadovoljni so njihovi poslušalci, kaj jih pritegne in kaj odbija v programu. Podrobneje je zadovoljstvo opisano v tretjem poglavju diplomskega dela, tu so obravnavani tudi njegovi dejavniki.

Iz Slike 1 je razvidna velikost trga, ki ga zajema radijska postaja Aktual. Velikost trga, ki ga pokriva radijska postaja Aktual, je 73 % slovenskega ozemlja, kar pomeni, da lahko to radijsko postajo sliši 1.437.000 poslušalcev.

Slika 1: Pokritost trga radijske postaje Aktual v 3. četrtletju leta 2008



Vir: Radiometrija – poročilo za 3. četrtletje 2008, Media Pool d.o.o.

Radijska postaja Aktual se poslužuje Radiometrije Media Pool d.o.o. kot metode merjenja poslušalnosti. Družba za medijsko distribucijo, Media Pool, z raziskavo Radiometrija spremlja poslušalnost radijskih programov na ravni celotne Slovenije.

V Prilogi 1 je iz Tabele 3 razviden dnevni doseg radijskih programov in ocena števila rednih poslušalcev na območju slišnosti radijske postaje Aktual v 3. četrtletju 2008. V doseg so všeti anketirani, ki so dan pred anketiranjem poslušali določen radijski program 15 minut ali več. Dosegi so predstavljeni v odstotkih in projicirani v tisoče.

Na območju slišnosti radijske postaje Aktual so v 3. četrtletju 2008 anketiranci v raziskavi Radiometrija Media Pool največ poslušali Val 202. Povprečni dnevni doseg za ta radio znaša približno 12,4 %, kar pomeni, da je v 3. četrtletju 2008 približno 12,4 % prebivalcev na območju slišnosti radijske postaje Aktual vsaj 15 minut dnevno poslušalo radijsko postajo Val 202. Radijska postaja Aktual se v Tabeli 3 nahaja na 18. mestu z 1,7 % dnevnim dosegom.

Na območju slišnosti radijske postaje Aktual ima po ocenah družbe za medijsko distribucijo Media Pool največje število rednih poslušalcev Val 202, ki ga je v 3. četrtletju 2008 v povprečju redno poslušalo približno 151.000 poslušalcev (projicirana ocena iz dosega v % v doseg v tisočih). Radijska postaja Aktual je na 18. mestu na območju svoje slišnosti s približno 21.000 rednimi dnevnimi poslušalci v 3. četrtletju 2008.

Z zadovoljstvom poslušalcev je povezana tudi poslušalnost radijskega programa, saj le-ta kaže na to, koliko poslušalci poslušajo specifičen radio. Bolj kot so zadovoljni, več ga poslušajo in večji je doseg. Tabela 3 prikazuje primerjavo poslušalnosti radijske postaje Aktual v 3. četrtletju leta 2008 med dvema starostnima skupinama, ki sem ju oblikovala znotraj ciljne skupine poslušalcev radijske postaje Aktual.

Tabela 3: Tabela prikazuje delež poslušalnosti programa radijske postaje Aktual poslušalcev različnih starostnih razredov od 20 do 49 let na področju slišnosti radijske postaje Aktual v 3. četrtletju leta 2008

Starost	Doseg v odstotkih (%)
20-29	4,8
30-49	3,9

Vir: Radiometrija – 3. četrtletje leta 2008, Media Pool d.o.o., starost poslušalcev od 20 do 49 let, področje slišnosti radijske postaje Aktual, N = 5.565.

Na podlagi pridobljenih podatkov iz raziskave Radiometrije ugotovimo, da poslušalci v starostnem razredu od 20 do 29 let povprečno dnevno poslušajo program radijske postaje Aktual več kot pa poslušalci v starostnem razredu od 30 do 49 let. To ugotovitev gre pripisati dejstvu, da je radijska postaja Aktual komercialna radijska postaja, za katero je značilen lahkotnejši zabavni program in manj poglobljene informativne debate. Vendar kljub temu vidimo, da ima program radijske postaje Aktual 3,9 % poslušalcev, starih od 30 do 49 let v 3. četrtletju leta 2008 na območju svoje slišnosti in je po poslušanosti takoj za starostnim razredom od 20 do 29 let. Do takih rezultatov je prišlo, ker dajejo uredniki radijske postaje Aktual, čeprav je komercialna radijska postaja, velik poudarek na podajanju informacij, torej na informiranju. Predpostavljam, da novice in informacije, ki jih podajajo na Aktualu na vsake pol ure, pritegnejo zanimanje tudi nekoliko starejših poslušalcev.

#### 1.4 Konkurenčni položaj radijske postaje Aktual

Konkurenco lahko proučimo tako z vidika panoge kot tudi z vidika trženja.

##### *Panožno pojmovanje konkurence*

Panoga je skupina podjetij, v mojem primeru skupina radijev, ki ponujajo storitve, ki so bližnji nadomestki drug drugemu. Za komercialne radijske programe je značilno, da imajo bolj ali manj identičen radijski program. V Sloveniji je veliko komercialnih radijskih programov, ki so glede območja pokrivanja lokalni, regionalni in nacionalni. Konkurenca je velika in vsak radio se bori in dela v smeri, da bi imel čim več poslušalcev. Nadomestek komercialnemu radiu je radio posebnega programa oziroma javni radio.

##### *Tržno pojmovanje konkurence*

Panožni opredelitvi konkurence lahko ob bok postavimo opredelitev tekmecev iz naslednjega zornega kota: Tekmeci so podjetja, ki zadovoljujejo iste potrebe kupcev (Kotler, 2004, str. 247). V primeru komercialnega regionalnega radijskega programa Aktual so **neposredni konkurenti** v prvi vrsti vsi komercialni lokalni in regionalni radijski programi ter nekomercialni nacionalni oziroma radii posebnega pomena na območju njegove slišnosti. V splošnem je namreč narava vseh radijskih programov informirati, zabavati, izobraževati, sproščati. Torej zadovoljujejo iste potrebe poslušalcev vsi radijski programi. Razlika med komercialnimi in nekomercialnimi (posebnimi, nacionalni programi) radijskimi postajami je v radijski shemi in v financiranju. **Posredni konkurenti** radijske postaje Aktual so vsi radijski programi zunaj območja njegove slišnosti in ostali mediji – televizija, internet, časopis in revije, teletekst. Posredni konkurenti z vidika zadovoljevanja potreb po glasbi so tudi MP3-ji, ki so med mladimi izjemno popularni, CD-ji in pa internetni radii. Pomembno je tudi dejstvo, da če se radijska postaja demografsko širi, lahko radijske postaje, ki so neposredni tekmecci, postanejo posredni. V Prilogi 2 so iz Tabel 5 in 6 razvidni radijski programi, ki so neposredni in posredni konkurenti radijske postaje Aktul.

Danes se podjetja soočajo z močno konkurenco, ki je vsako leto hujša. Posamezne radijske postaje in tudi radijske mreže morajo poleg poslušalcev zavzeto spremljati tudi svoje tekmece. Tekmeci radijskih postaj so poleg vseh radijskih postaj tudi televizija, internet, časopis, torej vsi mediji. V Zakonu o medijih je v 2. členu zapisano, da so mediji po tem zakonu časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali

periodičnega objavljanja uredniško oblikovanih programskih vsebin, ki so dostopne javnosti. Uspešna podjetja oblikujejo in upravljajo sisteme za nenehno zbiranje informacij o tekmečih (Kotler, 2004, str. 241).

V času, ko so vse pomembne analogne frekvence za radio že podeljene, lahko ugotovimo, da večina radijskih programov, ki delujejo v Sloveniji, pokriva manjša lokalna območja. Nekateri med njimi nimajo povezanega območja pokrivanja, temveč pokrivajo posamezna ločena, med seboj oddaljena lokalna območja. Na področju radiodifuzije ne obstaja enotna, širše sprejeta oziroma celo zakonsko podprta delitev medijev glede na velikost, ki ga pokrivajo. Zakoni, ki urejajo to področje (npr. Zakon o medijih in Zakon o RTV Slovenija), sicer v različnih kontekstih govorijo o nacionalnih, regionalnih, lokalnih radijskih programih, vendar razen v primeru programov posebnega pomena ne opredeljujejo kriterijev za uvrstitev v to ali ono kategorijo (Strategija razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji, 2008, str. 3–6).

Ker ni enotne delitve radijskih programov na lokalne, regionalne in nacionalne, sem za potrebe svojega diplomskega dela razdelila ozemlje Republike Slovenije na deset območij, ki tvorijo z vidika geografskih, kulturnih in migracijskih značilnosti bolj ali manj zaključene regije. Z vidika te delitve so radijski programi, ki pokrivajo območje ene ali več regij, programi z regionalnim pokrivanjem. Programi, ki pokrivajo manjše dele regij, so lokalni programi. Programi, ki pokrivajo celo državo ali večino njenega ozemlja, so nacionalni. Med radijskimi programi je le nekaj takšnih, ki ne sodijo v noben tak okvir, pokrivajo dokaj velika območja ali več nepovezanih območij in niso ne lokalno ne regionalno orientirani, temveč s splošno usmerjenim programom naslavljajo širši avditorij.

Radijsko postajo Aktual po tej delitvi uvrščamo med regijski radijski program. Pokriva namreč območje Osrednjeslovenske regije, Notranjsko regijo, Gorenjsko, Štajersko, Koroško–savinjsko ter Dolenjsko regijo (Slika 2).

*Slika 2: Območje slišnosti radijske postaje Aktual*



*Vir: APEK, Razdelitev ozemlja Republike Slovenije na deset radijskih regij, 2008, str. 7.*



Za območje slišnosti radijske postaje Aktual velja, da so dejanska območja pokrivanja radijskih programov večja od prikazanih uradnih območij pokrivanja (Slika 1), tj. tistih, znotraj katerih Agencija za pošto in elektronske komunikacije RS, ki je pristojna za upravljanje radiofrekvenčnega spektra, zagotavlja določeno raven kakovosti radijskega signala. Ob ugodnih geografskih razmerah je lahko območje, na katerem je mogoče razmeroma normalno spremljanje radijskega programa, precej večje od uradno načrtanega. Pri opisovanju regij in določanju konkurentov radijske postaje Aktual sem izhajala in Analize stanja na področju radijske in TV dejavnosti v RS, Agencije za pošto in elektronske komunikacije (v nadaljevanju APEK).

Za radijske programe sta velikost območja pokrivanja in število prebivalcev, ki živijo ali se dnevno nahajajo na njem, izjemnega pomena. Večje število poslušalcev, ki jih lahko dosežejo s svojimi programi, zagotavlja lažjo pot do oglaševalskega denarja, ki je temeljni vir prihodkov zasebnih radijskih programov. Oglaševalci, katerih poslovna dejavnost je relevantna za populacijo na območju celotne države, oglašujejo predvsem v radijskih programih z velikim občinstvom, katerega velikost je odvisna tako od geografskega pokrivanja kot od sposobnosti radia, da pritegne čim več poslušalcev. Manjšega oglaševalca ne zanima tisti del poslušalcev, ki živi zunaj območja njegovega trga, in ni pripravljen plačati za oglaševanje na območjih, na katerih ne more tržiti svoje dejavnosti. To logiko je treba upoštevati, ko gre za klasifikacijo medijev na nacionalne, regionalne in lokalne. Posebej za medije z manjšim pokrivanjem je bolje, da so navzoči v zaključeni demografsko-zemljepisni enoti. Za oglaševalce je pomembno, da svoje sporočilo čim lažje posredujejo vsem potencialnim strankam znotraj zaokroženega nacionalnega ali manjšega regionalnega oziroma lokalnega trga. To načelo mora upoštevati tako strategija podeljevanja frekvenc kot tudi širša politika na področju radijske dejavnosti.

#### 1.4.1 Konkurenti v regijah, kjer je slišna radijska postaja Aktual

- **Gorenjska regija.** Ena izmed značilnosti gorenjskega območja je, da na njem delujejo kar trije regionalni programi posebnega pomena: Radio Kranj, Radio Triglav in Radio Sora, ter en lokalni program posebnega pomena, Radio Gorenc, ki ima status neprofitnega programa posebnega pomena. Značilnost *programov posebnega pomena* je, da so izvorno namenjeni pokrivanju potreb prebivalcev prestolnice in/ali njene okolice po predvsem lokalnih informacijah. Na tem območju deluje tudi lokalni Radio Belvi Gorenjska, regionalni Radio Dur, Radio Ognjišče, radijska postaja Aktual in radijska postaja Salomon. Tu deluje tudi radio z nacionalnim pokritjem, in sicer Radio 1, ki je najbolj regijsko razširjen komercialni program. Radio 1 je prevzel stare frekvence manjših lokalnih radijev (Radio 1 Krvavec, Radio 1 Obala, Radio 1 Portorož, Radio 1 Primorska, Radio 1 Dolenjska, Radio 1 Štajerska, Radio 1 LJ) in tako postal najbolj poslušan radio v ruralnih predelih Slovenije. Tako je v mnogih slovenskih krajih Radio 1 postal prvi pravi komercialni radio s komercialno vsebino in ponudbo ter je kot tak tudi sprejet, kar zagotovo kaže trend rasti njegove poslušnosti na teh manjših, lokalnih področjih.
- **Dolenjska regija, Posavje in Bela krajina.** Na tem območju deluje veliko zasebnih lokalnih radijev, med katerimi so nekoč imeli kar trije status lokalnega nekomercialnega programa oziroma status programa posebnega pomena, zdaj pa ni na tem območju niti enega tovrstnega programa. Lokalni radii na tem območju so Radio 1, Radio Brežice, Radio Krka, Radio Odeon, Radio Sevnica, Radio Energy, Radio Sraka, regionalni programi so Studio D Novo mesto, Radio Si, Radio Kum, radijska postaja Aktual in radijska postaja Veseljak.

- **Koroško–savinjska regija.** To je območje z najbolj razvejano ponudbo radijskih programov. Na njem delujejo štirje lokalni oziroma regionalni programi posebnega pomena, torej programi, ki so izvorno namenjeni temu območju: Koroški radio, Radio Velenje, Štajerski val in Radio Goldi. Regionalni radijski programi na tem območju so Radio Sevnica, Radio Maribor, Radio Si, Radio Kum, Radio Ognjišče, radijska postaja Aktual. Lokalni radii pa so Radio Laser Slovenj Gradec, Radio Radlje, Radio Rogla, Radio Tempo, Radio Fantasy, Radio City, Radio Celje, Radio Bakla, Radio Alfa, Radio 1, Moj radio, Informativni val, Celjski val.
- **Osrednjeslovenska regija.** Osrednjeslovenska regija je radijsko zelo raznolika regija, za katero velja, da mora biti v njej prisoten vsak radio, ki kaj velja, saj je to regija, kjer se nahaja glavno mesto Slovenije in kjer se odvija največ pomembnih dogodkov. Za to radijsko območje je tudi značilno, da na njem ni niti enega programa posebnega pomena, ki bi bil izvorno namenjen pokrivanju potreb prebivalcev prestolnice in/ali njene okolice po predvsem lokalnih informacijah. Del teh potreb pokrivajo tu delujoči lokalni in regionalni komercialni programi, pa tudi nacionalni programi RTV Slovenija, ki imajo svoja uredništva v Ljubljani. Lokalni radijski programi, ki se jih v tej regiji lahko sliši, so Europa 05, Radio Antena, ki je tudi izrazito komercialen radio, Radio Ekspres, Radio Geoss, Radio Ljubljana, Radio Orion in Radio Študent. Regionalni radijski programi v tej regiji pa so Notranjski radio, Radio 1, Radio Center, Radio Dur, radijska postaja Aktual, Radio Hit, Radio Kranj-Gorenjski mega srček, Radio Kum, Radio Ognjišče, Radio Salomon, Radio Sora, Radio Veseljak, Radio Zeleni val, Radio Si.
- **Notranjska regija.** Na območju Notranjske ne deluje noben program s statusom programa posebnega pomena, ki bi bil namenjen prav temu območju, pa tudi sicer velja za območje z manj bogato radijsko ponudbo. Tu deluje en lokalni radijski program, in sicer Radio 94 in pa naslednji regionalni radijski programi: Notranjski radio, Radio Capris, Radio Nova, Radio Ognjišče, Radio Si, Radio Koper in radijska postaja Aktual.
- **Gorenjsko–primorska regija.** To je območje, ki pokriva območje Cerkljanskega, Idrijskega in Škofjeloškega. Na tem območju delujeta dva, prav temu območju namenjena programa posebnega pomena: Radio Sora in Radio Odmev. Delujeta tudi regionalna programa Radio Dur in Radijska postaja Aktual.

#### 1.4.2 Konkurenti zunaj slišnosti radijske postaje Aktual

Na tem mestu diplomskega dela bom opisala konkurente radijske postaje Aktual, ki se jih sliši v regijah, v katerih radijska postaja Aktual ne oddaja signala. Opis teh regij in radijskih postaj v teh regijah se mi zdi pomemben, ker se lahko radijska postaja Aktual v prihodnosti razširi tudi na ta območja in je potrebno spremljati konkurente tudi na teh območjih.

- **Primorska regija.** Na tem območju ima zelo pomembno vlogo radijski program koprškega regionalnega centra RTV Slovenija radio Koper-Capodistria. Isti center pripravlja tudi radijski program v italijanskem jeziku za pripadnike italijanske skupnosti. Tu delujeta še dva programa posebnega pomena: Radio Robin in Alpski val. Z dvema nepovezanima conama sega v primorsko regijo tudi komercialni program, ki izvorno deluje na območju osrednje Slovenije Radio Hit, ki z območji pokrivanja, pridobljenimi v zadnjih letih, nakazuje težnjo

k širjenju proti JZ države. Radio Hit je močen konkurent radijski postaji Aktual. Tu delujejo naslednji lokalni radijski programi: Radio 1, Radio Capris, Radio Tartini. Regionalni programi pa so Radio Nova, Radio Ognjišče in pa Radio Si.

- **Kočevska regija.** To je območje južno od Ljubljane do državne meje. Pokriva pas Ribniško, Kočevsko, Suho krajino in del Bele krajine. To je ciljno območje delovanja enega radia posebnega pomena: Radia Univox. Tu deluje lokalni Radio Urban in en regionalni radijski program Radio Zeleni val.
- **Zasavska regija.** Območje Zasavja je ciljno območje delovanja programa posebnega pomena Radia Kum, katerega območje pokrivanja precej presega razmeroma majhno radijsko regijo. Tu delujejo še naslednji regijski radijski programi: Radio Geoss, Radio Ognjišče, Radio Sevnica in lokalni program Radio Snoopy.
- **Podravsko-pomurska regija.** Na območju Podravja in Pomurja je pestra ponudba radijskih programov. Ob programih regionalnega centra RTV Slovenija: Radiu Maribor, Radiu Si, ki se sliši na velikem delu slovenskega ozemlja, in radijskem programu za madžarsko narodno skupnost, na tem območju delujejo še trije lokalni programi posebnega pomena: Radio Ptuj, Murski val in Radio Slovenske gorice. Poleg naštetih deluje tu še množica lokalnih komercialnih programov: Radio 1, Radio Brezje, Radio Fantasy Maribor, Radio Maxi, Radio net FM, Radio Plus Maribor, Radio Prlek, Radio Viva, Radio Radio. Tu se sliši tudi regionalne programe Radio City, Radio Ognjišče in pa radio posebnega pomena Mariborski radio Študent-Marš. Radio City je mariborski silak, ki že vrsto let prevladuje v štajerskem etru in je vedno nekaj stopnic pred vsemi. Za večji del Štajercev je nekako edini radio, ki sploh obstaja, njihova domača BZ, idol. Na območju deluje tudi program Radio Center, ki s svojimi tremi nepovezanimi območji pokrivanja sega v tri radijske regije: Osrednjeslovensko, Koroško-savinjsko in Podravsko-pomursko, njegove aktivnosti v zadnjih letih pa nakazujejo prizadevanja po širjenju pokrivanja vzdolž avtocestne osi. Zanimiva je tudi zgodovina Radia Center. Gre namreč za nekoč manjšo mariborsko radijsko postajo, ki je v zadnjih letih izredno napredovala pri lovu na frekvence in razširila svojo slišnost po vseh urbanih središčih Slovenije. Potem ko je pokrival celotno SV Slovenijo, je udaril tudi na Ljubljano in širšo okolico, nato pa še na Primorsko, Savinjsko, Gorenjsko in Dolenjsko. Lahko bi rekli, da je to radio z nacionalnim pokritjem. Radio Center danes pokriva vsa urbana slovenska središča, torej večja mesta, in ne oddaja na lokalnih območjih ali ruralnih predelih. Vse to je v zadnjem času zbudilo tudi osrednjeslovenskega velikana Radio Hit, da se je začel širiti proti Primorski v želji pridobiti nove poslušalce. Tudi Aktual ni miroval, saj se je razširil proti Posavju in delu Štajerske (Skele, 2008, str. 38).

## 2 PROFIL POSLUŠALCEV RADIA

Nekoč edini množični medij, ki ga je kmalu po moči medijske potrošnje prehitela televizija, še vedno ostaja eden najmočnejših medijev, s katerim je možno doseči visoko število poslušalcev. To potrjujejo številne raziskave, med njimi tudi Mediana TGI, kjer so ugotovili, da radio v povprečju vsak dan posluša dobrih 80 % slovenske populacije, torej dober milijon in pol prebivalcev.

## 2.1 Izsledki iz medijskih raziskav

Med prebivalci Slovenije se medijske navade razlikujejo predvsem v povezavi z dejavniki, kot so starost, spol, izobrazba, življenjski stil, geografska regija in čas dneva, ki močno vplivajo na uporabo vseh vrst medijev.

V podjetju za tržno raziskovanje **GfK Gral-Iteo**, kjer so v začetku leta 2007 za APEK opravili raziskavo, ki jo najdemo na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (<http://www.apek.si>), o možnosti razvoja radijskih in televizijskih programov v Sloveniji, ugotavljajo, da je medij, s katerim preživi slovensko prebivalstvo dnevno največ časa, še vedno radio. Po količini časa, ki ga prebivalci namenjajo posameznemu mediju, mu sledita internet in televizija, drugi mediji pa nekoliko zaostajajo. Televizija ima dominanten položaj le na Primorskem, pri čemer občinstvo kot razlog za to navaja bogato ponudbo tujih, italijanskih programov. Radijske postaje imajo na Primorskem slabo pokritost ter močno konkurenco tujih radijskih postaj, ki celo motijo sprejem domačih postaj. Radio najbolj pogosto spremlja starejše občinstvo. Mlajše občinstvo več časa namenja internetu in televiziji. Razlike med spoloma niso očitne, vendarle pa ženske nekoliko več časa preživijo ob radiu kot moški.

Strokovnjaki, medijski lastniki in ustvarjalci programskih vsebin, ki so bili leta 2007 vključeni v raziskavo o možnostih razvoja radijskih in televizijskih programov v Sloveniji, katero je naredilo podjetje GfK Gral-Iteo za APEK in ki jo najdemo na spletnem naslovu (<http://www.apek.si>), so opozorili na pojav nove generacije t. i. »iPod generacija«. Pri tej generaciji radio ni več pomemben vir glasbe, kar je eden od razlogov za upadanje števila radijskih poslušalcev, in tudi pomeni, da glasba izgublja svoj prvotni pomen med razlogi za poslušanje določenega radijskega programa.

Raziskava GfK Gral-Iteo je pokazala, da zaseda radio mesto medija, ki je najbolj prisoten v življenju slovenskega prebivalstva in predstavlja ljudem vsakodnevnega spremljevalca s funkcijo zabavati, informirati, delati družbo in omogočati sprostitev. Radio je medij, ob katerem ljudje preživijo največ prostega in delovnega časa, »konkurirata« mu televizija in internet. Radio je v življenju ljudi prisoten ves dan (z vidika tega mu konkurenco predstavlja internet), vendar se ga v največji meri poslušaja zjutraj. V tem delu dneva je daleč najbolj dominanten medij (sledijo mu tiskani mediji). Zjutraj se radio poslušaja doma in v avtu, občinstvo se z radijem zbuja in ga poslušaja do odhoda v službo, šolo ter potem po prihodu iz službe, šole. Le mlajši del populacije (v Ljubljani) je zatrdil, da radia čez dan ne poslušajo, medtem ko ga zvečer na splošno poslušajo le redki v populaciji.

Kakor ugotavljajo na **Inštitutu za raziskovanje medijev Mediana**, ki je za APEK) pripravila analizo rezultatov rednega spremljanja poslušalnosti slovenskih radijskih programov v okviru raziskave Mediana RM v obdobju od leta 2000 do 2006, sta razvoj informacijske znanosti in cenovna dostopnost novih tehnologij na začetku 21. stoletja usmerila v digitalizacijo in elektronske medije zlasti mlade, pri katerih se kažejo večje spremembe v življenjskem stilu.

Medijsko področje nasploh je v zadnjem času zaznamovano s prodorom novih medijev in tehnologij, kar se odraža tudi v potrošnji oziroma premikih v vedenju medijskega občinstva. Med najbolj opaznim je t. i. državljansko novinarstvo (*ang. »citizens journalism«*), ki ga omogoča internet in ki predstavlja aktivno vlogo ljudi v zbiranju, poročanju, analizi, posredovanju in izmenjavi novic ter informacij. Tako funkcionirajo spletni dnevniki (blogi), spletni portali z

video vsebinami, forumi, elektronska sporočila in tudi prostori za komentiranje novic, objavljenih na spletnih portalih radijskih postaj. Tudi radijska postaja Aktual ima delujočo spletno stran na [www.radio.aktual.si](http://www.radio.aktual.si), ki je dobro opremljena z raznimi okenčki. Omogočajo komentiranje zadnje slišane skladbe in dajo poslušalcem možnost, da so neprestano v stiku z ustvarjalci programa. Poslušalci imajo na tej spletni strani tudi možnost pogleda v studio, poslušanja glasbe neposredno iz programa in pogleda v arhiv novic, oddaj.

Analiza podatkov iz **raziskave Mediana RM**, ki jo najdemo na spletni strani Agencije za pošto in elektronske komunikacije (<http://www.apek.si>), kaže, da na splošno delež mlajših poslušalcev radia od leta 2000 konstantno upada (najbolj izrazito v starosti od 10 do 30 let), delež starejših poslušalcev pa narašča (v starosti nad 60 let). Po eni strani lahko odgovor za to poiščemo v splošnem staranju prebivalstva, kar pomeni, da se tudi v celotni slovenski populaciji delež mladih zmanjšuje, delež starih pa povečuje, po drugi strani pa mladi radio vse bolj nadomeščajo z novimi mediji in tehnologijami. Poslušalec radia je bil v letu 2000 v povprečju star 38 let, v letu 2006 pa 41 let. V povprečju so najstarejši poslušalci radijskih programov RTV Slovenija (v letu 2006 so v povprečju stari 49 let), najmlajši pa poslušalci komercialnih radijskih programov (35 let v letu 2006). Povprečna starost poslušalcev lokalnih radijskih programov v letu 2006 je 41, regionalnih pa 46 let.

Preference do posameznih radijskih programov so precej povezane tudi s spremenljivkami, kot so spol, izobrazba in dohodek. Poslušalci z visoko izobrazbo so v vseh obravnavanih letih raziskave (2000, 2002, 2006) nadpovprečno poslušali programe RTV Slovenija, vse druge programe (regionalne, lokalne programe posebnega pomena) pa izrazito podpovprečno. Pri drugih dveh izobrazbenih skupinah (OŠ in srednja šola) pa je slika ravno nasprotna, saj je tam poslušanje programov RTV Slovenija podpovprečno.

## **2.2 Profil Aktualovih poslušalcev (struktura avditorija)**

Na tem mestu bom predstavila, kakšne so razlike med omenjenimi spremenljivkami na primeru radijske postaje Aktual. Izhajala sem iz podatkov Media Poolove Radiometrije, iz poročila za 3. četrtletje 2008, področje slišnosti radijske postaje Aktual, število anketirancev je bilo 5.565.

### *Spol*

Podatki kažejo, da je nekoliko večji delež žensk kot moških poslušalo program radijske postaje Aktual, in sicer je v povprečju 52,2 % žensk v tem obdobju poslušalo program radijske postaje Aktual vsaj 15 minut dnevno, moških pa 47,8 %.

### *Starost*

Poslušalci radijske postaje Aktual, stari od 30 do 39, let so v povprečju največ dnevno poslušali radijsko postajo Aktual, in sicer je v tem starostnem razredu 29,2 % poslušalcev, 20,9 % poslušalcev je starih od 25 do 29 let, 18,0 % je starih od 40 do 49 let in 10,10 % poslušalcev je v starostnem razredu od 20 do 24 let. Starostni razred od 20 do 49 let predstavlja tudi ciljno skupino ljudi, poslušalcev radijske postaje Aktual. Kot je razvidno iz podatkov, je bilo poslušalcev, starih od 20 do 29 let, v povprečju 31,0 %, 47,2 % je bilo poslušalcev v starostnem razredu od 30 do 49 let, poslušalcev, starih od 0 do 19 let je bilo 7 %, od 50 do 75 let pa je bilo 8,9 % poslušalcev.

### *Izobrazba*

Poslušalci radijske postaje Aktual s srednješolsko izobrazbo so v obdobju 3. četrtletja 2008 nadpovprečno poslušali radijsko postajo Aktual, in sicer je bilo kar 49,3 % poslušalcev s to izobrazbo. Poslušalcev z visokošolsko izobrazbo (visoka šola, fakulteta ali več) je bilo v tem obdobju 27,5 %. Poslušalcev z osnovnošolsko izobrazbo je 8,2 %, z dokončano strokovno šolo pa 6,1 %. Vzroke za takšno strukturo poslušalcev gre iskati pri formatu radijskega programa, radijski shemi. Radijska postaja Aktual je sicer komercialna radijska postaja, vendar dajejo izjemen poudarek novicam in aktualnim dogajanjem, kar je zanimivo tako za ljudi s srednješolsko izobrazbo kot tudi za bolj izobražene ljudi, saj so informativne oddaje kakovostne. Razlog za višje izobraženo strukturo poslušalcev radijske postaje Aktual je tudi to, da je radio usmerjen k poslušalstvu v večjih mestih, kjer tudi na splošno živi več izobraženega prebivalstva. Po podatkih je 72,6 % poslušalcev iz Ljubljane, 21,5 % poslušalcev iz Celja, Trbovelj in 5,9 % poslušalcev iz Maribora, Murske Sobote in Raven.

### *Dohodek*

Z analizo podatkov o poslušanosti glede na dohodek anketirancev je mogoče razbrati, da poslušalci z neto mesečnim dohodkom nad 800 do 1.000 EUR največ poslušajo radijsko postajo Aktual, 20,6 % poslušalcev spada v to kategorijo, 10,5 % poslušalcev ima neto mesečni dohodek nad 400 do 600 EUR, 8,5 % poslušalcev ima neto mesečni dohodek nad 600 do 800 EUR in 18,7 % poslušalcev nima lastnih dohodkov. Po podatkih je 8,5 % poslušalcev z dohodkom nad 1.000 do 1.600 EUR, 4,4 % poslušalcev ima neto mesečni dohodek nad 200 do 400 EUR, 4,2 % poslušalcev pa ima dohodek nad 1.800 EUR. Glede na to, da je kar 27,5 % poslušalcev z visokošolsko izobrazbo, bi pričakovali malo večji odstotek poslušalcev pri dohodkih nad 1.000 EUR, vendar pa je tukaj treba upoštevati tudi podatek, da 24,6 % poslušalcev na to vprašanje ni hotelo odgovoriti.

## **3 ZADOVOLJSTVO POSLUŠALCEV**

### **3.1 Opredelitev zadovoljstva poslušalcev**

Komercialni radii se trudijo pridobiti čim širši krog poslušalcev in tako čim večjo poslušanost. Zato je izjemno pomembno, da so poslušalci s tovrstnim radijskim programom tudi zadovoljni. Kaj pomeni zadovoljstvo poslušalcev, kateri so dejavniki, ki pritegnejo poslušalca k poslušanju določenega radia in kateri so dejavniki, ki povzročijo, da poslušalci zamenjajo radijsko postajo, je predstavljeno v tem poglavju.

Na splošno je *zadovoljstvo* občutek ugodja ali razočaranja, ki je posledica primerjave znanega delovanja storitve (ali rezultata) z lastnimi pričakovanji. Če je delovanje storitve oziroma rezultat slabši od pričakovanja, je kupec nezadovoljen. Če pa rezultat presega pričakovanja, je kupec zelo zadovoljen ali navdušen (Kotler, 2004, str. 61).

Poslušalci oblikujejo svoja pričakovanja na podlagi izkušenj iz preteklosti, nasvetov prijateljev in sodelavcev ter informacij in obljub podjetja in konkurentov (Kotler, 2004, str. 62).

Če upoštevam Kotlerja in apliciram na radio, potem bi lahko razmišljala takole: Recimo, da zadovoljstvo ocenjujemo z lestvico od ena do pet. Pri zelo nizki ravni zadovoljstva (ocena ena) bodo poslušalci najverjetneje zamenjali radijski program in o njem celo širili neprijetne govorice. Na ravneh od dve do štiri so poslušalci dokaj zadovoljni, a vseeno brez omahovanja zamenjajo radijski program, če jim trenutni ni všeč. Na ravni pet bo poslušalec zelo verjetno ponovno poslušal isto radijsko frekvenco in morda celo širil o njej prijetne govorice. Veliko zadovoljstvo ali navdušenje ne ustvarita zgolj razumsko pogojenih preferenc, ampak tudi osebni čustveni odnos z radijsko postajo.

Ko poslušalci ocenjujejo svoje zadovoljstvo v zvezi s posameznimi sestavinami ponudbe radijskega programa, se morajo podjetja (radii) zavedati, da poslušalci različno gledajo na to, kaj je dober radijski program. Podjetje se mora zavedati, da lahko dva človeka na podlagi različnih razlogov prideta do končne ocene zelo zadovoljen. Eden izmed njiju je lahko oseba, ki jo je večinoma lahko zadovoljiti, medtem ko je drugemu poslušalcu izjemno težko ustreči, a je bil v tem primeru zadovoljen. Treba je upoštevati tudi to, da so poslušalci vedno bolj zahtevni, vedno težje jih je zadovoljiti. So pametnejši, manj usmiljeni, obkroženi s številnimi radijskimi ponudbami, ki so podobne ali boljše.

Danes morajo radii zadovoljstvu poslušalcev nameniti še več pozornosti kot nekoč, saj še nikdar ni bilo v Sloveniji toliko radijskih postaj, kot jih je danes in se je treba za vsakega poslušalca posebej boriti. Treba pa se je zavedati tudi dejstva, da lahko danes pri tej tehnologiji, kot jo imamo, poslušalec preko svetovnega spleta zelo preprosto širi slabe ali dobre govorice po vsem svetu.

Da bi pridobili čim več poslušalcev, morajo radijski uredniki, ustvarjalci programov, voditelji in novinarji poskrbeti za to, da so njihovi **poslušalci z njihovim programom zadovoljni in celo več kot to**, zelo zadovoljni morajo biti oziroma bolj morajo biti zadovoljni z njihovim radijskim programom kot s konkurenčnimi radijskimi programi. V ta namen bi vsako uspešno podjetje moralo vsaj enkrat letno opraviti **raziskavo zadovoljstva svojih poslušalcev**. Na ta način bi lažje oblikovali svoj program, ga izpopolnili in tudi vedeli bi, kakšne so želje, potrebe in pripombe njihovih poslušalcev. Ni namreč dovolj, da ustvarjalci radijskih programov na svojih forumih sprašujejo svoje poslušalce, kaj jim je všeč in kaj ne, katera skladba od zadnjih petih, ki se je zavrtela, jim najbolj ustreza in bi si jo ponovno želeli slišati. Mnenja, pridobljena na ta način, so sicer dobrodošla, vsekakor pa to ni in ne sme biti neka podlaga, na kateri se ustvarja bodoči radijski program. Nujno je potrebno narediti kvalitetno celovito raziskavo zadovoljstva poslušalcev določenega radijskega programa, saj se le na ta način da ohraniti poslušalce, pridobiti nove in prehiteti konkurenco z novimi zamislimi, oddajami, ki si jih poslušalci želijo.

**Treba je najti načine, kako poslušalca zadovoljiti, razveseliti, zabavati**, ga vključiti v radijski program, da bo dobil občutek, da tudi sam nekaj ustvarja. Ljudem veliko pomeni, če jih nekdo jemlje resno, upošteva in posluša, če so lahko del nečesa, kot je na primer tudi vodenje radijskega programa.

Poslušalce je treba povprašati za mnenje, preden pobegnejo h konkurenci in si že ustvarijo negativno mnenje o naši radijski postaji. Če jih bomo dobili v času, ko bodo še poslušali našo frekvenco in ustregli njihovim željam in potrebam tako, da bodo več kot zadovoljni, nas morda sploh ne bodo zapustili. Poslušalce je torej treba več kot zadovoljiti, jih zabavati in jim dati vedeti, da obstajamo tukaj in sedaj zaradi njih. **Vsak poslušalec šteje**, vsakemu se je treba posvetiti. Glavni ustvarjalci in urednik programa radijske postaje Aktual se zavedajo dejstva, da

ne bi obstajali brez poslušalcev in imajo tudi slogan, ki se glasi »*Narejen za vaša ušesa*«, torej radio, narejen za poslušalce, za nas. Na svoji spletni strani imajo tudi forum, na katerem lahko poslušalci podajajo svoja mnenja, pohvale, pritožbe. Imajo tudi klepetalnico, v kateri lahko poslušalci klepetajo med seboj in z ustvarjalci programa, bloge, kjer komentirajo razne teme. Poslušalci imajo tudi možnost preko spleta komentirati temo, ki je aktualna. Torej se trudijo vključiti poslušalce v tej meri, da imajo možnost izražati svoja mnenja preko spleta in klicev v studio predvsem v jutranjem delu programa. Na podlagi njihovih mnenj jih potem ustvarjalci poskušajo zadovoljiti. Vendar kot sem že omenila, to ni dovolj, potrebna je raziskava zadovoljstva, ki jo je nato potrebno analizirati in na podlagi analize ugotoviti, kaj je potrebno izboljšati, da bodo poslušalci bolj zadovoljni.

### 3.2 Dejavniki, ki pritegnejo poslušalca k poslušanju radijske postaje

Po podatkih iz prve poglobljene raziskave občinstva RTV Slovenija: Kaj pričakuje slovensko občinstvo od javne RTV ([http://www.gfk.si/4\\_2\\_clanki.php?leto=2004](http://www.gfk.si/4_2_clanki.php?leto=2004)), so ključne vsebine radia glede na interes občinstva: glasba, poročila in prometne informacije, informacije o vremenskih razmerah, kontaktne oddaje in pogovorne oddaje z gosti. Na lokalnih radijskih postajah so za poslušalce zanimive tudi informacije o lokalnih dogodkih, kronika, nagradne igre, osmrtnice in prometne informacije o policijskih kontrolah in radarjih.

Raziskava je pokazala, da so ljudem zelo pomembne radijske postaje, kjer se vrti veliko glasbe, vsako uro pa poslušalcem posredujejo kratke novice. Koncentrirano se radio poslušala le občasno, saj gre večinoma za spontano poslušanje (radio služi za »zvočno kuliso«). Le izjemoma, predvsem poslušalci iz starejše populacije, namenoma spremljajo določene oddaje. Med glavnimi razlogi za poslušanje določenih radijskih postaj so poslušalci navajali kontaktne oddaje, predvsem z resno tematiko, in poslušanje glasbe. Mlajše občinstvo ima rajši komercialne radijske programe, zaradi glasbe in aktualnih informacij.

Tudi raziskava Radiometrija od leta 2003 naprej ugotavlja razloge za poslušanje radia. V tej raziskavi je bilo ugotovljeno, da je najpogostejši vzrok za poslušanje radia leta 2003 **glasba**, naslednji razlog so **poročila**, tretji najpogostejši razlog pa je, da poslušalci poslušajo radio **iz navade**, ker je prižgan. Leta 2004 je bil najpogostejši razlog za poslušanje radia tudi **glasba**. Drugi razlog je bil **zaradi družbe**, da ni dolgčas. Tretji pa, da poslušalci poslušajo radio **iz navade**, ker je prižgan. Leta 2005 je največ poslušalcev poslušalo radio **zaradi družbe**, da ni dolgčas, nato zaradi **poročil**, na tretjem mestu pa je bil razlog, da poslušalci poslušajo radio **zaradi raznih oddaj** (Cestnik, 2006, str. 34–35).

Na podlagi ugotovitev obeh raziskav (Radiometrije in GfK Gral-Iteo) bom podrobneje opisala vsakega od dejavnikov oziroma razlogov za poslušanje radia.

#### 3.2.1 Glasba

Glasba je za veliko večino ljudi ključnega pomena pri izbiri določene radijske postaje. Za večino radiev je kar nekako značilno, da vrtijo večkrat na dan iste skladbe in zaradi tega postanejo ljudem, ki poslušajo radijsko postajo po več ur skupaj, dolgočasni. Vzrok ponavljanja glasbe so glasbene letvice, saj le te predstavljajo za glasbene urednike komercialnega programa iztočnico za oblikovanje njihove play liste. Ena od teh glasbenih lestvic je Vikendova slo/top/30. V Prilogi



3 so v Tabeli 7 prikazane skladbe, ki so bile od 2. 3. 2009 do 8. 3. 2009 uvrščene na imenovano glasbeno lestvico. V radijskem programu bi moralo biti čim manj ponavljanja in čim več raznolike glasbe. Na žalost pa je tako, da ljudje neprestano želijo iste skladbe. Vsak radio dela neke kompromise, da je čim več zadovoljnih in čim manj nezadovoljnih poslušalcev. Na radijski postaji Aktual se poizkušajo ponavljanju predvajanih skladb izogniti. Sicer tudi sami ustvarjalci programa priznavajo, da jim kdaj s kakšno res aktualno skladbo to ne uspe, saj ravno z njo pritegnejo poslušalce (mislim na poslušalce, ki niso prisiljeni poslušati radijskega programa po osem ur dnevno). Njihov glasbeni izbor oziroma arhiv skladb, ki jih imajo, sega od popa, rapa, lažjega rocka do tudi malo trše glasbe, kot je na primer Metallica, do glasbe iz 80-ih, ki jo zadnje čase na vseh radiih zelo veliko vrtijo, ker je postala zopet popularna. Vrtijo tudi popularno slovensko glasbo, in sicer v Zakonu o medijih je v 86. členu zapisano, da mora biti najmanj 20 % vse dnevno predvajane glasbe komercialnega radijskega programa slovenske oziroma glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in soustvarjalcev.

### **3.2.2 Poročila oziroma novice**

Najbolj poslušane radijske oddaje so še vedno dnevno informativne oddaje. Ljudi namreč najbolj zanimajo novice dneva, kaj aktualnega se dogaja doma in po svetu. Na radijski postaji Aktual je opoldanski program najbolj oplemeniten z rednimi in najbolj aktualnimi novicami. Ob polni uri so globalne novice, na pol ure pa lokalne novice. Vsak delavnik ob 17.00 je na radijski postaji Aktual osrednja informativna oddaja, kjer lahko poslušalci spremljajo dogodke, ki so odmevali in se dotikajo slehernika in vse tisto, kar se dogaja v širši in ožji skupnosti. Dober radio je hiter, je »zdaj«, je tisti, ki je ujel ta trenutek in ga tudi ta trenutek spremeni v vest. Poslušajte radio, pa boste izvedeli vse tisto, kar bodo drugi mediji objavili šele potem, ko je dogodek že minil.

### **3.2.3 Druge informacije (promet, radar)**

V avtomobilih je radio kralj. In dokler se bomo prevažali s temi prevoznimi sredstvi, v njih ne bomo gledali televizije ali brali časopisov. V tem času, ko so poslušalci v avtomobilu jih moramo loviti s tistimi vsebinami, ki jih najbolj potrebujejo. Zato so na radiu tako pomembna prometna obvestila, ki morajo biti aktualna in preverjena. Nekatere radijske postaje na ključna križišča postavljajo kamere in opazujejo, kaj se dogaja na cesti. Pri nas seveda še nismo tako daleč. Informacije o stanju na cestah in o radarjih so za ljudi najbolj aktualne v času, ko potujejo domov iz služb, zato so na radijski postaji Aktual v popoldanskem radijskem programu poskrbeli, da so poslušalci opremljeni z vsemi potrebnimi informacijami, tako da je njihova vožnja domov kar se da kratka in zabavna.

### **3.2.4 Družba**

Zjutraj, ko se ljudje zbudijo, vključijo radio in ga imajo prižganega, vse dokler se ne odpravijo v službo, šolo. V avtomobilu ga zopet prižgejo in poslušajo na poti v službo/šolo, nato zopet v službi in nato še zvečer, preden zaspijo. Mnogo ljudi namreč še vedno zaspri ob poslušanju glasbe z radia. Radio spremlja ljudi praktično čez cel dan. Radijski strokovnjaki pravijo, da je radio neuničljiv. Za današnji čas je značilno, da se ljudje med seboj ne znamo več pogovarjati, poslušati, komunicirati in tako je veliko ljudi osamljenih. Ljudje si želijo nekoga, da bi se z njimi pogovarjal, potrebujejo pogovore. In zato je radio idealen medij, saj ljudje lahko pokličejo v pogovorno oddajo in se na ta način vključijo v pogovor ali pa pogovor le spremljajo prek sprejemnika. Radio je lahko tudi ljubezen. Neki Nizozemec, ki je sredi sedemdesetih let na srednjih valovih ujel glas napovedovalke nekega slovenskega radia, se je vanj zaljubil. Prišel je v

Slovenijo in na recepciji radijske hiše izvedel, da sta gospa in njen glas na dopustu v Dubrovniku. Sedel je v avto in jo našel v enem od hotelov obalnega mesta. Kmalu zatem sta se »glasova« poročila (Maličev, 2007, str. 30–31).

### 3.2.5 Navada, da ni dolgčas

Radio je svet glasov in tonov, v katerega lahko vstopamo takrat, ko si to sami želimo, a je vseeno postal kulisa našega vsakdanjega življenja. Veliko ljudi ima radio prižgan, pa ni nujno, da sploh poslušajo glasbo ali voditelja. Radio imajo prižgan iz navade, da jih neki glasovni valovi spremljajo ali ob delu, učenju ali opravljanju gospodinjskih opravil. Dolgčas lahko ljudje preganjajo tudi s »postanjem« po Aktualovem forumu ali pa klepetajo v Aktualovi klepetalnici.

### 3.2.6 Razne oddaje

Radio živi z ljudmi in njihovimi problemi. V ta namen so informativne oddaje, pogovorne oddaje, kjer se v studio povabi strokovnjaka s področja obravnavane teme in oddaja steče. Na radijski postaji Aktual je oddaja, ki je namenjena izobraževanju, vsako sredo ob pol treh popoldan (oddaja Na sredi z Majdo Juvan). Ker pa je ena od funkcij radia tudi zabavati ljudi, v ta namen ustvarjajo radijski ustvarjalci tudi zabavne oddaje. Na radijski postaji Aktual nas vsako jutro prebudi voditelj Racman z oddajo Malo morgen Racman. To je oddaja, polna humorja in udarne glasbe za vse tiste, ki jih je treba zjutraj vreči iz postelje. Racman vsako jutro tudi pokliče nekoga po telefonu, ki mu je prijatelj naročil bujenje. Vsako sredo pa ima v studiu posebnega VIP gosta, ki spoznava, kakšno je delo na radiu in za to dobi tudi plačilo, ki pa gre v dobrodelne namene. Seveda pa imajo na radiu tudi glasbene oddaje velik pomen. V oddaji Glasbeni velikani lahko poslušalci vsak dan, med 18.30 in 19.00 uro, izvejo ključne stvari o najbolj legendarnih glasbenih izvajalcih. Torkove večere lahko poslušalci preživljajo ob poslušanju oddaje Aktual live, kjer se predvajajo koncertni posnetki raznih prav tako legendarnih glasbenih skupin ali posameznih glasbenih ustvarjalcev. Vsak četrtek zvečer pa imajo poslušalci možnost poslušati oddajo Aktual NA GLAS. V tej oddaji gostijo razne slovenske glasbene skupine, ki igrajo v posebni dvorani v živo. Poslušalci imajo možnost gledati koncert v živo ali gledati preko tv Čarlija ali pa poslušati preko radijskih sprejemnikov. Zabavne oddaje so zelo pomembne za pritegnitev mlajših poslušalcev. Za malo starejše pa so pomembne kakovostne informativne in pogovorne oddaje.

## 3.3 Dejavniki, ki odvrtačajo poslušalca od poslušanja radia

Raziskava Radiometrija od leta 2003 naprej ugotavlja razloge za neposluhanje radia. V tej raziskavi je bilo ugotovljeno, da je leta 2003 največ poslušalcev radijski program zamenjalo zato, ker jim ni bila všeč **glasba**. Naslednji dejavnik, ki je bil vzrok zamenjave radijskega programa, so bili **oglas**i, na tretjem mestu pa so vzrok menjave **voditelji**. Poslušalci so namreč predstavili radijski program, ker jim voditelji niso bili všeč. Nekaj anketirancev pa je odgovorilo, da programa ne menja. Tudi leta 2004 je največ poslušalcev radijski program zamenjalo zaradi **glasbe**. Naslednji vzrok so bile **oddaje**, kot tretji vzrok menjave radijskega programa pa so bili **oglas**i. V letu 2004 je bilo več anketiranih poslušalcev kot leta 2003, ki so odgovorili, da programa ne menjajo. Leta 2005 je največ poslušalcev radijski program zamenjalo zaradi **glasbe**, nato zaradi **oglasov**, na tretjem mestu pa so bile vzrok menjave radijskega programa **oddaje**, ki

poslušalcem niso bile všeč. V letu 2005 je bilo glede na leto 2004 več poslušalcev, ki programa ne menjajo (Cestnik, 2006, str. 35).

Na podlagi ugotovitev raziskave Radiometrije bom podrobneje opisala vsakega od dejavnikov oziroma razlogov za neposlušanje radia.

### **3.3.1 Glasba**

Glasba je po opravljenih raziskavah tudi glavni razlog za poslušanje določenega radijskega programa. Radijskim ustvarjalcem se postavlja tudi vprašanje, kaj poslušalci znotraj igranega radijskega programa najraje poslušajo, katera glasba jim je najljubša in katere ne prenesejo. Kot je dejal Aleš Jan, redni profesor na AGRFT: »Tu je osnovno stališče poslušalec kot posameznik. Seveda pa so tu ciljne skupine, ki imajo različne želje. Prav gotovo je razlika med hvaležnim otroškim poslušalstvom in zahtevnim radiofilom. Ponudba mora biti kot v dobri restavraciji, kjer iz bogatega jedilnika vsak izbere jed in posladek po svojem okusu, ne oziraje, ali je bila hrana pridelana na domači ali tuji njivi« (Maličev, 2007, str. 32).

Vsak radio ima svojo play listo, ki jo poljubno tudi dopolnjuje. Vsak človek pa ima svoj glasbeni okus, vsak posameznik je specifičen in težko je narediti glasbeni program, ki bi ustrežal vsem glasbenim okusom. Na komercialnih radiih se vrti glasba, ki je trenutno najbolj popularna, saj s tem pritegne največje število poslušalcev, kar je bistvo komercialnih radijev. Ne vrtijo pa se določene glasbene zvrsti, kot je na primer dark metal, hard metal, trash, narodnozabavna glasba, instrumentalna, klasična glasba. Te glasbene zvrsti imajo tudi veliko število privržencev, ki pa ravno zaradi nepredvajanja teh zvrsti ne poslušajo komercialnih radijskih postaj.

Z vidika glasbenikov je radio tudi eden od medijev, kjer se je dobro pojaviti, saj je na ta način skladba slišana množici ljudi. Glasbeniki se trudijo, da bi vzpostavili tesnejše stike z glasbenimi uredniki. Vendar, če odgovorni presodijo, da je glasba nekakovostna ali da ne ustreza njihovi play listi in radijskemu stilu, je ne bodo vrteli. Tako je dosti glasbenikov tudi nezadovoljnih in širijo o določeni radijski postaji tudi slab glas. Naj za primer navedem raparja Zlatka, ki je bil gost v oddaji Aktual NA GLAS, v kateri je izrekel veliko kritik na račun Radia Antena, saj tamkajšnji uredniki v svojem programu niso hoteli vrteti njegovih skladb. Torej imajo glasbeni uredniki kar zahtevno nalogo v današnji poplavi glasbenih izvajalcev in morajo biti pozorni na nove vzhajajoče zvezde. Vsekakor pa je treba imeti nek korekten odnos do vseh poslušalcev, glasbenikov in nasploh do vseh ljudi.

### **3.3.2 Oglasi**

Kot sem že opisala pri pomanjkljivostih radia, poslušalce predvsem moti slaba kakovost in količina oglasov. Kljub temu pa se poslušalcem zdijo oglasi na radiu manj moteči kot na televiziji. Ker pa je komercialni radio, kot sem že večkrat poudarila, radio, ki se preživlja z oglasi, oglasi preprosto morajo biti. Pomembno je, da je oglas vsebinsko razumljiv, da ima ustrezno glasbeno podlago in da ga spiker pravilno, všečno prebere. Če katera od teh stvari ni dobro izpeljana, oglas izpade nekakovosten in moteč.

### 3.3.3 Voditelji

Eden izmed glavnih razlogov za menjavo radijske postaje navajajo poslušalci v raziskavi Radiometrija voditelje, ki jim niso všeč. Očitajo jim neusposobljenost, nestrokovnost, neprofesionalnost in neprijeten glas ter pomanjkanje humorja.

Obstaja veliko učbenikov, kako prodreti na radio, kako priti »do mikrofona«. V eni od takšnih knjig je tudi zapisano, da je treba razmisliti celo o tem, katera imena in priimki so primerni za radio. Sprememba imena je nasvet Američanov, vendar o tem pri nas še ne razmišljajo (Maličev, 2007, str. 30). V osemdesetih letih 20. stoletja so radijci na nekem posvetu v Beogradu ugotovili, da ni radijske postaje brez humoristično-satiričnega programa. Humoristično-satirični elementi morajo biti razporejeni po programu in se prepletati z drugimi novinarskimi vsebinami. Funkcija humoristično-zabavnih programov je tudi zadovoljevanje potrebe po sprostitvi poslušalca. Posebnost radijskih humorističnih vrst so: govorna interpretacija, efekti, glasba, šumi, tišina. Humoristično-satirične vsebine v radijskem programu so lahko del posebnih oddaj ali del večjih, prvenstveno zabavnih programskih blokov. Od samega voditelja se pričakuje, da je poleg animacije sposoben podati tudi kratke in duhovite opazke in svoj humoristično-satirični komentar posamezni aktualni temi. V zabavnih programih in zabavnih blokih so lahko humoristično-satirični bloki zelo različni (Bizilj, 2003, str. 124). Dejstvo je, da slab voditelj lahko uniči vrednost in namen še tako odlično zastavljenega programa. To dokazuje, da mora radijska govorna osebnost obvladati množico sposobnosti, ki naredijo medijsko osebnost z jasnim in individualnim stilom povezovanja programa. Tudi glasovni kreator zabave je radijski voditelj. Njegovo delo ni mačji kašelj. Svoje ciljne množice ne vidi, ne more se orientirati s pomočjo njihovih odzivov, vnaprej mora sklepati, ali je vsebina njegove oddaje razumljiva in ali omogoča fiktivno predstavo pri poslušalcih. Dejstvo je, da je glavna hiba radia ravno pomanjkanje slike in da je edino sredstvo, s katerim voditelj operira, pravzaprav njegov glas. Kot je Herkaness poudaril, med ključne lastnosti dobrega radijskega voditelja sodijo dobra izobrazba, treniran glas (sposobnost petja in govora), poznavanje glasbe in tujih jezikov, skratka »glas z osebnostjo«. To so lastnosti, ki so se ob postopnem mehčanju radijskih oblik in vsebin izkazale za zelo umestne (Hilmes, 1998, str. 59).

### 3.3.4 Oddaje

Pri izbiri najljubše radijske postaje je ključna glasba in mnogo ljudem je vse drugo preveč. Večina ljudi ima raje več glasbe in čim manj govorjenja. Kot pravi Zoran Trojan, direktor in partner v Sonce.net: »Najraje poslušam radio, ko vrtijo res odlično glasbo–brez besed. Vse ostalo na radijskih postajah razen glasbe mi je odveč, včasih celo moteče« (Jančič, 2008, str. 44).

## 4 KVALITATIVNA RAZISKAVA DEJAVNIKOV, KI VPLIVAJO NA ZADOVOLJSTVO POSLUŠALCEV

### 4.1 Opredelitev problema in namen raziskave

V raziskavi sem ugotavljala, kateri dejavniki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. Konkurenca med radijskimi postajami v Sloveniji je velika, še posebej ob dejstvu, da imajo komercialni radijski programi identične radijske sheme.

Namen moje raziskave je ugotoviti, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual, na podlagi katerih dejavnikov poslušalci pravzaprav poslušajo radijsko postajo Aktual oziroma je ne poslušajo.

Na podlagi narejenega teoretičnega dela diplomskega dela in poznavanja značilnosti radijskega trga sem naredila kvalitativno raziskavo med poslušalci in neposlušalci radijske postaje Aktual. V nadaljevanju diplomskega dela predstavljam cilje in raziskovalna vprašanja, načrt in izvedbo raziskave ter v zadnjem delu analizo in rezultate raziskave.

## 4.2 Cilji in raziskovalna vprašanja

Cilj diplomskega dela je ugotoviti, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. V empiričnem delu diplomskega dela sem raziskovala, zaradi katerih dejavnikov poslušalci poslušajo specifično radijsko postajo in zaradi katerih dejavnikov ne poslušajo specifične radijske postaje. Na osnovi teoretičnega dela diplomskega dela sem zastavila osnovno domnevo: najpomembnejši dejavniki pri izbiri radijske postaje so glasba, poročila oziroma novice, oddaje, družba, navada, prometne informacije. Dejavniki, ki odvrtačajo poslušalca od poslušanja radijske postaje, pa so glasba, voditelji, novice, oddaje in oglasi. Osnovno domnevo sem v skupinskih pogovorih preizkušala še z dodatnimi vprašanji, ki se nanašajo na zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo poslušalcev z določeno radijsko postajo. V skupinskih pogovorih sem z raziskovalnimi vprašanji želela:

- raziskati, kdaj so radijski poslušalci zadovoljni z izbrano radijsko postajo;
- raziskati, katere radijske postaje poslušajo oziroma ne poslušajo;
- raziskati, dejavnike, ki vplivajo na izbiro radijske postaje Aktual;
- raziskati, dejavnike, ki odvrtačajo poslušalce od poslušanja radijske postaje Aktual;
- raziskati, dejavnike, ki vplivajo na izbiro drugih radijskih postaj;
- določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za poslušalce idealen.

## 4.3 Načrt in izvedba raziskave

### 4.3.1 Metodologija raziskave

Raziskovalne metode lahko glede na orientacijo analize razdelimo na kvantitativne in kvalitativne. Kvantitativne raziskave vključujejo zbiranje in prevajanje informacij v statistične podatke. Najbolj poznano je anketiranje (osebno, telefonsko, pošto, uporaba sekundarnih podatkov itd.). Kvalitativne raziskave so bolj poglobljene in vključujejo manjše število udeležencev. Ta tip raziskave ni merljiv v osnovnem pomenu besede. Kvalitativne podatke uporabimo za oblikovanje vtisa, za poglobljeno razumevanje specifičnega problema in ne za definiranje določene skupine oziroma tržišča ([www.gfk.si](http://www.gfk.si)).

V svojem diplomskem delu sem se odločila za **kvalitativno raziskavo**, katere namen je razumeti razloge in motive v ozadju preučevanega problema, vzorec je majhen in nereprezentativen,

zbiranje podatkov je nestrukturirano (svobodno), analiza podatkov je opisna, brez uporabe statističnih metod, rezultat je poglobljeno razumevanje (Rojšek, 2005).

Kvalitativne raziskave morajo po Johnsu & Lee-Rossu (1998, str. 122) ustrezati določenim kriterijem, da je raziskava splošno sprejeta:

- verodostojnost – raziskovalčeva interpretacija rezultatov mora biti sprejemljiva tudi ostalim raziskovalcem, menedžerjem storitvenih organizacij;
- prenosljivost – rezultati morajo biti koristni tudi ostalim organizacijam;
- zanesljivost – ugotovitve morajo dopuščati napovedovanje, na primer podpreti sorodne teorije;
- dokazovanje – podobne skupine v podobnih organizacijah morajo biti sposobne podvojiti ugotovitve raziskave.

### **Postopki pri kvalitativnem raziskovanju**

Raziskovalec se lahko odloči za neposredno (neprikrito) raziskovanje ali za posredno (prikrito) raziskovanje, kjer namen raziskave prikrijemo. Med neposredno raziskovanje spadata skupinski in poglobljeni pogovori. Med prikrito raziskovanje pa spadajo projektivne tehnike, kot so besedne asociacije, določanje stavkov/zgodb, razlaga slike, igranje vlog (Rojšek, 2005).

Glede na namen in cilj diplomskega dela sem se odločila za **skupinske pogovore**. S skupinskim pogovorom sem želela spodbuditi posameznike s pomočjo skupinske interakcije k bolj poglobljenemu razmišljanju o svojih prepričanjih, navadah, mnenjih ipd. Na ta način je mogoče nadgraditi informacije, ki bi jih sicer dobili preko individualnih intervjujev ([www.gfk.si](http://www.gfk.si)). Poglobljene informacije, pridobljene v skupinskih pogovorih, bodo pomagale pri razumevanju posameznikovih odločitev. Za ta način raziskave sem se odločila tudi zaradi vrste in količine podatkov, ki jih želim zbrati. Ta metoda je manj strukturirana od kvantitativne, vendar to ne pomeni, da je manj učinkovita ali da je potrebno manj planiranja za njeno izvedbo (Johns & Lee-Ross, 1998, str. 122).

#### **4.3.2 Skupinski pogovori**

Metoda skupinskih pogovorov je ena izmed kvalitativnih metod za zbiranje, analizo in interpretacijo podatkov. Sodi med metode, pri katerih se uporabljajo nestandardizirane tehnike anketiranja ali opazovanja, ki niso zelo strukturirane, npr. skupinske diskusije ali poglobljeni individualni intervjuji. Raziskovalci iščejo kvalitativne podatke za oblikovanje vtisa, in ne za številčno ali merljivo definiranje trga ali določene skupine. Kvalitativne raziskave nam dajo odgovor kaj, kako in zakaj, ne pa koliko (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 7).

Večino teh značilnosti ima tudi metoda fokusna skupina. Ime je dobila po izrazu »focus group«, ki se uporablja v angleščini. V slovenščini nimamo uveljavljenega domačega izraza, zato se uporablja kar poslovenjeni angleški izraz »fokusna skupina«, lahko pa bi pogovor v fokusni skupini pogojno imenovali tudi skupinski pogovor. Gre za pogovor, ki je osredotočen na vnaprej znano temo in poteka po določenem načrtu (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 7).

Skupinski pogovor je ena najbolj popularnih, razširjenih metod kvalitativnega raziskovanja. Moderator vodi v skupini šestih do desetih ljudi razpravo o tematiki, na katero se nanaša

raziskovalni problem, po vnaprej grobo začrtanih smernicah (opomniku). Ker gre za skupino ljudi, ki se med seboj pogovarja, prihaja med pogovorom do medsebojnega vplivanja med njimi, kar poraja nove zamisli in pripombe. Spontanost in odkritost sta običajno večji kot pri ostalih metodah kvalitativnih raziskav, kajti občutek, ki ga daje skupina še tako molčečega posameznika slej ali prej spodbudi, da se vključi v razgovor. Vendar pa je nevarno, da posameznik prevzame vodilno vlogo v skupini ter vpliva na mnenja ostalih. Da do tega ne bi prišlo, mora pogovor voditi spretni moderator (Rojšek, 1997).

**Temelj metode fokusne skupine** je spoznanje, da odločitve, ki jih sprejemajo ljudje, nastanejo v socialnem kontekstu, v diskusiji z drugimi ljudmi. To spoznanje začnejo uporabljati raziskovalci trga v petdesetih letih prejšnjega stoletja za zbiranje natančnih informacij o preferencah potrošnikov (Rihter, 2008).

#### **4.3.3 Proces vzorčenja in profil vzorca**

Pogovor v fokusni skupini je vir podatkov, najvznemirljivejša stvar fokusne skupine. Da bi bil pogovor res uspešen, moramo imeti dobro oblikovano fokusno skupino, premišljeno sestavljena vprašanja in dobrega moderatorja (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 17).

Med pomembne odločitve sodi tudi določanje primerne števila fokusnih skupin. Ena fokusna skupina je premalo, ker ne vemo, ali so ugotovitve posledica posebne sestave te skupine ali resnične narave problema. Fokusnih skupin je dovolj, ko dosežemo t. i. teoretično zasičenost oziroma ko razkrijemo celoten obseg obravnavanega problema. Pri načrtovanju števila fokusnih skupin moramo razmišljati tudi o predvidenih udeležencih, številu poznavalcev določenega problema, ali bomo o obravnavanem problemu vse udeležence vprašali isto. Na odločitev o številu skupin vplivata tudi čas in denar, ki ga imamo na voljo (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 22).

#### ***Opredeleitev vzorca***

V diplomskem delu sem ciljno skupino poslušalcev radijske postaje Aktual od 20–49 let zaradi lažje analize dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev, razdelila na dve skupini. Prva skupina so poslušalci, stari od 20–29 let, druga skupina pa so poslušalci, stari od 30–49 let. Predpostavljam, da se ti dve starostni skupini na podlagi različnih dejavnikov odločata za poslušanje oziroma neposlušanje specifičnega radia.

Prva skupina ljudi so mladi, ki so še študenti ali pripravniki v kakem podjetju ali pa imajo že nekaj let delovnih izkušenj, torej so ali pa še niso redno zaposleni. Verjetno še nimajo družin, glede na to, da se po do sedaj opravljenih anketah in raziskavah mladi vedno kasneje odločajo za družino in otroke. Ta starostna skupina spada tudi v tako imenovano skupino ljudi, ki so poslušanju radia »pobegnili« zaradi pojava MP3-predvajalnikov, sedaj pa se zopet vračajo nazaj k poslušanju radia.

Druga skupina, ki sem jo oblikovala znotraj prvotne ciljne skupine, pa so ljudje, ki že imajo svoje družine in stalen dom ter redno hodijo v službo. Dom, pot v službo in tudi delovno mesto so kraji, kjer ljudje radio največ poslušajo. Ta starostna skupina tudi ni skupina ljudi, ki bi veliko uporabljala MP3, saj so nekoliko starejša generacija. Sicer poznajo MP3 in se jih poslužujejo, vendar ne v tolikšni meri kot generacije za njimi.

Zaradi različnih starostnih skupin ter zaradi različne teme razprave sem oblikovala **štiri fokusne skupine**. Poleg dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual, sem hotela raziskati tudi dejavnike, ki vplivajo na nezadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. Za mnenje, zakaj ne poslušajo radijske postaje Aktual in kaj jim je na drugih radijskih postajah všeč, sem načrtovala povprašati poslušalce, ki sicer poznajo radijsko postajo Aktual, vendar je ne poslušajo iz različnih razlogov.

Ocenila sem, da bom s tem številom fokusnih skupin razkrila celoten obseg obravnavnega problema, ter da mi novi skupinski pogovori ne bi dali dodatnih informacij. V **prvi skupini** sem načrtovala udeležence, ki spadajo v starostno skupino od 20–29 let in ne poslušajo radijske postaje Aktual. V **drugi skupini** sem načrtovala udeležence v starostni skupini od 20–29 let, ki poslušajo radijsko postajo Aktual. V **tretji skupini** so bili udeleženci, ki spadajo v starostno skupino od 30–49 let in ne poslušajo radijske postaje Aktual. V **četrty skupini** pa sem načrtovala udeležence, ki spadajo v starostno skupino od 30–49 let in poslušajo radijsko postajo Aktual.

#### 4.3.4 Udeleženci

Neustrezna sestava fokusnih skupin je eden izmed najpogostejših vzrokov za neuspeh njihovega delovanja. Zato je zelo pomembno, kako bomo fokusne skupine sestavili in katere udeležence bomo povabili k pogovoru. Po Klemenčič in Hlebec (2007, str. 26) moramo pri iskanju udeležencev:

- opredeliti populacijo, ki jo želimo vključiti v fokusne skupine;
- oblikovati merila za izbiro udeležencev;
- določiti število udeležencev posamezne fokusne skupine.

Populacijo sem opredelila v prejšnji točki, pri opredelitvi vzorca, nadalje sem oblikovala merila za izbiro udeležencev. Pri izbiri udeležencev za posamezne fokusne skupine sem uporabila samoizbiro udeležencev in bila pri tem previdna, da udeleženci niso bili izbrani pristransko. Izbirala sem med udeleženci, ki so po različnih merilih (starost, spol, kraj bivanja, poslušalec ali neposlušalec radijske postaje Aktual) odražali ciljno skupino poslušalcev radijske postaje Aktual oziroma neposlušalce.

Najprej sem sestavila **začetni seznam potencialnih udeležencev, starih od 20–29 let**. V ta seznam sem vključila prijatelje in znance, se pravi uporabila sem svoja poznanstva, da sem naredila čim daljši seznam potencialnih udeležencev pogovora. Naredila sem seznam 30 ljudi, starih od 20–29 let. **Prvi stik** sem z udeleženci naredila po **elektronski pošti**. Na ta način sem udeležence obvestila o temi pogovora in želela dobiti povratne informacije, ali so zainteresirani za pogovor v skupini. V sporočilu (**Priloga 1**) sem jih prosila, če lahko odgovorijo tudi, če so poslušalci radijske postaje Aktual ali če to radijsko postajo vsaj poznajo oziroma so za njo že slišali. Na elektronsko sporočilo mi je odgovorilo 20 ljudi, kar je veliko glede na poslana sporočila, vendar je treba upoštevati dejstvo, da gre za prijatelje in znance. Šest oseb je odgovorilo, da so poslušalci radijske postaje Aktual, 12 jih je že slišalo za to radijsko postajo, dve osebi pa še nikoli nista slišali za to radijsko postajo.

Nato sem se odločila, katere izmed udeležencev, ki so privolili v skupinski pogovor, bom povabila k pogovoru, katerim pa se bom le zahvalila, ker so bili pripravljene sodelovati. Skušala sem sestaviti dve taki skupini mladih, kjer bi bili mladi iz različnih koncev Slovenije in različnih



starosti. Moj **drugi stik** z udeleženci je bil **telefonski pogovor**. Po telefonu sem udeležence še enkrat seznanila s temo pogovora, zakaj so bili izbrani, zakaj so pomembni za potek fokusne skupine, kaj se od njih pričakuje ter kdaj in kje bo potekalo srečanje fokusne skupine. Uspela sem zbrati za vsako skupino **šest udeležencev**. **Zadnji stik** z udeleženci sem naredila po telefonu dan pred srečanjem fokusne skupine, in sicer zato, da sem še zadnjikrat preverila udeležbo in jih še enkrat spomnila na naše srečanje.

Za starostno skupino **od 30–49 let sem prav tako najprej sestavila začetni seznam udeležencev**. V ta seznam sem vključila sorodnike, sosede in prijatelje od staršev. Naredila sem seznam 20 ljudi, starih od 30–49 let. S to skupino sem **prvi stik** naredila s **telefonskim pogovorom**, saj je šlo večinoma za sorodnike in sosede. V telefonskem pogovoru sem jih seznanila s temo pogovora, jih vprašala, ali so poslušalci radijske postaje Aktual ali to radijsko postajo le poznajo oziroma so za to radijsko postajo že slišali. Nato sem jih vprašala, ali bi bili pripravljeni sodelovati v skupinskem pogovoru, kjer bi se pogovarjali o radiih in radijski postaji Aktual. Uspelo mi je zbrati **šest udeležencev skupine**, ki posluša radijsko postajo Aktual in **šest udeležencev**, ki je ne posluša, jo pa pozna. **Drugi stik** sem z udeleženci naredila en teden pred izvedbo skupinskega pogovora po telefonu. Želela sem jih spomniti na skupinski pogovor in jih še enkrat seznanila s temo, kaj se od njih pričakuje ter kdaj in kje se bomo srečali. **Zadnji stik** z udeleženci sem prav tako naredila po telefonu dan pred srečanjem fokusne skupine, in sicer zato, da sem jih še enkrat spomnila na naše srečanje.

#### 4.3.5 Moderator

Moderator ima v fokusni skupini ključno vlogo. Temo pogovora mora predstaviti objektivno in na način, da pogovor med udeleženci poteka interaktivno. Skupinski pogovor je uspešen, če se udeleženci med seboj pogovarjajo, med njimi teče pogovor, moderator pa le usmerja tok pogovora, tako da se držijo teme pogovora in njegovega opomnika (Churchill, 1996, str. 123).

Churchill (1996, str. 125) je oblikoval deset kriterijev, ki določajo dobrega moderatorja:

- Hitri učenec – moderator se mora biti sposoben hitro učiti in vključiti nov material v svoje normalno razmišljanje in besednjak. Mora biti sposoben hitro povzeti in razumeti vložke, ki jih podajo udeleženci pogovora.
- »Prijazen« voditelj – moderator mora razviti stik oziroma odnos z udeleženci pogovora hitro, v desetih minutah. Skupina ga mora sprejeti kot avtoritativno osebo in kot osebo, s katero bi tudi običajno rada razvila pogovor. Če skupina moderatorja zazna kot prijaznega, bo le-ta od udeležencev pogovora izvabil bolj iskrene in poglobljene odgovore, kot če bi ga udeleženci zaznali kot diktatorskega ali zastrašujočega.
- Izobražen, ampak ne vseved – moderator bo sporočil skupini, da ima nekaj znanja o obravnavani temi pogovora, ampak da ni strokovnjak s tega področja. Če člani v skupini dobijo občutek, da je moderator strokovnjak, ga bodo raje začeli spraševati o temi pogovora, kot pa da bi se med njimi razvil pogovor.
- Odličen spomin – moderator mora imeti dober spomin, saj mora biti sposoben povezati izjave posameznih udeležencev med pogovorom in tudi tiste izjave, ki jih podajo udeleženci šele na koncu razprave. Mora biti sposoben ponovno priklicati ključne informacije, ki so jih posamezni udeleženci podali med samim pogovorom.

- Dober poslušalec – moderator mora imeti sposobnost, da si zapomni ključne informacije, ki so jih posamezni udeleženci izrekli skozi pogovor in sposobnost, da sliši vse informacije, ki jih ljudje povedo.
- Biti zabaven, ampak ne zabavljač – moderator mora biti nepristranski, brez predsodkov in zavarovati informacije, ki mu jih posredujejo udeleženci. Nekateri moderatorji skušajo zabavati svoje udeležence fokusne skupine, saj znajo biti nekatere fokusne skupine nezanimive in dolgočasne. Vsekakor je kakšen komični vložek v razpravi s strani moderatorja dobrodošel, vendar ne sme vključevati v razpravo preveč humorja, saj bodo potem rezultati manj zadovoljivi.
- Prilagodljiv – moderator mora biti med razpravo prilagodljiv. Opomnik, ki si ga moderator pripravi pred pogovorom, mu mora služiti zgolj kot osnutek vprašanj, ki jih bo postavljajal med razpravo. Včasih je bolj učinkovito tudi zamenjati vrstni red tematskih sklopov opomnika in se od grobo začrtanih smernic tudi oddaljiti. Moderator mora biti tega sposoben.
- Zmožen živeti se v čustva drugega – moderator se mora biti sposoben povezati s posamezniki, ki se bojijo oziroma jih je strah govoriti pred drugimi. Če bodo udeleženci verjeli, da jih moderator razume, da razume njihov strah, bodo bolj verjetno pripravljani aktivno sodelovati v pogovoru.
- Široko razmišljati – moderator mora biti sposoben ločiti pomembne informacije, ki mu jih podajajo udeleženci, od manj pomembnih informacij. Na koncu pogovora mora moderator posredovati udeležencem celotno sporočilo, ustvarjeno skozi celotno diskusijo.
- Dober pisatelj – raziskovalna tehnika fokusnih skupin zahteva po opravljenih pogovorih pisno poročilo o ugotovitvah. Moderator mora biti sposoben napisati jedrnato poročilo o bistvenih ugotovitvah.

#### 4.3.6 Opomnik in potek skupinskih pogovorov

Ena od pomembnih odločitev, ki jo moramo sprejeti, preden sestavimo vprašanja, je odločitev o stopnji strukturiranosti obravnave tem v fokusnih skupinah, saj je od te odvisna interakcija v njih. Odločimo se lahko za eno samo, ozko omejeno temo – to nam bo omogočalo večje poglobljanje – lahko pa je tema nekoliko obsežnejša, kompleksnejša. Pri odločitvi za eno ali drugo rešitev moramo upoštevati več dejavnikov: pričakovano znanje, informacije udeležencev, mogoči čas trajanja fokusne skupine, predvsem pa namen izpeljave srečanj fokusnih skupin. Vprašanja, namenjena fokusnim skupinam, morajo biti predvsem preprosta in neposredna, oblikovana tako, da so dobro izgovorljiva v pogovornem jeziku (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 23).

Pred izvedbo skupinskih pogovorov sem si pripravila **opomnik (Priloga 2)**, ki je vključeval ključna vprašanja za raziskovanje dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. Opomnik mi je pomagal pri vodenju pogovora, vendar sem se bila pripravljena prilagajati toku pogovora. Na začetku sem udeležence lepo pozdravila in nekaj minut pred začetkom pogovora sem namenila prostemu kramljanju, tako da so se udeleženci počutili sproščeno in udobno. Po desetih minutah pa sem začela z **vprašanji za ogrevanje** (1., 2., 3., in 4. sklop vprašanj), udeležence sem spraševala, kdaj so kot poslušalci radia zadovoljni, katere radijske postaje poslušajo, kdaj in kje poslušajo radio, ali imajo svojo najljubšo radijsko postajo. Nato je sledil **peti sklop vprašanj**, kjer sem raziskovala dejavnike za poslušanje radijske postaje

Aktual. Ta sklop vprašanj sem postavila udeležencem v skupinah, ki so poslušalci radijske postaje Aktual. Spraševala sem jih, kaj jim je všeč v radijskem programu Aktual, katera glasba jih pritegne, katere oddaje poslušajo, kdaj poslušajo poročila, novice, na kaj so pozorni pri novicah, kaj menijo o oglasih na radiu itd. Spraševala sem jih tudi o tem, kaj jim je pri konkurenci všeč in kaj jim ni všeč v radijskem programu Aktual, saj so me zanimala tako pozitivna kot negativna mnenja poslušalcev Aktual. Udeležencem v skupinah, ki niso poslušalci radijske postaje Aktual, jo pa poznajo, sem v tem sklopu postavila vprašanja, ki so se navezovala na dejavnike za neposlušanje radijske postaje Aktual. Pri neposlušalcih radijske postaje Aktual so me zanimali predvsem dejavniki, ki vplivajo na njihovo nezadovoljstvo z radijsko postajo Aktual. Poudarek je bil, kaj jim na tej radijski postaji ni všeč, kaj jih moti. V **zadnjem sklopu vprašanj** sem v vseh skupinah postavila vprašanje, kakšen radijski program bi bil za njih idealen. **Na koncu** pogovora sem povzela ključne ugotovitve posameznikov in se vsem zahvalila za sodelovanje.

## 5 ANALIZA REZULTATOV RAZISKAVE

V tem poglavju diplomskega dela predstavljam poročilo, ki sem ga oblikovala na podlagi opravljenih skupinskih pogovorov, s katerimi sem ugotavljala, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. V štirih različnih skupinah smo se pogovarjali o zadovoljstvu poslušalcev z določeno radijsko postajo, katere radijske postaje poslušajo oziroma ne poslušajo, o dejavnikih, ki vplivajo na izbiro radijske postaje Aktual, o dejavnikih, ki vplivajo na izbiro drugih radijskih postaj in o lastnostih radijskega programa, ki bi bil za poslušalce idealen. Zapisi vseh skupinskih pogovorov so v Prilogah 6, 7, 8 in 9.

Vsaki skupini udeležencev sem postavila šest vsebinskih sklopov vprašanj. Udeležencem, ki niso poslušalci radijske postaje Aktual, jo pa poznajo, sem v enem sklopu postavila drugačna vprašanja kot pri udeležencih, ki so poslušalci radijske postaje Aktual. Pri prvih me je zanimalo predvsem, kaj jim na tej radijski postaji ni všeč, pri drugi skupini pa, kaj jim je na Aktualu všeč.

Srečanje s skupino poslušalcev radijske postaje, starih od 20–29 let, je potekalo 22. maja 2009 v atriju Ekonomske fakultete ob 18.00 uri, srečanje z isto starostno skupino neposlušalcev radijske postaje Aktual pa 23. maja 2009 ob 18.00 uri. Srečanje s skupino poslušalcev radijske postaje Aktual, starih od 30–49 let, je potekalo 30. maja 2009 v Ljubljani, ob 18.00 uri. Srečanje s skupino neposlušalcev radijske postaje Aktual tega starostnega razreda pa je potekalo 6. junija 2009 v Ljubljani ob 20.00 uri. Obe srečanji starejših starostnih skupin sem organizirala v hiši, v Ljubljani, kjer stanujem. Pred začetkom pogovora sem pri vseh skupinah imela uvodnih petnajst minut prostega pogovora, z namenom, da so se ljudje počutili sproščene in pripravljene za razpravo.

V nadaljevanju prikazujem ugotovitve, ki sem jih oblikovala na podlagi skupinskih pogovorov. Izhajala sem iz raziskovalnih vprašanj, ki so opisana v četrtem poglavju diplomskega dela.

## 5.1 Kdaj so radijski poslušalci zadovoljni z izbrano radijsko postajo

Mlajši poslušalci in neposlušalci radijske postaje Aktual, stari od 20–29 let (v nadaljevanju mlajši) in starejši poslušalci in neposlušalci radijske postaje Aktual, stari od 30–49 let (v nadaljevanju starejši), so na prvo mesto pri vprašanju, kdaj so kot poslušalci radia nasploh zadovoljni, postavili **dobro glasbo**.

Večina starejših udeležencev pogovorov je poleg **dobre glasbe** omenila tudi **poročila** in **pogovorne oddaje o aktualnih temah**. Izjava *»ko je dobra glasba, ko mi podajo vremenska poročila, informacije o cestah, pomembno svetovno temo in če so kakšni izredni dogodki«* pove, da starejši udeleženci poleg dobre glasbe od radia pričakujejo tudi, da jih informira.

Mlajši udeleženci skupinskih pogovorov so prav vsi odgovorili, da so z radijem zadovoljni takrat, ko je **dobra glasba**. Izjave, kot so *»meni je radio kul poslušat, ko je komad, ki je meni všeč«, »ko se vrti glasba, ki je meni všeč«*, nakazujejo na ugotovitev, da je mlajšim udeležencem pogovorov pri njihovem zadovoljstvu z izbrano radijsko postajo na prvem mestu glasba oziroma je najpomembnejši dejavnik pri izbiri določene radijske postaje glasba, ki jo oni radi poslušajo. Ugotavljam, da jim glasba veliko pomeni, jih poživi, razvedri, zbudi, poslušajo jo takrat, ko so dobre volje in se zabavajo in tudi takrat, ko so slabe volje ali pa se dolgočasijo.

Pomemben je tudi podatek, katera glasba je za udeležence pogovorov dobra glasba. Ugotavljam, da se glasbeni okusi mlajših in starejših udeležencev pogovorov razlikujejo. Mlajši **udeleženci imajo bolj izoblikovan svoj glasbeni okus**, vedo povedati, katero zvrst poslušajo, bolj so opredeljeni in poslušajo zelo različne zvrsti. Na vprašanje, katero zvrst glasbe poslušajo, so odgovarjali zelo različno, od metala, thrash metala, hard rocka, jugo rocka, dance glasbe, elektronske glasbe, pop-rocka, popa, aktualnih hit komadov, hausa, raggea, klasike, slovenske glasbe do zimzelenih komadov skupin, kot so Bele vrane, Plavi orkestar, Agropop, Šank rock.

Starejši udeleženci so na vprašanje, katere zvrsti glasbe poslušate, katera glasba vas pritegne, večinoma odgovarjali **vse zvrsti glasbe**. Ko sem jih nadalje spraševala, katere pa so to *»vse zvrsti glasbe«*, so odgovarjali mešano: slovenska glasba, hrvaška, pop, rock n' roll iz šestdesetih, rock, blues, bivša juga, zimzelene melodije, Avseniki, Slak, Gamsi, Mala terasa, Pepel in kri, Bijelo dugme, Beatles, The Doors, Ray Charles, Kreslin, Santana, Bob Marley. Zanimivo je tudi, da starejši udeleženci pogovorov ne poznajo glasbenih lestvic: so že slišali za njih, vedo, kaj to so, vendar niti približno ne vedo, kateri izvajalci se na njih nahajajo. Mlajši udeleženci pogovorov pa znajo naštetih nekaj izvajalcev, ki se nahajajo na pop lestvicah.

## 5.2 Katere radijske postaje poslušajo in katerih ne poslušajo

Udeleženci raziskave poslušajo od tri do sedem radijskih postaj. Tako mlajši kot starejši udeleženci pogovorov poslušajo raznovrstne radijske postaje. Ugotavljam, da obe starostni skupini poslušata enake komercialne radijske postaje, torej ni razlik. Do takega rezultata je prišlo najbrž zaradi dejstva, ki sem ga večkrat omenila v diplomskem delu, in sicer, da so si programi komercialnih radijskih postaj med seboj podobni. Tudi nacionalne radijske postaje poslušata tako starejša kot tudi mlajša populacija. Nobeden od udeležencev pogovorov ne poslušata le ene

radijske postaje, ampak imajo vsi izbrano skupino radijskih postaj, ki jih poslušajo, odvisno od različnih dejavnikov, ki jih bom v nadaljevanju tudi opisala.

Mlajši udeleženci pogovorov poslušajo Radio 1, Anteno, Ekspress, Salomon, Radio Center, Radio Dur, Radio Hit, Radio Sraka, Radio Krka, Aktual, internetni radio 977 music.com, Val 202, Ognjišče, Radio Kranj, Radio Belvi, Radio Študent, Radio DJ (internetni radio).

Starejši udeleženci pogovorov poslušajo Val 202, Aktual, Radio Študent, Ekspress, Radio City, Radio Center, Radio 1, Radio Hit, Veseljak, Antena.

Na vprašanje, ali imate svojo najljubšo radijsko postajo, je večina starejših udeležencev pogovorov odgovorila Radio Hit. Udeleženci pogovorov so kot razlog za to radijsko postajo navajali njihove **voditelje** (Špelo Močnik, Saša Pečnika in Pikca), **glasbo** in **oddajo** Hitova budilka. Zanimivo je, da nekateri določeno radijsko postajo poslušajo zgolj **iz navade**, kot pravi starejša udeleženka pogovora *»jaz že petnajst let poslušam Radio Hit, se mi zdi, da iz navade. Saj mi dosti stvari tudi ni všeč, ampak še vedno vztrajam. Tisto, kar mi ni všeč, prestavim za pet minut in potem dam nazaj na Hit.«* Eden izmed udeležencev je omenil tudi Radio Center in njihovo ekipo, Sašo Papa in Polono Požgan, Radio Ekspress in njihovega voditelja Želkiča in glasbo na Ekspressu. Večina udeležencev je tudi dejala, da jim je všeč Val 202 zaradi njihovega **širokega območja pokrivanja**, o čemer priča tudi izjava udeleženca *»meni je Val 202 najboljši, saj povsod v Sloveniji lovi, kamorkoli grem, je čista frekvenca. Na Valu 202 poslušam tudi novice, ko sem na poti, saj vem, da jih imajo ob 19.00.«*

Mlajši udeleženci pogovorov so na vprašanje o najljubši radijski postaji odgovarjali zelo različno. Večina nima najljubše radijske postaje in so pritrčili izjavi *»jaz nimam najljubše radijske postaje. Prestavljam tiste tri postaje, ki jih poslušam, pa tudi, če je na kateri drugi radijski postaji kak komad, ki me pritegne, poslušam komad do konca, potem pa, če mi je naslednji komad še všeč, poslušam naprej, drugače pa prestavim.«* Ta izjava potrjuje ugotovitev, da je mlajšim poslušalcem pri izbiri določene radijske postaje in njihovem zadovoljstvu z določeno radijsko postajo najbolj pomembna **glasba**. To ugotovitev potrjuje še vrsta izjav udeležencev. Mlajša udeleženka, ki ima svojo najljubšo radijsko postajo, pravi *»moja najljubša je Radio Center. Najbolj mi je všeč glasba, zato mi je tudi najljubša.«* Eden od udeležencev je omenil tudi Radio Dur, to je njegova najljubša postaja, ker se glasba ne ponavlja tako pogosto kot na ostalih radijskih postajah. Ena od udeleženek ima za svojo najljubšo postajo Radio Hit, tudi zaradi glasbe, všeč pa so ji tudi **voditelji**. Trije udeleženci imajo najraje Radio 1 zaradi glasbe, voditeljev in **nagradnih iger**. Ena izmed udeleženek pogovora ima najraje Radio Salomon zaradi glasbe, voditeljev, **gostov** in nagradnih iger. Dva udeleženca pa imata za svojo najljubšo radijsko postajo radio Aktual. Oba pravita, da zaradi glasbe, eden pa je poudaril *»na Aktualu mi je všeč oddaja v živo, Na glas.«*

Ugotavljam, da na izbiro najljubše radijske postaje pri starejših udeležencih pogovora vplivajo na prvem mestu voditelji, nato glasba, oddaje, široko območje pokrivanja in navada.

Pri mlajših poslušalcih pa na izbiro vpliva predvsem glasba na prvem mestu, nato nagradne igre, voditelji, gosti in oddaje v živo.

Na tem mestu raziskave sem prišla dosklepa, da ugotovitve prvega in drugega raziskovalnega vprašanja nakazujejo na dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev z določeno radijsko postajo.

Večina mlajših udeležencev pogovorov je na vprašanje, katerih radijskih postaj ne poslušajo, odgovorila Radio Ognjišče, »ker imajo cerkveno glasbo« in nacionalnih radijev, kjer so izpostavili predvsem Val 202. Kot vzrok za neposlušanje Vala 202 so navedli glasbo, kot je dejal eden od udeležencev »na tej postaji me moti glasba, skoz imajo neke valčke in narodno zabavno glasbo, pa glas voditelja mi tudi ni všeč«. Veliko udeležencev je omenilo tudi Radio Veseljak, vzrok je prav tako glasba. Ena udeleženka je omenila tudi Radio Salomon zaradi »dj time« glasbe, eden od udeležencev je omenil Radio Krvavec; moti ga glasba, ki ni po njegovem okusu, dva udeleženca pa sta omenila Radio Študent.

Ugotavljam, da mlajši udeleženci pogovorov ne poslušajo določenih radijskih postaj zaradi glasbe, ki jim ni všeč. Le eden od udeležencev je kot razlog za neposlušanje radijske postaje Val 202 omenil glas voditelja. Torej, zopet se potrjuje ugotovitev, ki sem jo že postavila: mlajšim je glasba prvi dejavnik, na podlagi katerega se odločajo poslušati določeno radijsko postajo.

Pri starejših udeležencih pogovora se je izkazalo, da v večini ne poslušajo Radia Ognjišče »zaradi verske vsebine«. Dva udeleženca sta omenila Radio Veseljak, ker ne poslušata narodnozabavne glasbe. Ena od udeleženek pa je omenila Radio Hit zaradi oddaje Ratkovi nasveti.

Ugotavljam, da pri tem vprašanju ne prihaja do generacijskih razlik, saj so tako starejši kot mlajši udeleženci pogovorov kot razlog, zakaj ne poslušajo določenih radijskih postaj, na prvem mestu navedli glasbo, potem neprijeten glas voditelja ter določeno oddajo.

### 5.3 Dejavniki, ki vplivajo na izbiro radijske postaje Aktual

Vprašanju, ali lahko naštejete dejavnike za poslušanje radijske postaje Aktual, kaj vam je na tej radijski postaji tako všeč, da jo poslušate, sem v skupinskih pogovorih namenila največ pozornosti, največ časa smo se o tej temi tudi pogovarjali. To vprašanje sem postavila v skupinskih pogovorih, kjer so sodelovali mlajši in starejši poslušalci radijske postaje Aktual. Na začetku sem udeležencem zastavila splošno vprašanje, če bi mi sami lahko naštel dejavnike za poslušanje Aktual, nato pa smo se o vsakem dejavniku še podrobneje pogovarjali, tako da sem dobila čim bolj obsežne odgovore, na podlagi katerih sem postavila ugotovitve, ki jih predstavljam v nadaljevanju. Tudi pri tem vprašanju sem ugotavljala, ali obstajajo generacijske razlike pri poslušalcih radia.

Starejši udeleženci so pri vprašanju o dejavnikih za poslušanje radijske postaje Aktual odgovarjali zelo različno. Ugotavljam, da ni prevladujočega dejavnika, na podlagi katerega se odločajo za poslušanje Aktual. Ena od udeleženek je dejala »všeč mi je **voditelj**, **Racman**, **ženske mi pa preveč govorijo**, pa še pri poročilih se motijo in fecljajo, niso dobre voditeljice. **Racmana je pa lepo poslušati**, ima prijeten glas«. Dva udeleženca sta omenila **oddajo** Aktualovi velikani, ker »izveš zanimive informacije«. Dva sta omenila **prometne informacije**, **poročila** in **glasbo**. Zanimiva je bila izjava enega od udeležencev, ki je dejal, »pozitivno pri Aktualu je, da je to nov radio. Mene je zanimal in sem ga **iz radovednosti** začel poslušati. Tudi v Mariboru sem ga slišal, bil sem presenečen, **velika pokritost**«.

Mlajši udeleženci so na to vprašanje v večini navedli **dobro glasbo**. Zopet se je izkazalo, da jim glasba največ pomeni in je glavni dejavnik tudi pri izbiri radijske postaje Aktual. Dva udeleženca

sta omenila tudi **glasbeno oddajo** Na glas, dva **voditelja** Racmana ter dva **prometne informacije**.

Ugotavljam, da na starejše udeležence pogovora vpliva več dejavnikov pri izbiri radijske postaje Aktual, poleg glasbe, ki je pri mlajših na prvem mestu, so jim enako pomembni voditelji, poročila, prometne informacije, oddaje in velika pokritost.

#### a) Glasba

Mlajši poslušalci Aktuala so na vprašanje, ali Aktual zadovolji njihove glasbene okuse, vsi dejali da. Večina se je strinjala z izjavo *»da, večinoma, če mi pa kateri komad ni všeč, prestavim na drugo postajo ali dam noter kakšen CD ali pa ugasnem radio«*. Mlajše poslušalce radia Aktual pritegnejo glasbene skupine iz osemdesetih, devetdesetih, rock, pop rock, jugo rock in slovenska glasba. Večini starejših poslušalcev radia Aktual pa so na Aktualu všeč vse zvrsti glasbe.

Pokazalo se je, da je tako mlajšim kot starejšim poslušalcem radia Aktual glasba, ki jo predvajajo, všeč. Bistvenih razlik med generacijama, ki poslušata radio Aktual, glede glasbe na Aktualu ni.

#### b) Voditelji

Večini starejših udeležencev pogovora je na radiu Aktual od voditeljev najbolj všeč Racman. Dve poslušalki poznata Racmana še iz časov, ko je delal kot voditelj na Radiu Hit, *»meni je Racman všeč, ker ga poznam iz Hita in mi je bil že tam všeč, sedaj je pa na Aktualu«*. S to trditvijo se je strinjala še ena udeleženka pogovora. En udeleženec je omenil tudi Juvanko, ena pa voditelja Roškarja. Na vprašanje, kakšne karakteristike bi po njihovem mnenju moral imeti dober radijski voditelj, je bila večina starejših udeležencev pogovora mnenja, da mora biti **razgledan**. Poleg razgledanosti so naštevali tudi, da mora biti **dober moderator**, da mora **lepo povezovati program**, biti **nevsiljiv, inteligenten, da se znajde, vsestransko izobražen, širše mora poznati teme oddaje, zabaven, komunikativen, prijazen do poslušalcev, mora imeti dopadljiv, lep glas**.

Večini mlajših udeležencev pogovora je na Aktualu najbolj všeč voditelj Racman, ker je zabaven. Le eden od mlajših udeležencev je bil drugačnega mnenja, in sicer najbolj mu je všeč Majda Juvan, ker ima zanimive goste, zanimive oddaje. Na vprašanje, kakšne karakteristike mora po njihovem mnenju imeti dober radijski voditelj, je večina mlajših udeležencev pogovora odgovorila, da mora biti **zabaven**. Izjavi, kot je *»voditelj mora biti zabaven, eksploziven, zgovoren, energičen, da hitro govori, ne da spi tam, da še jaz zaspim«*, so sledile podobne izjave *»vsekakor mora biti zabaven, simpatičen«* in *»zabaven, zgovoren, brez zadržkov, brez dlake na jeziku«*. Eden od udeležencev je dejal, da mora biti razgledan na čim več področjih.

Pri tem vprašanju sem prišla do ugotovitve, da je starejšim poslušalcem radijske postaje Aktual pri voditeljih najbolj pomembno, da so razgledani. Mlajšim poslušalcem pa je najbolj pomembno, da je voditelj zabaven.

#### c) Oddaje

Na vprašanje, katere oddaje poslušajo na Aktualu, je večina starejših poslušalcev dejala, da posluša **jutranji program, oddajo Malo morgen Racman**. Zanimiv je komentar udeleženke, ki

pravi »*Racman je tako posrečen, me pomirja*«, kar nakazuje na dejstvo, da poslušalka posluša jutranji program zaradi voditelja, ki ji je všeč. Ena udeleženka posluša tudi oddajo **Zvezdnih 12**, to je horoskop. Dvema udeležencema je všeč oddaja **Glasbeni velikani**, enemu pa **oddaja z Majdo Juvan**.

Mlajši poslušalci so na vprašanje o oddajah odgovarjali zelo različno. Dvema udeležencema je všeč **glasbena oddaja Na glas**, ker je zabavna in ju spravi v boljšo voljo. Dvema je všeč oddaja **Glasbeni velikani**, ker se da izvedeti zanimive stvari o glasbi in izvajalcih. Eden udeleženec pa je omenil **oddajo Aktual live**. Vse oddaje, ki so jih omenili mlajši poslušalci Aktualu, so glasbene oddaje, kar zopet potrjuje ugotovitev, kako zelo je glasba mladim pomembna.

Ugotavljam, da starejši udeleženci pogovora na Aktualu največ poslušajo jutranji program, oddajo *Malo morgen Racman*, vzrok je predvsem v voditelju, ki poslušalce pomirja in pripravi na nov delovni dan. Mlajši udeleženci pogovora pa imajo na Aktualu najraje glasbene oddaje.

### č) Poročila, prometne informacije

Na vprašanje, katera poročila oziroma novice poslušajo na Aktualu, je večina starejših udeležencev pogovora odgovorila, da **poročil na radiu Aktual ne posluša**, ampak jih raje gledajo na televiziji. Izjava, kot je »*jaz poslušam novice slučajno, priložnostno, saj so vsake pol ure*«, kaže na to, da so poročila na radiu Aktual zelo pogosto, kar enega od starejših udeležencev moti, saj se v pol ure poročila le ponovijo in se ne izve nič novega. Dva udeleženca pogovora sta dejala, da poslušata **jutranje novice in prometna poročila**. Enega od udeležencev zanimajo predvsem **prometne informacije, aktualni dogodki in vreme**.

Tudi večina mlajših udeležencev pogovora **ne posluša poročil na radiu**. Izjema je le ena udeleženka, ki pravi, da posluša vsa poročila, ob pol in ob polni uri. Eden od udeležencev posluša novice takrat, ko se vozi, in sicer tiste, ki jih naključno ujame. Ena udeleženka je v novicah pozorna na vreme in prometne informacije. Na vprašanje, ali poslušajo v avtu radio zato, da bi ujeli kakšno prometno informacijo, je večina mlajših udeležencev pogovora odgovorila z ne. Ta ugotovitev je zanimiva glede na to, da večina mlajših poslušalcev **posluša radio v avtomobilu**, le eden je odgovoril, da posluša radio tudi v službi. V avtomobilu poslušajo radio **zaradi družbe, da jim ni dolgčas in tudi iz navade**. Le eden od mlajših udeležencev je odgovoril, da posluša radio v avtu zato, da ujame kakšno prometno informacijo.

Tudi starejši udeleženci so na vprašanje, ali poslušajo radio v avtomobilu zato, da bi ujeli kakšno prometno informacijo, v večini odgovorili z ne. Je pa treba upoštevati dejstvo, da ima večina ljudi informacije avtomatsko vklopljene v avtomobilih »*traffic info je stalno vklopljen*«. Le eden od udeležencev je dejal, da obvezno posluša v avtu radio zato, da bi ujel kakšno prometno informacijo. Večina starejših udeležencev pogovorov posluša radio v enaki meri **v avtu, doma in v službi**. Večina starejših udeležencev ne posluša radia zaradi družbe, da jim ni dolgčas, ampak poslušajo radio **iz navade**.

Ugotavljam, da pri vprašanju, katera poročila poslušajo poslušalci radijske postaje Aktual, ne prihaja do razlik med generacijama. Tako starejši kot mlajši udeleženci pogovora so v večini odgovorili, da poročil na radijski postaji Aktual ne poslušajo.



## 5.4 Dejavniki, ki odvrtaajo poslušalce od poslušanja radijske postaje Aktual

O dejavnikih, ki odvrtaajo poslušalce od poslušanja radijske postaje Aktual, sem se pogovarjala s poslušalci, ki sicer poznajo radijsko postajo Aktual, vendar pa zaradi različnih razlogov niso njeni poslušalci. V celotnem pogovoru z neposlušalci radijske postaje Aktual sem temu delu pogovora namenila največ pozornosti. Najprej sem jih vprašala, če mi lahko sami naštejejo dejavnike za neposlušanje Aktual, nato pa smo se o posameznem dejavniku še podrobneje pogovorili.

Na vprašanje, kaj vam ni všeč v radijskem programu Aktual, je večina mlajših udeležencev pogovora odgovorila, da jim ni všeč **glasba**, ter **ponavljanje enih in istih pesmi**. Enemu od udeležencev ni všeč predvsem **ponavljanje novic na vsake pol ure**. Eni od udeleženk pa niso všeč **voditelji**, ne pritegne je njihov stil humorja in način, kako govorijo.

Večina starejših udeležencev pogovora je na vprašanje, kaj jim ni všeč v radijskem programu Aktual, odgovorila »**voditelj Racman**«. Večina starejših udeležencev se je strinjala z izjavo »*meni ni všeč izražanje voditeljev, razni kva, pol in podobni izrazi po mojem mnenju ne sodijo na radio*«. Prav tako večini starejših udeležencev niso všeč **oglas**i na Aktualu in **ponavljanje** glasbe, informacij, oglasov.

Ugotavljam, da je za mlajše udeležence pogovora glavni dejavnik, ki jih odvrta od poslušanja radijske postaje Aktual, glasba. Ta ugotovitev ne preseneča, saj je glasba pri mlajših poslušalcih tudi glavni dejavnik pri izbiri določene radijske postaje. Moti jih tudi ponavljanje istih pesmi ter novic. Enemu udeležencu pogovora ni všeč voditelj.

Starejše neposlušalce pa od poslušanja radijske postaje Aktual odvrta predvsem voditelj Racman. Na drugem mestu jih motijo oglas*i* in ponavljanje glasbe, informacij, oglasov.

### a) Glasba

Starejši udeleženci pogovora večinoma poslušajo vse zvrsti glasbe, o glasbi na Aktualu **nimajo posebnega mnenja**. Eden od poslušalcev je dejal »*o glasbi na Aktualu nimam posebnega mnenja, mislim, da je glasba na komercialnih radiih podobna*«, s čimer je pokazal, da pozna komercialne radijske postaje, saj je njegova izjava še kako resnična.

Večino mlajših udeležencev pogovora v Aktualovem glasbenem programu moti **glasba**, ki ni po njihovem okusu in **ponavljanje istih pesmi**. Eden od udeležencev pogovora je dejal, da mu v glasbenem programu niso všeč voditelji, ki program povezujejo, saj mu njihov stil humorja in način govorjenja niso všeč.

Ugotavljam, da starejši udeleženci pogovora nimajo posebnega mnenja o glasbenem programu Aktual in da večina udeležencev pogovora posluša vse zvrsti glasbe. Zavedajo se tudi, da so glasbeni programi vseh komercialnih radijskih postaj precej podobni. Mlajše udeležence pogovora moti predvsem glasba v glasbenem programu Aktual, ki ni po njihovem okusu in ponavljanje istih pesmi.

### b) Voditelji

Na vprašanje, kaj menite o voditeljih na Aktualu, je večina starejših udeležencev pogovora dejala, da ne pozna vseh voditeljev na Aktualu. Ne znajo jih imensko imenovati, ni jim pa všeč

izražanje voditeljev. Poznajo Racmana, ki je glavni voditelj na Aktualu in jim ni všeč njegov stil vodenja pogovora, humorja.

Večina mlajših udeležencev pogovora je dejala, da ne pozna voditeljev na Aktualu. Ene od udeleženk pogovora voditelji na Aktualu enostavno ne pritegnejo *»niso mi nič posebnega, da bi samo zaradi njih poslušala to postajo«*. Da je mladim glasba resnično na prvem mestu pri izbiri radijske postaje, potrjuje tudi izjava ene od udeleženk *»meni nobeni voditelji niso posebej všeč, sploh ne poslušam radia zaradi njih, ampak zaradi glasbe«*.

Ugotavljam, da večini mlajših in starejših udeležencev pogovora voditelji na Aktualu niso všeč. Nekateri voditelji na Aktualu niti ne poznajo, tisti, ki pa jih, jim voditelji in njihov stil vodenja niso všeč.

### c) Oglasi

Večini starejših udeležencev pogovorov, tako neposlušalcem radijske postaje Aktual kot poslušalcem, gredo **oglas na radiu na živce**, kar nazorno nakazujejo izjave *»obup«, »katastrofa«, »preveč«, »manj, ko jih je, boljše je«, »tudi, če jih ne bi bilo. Ne maram jih, na živce mi gredo«, »3/4 jih je preveč«, »niso več tako dobri, kar nekaj so, prav dešifrirati jih moraš, da veš, kaj ti hočejo povedati, včasih so bili boljši«*. Večina starejših udeležencev pogovora **preklopi na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi**. Dva udeleženca pogovora prvič, ko slišita oglase, še ne prestavita postaje, ko pa se oglasi predvajajo drugič ali tretjič, pa prestavita na drugo radijsko postajo. Le enemu od udeležencev pogovora oglasi na radiu ne gredo na živce in ne preklopi na drugo radijsko postajo, ampak počaka, da je oglasov konec, saj ima radio prižgan zgolj za ozadje in ga posluša zelo neintenzivno. Zanimivo je tudi, da večina starejših udeležencev pogovora **ne posluša radia intenzivno**. Redki udeleženci pogovora poslušajo radio intenzivno, in sicer, ko so poročila ali pa oddaja, ki jim je všeč.

Tudi mlajšim udeležencem pogovorov gredo **oglas na radiu na živce**. Večina, ko se predvajajo oglasi, **preklopi na drugo radijsko postajo**, razen *»če je oglas za kakšen koncert, to me zanima in poslušam, kje bo. Načeloma mi gredo oglasi na živce, razen izvirnih oglasov. Ti so mi všeč, na primer tisti oglas, ko se model zadere mami, dej denar ali pa oglas za Julči na Anteni je tudi kul«*.

Zanimivo je, da večina mlajših udeležencev pogovorov posluša radio **intenzivno** predvsem, ko je kakšna pesem, ki jim je všeč ali pa če pričakujejo nagradno igro za potovanje ali pa kakšen koncert. Zanimiva je izjava ene od udeleženk *»jaz zmeraj, ko podeljujejo kakšne karte za koncerte, več poslušam radio Hit«*, kar dokazuje, da se z nagradnimi igrami da povečati poslušnost določene radijske postaje. Dve od mlajših udeleženk pa radio poslušata zgolj kot zvočno kuliso *»če ni prižgan, nekaj manjka«*.

Ugotavljam, da gredo oglasi večini udeležencev pogovorov na živce, tako starejšim kot mlajšim. Večina udeležencev pogovora tudi preklopi na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi. Ugotavljam tudi, da starejši poslušalci radia poslušajo radio zelo neintenzivno, nezbrano, za ozadje. Večina mlajših poslušalcev pa posluša radio intenzivno, predvsem ko je kakšna pesem, ki jim je všeč, ali pa ko so nagradne igre za potovanja ali koncerte.

### č) Novice

Na vprašanje, ali se vam zdijo novice na Aktualu manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah, se je večina starejših udeležencev pogovora, ki ne poslušajo Aktualu, strinjala z izjavo »**novice so novice, mislim, da so na vseh radijskih postajah približno enake, ni nekih odstopanj**«. V novicah pa so pozorni na aktualne zadeve, zunanje politične dogodke, naravne katastrofe, vreme, šport in kje se kaj dogaja. Novice poslušajo udeleženci pogovora, ki ne poslušajo Aktualu, zjutraj med 7.00 in 8.00 uro v avtu, zvečer pa jih večina ne posluša, saj si raje ogledajo poročila na televiziji.

Tudi večina mlajših udeležencev pogovora, ki ne poslušajo Aktualu, meni, da **novice na Aktualu niso manj kakovostne** kot na drugih radijskih postajah. Večina tudi pravi, da novic na radiu nikoli ne posluša namensko, ampak zgolj naključno. Le ena od udeleženk pogovora posluša novice zjutraj.

Ugotavljam, da večina mlajših in starejših udeležencev pogovora, ki ne poslušajo Aktualu, meni, da novice na Aktualu niso manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah. Razlika med starejšimi in mlajšimi neposlušalci Aktualu je le v času poslušanja novic. Starejši neposlušalci Aktualu jih poslušajo zjutraj, kar je povezano s tem, da se zjutraj vozijo v službo in takrat poslušajo novice. Mlajši neposlušalci Aktualu pa ne poslušajo novic namensko, ampak zgolj naključno.

### d) Oddaje

Na vprašanje, ali vas katera oddaja na radiu nasploh pritegne, je večina starejših udeležencev pogovora, ki ne posluša Aktualu, dejala, da **ne poslušajo oddaj** na radiu. Eden od udeležencev je omenil Hribarja ob petkih na radiu Ga-Ga, ena od udeleženk pa jutranjo budilko na radiu Hit, oddajo Kje pa vas čevelj žuli ter oddajo Jugoslavija, kjer predvajajo jugo glasbo.

Tudi večina mlajših udeležencev pogovorov, ki niso poslušalci Aktualu, ne posluša radijskih oddaj. Eden od udeležencev pogovora spremlja oddajo Na glas na radiu Aktual, če je gost v oddaji kakšna glasbena skupina, ki ga pritegne. Dve udeleženci pogovora pa poslušata Antenin zajtrk, ker imajo zabaven jutranji program.

## 5.5 Vzroki za menjavo radijske postaje

Vprašanje o vzrokih za menjavo radijske postaje sem postavila v vseh skupinskih pogovorih. To vprašanje je v okviru mojega diplomskega dela pomembno, saj je to vprašanje posredno povezano z dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo z izbrano radijsko postajo.

Večina starejših udeležencev pogovora je na vprašanje, kaj je vzrok, da zamenjajo radijsko postajo, postavila na prvo mesto **oglas in slab signal**. Na drugem mestu so oddaje, ki jih ne zanimajo, glasba, ki jim ne ustreza, ter poročila, ki se ponovijo tretjič.

Večina mlajših udeležencev pogovora je na vprašanje, kaj je vzrok za menjavo radijske postaje, na prvo mesto postavila **slabo pesem** oziroma pesem, ki jim ni všeč. Nekaj udeležencev je omenilo tudi oglase, oddaje, ki jim niso všeč, voditelja in poročila.

Ugotavljam, da so za večino starejših udeležencev pogovora glavni vzrok za menjavo radijske postaje oglasi in slab signal, mlajšim udeležencem pa je glavni razlog za menjavo radijske postaje slaba pesem oziroma pesem, ki jim ni všeč.

## 5.6 Lastnosti radijskega programa, ki bi bil za poslušalce idealen

Tudi to vprašanje sem zastavila v vseh štirih skupinskih pogovorih, ker me je zanimalo, kakšen bi bil za poslušalce idealen radijski program. Na podlagi njihovih mnenj sem oblikovala priporočila, ki so predstavljena v zaključku diplomskega dela.

Na vprašanje o idealnem radijskem programu sem od udeležencev dobivala različne odgovore, kar ne preseneča, saj ima vsak posameznik najbrž svoj pogled in mnenje o tem. Opredelitev, s katero se je večina starejših udeležencev vendarle strinjala, je *»meni bi bilo idealno, če bi bila mešana glasba, slovenska in tuja, malo informacij, malo humorja«*. Najbolje pa je idealni radijski program opredelil eden od udeležencev, in sicer je izjavil, da *»idealnega komercialnega programa ni, ker so vse programske sheme enake in ker je njegovo preživetje odvisno od oglasov. Radio poslušam pasivno in poslušam tiste programe, ki imajo meni primerno vsebino in ki jih lovim. Nujno mora biti dober signal«*. Tej izjavi bi jaz dodala samo še to, da je nemogoče narediti idealen radijski program za vsakogar, saj ima skoraj vsak posameznik drugačne želje in okus in je nemogoče zadovoljiti vse želje in okuse v enem radijskem programu.

Pri mlajših udeležencih se je ponovno pokazalo, da jim glasba v radijskem programu največ pomeni, saj se je večina strinjala, da bi bil idealen radio izključno glasbeni radio, vse drugo pa je odveč.

## 6 RAZISKOVALNE DOMNEVE ZA NADALJNJE PROUČEVANJE

V tem delu diplomskega dela predstavljam glavne ugotovitve, ki sem jih pridobila v skupinskih pogovorih in ki so lahko vir idej za izboljšave. Seveda je vse to zaradi narave kvalitativne raziskave potrebno razumeti kot predpostavke, ki bi jih kazalo preveriti na večjem, reprezentativnem vzorcu.

V vseh skupinskih pogovorih so bili glavna tema pogovora dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo poslušalcev z radijsko postajo Aktual. Vsa vprašanja, ki sem jih zastavljala udeležencem v pogovorih, so bila povezana s temi dejavniki.

Domnevam torej, da so dejavniki, ki vplivajo na izbiro radijske postaje Aktual, glasba, voditelji, oddaje, poročila, prometne informacije, družba in navada. Nekateri od teh dejavnikov so opredeljeni tudi v poročilu o poslušanosti programov od leta 2002 do leta 2005 (Cestnik, 2006). V tem poročilu kot razlog za poslušanje radia niso omenjeni voditelji in prometne informacije.

Dejavniki, ki odvrčajo poslušalce od poslušanja radijske postaje Aktual, so glasba, voditelji, oglasi, novice in oddaje. Tudi poročilo o poslušanosti programov od leta 2002 do leta 2005

(Cestnik, 2006) je dalo enake rezultate, izjema so le novice, ki v omenjenem poročilu niso omenjene.

Udeleženci v skupinskih pogovorih so bili razvrščeni v dve starostni skupini, v prvi starostni skupini so bili udeleženci, stari od 20–29 let, v drugi skupini pa so bili stari od 30–49 let. Udeležence sem razdelila v dve starostni skupini z razlogom, da bom ugotovila, ali prihaja do razlik med tema dvema skupinama. Do razlik med skupinama je prišlo pri marsikaterem vprašanju. To je podlaga za naslednje domneve, za katere priporočam vodstvu Radia Aktual, da jih preveri na večjem vzorcu:

- mlajšim je najpomembnejši dejavnik pri izbiri določene radijske postaje **glasba**, ki jo oni radi poslušajo. Starejšim pa so pomembni dejavniki pri izbiri radijske postaje poleg **glasbe tudi voditelji, poročila, prometne informacije, oddaje, velika pokritost**;
- glede glasbe ni bistvenih razlik med starostnima skupinama, ki poslušata radio Aktual. **Obema starostnima skupinama je glasba, ki jo predvajajo, všeč**;
- pri mlajših, ki niso poslušalci radijske postaje Aktual, je glavni razlog za neposlušanje Aktual **glasba, ki jim ni všeč**. Starejši, ki ne poslušajo Aktual, pa **nimajo posebnega mnenja o glasbenem programu Aktual**;
- za starejše poslušalce radijske postaje Aktual je pri **voditeljih** najbolj pomembno, da so **razgledani**. Mlajšim poslušalcem pa je najbolj pomembno, da je voditelj **zabaven**;
- večina mlajših in starejših neposlušalcev radijske postaje Aktual **ne pozna voditeljev na Aktualu**, tisti, ki pa jih, jim voditelji in njihov stil vodenja niso všeč;
- **oglasi grede večini na živce**, starejšim in mlajšim, poslušalcem in neposlušalcem. Večina preklopi na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi;
- **starejši ne poslušajo radia intenzivno**. Večina **mlajših pa posluša radio intenzivno**, predvsem, ko je kakšna pesem, ki jim je všeč ali pa, ko so nagradne igre za potovanja ali koncerte;
- večina mlajših in starejših neposlušalcev Aktual **meni, da novice na Aktualu niso manj kakovostne** kot na drugih radijskih postajah;
- starejši poslušalci Aktual **imajo najraje jutranji program**, mlajši pa imajo najraje **glasbene oddaje**;
- tako starejši kot mlajši poslušalci radijske postaje Aktual **ne poslušajo poročil na radijski postaji Aktual**;
- obe starostni skupini poslušata enake komercialne radijske postaje, torej ni bistvenih razlik v poslušanju med komercialnimi radijskimi programi;
- na izbiro najljubše postaje pri starejših radijskih poslušalcih na prvem mestu vplivajo **voditelji**, nato **glasba, oddaje, široko območje pokrivanja in navada**. Pri mlajših radijskih poslušalcih pa na izbiro najljubše postaje vpliva predvsem **glasba** na prvem mestu, nato nagradne igre, voditelji, gosti, oddaje v živo;
- tako starejši kot mlajši poslušalci ne poslušajo določenih radijskih postaj prvenstveno zaradi **glasbe**, potem zaradi **neprijetnega glasu voditelja ter določene oddaje**;
- večini starejših poslušalcev sta glavni vzrok za menjavo radijske postaje **oglas** in **slab signal**, mlajšim poslušalcem pa je glavni razlog za menjavo radijske postaje **slaba pesem** oziroma pesem, ki jim ni všeč.

Kakšne so lastnosti radijskega programa, ki bi bil za poslušalce idealen, najlepše povzame izjava enega od udeležencev, ki pravi *»idealnega komercialnega programa ni, ker so vse programske sheme enake in ker je njegovo preživetje odvisno od oglasov«*. Ustvarjalci radijskega programa

morajo torej določiti ciljno skupino poslušalcev, kateri morajo čim bolj prilagajati programsko shemo.

Glasba je na radijski postaji najpomembnejši razlog za poslušanje pri mlajši populaciji, pri starejši populaciji so prav tako pomembni voditelji. Kljub dejstvu, da so oglasi na splošno najbolj moteč dejavnik, brez njih ne gre, saj za vse komercialne radijske postaje predstavljajo osnovni vir prihodkov. Oglasi morajo biti kratki in nemoteči.

## **SKLEP**

Danes je za radijski medij pri nas značilno veliko število radijskih postaj. Ravno zaradi tega se mora specifični radio truditi čim bolje zadovoljiti vedno bolj zahtevne želje poslušalcev. Proučevanje zadovoljstva poslušalcev mora postati nuja vsake radijske postaje, ki želi, da bi bili njeni poslušalci zadovoljni. Razumevanje želja poslušalcev je bistveno za oblikovanje učinkovitega radijskega programa, s katerim bodo poslušalci zadovoljni.

Predhodne raziskave ugotavljajo, da je najpogostejši dejavnik, ki pritegne ali odvrča poslušalce od poslušanja radia, glasba.

V raziskavi ugotavljam, da mlajši poslušalci radijskih postaj na prvo mesto kot dejavnik za poslušanje določene radijske postaje postavljajo glasbo, nato nagradne igre, voditelje, goste in oddaje v živo. Starejšim poslušalcem pa so poleg glasbe enako pomembni dejavniki pri izbiri radijske postaje tudi voditelji, poročila, prometne informacije, oddaje in dober signal.

Nadalje ugotavljam, da tako starejši kot mlajši poslušalci ne poslušajo določenih radijskih postaj prvenstveno zaradi glasbe, potem zaradi neprijetnega glasu voditelja ter določene oddaje.

Predhodne raziskave kažejo, da je radio še vedno vsakodnevni spremljevalec večine ljudi kljub napredovanju tehnologije in pojavu interneta. Ljudje ga poslušajo v avtu, doma, v službi. Prihodnost radia torej ni vprašljiva, več se le konkurenčnost med radijskimi postajami in ravno zaradi tega se morajo radijski ustvarjalci truditi za poslušalce in jih čim bolj vplesti v svoj radijski program, predvsem na način, da upoštevajo njihova mnenja in želje glede vsebin oddaj, glasbe, gostov v oddajah, pripomb glede novic in česar koli drugega.

## LITERATURA IN VIRI

1. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenija. (2009). Strategija razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji. Najdeno 8. februarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.apek.si/>
2. Bizilj, L. (2003). *Radio*. Študijsko gradivo za študente 3. letnika novinarstva na Fakulteti za družbene vede. Ljubljana: FDV.
3. Brannan, T. (1993). *The Effective Advertiser*. London: Redwood Books, Trowbridge, Wiltshire.
5. Cestnik, K. (2006). *Poročilo o poslušnosti radijskih programov od leta 2002 do leta 2005*. Ljubljana: Oddelek za marketing RGL d.d.
4. Churchill, G. A. (1996). *Basic marketing research*. (3th ed.) Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
6. Enciklopedija Slovenije (1996). D. Voglar (ur.). Ljubljana: Mladinska knjiga.
7. Golčar, B. (2003). *Na poti k drugačnemu radiu*. Maribor: Zavod Mariborski radio Študent – MARŠ.
8. Hilmes, M. (1998). *Radio Voices: American broadcasting, 1992–1952*. Minneapolis (MN), London: University of Minnesota Press.
9. Hrvatini-Bašič, S. (2002). *Državni ali javni servis*. (b.k.). Ljubljana: Mediawatch.
10. Interno gradivo podjetja RGL d.d.
11. Jakomini, G. (2008). *Celovita prodajna storitev kot dejavnik raziskovanja med trgovci z avtomobili* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Jančič, M. (2008). Kaj najraje poslušamo? *Marketing Magazin*, 331, november, str. 44.
13. Johns, N. & Lee-Ross, D. (1998). *Research methods in service industry management*. London: British Library.
14. Klemenčič, S. & Hlebec, V. (2007). *Fokusne skupine kot metoda presojanja in razvijanja kakovosti izobraževanja*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.
15. *Kvalitativne raziskave (Gfk Slovenija)*. Najdeno 17. septembra 2008 na spletnem naslovu [http://www.gfk.si/3\\_1\\_kvalit\\_raz.php](http://www.gfk.si/3_1_kvalit_raz.php)
16. Keane, J. (1992). *Mediji in demokracija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
17. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. (11th ed.) Englewood Cliffs: Prentice Hall.

18. Lah, B. (2002). *Med trgov, javnostjo in civilno družbo*. Maribor: Frontier.
19. Leksikon Cankarjeve založbe (1984). M. Krušič (ur.). Ljubljana: Cankarjeva založba.
20. Maličev, P. (24. marec 2007). Radio. *Sobotna priloga*. Najdeno 18. novembra 2008 na spletnem naslovu <http://delo.si/tiskano/html/zadnji/Sobotna+priloga>
21. Mednarodno združenje študentskih radijskih postaj IASTAR. Najdeno 18. decembra na spletnem naslovu <http://www.iastar.org/>
22. M. K. (2009, 1. marec). Intervju-David Čeplak, član uprave Infonet Media za marketing. *Revija Reporter, številka 21*. Najdeno 17. marca 2009 na spletnem naslovu [http://public.edition-on.net/links/601\\_reporter\\_21.arp?page=83](http://public.edition-on.net/links/601_reporter_21.arp?page=83)
23. Okorn, T. (2000). *Oglaševanje na komercialnih radijskih postajah v Ljubljanski regiji* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
24. Povšič Štimec, S. (2008). Uporaba raziskav za doseganje poslovnih ciljev. *Finance*. Najdeno 13. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.beta.finance-on.net/>
25. *Program radijske postaje Aktual*. Najdeno 1. aprila 2008 na spletnem naslovu <http://www.radio.aktual.si>
26. Pravilnik o programih posebnega pomena. *Uradni list RS*. (Št. 85/2002, 4. 10. 2002).
27. Raziskava Radiometrija – poročilo za 3. četrtletje 2008 (2008). *Media Pool*. (1. december 2008, str. 1–30).
28. Rihter, L. Fokusne skupine. Najdeno 8. aprila 2009 na spletnem naslovu [http://www.fsd.uni-lj.si/mma\\_bin.php/\\$fld/2008091913050693/\\$Name/fokusne+skupine.ppt](http://www.fsd.uni-lj.si/mma_bin.php/$fld/2008091913050693/$Name/fokusne+skupine.ppt)
29. Rojšek, I. (1997). *Metode trženjskega raziskovanja, vodič po predmetu*. (4. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
30. Rojšek, I. (2005). *Metode trženjskega raziskovanja, zapiski predavanj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
31. Starman, D. (1996). *Tržno komuniciranje, izbrana poglavja*. (Ponatis 1). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
32. Skele, D., (2008). Radio-star in dinamičen. *Marketing Magazin*, 331, november, str. 38.
33. Slo/top/30. (2009, od 2. marca do 8. marca 2009). *Vikend*, str. 14.
34. *Spremljanje in vsečnost I. programa Radia Slovenija in Vala 202*. (RTV Slovenija). Najdeno 2. novembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.rtv.si/files/marketing/2007>
35. Mediana. Najdeno 13. aprila 2008 na spletnem naslovu <http://www.mediana.si/>



36. GfK Gral Iteo. Najdeno 13. aprila 2008 na spletnem naslovu <http://www.gfk.si/>
37. RTV Slovenija. Najdeno 3. oktobra 2008 na spletnem naslovu <http://www.rtv slo.si>
38. Media-forum. Najdeno 22. januarja 2009 na spletni strani <http://www.media-forum.si/slo/pokrajina/lastniske-povezave/lastnistvo-radijske-postaje>
39. World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC). Najdeno 14. decembra 2008 na spletni strani <http://www.amarc.org/>
40. Radio Študent. Najdeno 7. decembra 2008 na spletni strani <http://www.radiostudent.si/>
41. *Zveza svobodnih radijev*. Najdeno 2. februarja 2009 na spletni strani <http://www.kpfk.org>
42. Špehar, M. (urednik). (2009, 20. februarja). *Aktual NA GLAS* [televizijska oddaja]. Ljubljana: Čarli TV.
43. Število radijskih in televizijskih programov glede na status programa po občinah, Slovenija, letno. Najdeno 17. Marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/save show.asp>
44. Zakon o medijih. (2006). *Uradni list RS* (Št. 110/2006, 26. 10. 2006).
45. Zakon o medijih. (2001). Zbirke državnega zbora Republike Slovenije. *Uradni list RS* (Št. 101/2001, 14. 10. 2001).
46. Zakon o radioteleviziji Slovenija 2000. (2000). Ljubljana: Zbirke Državnega zbora RS - sprejeti akti.
47. Zapiski predavanj. Metode trženjskega raziskovanja (2004–2005).
48. Zgaga, B. (30. junij 2004). Prva poglobljena raziskava občinstva RTV Slovenija: Kaj pričakuje slovensko občinstvo od javne RTV. *Večer*. Najdeno 2. marca 2009 na spletnem naslovu [http://www.gfk.si/4\\_2\\_clanki.php?leto=200](http://www.gfk.si/4_2_clanki.php?leto=200)



## PRILOGE

### PRILOGA 1: Podatki iz Radiometrije 3. četrtnetja 2008, poslušanost posameznih radijskih programov

Tabela 3: Tabelarični prikaz dnevnega dosega radijskih programov in ocena števila rednih poslušalcev na območju slišnosti radijske postaje Aktual v 3. četrtnetju leta 2008

<b>Radijski program</b>	<b>Doseg v odstotkih (%)</b>	<b>Ocenjeno število rednih poslušalcev</b>
Val 202	12,4	151.000
Radio Slovenija – 1. program	10,4	127.000
Radio 1	6,3	77.000
Radio City	6,0	73.000
Radio Hit	4,0	49.000
Radio Center	3,8	46.000
Radio Veseljak	3,5	43.000
Radio Ognjišče	2,9	35.000
Radio Antena	2,4	29.000
Radio Fantasy – Celje in Velenje	2,4	29.000
Radio Maribor	2,2	27.000
Radio Ekspres	2,0	24.000
Radio Ptuj	2,0	24.000
Radio Rogla	2,0	24.000
Radio Net FM	1,8	22.000
Radio Sraka	1,8	22.000
Štajerski val	1,8	22.000
<b>Radio Aktual</b>	<b>1,7</b>	<b>21.000</b>
Radio Celje	1,6	20.000
Radio Belvi	1,6	20.000
Tuji programi	1,5	18.000
Radio Krka	1,4	17.000
Ne vem	1,3	16.000
Radio Maxi (Prleški val)	1,2	15.000
Zeleni val	1,1	13.000
Radio Salomon	1,0	12.000
Radio Kum	1,0	12.000
Radio 94	0,8	10.000
Radio Triglav	0,8	10.000
Radio Energy	0,8	10.000
Radio Slovenia International	0,7	9.000
Radio Kranj	0,6	7.000
Radio Slovenske gorice (RSG)	0,6	7.000
Moj radio	0,5	6.000
Radio Brezje	0,5	6.000
Radio Odmev	0,5	6.000
Radio Dur	0,5	6.000
Radio Sora	0,5	6.000
3. program (Ars)	0,4	5.000
Radio Koper	0,4	5.000
Radio Snoopy	0,4	5.000
Radio Študent	0,4	5.000

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

<b>Radijski program</b>	<b>Doseg v odstotkih (%)</b>	<b>Ocenjeno število rednih poslušalcev</b>
Studio D	0,4	5.000
Radio Goldi Savinjski val	0,4	5.000
Radio Grom	0,4	5.000
Radio Capris	0,3	4.000
Radio Murski val	0,3	4.000
Radio Gorenc	0,3	4.000
Radio Fantasy - Maribor	0,3	4.000
Koroški radio	0,2	2.000
Radio Velenje	0,2	2.000
Radio Tempo	0,2	2.000
Alpski val	0,1	1.000
Radio Alfa	0,1	1.000
Radio Capodistria	0,1	1.000
Radio Nova	0,1	1.000
Radio Prlek (Ormož)	0,1	1.000
Radio Plus	0,1	1.000
Radio Robin	0,1	1.000
Radio Univox	0,1	1.000
Celjski val	0,1	1.000
Radio Urban	0,1	1.000
Radio Europa 05	0,1	1.000
Radio Ljubljana	0,1	1.000

**Legenda:** \* Predstavljeni so radijski programi z dosegi nad 0,1 %.

Velikost trga: 73 % slovenskega ozemlja

Velikost trga v tisočih: 1.437 poslušalcev

*Vir: Radiometrija – poročilo za 3. četrtletje 2008, Media Pool d.o.o., anketiranih je bilo 7.504 ljudi, starost od 10 do 75 let.*

## PRILOGA 2: Neposredni in posredni tekmeci radijske postaje Aktual

Tabela 5: Neposredni konkurenti radijske postaje Aktual

	KOMERCIALNI RADIJSKI PROGRAMI	STATUS
1	Radio Belvi Gorenjska	lokalni
2	Radio Dur	regionalni
3	Radijska postaja Aktual	regionalni
4	Radio Salomon	regionalni
5	Radio 1	nacionalni
6	Radio Brežice	lokalni
7	Radio Krka	lokalni
8	Radio Odeon	lokalni
9	Radio Sevnica	lokalni
10	Radio Energy	lokalni
11	Radio Sraka	lokalni
12	Studio D	regionalni
13	Radio Si	regionalni
14	Radio Veseljak	regionalni
15	Radio Maribor	regionalni
16	Radio Laser Slovenj Gradec	lokalni
17	Radio Radlje	lokalni
18	Radio Rogla	lokalni
19	Radio Tempo	lokalni
20	Radio Fantasy	lokalni
21	Radio City (MB silak, pokriva ruralna središča)	regionalni
22	Radio Celje	lokalni
23	Radio Bulla	lokalni
24	Radio Alfa	lokalni
25	Moj radio	lokalni
26	Radio Informativni val	lokalni
27	Radio Celjski val	lokalni
28	Radio Europa 05	lokalni
29	Radio Antena	lokalni
30	Radio Expres	lokalni
31	Radio Geoss	lokalni
32	Radio Ljubljana	lokalni
33	Radio Orion	lokalni
34	Radio Hit	regionalni
35	Notranjski radio	regionalni
36	Radio Center (MB, pokriva urbana področja)	regionalni
37	Radio Kranj-Gorenjski mega slavček	regionalni
38	Radio Zeleni val	regionalni
39	Radio 94	lokalni
40	Radio Nova	regionalni
41	Radio Capris	regionalni
42	Radio Koper	regionalni
43	Radio Dur	regionalni
	PROGRAMI POSEBNEGA POMENA	STATUS
1	Radio Gorenc	lokalni
2	Radio Velenje	lokalni
3	Radio Goldi	lokalni
4	Radio Kum	regionalni
5	Radio Kranj	regionalni
6	Radio Triglav	regionalni

»se nadaljuje«

»nadaljevanje«

	<b>PROGRAMI POSEBNEGA POMENA</b>	<b>STATUS</b>
7	Radio Sora	regionalni
8	Koroški radio	regionalni
9	Štajerski val	regionalni
10	Radio Ognjišče	nepridobitni
11	Mariborski radio Študent	študentski
12	Radio Študent Ljubljana	študentski
	<b>PROGRAMI POSEBNEGA POMENA</b>	<b>STATUS</b>
1	A1	nacionalni
2	Val 202	nacionalni
3	Ars	nacionalni

Vir: Povzeto po Strategiji razvoja radijskih in televizijskih programov 2008, Agencije za pošto in elektronske komunikacije.

Tabela 6: Posredni konkurenti radijske postaje Aktual

	<b>KOMERCIALNI RADIJSKI PORGRAMI</b>	<b>STATUS</b>
1	Radio Tartini	lokalni
2	Radio Snoopy	lokalni
3	Radio Brezje	lokalni
4	Radio Fantasy Maribor	lokalni
5	Radio Maxi	lokalni
6	Radio net FM	lokalni
7	Radio Plus Maribor	lokalni
8	Radio Prlek	lokali
9	Radio Viva	lokalni
10	Radio Radio	lokalni
	<b>PROGRAMI POSEBNEGA POMENA</b>	<b>STATUS</b>
1	Radio Robin	lokalni
2	Radio Odmev	lokalni
3	Radio Alpski val	lokalni
4	Radio Uniwvox	lokalni
5	Radio Murski val	regionalni
6	Radio Ptuj	regionalni
7	Radio Gorenc	nepridobitni
	<b>PROGRAMI RTV SLOVENIJA</b>	<b>STATUS</b>
1	Radio Koper, modri val	Radijski program regionalnega centra v Kopru
2	Radio Capodistria, onda blu	Radijski program regionalnega centra v Kopru za italijansko narodno skupnost
3	Radio Maribor	Radijski program regionalnega centra v Mariboru
4	Muravideki Magyar Radio	Radijski program regionalnega centra v Mariboru za madžarsko narodno skupnost
5	Radio SI	Radijski program za tujo javnost

Vir: Povzeto po Strategiji razvoja radijskih in televizijskih programov 2008, Agencije za pošto in elektronske komunikacije.

### PRILOGA 3: Vikendova glasbena lestvica SLO/TOP/30

V Vikendovi glasbeni lestvici, je prikazano top 30 skladb v tednu od 2. 3. 2009 do 8. 3. 2009. Vsak teden se oblikuje nova lestvica. Nekatere skladbe napredujejo, nekatere nazadujejo na lestvici, nekatere se pojavijo zopet na lestvici, nekatere pa se pojavijo prvič na lestvici.

Tabela 7: Vikendova slo/top/30 lestvica

Ta teden	Prejšnji teden	Izvajalec in skladba	Najvišja uvrstitev	Tednov na lestvici
1	6	U2, No Line On The Horizon	1	2
2	3	DAN D, Ure letenja za ekstravagantne ptice	2	2
3	2	IZTOK MLAKAR, Romance brez krjance	1	14
4	1	TOŠE PROESKI, The Hardest Thing	1	6
5	4	JAN PLESTENJAK S SOMFONIKI, Klasika	2	6
6	5	ALENKA GODEC, So najlepše pesmi že napisane	2	14
7	7	GAL GJURIN, Srce	5	11
8	8	BRUCE SPRINGSTEEN, Working On a Dream	5	6
9	14	RAZLIČNI IZVAJALCI, Ema 2009	9	5
10	15	IL DIVO, The Promise	1	18
11	10	MANCA IZMAJLOVA, Slovensko srce	2	15
12	18	AC/DC, Black Ice	1	18
13	28	JANEZ BITENC, Mavrica	13	23
14	22	TONY CETINSKI, Ako to se zove ljubav	2	25
15	9	EROIKA, Eroika	1	76
16	23	ABBA, Gold-Greatest Hits	3	34
17	11	LEPA BRENA, Udi slobodno	7	16
18	Novo	PRODIGY, Invaders Must Die	18	1
19	27	PINK, Funhouse	3	19
20	26	ORIGINAL SOUNDTRACK, Mamma Mia	1	27
21	16	TOŠE PROESKI, Igra bez granica	1	64
22	30	THE KILLERS, Day & Age	17	5
23	12	DUFFY, Rockferry	11	32
24	21	AMY WINEHOUSE, Back To Black	3	65
25	Ponovno	RIHANNA, Good girls gone bad	4	33
26	24	IZTOK MLAKAR, Trilogija	23	4
27	17	GUNS N' ROSES, Greatest Hits	1	22
28	Ponovno	NIET, Izštekani	8	11
29	Ponovno	KATY PERRY, One Of The Boys	15	8
30	Ponovno	VLADO KRESLIN, Cesta	1	73

Vir: Vikend, 2009, str. 14.

## **PRILOGA 4: ELEKTRONSKO SPOROČILO: Vabilo na skupinski pogovor**

Spoštovani!

Moje ime je Tanja Dereani. Sem absolventka na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, smer trženje. Sem v fazi izdelave diplomskega dela z naslovom Analiza dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual in zbiram kandidate za skupinski pogovor.

Tema pogovora bo radijska postaja Aktual. Pogovarjali se bomo tudi o ostalih radijskih postajah. Zanimala me bodo predvsem vaša mnenja, izkušnje, informacije, ki jih imate o radijskih postajah, zakaj poslušate določeno radijsko postajo, kaj vam je všeč na določeni radijski postaji in kaj ne.

K pogovoru bi rada povabila predvsem tiste ljudi, ki so poslušalci radijske postaje Aktual in tiste, ki radijsko postajo Aktual vsaj poznajo. Če se najdete v katerem od teh dveh opisov, mi prosim sporočite na moj internetni naslov [tanja.dereani@gmail.com](mailto:tanja.dereani@gmail.com) oziroma samo odgovorite na to sporočilo. Na podlagi odgovorov, ki jih bom dobila od vas, bom oblikovala dve skupini, s katerima bom opravila pogovor. V eni skupini boste tisti, ki ste poslušalci radijske postaje Aktual, v drugi skupini pa tisti, ki radijsko postajo Aktual vsaj poznate.

Srečanje s fokusno skupino poslušalcev radijske postaje Aktual bo potekalo 22. maja 2009 v atriju Ekonomske fakultete ob 18.00 uri. Srečanje s fokusno skupino neposlušalcev radijske postaje Aktual pa bo 23. maja 2009 v atriju Ekonomske fakultete prav tako ob 18.00 uri. Predvidevam, da bo pogovor trajal približno dve uri.

Vaše sodelovanje bo anonimno, informacije, ki mi jih boste zaupali, bom uporabila izključno le v namen mojega raziskovalnega dela.

Po končanem pogovoru obeh fokusnih skupin bom vse povabila na pijačo, da se vam vsaj malo zahvalim za sodelovanje.

Lep pozdrav,

Tanja Dereani



## **PRILOGA 5: OPOMNIK**

Dober dan in dobrodošli na današnjem srečanju! Hvala, ker ste si vzeli čas za udeležbo na srečanju fokusne skupine na temo Analiza dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. Pogovarjali se bomo o radijskih postajah na splošno in konkretno o radijski postaji Aktual, kaj vam je v njihovem programu všeč in kaj ne. Zanimajo me predvsem vaša mnenja o radijskem programu, o konkurenčnih radijskih programih, vaša razmišljanja in izkušnje v zvezi s poslušanjem določenih radijskih postaj.

Pogovor bom vodila jaz. Usmerjala vas bom z vprašanji, vas poslušala, snemala in si zapisovala določene ugotovitve. Pravih in napačnih odgovorov ni, so le različna mnenja. Zato vas prosim, da svoje mnenje izrazite, tudi če se razlikuje od drugih. Vesela bom, če bo vsak od vas opisal svoj pogled na zastavljeno vprašanje.

Preden začnemo, naj vas opozorim na nekaj stvari, ki bodo olajšale naš pogovor.

Za potrebe moje raziskave je pomembno, da slišim prav vsakega od vas, ker imate različne izkušnje in različna mnenja. Pogovor bo potekal od bolj splošnih, začetnih vprašanj v uvodnem delu, do bolj konkretnih, specifičnih vprašanj, ki se navezujejo na dejavnike, ki po vašem mnenju vplivajo na zadovoljstvo oziroma nezadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual.

Prosim, da govorite glasno, ker bom pogovor snemala zaradi lažje kasnejše analize pogovora. V pogovoru bom navajala vaša imena, vendar v končnem poročilu fokusne skupine ta ne bodo omenjena. Zagotavljam vam, da so vaše izjave zaupne.

Predvidevam, da bomo pogovor končali okoli 20.00 ure.

Torej začnimo. Povejte mi:

### **VPRAŠALNIK za poslušalce radijske postaje Aktual**

1. sklop vprašanj: Vprašanja za ogrevanje o zadovoljstvu poslušalcev

- Kdaj ste kot poslušalec radia zadovoljni?
- Katere medije še spremljate poleg radia? Ali poslušate radio več kot nekoč? Mislite, da bo radio izumrl? Kakšna je po vašem mnenju prihodnost radia?

2. sklop vprašanj: Časovni okvir in kraj poslušanja radia, dejavnosti, ki jih počnejo poslušalci

- Kje poslušate radio?
- Kdaj poslušate radio?
- Kaj delate, ko poslušate radio?

3. sklop vprašanj: Konkurenti

- Katere radijske postaje poslušate? Koliko radijskih postaj poslušate?
- Imate svojo najljubšo radijsko postajo? Kaj vam je ravno na tej radijski postaji tako všeč?
- Katerih radijskih postaj ne poslušate? Kaj vas na teh radijskih postajah tako zelo moti?

#### 4. sklop vprašanj: Intenzivnost

- Kako intenzivno poslušate radio? Poslušate voditelja, oddaje kaj govorijo ali imate radio prižgan zgolj za »zvočno kuliso«?

#### 5. sklop vprašanj: Dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual

5.1 Ali lahko naštejete dejavnike za poslušanje radijske postaje? Kaj vam je na tej radijski postaji tako všeč, da jo poslušate?

##### 5.2 Glasba

- Katera glasba vas pritegne? Kakšno glasbo poslušate? Katera zvrst glasbe vam je na Aktualu najbolj všeč?

##### 5.3 Poročila, novice

- Katera poročila oziroma novice poslušate? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni pri novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?

##### 5.4 Oddaje

- Katere oddaje poslušate? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?

##### 5.5 Oglasi

- Kaj menite o oglasih na radiu Aktual? Vam grede na živce? Se vam zdi, da jih je preveč?
- Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?

##### 5.6 Družba

- Ali poslušate radio zaradi družbe, da vam ni dolgčas?

##### 5.7 Navada, da ni dolgčas

- Ali poslušate radio iz navade?

##### 5.8 Prometne informacije

- Ali v avtu poslušate radio zato, da bi ujeli kakšno prometno informacijo ali kar tako?

##### 5.9 Voditelji

- Kateri voditelji so vam všeč? Kar konkretno povejte kateri?
- Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?

##### 5.10 Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?

## 6. sklop vprašanj: Idealen radijski program

- Poskušajte določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za vas idealen

## **VPRAŠALNIK za neposlušalce radijske postaje Aktual**

Prvi štirje sklopi in šesti sklop vprašanj so enaki kot pri vprašalniku za poslušalce radijske postaje Aktual. Vprašalnika se razlikujeta v petem sklopu vprašanj, in sicer v sklopu dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev radijske postaje Aktual. V tem delu sem vprašalnika spremenila zato, ker me je zanimalo, zaradi katerih dejavnikov poslušalci, ki sicer poznajo radijsko postajo Aktual, te radijske postaje ne poslušajo. Te ugotovitve me bodo pripeljale do razumevanja nezadovoljstva neposlušalcev radijske postaje Aktual. Dejavniki, ki vplivajo na zadovoljstvo poslušalcev, pa mi bodo pokazali, kaj privede poslušalce do zadovoljstva z radijsko postajo Aktual. Domnevala sem, da so poslušalci, ki poslušajo radijsko postajo Aktual, z njo zadovoljni, poslušalci, ki je ne poslušajo, pa z njo niso zadovoljni.

## **5. sklop vprašanj: Dejavniki za neposlušanje radijske postaje Aktual**

5.1 Kaj vam ni všeč v radijskem programu Aktual?

5.2 Glasba

- Kaj vas moti v glasbenem programu Aktualu? Kaj menite o glasbi na radiu Aktual?
- Katera glasba vas pritegne? Kakšno glasbo poslušate?

5.3 Voditelji

- Kaj menite o voditeljih na Aktualu? Kateri voditelji so vam všeč? Kar konkretno povejte kateri?
- Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?

5.4 Novice

- Ali se vam zdijo novice na Aktualu manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah?
- Katera poročila oziroma novice poslušate? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni v novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?

5.5 Oddaje

- Ali vas katera oddaja na Aktualu pritegne?
- Katere oddaje na radiih poslušate? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?

5.6 Oglasi

- Kaj menite o oglasih na radiu? Vam grede na živce? Se vam zdi, da jih je preveč? Ali so vam oglasi na radiu Aktual bolj dolgočasni kot na ostalih radijskih postajah?
- Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?

5.7 Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?

## **PRILOGA 6: ZAPIS PRVEGA SKUPINSKEGA POGOVORA (A) → neposlušalci radijske postaje Aktual, stari od 20–29 let.**

Ljubljana, 23. maj 2009, 18.00–19.15

### **V pogovoru so sodelovali:**

<b>Zap. št.</b>	<b>Ime in priimek</b>	<b>Spol</b>	<b>Starost</b>	<b>Kraj bivanja</b>	<b>Status</b>
1	A1	Ž	25	Ljubljana	Absolventka
2	A2	Ž	25	Ljubljana	Absolventka
3	A3	Ž	22	Kranj	Študentka
4	A4	Ž	21	Škofja Loka	Študentka
5	A5	M	24	Ljubljana	Študent
6	A6	M	24	Ljubljana	Študent

**Legenda:** \* Osebe, ki so sodelovale v pogovoru, so želele ostati anonimne, zato sem jih pod stolpcem Ime in priimek razvrstila po vrstnem redu od A1 do A6.

### **Vprašanja**

#### **Moderator (v nadaljevanju M): Kdaj ste kot poslušalec radia zadovoljni?**

A5: Ko ni veliko reklam. Ni mi pa všeč, ko govorijo med pesmimi.

A6: Meni je radio dobro poslušat, ko predvajajo pesem, ki je meni všeč. Ni mi pa všeč, ko na koncu včasih presekajo pesem, tako kar odrežejo del pesmi in to res ni dobro, sem kar malo jezen, ko se to zgodi.

A2: Jaz sem tudi zadovoljna, ko se vrti glasba, ki je meni všeč, takrat poslušam radio brez problema in tudi ne prestavljam radijskih postaj. Ko je pesem, ki mi je všeč, tudi zapojem. Največkrat v avtu, ko se vozim sama, pojem. To me sprošča, samo mora biti res dobra pesem. Če je pa bedna glasba pa ali ugasnem radio ali pa prestavim postajo ali pa dam noter kak cd.

A3: Se strinjam z A2, jaz sem zadovoljna, ko je dobra glasba, me tudi sprošča pa tudi jaz včasih pojem pa tudi plešem, če je katera od mojih pesmi.

A2: Jaz poslušam radio predvsem, kadar mi je dolgčas, nimam kaj za početi in me dobra glasba res razvedri. Ali pa ko sem žalostna, tudi poslušam glasbo.

A4: Enako.

A1: Jaz sem tudi zadovoljna, ko je katera moja pesem, da me malo zbudi, poživi. Najbolj mi gre pa na živce, da skoz neki govorijo, ko bi pa kam rad šel, ko ne veš, kje se kaj dogaja, ti pa ne povejo. Pa ne znajo delati reklam, na koncu neke reklame za nek dogodek, bi morali ponoviti dogodek, kje pa kdaj se dobimo, oni pa to samo na začetku povejo in potem ti sploh nič ne veš, kje se ta dogodek dogaja.

#### **M: Katere medije še spremljate poleg radia? Ali poslušate radio več kot nekoč? Mislite, da bo radio izumrl? Kakšna je po vašem mnenju prihodnost radia?**

A1: Tv, internet, revije.

A2: Jaz preberem, poleg teh naštetih, še vsak dan časopis.

A5: Tv, internet.

A3, A4, A6: Isto.

A6: Meni se ne zdi, da poslušam radio več k včasih. Poslušam ga, ko sem doma, pa ko sem razporežen, da ga poslušam. Pa včasih v avtu.

A1: Jaz ga pa sedaj največ poslušam v avtu. Lahko bi rekla, da ga, odkar imam izpit, več poslušam, ker sem več v avtu.

A2: Jaz pa mislim, da ga ne poslušam več, kot sem ga včasih, mogoče celo manj. Včasih sem bila več doma in sem ga doma več poslušala. Sedaj pa hodim v službo in ga tam ne smemo poslušati.

A3: Pri nas ga tudi ne smemo.

A5: Jaz pa poslušam radio približno isto kot včasih, poslušam ga tudi v službi in zjutraj na poti v službo. Zvečer in v prostem času doma raje poslušam MP3-je.

A4: Jaz pa raje poslušam MP3-je kot radio, radio res samo občasno poslušam. Bolj malo, no.

A1: Po mojem radio ne bo izumrl, isto bo, kot je bilo do sedaj, edino mogoče bo še več radijskih postaj pa bo še večja konkurenca pa še več podobnih radijskih postaj. Jaz ne vem čisto dobro, zakaj je tako, da so si vsi tok podobni.

A5: To je zato, ker so vsi ti komercialni radii itak isti. Pač imajo predpisan nek program, ki ga morajo upoštevati, pa še tako glasbo imajo, da čim več ljudi privabijo, da jih čimveč poslušajo in to je to. Mislim, da se radiu za njegovo prihodnost ni treba ravno bati, ker je to pač tok star medij, da ne more kar izumreti.

A2: Jaz se strinjam s tabo pa tudi mislim, da radio ne bo kar izumrl.

A3: Po mojem tudi ne bo.

### **M: Kje poslušate radio?**

A1: V avtu največ.

A2: Doma.

A3: V avtu.

A6: Jaz ga tudi v avtu in doma.

A5: V avtu, v službi.

### **M: Kdaj poslušate radio?**

A1: Zjutraj, pri zajtrku in med vožnjo.

A5: Jaz ga poslušam, ko se vozim in v službi, se pravi nekje od osmih zjutraj pa do štirih. Sem namreč študent, ampak kar delam na polno.

A2: Jaz ga pa kakor kdaj no, ne morem povedati točno, včasih doma, včasih v avtu.

A3: Jaz isto, samo nikoli pa ne poslušam radia zvečer, ko sem doma.

A6 in A4: Jaz tudi ne.

### **M: Kaj delate, ko poslušate radio?**

A1: Jem, kuham, vozim.

A5: Razmišljam, meditiram, delam v službi, vozim.

A2: Ležim, počivam, se učim, vozim.

A4: Vozim.

A3: Jaz se tudi večinoma vozim, pa tudi učim se. Med učenjem poslušam radio ali pa kateri cd. Moram meti glasbo ob učenju.

A6: Jaz tudi.

**M: Katere radijske postaje poslušate? Koliko radijskih postaj poslušate?**

A1: Radio 1, Antena, Ekspres, Veseljak, Salomon.

A5: Center, Radio Dur, internetni radio 977 music.com, tukaj imaš veliko radijev.

A2: Radio 1, Antena, Ekspres.

A3: Večinoma Hit, potem pa tudi Anteno, Ekspres, Salomon, Radio1.

A6: Radio Sraka, Radio Krka, ko grem na vikend na Dolenjsko tega poslušam, ker tam lovi in je kar dober.

A4: Center, Radio Hit, Radio1, Ekspres, Salomon, Anteno.

**M: Imate svojo najljubšo radijsko postajo? Kaj vam je ravno na tej radijski postaji tako všeč?**

A3: Jaz imam najljubšo radijsko postajo, in sicer najraje poslušam radio Hit. Na tej postaji mi je najbolj všeč glasba, dance glasba, pa tudi voditelji so mi všeč. Drugače pa rada poslušam tudi Radio 1, Radio Anteno, Ekspres in Salomon. Na Radiu 1 so mi všeč voditelji.

A4: Moja najljubša je Radio Center. Najbolj mi je všeč glasba, zato mi je tudi najljubša. Pa všeč mi je tudi zato, ker imajo novice tako pogosto, na nacionalnih radijskih postajah jih nimajo toliko. Poslušam pa tudi, kot sem že omenila, Hit, Radio1, Salomon, Anteno, Ekspres. Na Anteni mi je najbolj všeč jutranji program, jutranji voditelji, Birko, Seba in Žan.

A2: Jaz pa nimam najljubše radijske postaje. Prestavljam tiste tri postaje, ki sem jih prej naštel pa tudi, če je na kateri drugi postaji katera pesem, ki me pritegne, poslušam pesem do konca, potem pa, če mi je naslednja pesem všeč, poslušam naprej, drugače pa prestavim.

A1: Jaz tudi nimam najljubše. Glasba mi je pa najbolj všeč na Veseljaku, ker imam rada narodnozabavno.

A6: Tudi nimam najljubše.

A5: Meni je pa Dur najbolj všeč, ker se glasba ne ponavlja tako zelo, pa tudi ne vrtijo toliko aktualne glasbe.

**M: Katerih radijskih postaj ne poslušate? Kaj vas na teh radijskih postajah tako zelo moti?**

A4: Jaz ne poslušam nacionalnih radijev, ker preveč govorijo in je premalo glasbe. Na morju so mi pa všeč italijanske radijske postaje.

A6: Jaz tudi ne poslušam nacionalnih postaj.

A1: Se strinjam glede nacionalnih radijev, enostavno me glasba, ki jo predvajajo, ne pritegne.

A2: Jaz tudi ne poslušam nacionalnih radijev, pa ne vem zakaj ne, ampak nikoli jih nisem pa jih tudi sedaj ne. Očitno me ne pritegnejo. Pa radia Veseljak tudi ne poslušam, ker ne maram narodnozabavne glasbe. Drugače pa ne poslušam tudi vseh radijskih postaj, ki jih nisem naštel pa prej pod tiste, ki jih poslušam, saj vseh postaj, ki so v Sloveniji, niti poznam. Za Veseljaka pa nacionalne radie pa vsekakor lahko rečem, da jih ne poslušam.

A5: Jaz pa ne poslušam predvsem Radia Ognjišče, ker imajo cerkveno glasbo.

A2: Jaz tudi Ognjišča ne poslušam, sem pozabila omenit.

A3: Jaz tudi ne poslušam omenjenih radijskih postaj, vse kar ste našteli.

**M: Kako intenzivno poslušate radio? Poslušate voditelja, oddaje, kaj govorijo ali imate radio prižgan z golj za »zvočno kuliso«?**

A5: Srednje.

A1: Neintenzivno, jaz ga imam prižganega za zvočno kuliso, če ga ni, nekaj manjka.

A3: Jaz ga imam tudi za zvočno kuliso, razen če je ravno tista pesem, ki mi je všeč, potem poslušam intenzivno.

A4: Ali pa, če pričakuješ katero nagradno igro.

**M: Katero pa?**

A4: Za kakšno potovanje ali pa za kakšen koncert. Jaz zmeraj, ko podeljujejo kakšne karte za koncerte, več poslušam radio Hit.

A2: Jaz radio včasih poslušam intenzivno, kaj govorijo voditelji, včasih pa imam kar tako prižganega.

**M: Kaj vam ni všeč v radijskem programu Aktual?**

A2: Meni predvsem ni všeč ponavljanje novic, na vsake pol ure jih imajo in potem na vsako polno uro pa še vmes cestne informacije vskočijo. Jaz tega ne rabim poslušat, ker itak vedno, ko sem jaz v avtu in kam grem, naletim na zaporo, ali je to delo na cesti ali nesreča ali gneča. Se pravi takrat, ko jaz rabim cestne informacije, jih nikoli ne dobim. Potem mi pa ni všeč tudi glasba, imam občutek, kot da so na tej radijski postaji malo zadaj z glasbo. Saj meni so osemdeseta všeč in rada poslušam to glasbo, samo nimajo mojih pesmi in mi ni to to.

A5: Da, se strinjam glede glasbe. Pa nekatere pesmi kar presekajo nekje na polovici. Recimo od Guns n' Roses je pesem predolga, pa jo kar skrajšajo. Saj razumem, da imajo neka pravila pa neko radijsko politiko, ki se je morajo držati, ampak vseeno mene to odvrne od poslušanja.

A3: Meni tudi glasba ni všeč. Nam se je zgodilo, da smo se v petek zvečer s prijatelji iz Kranja odpravili v Ljubljano zabavat in smo malo poslušali radio Aktual. Vrteli so tako mirno glasbo, da nas je skoraj minilo iti ven.

A1: Meni pa voditelji niso všeč. Ne pritegne me njihov stil humorja pa način, kako govorijo.

A6: Meni pa ni všeč ponavljanje enih in istih pesmi. Tega je preveč.

A4: Jaz pa ne vem, kaj točno mi ni všeč na Aktualu, ker ga premalo poslušam. Očitno me ni pritegnil v tolikšni meri, da bi ga bolj pogosto poslušala.

**M: Kaj vas moti v glasbenem programu Aktuala? Kaj menite o glasbi na radiu Aktual? Katera glasba vas pritegne? Kakšno glasbo poslušate?**

A2: Mene, kot sem že rekla, moti to, da vrtijo glasbo, ki ni po mojem okusu. Nikoli se mi še ni zgodilo, da bi poslušala to radijsko postajo in bi mi bila pesem, ki jo vrtijo, všeč. Pa preveč ponavljajo tiste hite, ki meni res niso všeč. Jaz poslušam bolj trši rock, malo metala vmes, tak melodični metal. Pa bande iz osemdesetih, devetdesetih. Nirvano, Guns n' Roses, Skid row, Maiden, Metallico pa tako naprej. Novejši bandi mi pa niso všeč pa razne Riahne tudi ne. Od slovenske glasbe so mi hudi Elvis Jaksoni, ki so sedaj bolj aktualni, pa Nieti. Saj je možno, da kdaj zavrtijo kaj od tega na Aktualu, ampak takrat, ko jaz prestavim na to postajo, se to še ni zgodilo.

A5: Jaz imam tudi podoben glasbeni okus kot kolegica, poleg tega me pa moti tudi to, da presekajo pesmi.

A3: Meni tudi glasba ni všeč. Jaz poslušam bolj dance glasbo, elektronsko glasbo, tako za zabavati. Mene ta glasba iz osemdesetih uspa. Ni to za mene.

A1: Jaz imam pa rada slovensko glasbo, zimzelene komade, kot jih imajo Bele vrane, Plavi orkestar, Agropop, Šank rock.

A6: Jaz pa poslušam pop-rock, aktualne pesmi, Siddharto, Katy Perry, Pink. Verjetno vrtijo kaj takega tudi na Aktualu, ampak nisem poslušalec te postaje. So mi vseč te pesmi, ampak ne šestkrat na dan.

A4: Jaz pa poslušam haus, ragge, metal, pa tudi klasiko. Mislim, da Aktual ne predvaja teh zvrsti, glede na to, da je komercialna postaja.

**M: Kakšno je vaše mnenje o glasbenih lestvicah? So vam vseč?**

A6: Meni so vseč glasbene lestvice. Večina pesmi iz teh lestvic mi je vseč. Od slovenskih Siddharta, Dan d, Jan Plestenjak, od tujih pa Katy Perry, Toše Proeski, Pink. Dobro se mi zdi, da jih na radiu kdaj slišim, samo ne preveč pogosto.

A2: Nimam nekega posebnega mnenja o teh lestvicah, na njih se najde tudi kakšna pesem, ki je meni vseč. Na primer Guns n' Roses pa AC-DC so sigurno na kakšni lestvici.

A5: Se strinjam.

A1: Ne spremljam nobene od lestvic, vem pa, da so pa naj bodo.

**M: Kaj menite o voditeljih na Aktualu? Kateri voditelji so vam vseč? Kar konkretno povejte kateri? Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?**

A2: Mene voditelji na Aktualu enostavno ne pritegnejo. Niso mi nič posebnega, da bi samo zaradi njih poslušala to postajo.

A1: Nimam mnenja o voditeljih na Aktualu. Vseč pa so mi jutranji voditelji na Anteni, Birko, Seba in Žan. Pri njih mi je vseč humor, zabavni so mi.

A4: Meni so vseč voditelji na Radiu 1. Vseč so mi, ker me pri njih bolj malo stvari moti.

A5: Meni nobeni voditelji niso posebej vseč, sploh ne poslušam radia zaradi njih, ampak zaradi glasbe. Dober voditelj bi po mojem mnenju moral bit zabaven, pa da ne jeclja, da lepo govori, da se spozna na več področij, da zna dobro povezovati program.

A6: Se strinjam s tabo.

**M: Ali se vam zdijo novice na Aktualu manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah? Katera poročila oziroma novice poslušate? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni pri novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?**

A2: Meni se ne zdijo manj kakovostne. Novic na radiu sploh ne poslušam, gledam poročila vsak dan ob sedmih na tv.

A3: Jaz poslušam novice, preden vstanem iz postelje. Poslušam pa celotne novice od dogajanja po svetu do vremena.

A1: Ko poslušam radio, novice sigurno kdaj slišiš, ker jih imajo tako pogosto.

A5: Se strinjam s tabo, nikoli pa ne poslušam radia prav namensko, da bi slišal novice ali pa, da bi prižgal radio ravno takrat, ko so novice.

A6: Jaz pa tako, ko poslušam radio, če so ravno novice, jih poslušam, če pa ne, jih pa ne pogrešam.

A4: Ko poslušam radio, če so slučajno novice, poslušam napovednik in če me kaj zanima, potem poslušam novice, drugače pa prestavim radijsko postajo ali pa radio ugasnem.

**M: Ali vas katera oddaja na Aktualu pritegne? Katere oddaje na radiih poslušate? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?**



A5: Mene na Aktualu pritegne oddaja Na glas. To oddajo tudi včasih pogledam na Čarli tv, če igra katera skupina, ki mi je všeč. Gledal sem jo takrat, ko so imeli gosta raparja Zlatka, pa skupino I.C.E. in mi je bila kar všeč oddaja. Edino voditelj Racman mi pa ni bil všeč, ker je kar nekaj govoril, pa kar ena vprašanja je postavljal in mene je to motilo, jaz sem oddajo gledal zaradi skupine, pa glasbe, voditelj me je pa kar motil s prekinitvami. Drugače pa ne poslušam nobenih radijskih oddaj, rad pogledam na televiziji kako dokumentarno oddajo o čemer koli, vesolju, živalih, znanosti, kakšno zabavno oddajo.

A3: Jaz tudi ne poslušam nobenih oddaj na radiu, če slučajno kakšno ujame in me pritegne, jo poslušam, vendar se to zelo redko zgodi. Po televiziji rada gledam kakšne zabavne oddaje, če imam čas, kot je na primer NLP.

A2: Meni je pa zelo všeč oddaja A si ti tut notr padu, gledam jo vsako nedeljo, obvezno. Na radiu pa ne spremljam nobene oddaje.

A6: Jaz tudi ne.

A4: Jaz pa na Anteni poslušam Antenin zajtrk, vsak dan od 6.00–10.00, ko se zbudim oziroma ko sem še v postelji, prižgem radio. Predvsem rada poslušam voditelja Birkota, ki začne govoriti ob 8.10.

A1: Jaz tudi poslušam Antenin zajtrk, to pa zato, ker imajo tak zabaven jutranji program, nič mi ne gredo na živce, pa v smeh me spravijo.

**M: Kaj menite o oglaših na radiu? Vam gredo na živce? Se vam zdi, da jih je preveč? Ali so vam oglasi na Radiu Aktual bolj dolgočasni kot na ostalih radijskih postajah? Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?**

A2: Jaz mislim, da jih je preveč, pa tudi ne maram jih kaj preveč, v bistvu jih kar preslišim, sploh jih ne poslušam ali pa največkrat kar zamenjam radijsko postajo. Na Aktualu se mi zato oglasi ne zdijo čisto nič drugačni kot drugje, meni gredo povsod na živce.

A5: Meni gredo tudi na živce. Pa tudi jaz preklopi na drugo postajo, ko so oglasi.

A1 in A4: Jaz tudi.

A3: Jaz ponavadi preklopi na drugo postajo, razen če je oglas za kakšen koncert, to me zanima in poslušam, kje bo. Načeloma mi gredo oglasi na živce, razen izvirnih oglasov. Ti so mi všeč, na primer tisti oglas, ko se model zadere mami, dej mi denar!

A4: Pa oglas za Julči na Anteni je tudi simpatičen.

**M: Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?**

A3: Zaradi oglasov, bedne glasbe in bednega voditelja. Če ima voditelj antipatičen glas in če preveč govori, me čisto odbije.

A2: Popolnoma se strinjam s tabo. Jaz preklopi, ko so oglasi ali pa ko je bedna glasba.

A1, A4–A6: Jaz tudi.

**M: Poskušajte določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za vas idealen.**

A5: Glasba, ki se ne ponavlja, voditelji, ki ne govorijo neumnosti, brez oglasov. Saj vem, da to ni mogoče, ker oglasi morajo biti, sploh pri komercialnem radiu, ampak meni bi bilo tako najbolj všeč.

A6: Jaz bi tudi bil za program brez ponavljanja, pa manj vrtenja aktualnih hitov bi tudi lahko bilo.

A3: Novice bi morale biti na eno uro, ne pa tako pogosto, kot so. V pol ure samo ponovijo tiste novice, ki so jih že povedal in potem moram dvakrat ali pa še večkrat isto poslušati. Kdor hoče

poslušati izključno novice, bo že vklopil radio takrat, ko bodo na sporedu novice, tudi če so samo trikrat na dan.

A2: Se strinjam s tabo, preveč je tega ponavljanja. Meni bi bil idealen radio tak, ki bi predvajal non-stop samo glasbo. Vse ostalo lahko izvem ali na internetu ali na televiziji. Radio bi moral biti pa samo za glasbo. Pa lahko bi predvajali vse zvrsti.

A4: Meni je pa vseč, če tudi kaj govorijo, res mi je zakon poslušat Birkota v Anteninem zajtrku, pa zjutraj Anteno poslušam zato, ker vem, da bo on govoril. Drugače sploh ne vem, če bi poslušala Anteno.

A2: Saj vem, da morajo tudi kaj govoriti, samo meni pa to ne paše, ker me res ne zanimajo njihove bedne šale.

A4: No, meni je vseč. Sem pa tudi jaz za tak program, kjer bi bilo čim več glasbe.

## **PRILOGA 7: ZAPIS DRUGEGA SKUPINSKEGA POGOVORA (B) → neposlušalci radijske postaje Aktual, stari od 30–49 let.**

Ljubljana, 6. junij 2009, 20.00–21.15

### **V pogovoru so sodelovali:**

<b>Zap. št.</b>	<b>Ime in priimek</b>	<b>Spol</b>	<b>Starost</b>	<b>Kraj bivanja</b>	<b>Status</b>
1	B1	Ž	49	Ljubljana	Zaposlena
2	B2	Ž	44	Kurešček	Zaposlena
3	B3	Ž	45	Ljubljana	Zaposlena
4	B4	M	47	Ljubljana	Zaposlen
5	B5	M	32	Kurešček	Zaposlen
6	B6	M	30	Grosuplje	Nezaposlen

**Legenda:** \* Osebe, ki so sodelovale v pogovoru, so želele ostati anonimne, zato sem jih pod stolpcem Ime in priimek razvrstila po vrstnem redu od B1 do B6.

### **Vprašanja**

#### **M: Kdaj ste kot poslušalec radia zadovoljni?**

A4: Kadar je program, ki odgovarja mojemu razpoloženju. Če sem v avtu, v koloni in so informacije, da je tam kolona, sem jezen na radio. Če pa je cestna informacija pravočasna, sem zadovoljen. Potem, če je glasba taka, ki mi paše, sem zadovoljen. Pa, če so ne zoprni voditelji.

A3: Zvečer, ko se vse umiri in si prižgem mirno glasbo, sem zadovoljna. Ko pa pospravljam, imam rada bolj živahno glasbo.

A5: Jaz sem pa zadovoljen, ko poslušam narodnozabavno glasbo.

A2: Jaz sem zadnje čase zelo nezadovoljna, premalo tematskih oddaj je na radiih. Meni so zelo všeč pogovorne oddaje, tisto kar se tisti trenutek dogaja, aktualne teme so mi všeč, da se tudi na radiu o teh malo govori.

A6: Meni pa radio služi kot budilka. Se pravi budilka sistem, imam tako nastavljeno, da me vsako jutro zbudi radio Ekspres.

A1: Jaz sem zadovoljna, ko je dobra glasba.

#### **M: Katere medije še spremljate poleg radia? Ali poslušate radio več kot nekoč? Mislite, da bo radio izumrl? Kakšna je po vašem mnenju prihodnost radia?**

A4: Televizijo, časopis, revije. Radio poslušam približno enako kot včasih. Mislim, da ne bo izumrl.

#### **M: Vsi mislite enako?**

A5: Jaz sem še dosti na internetu, cd-jev imam tudi kar nekaj, časopis pa spremljam minimalno. Glede prihodnosti in poslušanja radia se pa strinjam.

A6: Jaz sem tudi dosti na internetu, tam preberem tudi kakšen spletni časopis, drugače pa isto televizija, revije.

A2: Jaz raje poslušam radio kot cd-je, razen tam, kjer ni signala.

A3: Jaz isto spremljam še televizijo, časopis, revije. Moram pa reči, da sem radio včasih poslušala več kot sedaj. Ko so bili otroci še majhni, so bili velikokrat bolni in sem bila veliko z njimi doma in sem več poslušala radio kot sedaj.

A2: Se strinjam, ko so bili otroci še majhni, sem tudi jaz bila več doma in sem več poslušala.

**M: Kje poslušate radio?**

A3: V avtu največ in doma.

A4: Jaz tudi v avtu in doma, pa tudi v službi.

A6: Jaz ga poslušam samo v avtu.

A5: Jaz ga ves čas poslušam v službi, drugače pa tudi v avtu in doma

A2: V avtu, ob sobotah in nedeljah doma, predvsem dopoldan.

A1: V avtu.

**M: Kdaj poslušate radio?**

A2: Kot sem rekla, sobote in nedelje dopoldan, popoldne je televizija. V avtu pa vedno.

A5: Ves čas v službi, na poti v službo.

A2: Jaz ga poslušam tudi popoldne, ko likam.

A6: Ko se vozim.

A1: Jaz tudi, ko se vozim na kake izlete, v službo in domov. Doma bolj redko, imam skoraj ves čas prižgano televizijo.

A4: Od 7.30 do 8.00 vsak dan, na poti v službo in od 16.00 do 16.30 na poti iz službe. Priložnostno pa čez cel dan.

A3: Zvečer, ko grem spat in za vikend, ko kuham kosilo, med 12.00 in 14.00 uro.

**M: Kaj delate, ko poslušate radio?**

A3: Kuham in pospravljam.

A2: Jaz tudi pospravljam, likam, pojem.

A1: Enako.

A4: Vozim, delam službena dela. Zelo redko poslušam samo glasbo.

A5: Jaz pa delam, vozim.

A6: Vozim.

**M: Katere radijske postaje poslušate? Koliko radijskih postaj poslušate?**

A4: Ekspres, Val 202

A3: Val 202, včasih Aktual.

A2: Hit, Veseljak.

A5: Hit, Center, Antena, Radio 1, Val 202.

A6: Val 202, Študent, če nič ne govorijo. Jaz vrtim frekvence, da najdem glasbo, ki mi je všeč, internetne radie tudi kdaj poslušam.

A1: Val 202, Antena, Ekspres, Center.

**M: Imate svojo najljubšo radijsko postajo? Kaj vam je ravno na tej radijski postaji tako všeč?**

A4: Radio Ekspres, zjutraj, ko se vozim v službo, poslušam Želkiča in Lano. Ta dva sta mi res simpatična.

A3: Jaz pa nimam najljubše.

A5: Hit.

A2: Meni tudi Hit. Pa Veseljak zaradi glasbe.

A5: Jutranja ekipa mi je všeč, Špela Močnik, Sašo Pečnik, Piki.

A2: Jaz že petnajst let poslušam radio Hit, se mi zdi, da iz navade. Saj mi dosti stvari tudi ni všeč, ampak vseeno še vedno vztrajam. Tisto, kar mi ni všeč, prestavim za pet minut in potem dam nazaj na Hit.

A1: Meni je pa ekipa na Centru všeč, Sašo Pap in Polona Požgan sta mi všeč, rada ju poslušam.

A6: Meni je Val 202 najboljši, saj povsod v Sloveniji lovi, kamorkoli grem, je čista frekvenca. Na Valu 202 poslušam tudi novice, ko sem na poti, saj vem, da jih imajo ob 19.00.

**M: Katerih radijskih postaj ne poslušate? Kaj vas na teh radijskih postajah tako zelo moti?**

A4: Jaz ne znam naštetih vseh, Veseljaka sigurno ne poslušam, ker ne poslušam narodnozabavne glasbe.

A6: Meni Veseljak ni všeč samo zaradi glasbe.

A3: Jaz ne poznam vseh postaj, večine ne poslušam.

A5: Ognjišča, zaradi cerkvene glasbe.

A2: Ognjišča.

A1: Meni pa Hit ni všeč, predvsem Ratkovi nasveti mi gredo na živce. Na to oddajo sem nekajkrat naletela, ko sem imela na Hitu in mi je butasta in zaradi tega tudi Hita ne poslušam. To je namreč oddaja, v kateri iščejo mnenja poslušalcev o zelo butastih temah. Na primer, kdo doma pospravlja, ali ženske smrčijo ali ne. Groza.

**M: Kako intenzivno poslušate radio? Poslušate voditelja, oddaje, kaj govorijo ali imate radio prižgan zgolj za »zvočno kuliso«?**

A4: Jaz zelo neintenzivno poslušam, sploh ne poslušam glasbe in voditelja. Edino zjutraj, ko se vozim v službo Lano in Želkiča.

A3: Neintenzivno, nezbrano, malo za zraven.

A5: Zelo intenzivno ga poslušam doma in v avtu, v službi pa zelo neintenzivno.

A6: Meni se redko zgodi, da bi intenzivno poslušal radio.

**M: Kaj vam ni všeč v radijskem programu Aktual?**

A4: Voditelj Racman. Jaz sem poskušal poslušati Aktual čisto iz radovednosti, ko so približno leto dni nazaj ali malo več začeli delovati kot radio Aktual. Moram reči, da me ta radio ravno zaradi voditelja ni prepričal. Poslušal sem ga en teden, potem pa nič več.

A2: Meni ni všeč izražanje voditeljev, razni kva, pol in podobni izrazi po mojem ne sodijo na radio.

A5: Se strinjam, meni tudi preveč domači sleng ni všeč.

A3: Meni oglasi niso všeč. Na splošno ne maram oglasov.

A5: Tudi meni oglasi niso všeč in ponavljanje vsega, glasbe, oglasov, informacij.

A3: Pri teh radiih je prav nadležno, da prestaviš na drugo postajo in je v bistvu vse zelo podobno, vse isto.

A5: Tako je pri komercialnih radiih, edino v voditeljih se razlikujejo, v glasovih, humorju.

**M: Kaj vas moti v glasbenem programu Aktualu? Kaj menite o glasbi na radiu Aktual? Katera glasba vas pritegne? Kakšno glasbo poslušate?**

A3: Mene pritegnejo zimzelene melodije, Mala terasa, Pepel in kri, Bijelo dugme, Plavi orkestar, Beatles, The Doors, Ray Charles, od današnje glasbe pa Kreslin.

A4: Santana, Bob Marley. O glasbi na Aktualu nimam posebnega mnenja, mislim, da je glasba na komercialnih radiih podobna.

A5: Mene pritegnejo kakšni Avseniki, Slak, Gamsi.

A2: Meni je všeč vsa glasba, vse zvrsti, razen kakšen metal.

A6: Meni je vse všeč.

**M: Kaj pa mislite o glasbenih lestvicah? So vam všeč?**

A4: Jaz ne poznam glasbenih lestvic.

A3: Jaz tudi ne.

A6: Vem, kaj so, ampak niti približno ne vem, kdo je na katerem mestu niti kateri izvajalci so na teh lestvicah. Predvidevam, da tisti, ki jih dostikrat slišim na radiu.

**M: Kaj menite o voditeljih na Aktualu? Kateri voditelji so vam všeč? Kar konkretno povejte, kateri? Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?**

A4: Kot sem že povedal, meni Racman ni všeč, ostalih pa ne poznam. Všeč pa sta mi Lana in Želkič na Ekspresu.

A3: Jaz ne poznam voditeljev na Aktualu.

A6: Jaz tudi ne.

A2: Meni so všeč voditelji na Hitu, kot sem že povedala. Dober voditelj pa bi se moral lepo izražati in biti zabaven.

A5: Vse to, pa še razgledan mora biti, da ve o vsem nekaj in da je na tekočem z aktualnimi zadevami.

**M: Ali se vam zdijo novice na Aktualu manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah? Katera poročila oziroma novice poslušate? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni pri novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?**

A4: Novice so novice, mislim, da so na vseh radiih približno enake, ni nekih odstopanj. Poslušam jih zjutraj med 7.00 in 8.00 uro. Pozoren sem predvsem na aktualne zadeve in šport.

A3: Mene zanima tudi vreme in dogodki, ki so se zgodili, trenutni dogodki.

**M: Se vsi strinjate, da novice na Aktualu niso nič manj kakovostne kot na drugih radijskih postajah?**

A5: Jaz se strinjam. Novice pa poslušam zjutraj, v avtu. Pozoren sem na aktualne zadeve, vreme, zunanjepolitične dogodke, naravne katastrofe, kje se kaj dogaja. Zvečer pa pogledam dnevnik na Slo1.

A2: Enako.

A6: Jaz pa nikoli ne poslušam novic na radiu, razen slučajno.

A1: Tudi jaz.

**M: Ali vas katera oddaja na Aktualu pritegne?**

**Katere oddaje na radiih poslušate? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?**

A4: Jaz nobene ne poslušam načrtno, razen Hribarja ob petkih na radiu Ga-Ga. V tej oddaji so mi zanimive šale, aktualne teme, oponašanje glasov aktualnih politikov.

A3: Jaz ne poslušam oddaj.

A6: Ne poslušam oddaj.

A1: Jaz tudi ne, mogoče, če je ravno, ko prižgem radio, kakšna oddaja, ki me pritegne, poslušam, ampak še to ne cele oddaje. Pritegne me pa kaj zabavnega, da se smejim.

A5: Jutranja budilka in Kje pa vas čevelj žuli na Hitu. Pa Jugoslava, predvajajo jugo glasbo.

A2: Ne poslušam oddaj.

**M: Kaj menite o oglasih na radiu? Vam gredo na živce? Se vam zdi, da jih je preveč? Ali so vam oglasi na Radiu Aktual bolj dolgočasni kot na ostalih radijskih postajah?**

**Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?**

A3: Meni gredo na živce. Na radiu me bolj motijo kot na televiziji, na radiu sploh ne bi imela oglasov, na televiziji bi jih pa razpolovila.

A1: Ponavadi preklopim na drugo postajo. Izredno mi gre na živce, ko preklopim na drugo postajo in so tudi tam oglasi in potem prestavljam in prestavljam, včasih kar neham poslušati radio, če ne ulovim nič pametnega.

A4: Mene ne motijo, ker jih je v tistem času, ko jaz poslušam radio, bolj malo. Tudi ne preklopim na drugo postajo, ko predvajajo oglase. Jaz preklopim na drugo postajo, ko ne lovi več signala in hrešči, ko ga poslušam v avtu. V avtu ga tudi največ poslušam.

A3: Jaz pa preklopim na drugo postajo. Meni so oglasi neumni, redko kateri mi je všeč.

A2: Preveč je teh oglasov, mene tudi na radiu bolj motijo kot na televiziji.

A5: Mene pa na televiziji bolj motijo.

A6: Jaz ne preklopim na drugo postajo, počakam, da jih je konec. Radio poslušam bolj za ozadje, ne toliko kaj govorijo, in ko so oglasi, me ne moti preveč.

A2: Jaz preklopim na drugo postajo.

A5: Jaz včasih preklopim v avtu, doma pa skoraj vedno prestavim.

**M: Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?**

A2: Ker govorijo bedarije in oglasi.

A5: Zaradi oddaj.

A1: Glasbe, ki mi ne ustreza.

A6: Če ti glasba ni všeč, potem prestaviš in ko uloviš postajo, kjer ti je glasba všeč, poslušaj.

A4: Jaz zamenjam predvsem zaradi slabega signala.

A3: Tudi jaz, tistega hreščanja ne morem poslušati.

**M: Poskušajte določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za vas idealen.**

A3: Odvisno od razpoloženja in kaj počneš. Zjutraj bolj živahen program, da te spravi v dobro voljo.

A4: Težko odgovoriti, se strinjam, odvisno od razpoloženja in aktivnosti. Bom rekel, odvisno od trenutnih potreb. Če greš na morje, rabiš cestne informacije. Zjutraj jutranja nalaganja voditeljev in glasba. Na radiu Ekspres imajo komentarje na aktualne teme in se smejiš poslušalcem, ker take smešne govorijo. Ko je pa kakšen praznik, pa paše dobra glasba.

A2: Meni bi bilo idealno, če bi bila mešana glasba, slovenska in tuja, ter malo informacij, malo humorja.

**M: Se vsi ostali strinjate s tako opredelitvijo idealnega programa?**

A1, A5, A6: Se strinjam.



## **PRILOGA 8: ZAPIS TRETJEGA SKUPINSKEGA POGOVORA (C) → poslušalci radijske postaje Aktual, stari od 20–29 let.**

Ljubljana, 22. maj 2009, 18.00–19.15

### **V pogovoru so sodelovali:**

<b>Zap. št.</b>	<b>Ime in priimek</b>	<b>Spol</b>	<b>Starost</b>	<b>Kraj bivanja</b>	<b>Status</b>
1	C1	Ž	20	Ljubljana	Študentka
2	C2	Ž	22	Kurešček	Zaposlena
3	C3	Ž	25	Ljubljana	Študentka
4	C4	M	24	Kurešček	Zaposlen
5	C5	M	25	Tržič	Študent
6	C6	M	25	Kamnik	Študent

**Legenda:** \* Osebe, ki so sodelovale v pogovoru, so želele ostati anonimne, zato sem jih pod stolpcem Ime in priimek razvrstila po vrstnem redu od C1 do C6.

### **Vprašanja**

#### **M: Kdaj ste kot poslušalec radia zadovoljni?**

A5: Kadar je dobra glasba. To je pa zame rock, metal.

A6: Isto, kadar je dobra glasba.

A3: Isto.

A1: Ko me spravi v dobro voljo, ko je dobra glasba.

A2: Ko je dobra glasba, ko so voditelji zabavni, ko nimajo bednih šal.

A4: Ko slišim kakšno pesem, ki mi je všeč. Ko izvem kaj novega.

#### **M: Katere medije še spremljate poleg radia? Ali poslušate radio več kot nekoč? Mislite, da bo radio izumrl? Kakšna je po vašem mnenju prihodnost radia?**

A6: Internet, televizijo, časopis. Ne poslušam radia več, kot sem ga včasih. Mislim, da ne bo izumrl, ker ga veliko ljudi poslušajo. Starejši niso večji z moderno tehnologijo, večinoma ne poslušajo toliko MP3-jev, nimajo toliko Cd-jev. Po mojem bo kar isto, kot je sedaj.

A1: Jaz se čisto strinjam s tabo. Edino jaz pregledam še dosti revij.

A5: Jaz pa poslušam radio več kot včasih. Kadar se vozim z avtomobilom, včasih ga nisem imel. Pa glede na to, da sem kar dosti v avtu, ga res veliko poslušam. Zato tudi mislim, da radio ne bo izumrl, ker se mi zdi, da ogromno ljudi poslušajo radio, ko se vozi v službo in nazaj domov in ker ljudje radi poslušajo oddaje v živo, ker se hitro naveličajo glasbe na Cd-jih in želijo slišati nekaj novega.

#### **M: Ali misliš, da na radiu vrtijo nove stvari?**

A5: Da, ker, ko pride ven nov CD od enega izvajalca, da ta izvajalec en komad na radio. Gre za promocijo novega materiala ob izidu novega albuma.

A3: To imaš pa res prav, takrat, ko še nismo imeli izpitov pa avtov, nismo mogli poslušati toliko kot sedaj.

A2: Jaz ga tudi sedaj več poslušam, ravno zaradi tega, ker sem več v avtu.

A5: Glede prihodnosti mislim, da bo radiev vedno več in vedno slabši bodo. Internet je prekosil vse.

A4: Jaz pa večinoma gledam televizijo.

A5: Jaz pa internet, televizijo, teletekst.

**M: Kje poslušate radio?**

A5: V avtomobilu, samo tam in nikjer drugje.

A6: V avtu.

A3: V avtu, doma.

A1: V avtu, doma.

A2: Isto.

A4: Isto in še v službi.

**M: Kdaj poslušate radio?**

A1: Čez cel dan.

A2: Isto.

A4: Zjutraj od 7.00–7.30, v službi cel čas, zvečer, ko grem spat.

A6: Kadar se vozim na izlet.

A5: Ko se vozim z avtomobilom.

A3: Isto, ko se vozim, pa čez cel dan doma. Nimam točno določenega termina, kdaj poslušam. Poslušam, ko mi paše.

**M: Kaj delate, ko poslušate radio?**

A3: Sem na računalniku, gledam televizijo, pojem zraven, če je kakšna dobra pesem, pospravljam, kuham, telovadim.

A5: Jaz vozim.

A6: Vozim, če je dobra pesem, pojem, poplesujem.

A1: Vozim, pospravljam sobo.

A2: Učim se.

A3: Vozim, delam, počivam.

**M: Katere radijske postaje poslušate? Koliko radijskih postaj poslušate?**

A6: Ognjišče, Antena, Val 202, Aktual.

A3: Radio 1, Center, Ekspres, Antena, Aktual.

A5: Aktual, Radio 1, Radio Kranj, Radio Belvi (Kranj), Radio Študent, Antena, Ekspres.

A1: Radio 1, Antena, Aktual, Ekspres, Hit.

A2: Antena, Salomon, Aktual, Radio 1, Radio DJ (internetni radio).

A4: Hit, Ekspres, Center, Val 202.

**M: Imate svojo najljubšo radijsko postajo? Kaj vam je ravno na tej radijski postaji tako všeč?**

A3: Trenutno mi je najljubša Radio 1, zaradi glasbe in voditeljev.

A1: Meni tudi Radio 1, ker mi to postajo največ časa lovi, dober signal, nagradne igre.

A2: Nimam najljubše.

A4: Salomon in Antena. Imata dober program čez cel dan, dobre voditelje, glasbo, zanimive goste, radijske igre.

A6: Aktual, Antena. Dobra glasba mi je na obeh postajah.

A5: Radio 1, Aktual. Na Aktualu mi je vseč oddaja v živo, Na glas. Na Radiu 1 glasba, ki jo vrtijo, rock, oldies goldies.

**M: Katerih radijskih postaj ne poslušate? Kaj vas na teh radijskih postajah tako zelo moti?**

A6: Veseljaka, zaradi bedne glasbe, Salomona, zaradi tuc-tuc glasbe.

A5: Vala 202, Ognjišča, Radia Krvavec, RTV Slovenija. Na teh postajah me moti glasba, skoz imajo neke valčke, narodnozabavno glasbo, pa glas voditeljev me moti.

A3: Veseljaka, Ognjišča, zaradi glasbe.

A1: Veseljaka, Študenta, Ognjišča.

A2: Vseh ostalih, ki sem jih prej naštel, da jih poslušam.

A4: Ognjišča in Študenta.

**M: Kako intenzivno poslušate radio? Poslušate voditelja, oddaje, kaj govorijo ali imate radio prižgan zgolj za »zvočno kuliso«?**

A6: Bolj za ozadje, razen če ni kakšna dobra pesem. Se pravi, ne poslušam radia intenzivno.

A3: Jaz tudi.

A5: Zelo intenzivno poslušam, ko ga poslušam.

A2: Zelo intenzivno, med delom.

A1: Intenzivno.

A4: Če je dobra oddaja, poslušam, drugače imam pa za ozadje.

**M: Ali lahko naštejete dejavnike za poslušanje radijske postaje Aktual? Kaj vam je na tej radijski postaji tako všeč, da jo poslušate?**

A5: Zabavni voditelji. Racman mi je zelo všeč. Pa oddaja Na glas mi je všeč, jo redno spremljam.

A6: Dobra glasba, zabavni voditelji.

A1: Prometne informacije, jutranji program, glasba.

A3: Meni je všeč predvsem oddaja, v kateri predvajajo koncerte v živo, Na glas. Če sem doma si jo pogledam na Čarli tv.

A2: Dobra glasba, informacije.

A4: Glasba.

**M: Katera glasba vas pritegne? Kakšno glasbo poslušate? Katera zvrst glasbe vam je na Aktualu najbolj všeč?**

A3: Jaz poslušam predvsem rock, pa skupine iz osemdesetih in začetka devetdesetih. Na Aktualu veliko vrtijo tudi osemdeseta, kar mi ustreza.

A6: Thrast metal, glasba osemdesetih.

A5: Rock, hard rock, pop rock, AC-DC in podobne skupine.

A1: Jugo rock varianta.

A2: Pop.

A4: Starejša glasba, slovenska, tudi jugo rock.

**M: Ali Aktual zadovolji vaše glasbene okuse?**

A3: Da, večinoma, če mi pa katera pesem ni všeč, prestavim na drugo postajo, ponavadi na Radio 1 ali Anteno.

A5: Se strinjam s tabo.

**M: Ste vsi takega mnenja?**

A6: Da. Ali pa dam noter kakšen CD ali pa ugasnem radio.

A1, A2, A4: Da.

**M: Kakšno je vaše mnenje o glasbenih lestvicah? So vam všeč?**

A5: Meni je všeč, da obstajajo. Občasno prelistam kakšno revijo in tudi pogledam, na katerem mestu se kateri izvajalec nahaja. Čisto iz radovednosti pogledam.

A6: Meni glasba veliko pomeni in redno spremljam napredek glasbenih skupin, kje se kaj dogaja, kje je kakšen koncert, tudi glasbene lestvice pogledam. Čeprav ne toliko na radiu, ampak na mtv-ju in na Vh1.

A3: Jaz tudi gledam veliko mtv pa njihove glasbene lestvice.

A2: Enako.

**M: Katera poročila oziroma novice poslušate na Aktualu? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni pri novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?**

A5: Ne poslušam novic.

A3: Jaz tudi ne, novice gledam po televiziji ob sedmih.

A6: Tiste, ki so takrat, ko se vozim v avtu. Tiste, ki naključno ujamem, kadar se vozim kam. Pozoren sem na gospodarske in politične novice.

A1: Prometne informacije, vreme.

A2: Novice iz sveta in tujine, vse poslušam ob pol in ob polni uri.

A4: Ne poslušam novic, samo prometne informacije.

**M: Katere oddaje poslušate na Aktualu? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?**

A3: Kot sem že prej povedala, oddajo Na glas. Zanimive so mi glasbene oddaje, rada poslušam koncerte. To me spravi v boljšo voljo. Tudi hodim na dosti rock, punk koncertov.

A1: Malo morgen Racman. Dobre šale ima voditelj.

A2: Aktual live.

A4: Glasbeni velikani, všeč mi je, da kaj izvem o glasbi in izvajalcih.

A6: Tiste, ki ujamem, nobene konkretno ne poslušam redno. Tudi meni so všeč Glasbeni velikani, zato, ker je poučna oddaja, zanimiva, zanimive stvari se da izvedeti.

A5: Zabavne, glasbene oddaje. Na glas mi je všeč.

**M: Kaj menite o oglasih na Radiu Aktual? Vam gredo na živce? Se vam zdi, da jih je preveč?**

A5: So ok, ne gredo mi na živce, pa tudi ne zdi se mi, da jih je preveč.

A1: Mene tudi ne motijo, dobro je, da so malo tudi oglasi.

A2: Da, v zadostni meri, lahko bi jih bilo manj.

A3: Meni se pa zdi, da jih je preveč in me zelo motijo. Preklopim, ko so oglasi.

A4: Jaz ne maram oglasov, ker so prepogosto.

A5: No, saj jaz tudi včasih preklopim, ko so.

A6: Lahko bi bilo manj oglasov. Meni večinoma ne gredo na živce, le nekateri. Je pa res, da mi jih večina ni všeč, izjemoma me kateri pritegne.

**Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?**

A1: Da.

A2: Ne, odvisno od razpoloženja.

A4: Da, ker so prepogosto in ne morem skoz isto poslušat.

A6: Ne, ker so itak kratki in jih je kmalu konec.

A5: Včasih.

A3: Jaz skoraj vedno.

**M: Ali poslušate radio zaradi družbe, da vam ni dolgčas?**

A5: Da.

A6: Da, neki je treba počet, za zabavo.

A3: Se strinjam.

A1: Da, ko vozim.

A2: Isto, da me spravi v boljše razpoloženje.

A4: Da, ker ne prenesem, da je tišina. V službi pa ne.

**M: Ali poslušate radio iz navade?**

A1: Da.

A2: Da.

A4: Da, ko se usedeš za mizo takoj prižgeš, ko se zbudiš, takoj prižgeš.

A6: Da.

A5: Da.

**M: Ali v avtu poslušate radio zato, da bi ujeli kakšno prometno informacijo ali kar tako?**

A5: Da, imam vključen trafic report. Ta funkcija se aktivira avtomatsko, ko predvajajo prometne informacije. Tudi če poslušam CD, se mi vklopijo prometne informacije.

A6: Ne, jaz radio kar tako poslušam.

A1, A2, A3: Ne.

A4: Ne, ko greš na morje, sigurno ne boš slišal, kje je gneča, ko rabiš informacijo.

**M: Kateri voditelji so vam všeč? Kar konkretno povejte, kateri?**

A5: Racman.

A1: Meni je tudi Racman, zabaven mi je.

A5: Da, on je res car, drugih niti ne poznam toliko.

A2, A4: Racman.

A6: Majda Juvan, ker ima zanimive goste, zanimive oddaje.

A3: Meni noben voditelj ni posebno všeč.

### **Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?**

A5: Voditelj mora bit zabaven, eksploziven, zgovoren, energičen, da hitro govori, ne da spi tam, da potem še jaz zaspim.

A6: Vsekakor mora biti zabaven, simpatičen. Imeti mora prijeten glas, inteligenten, da ne sprašuje neumnih vprašanj, ko ima goste, da ima dobre komentarje.

A3: Se strinjam.

A1: Zabaven, zgovoren, brez zadržkov, brez dlake na jeziku.

A2: Srednje star, da ima že nekaj izkušenj, ker te ta mlade voditeljice preveč vreščijo in mi gredo na živce. Mora bit razgledan na čim več področjih, energičen, zabaven, duhovit.

A4: Dober govorec, šarmanten.

### **M: Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?**

A1. Zanič teme.

A2: Isto, pa če ni dobre pesmi.

A4: Slaba pesem, zanič voditelj, reklame, poročila.

A6: Slaba pesem.

A3: Bedna glasba, oglasi, preveč govorjenja.

A5: Kadar mi ni všeč glasba, če me ne pritegne oddaja, če je na sporedu oddaja, ki me ne zanima.

A3: Meni isto, mene oddaje ne zanimajo. Vedno preklopim, ko so.

### **M: Poskusite določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za vas idealen.**

A1: 80 % glasbe, ostalo pa razni oglasi in oddaje, različne teme, čim več raznolike glasbe, ne samo tisto, kar je moderno.

A2: Več glasbe, poučne oddaje, da povedo, kdaj je kje kakšna zabava, pa poročila morajo biti.

A4: Zjutraj zelo dinamičen. Zjutraj mi paše, če je horoskop, da vem, kaj mi sledi. Dobra glasba mora biti, popoldne kakšne oddaje, pa več bi bilo lahko slovenske glasbe tudi čez dan. Pa da bi bilo čim več različnih zvrsti.

A5: Izključno glasbeni radio, kjer predvajajo thrash metal, glasbene novice, recenzija novih plošč, to pomeni podroben opis novih plošč. Pogovori v živo z glasbenimi izvajalci. Reklame in napovedi koncertov ter glasbenih festivalov in podobnih dogodkov, bobnarske in kitarske klinike.

A6: Jaz sem tudi za izključno glasbeni program. Meni bi najbolj ustrezalo, če bi vrteli samo glasbo osemdesetih.

A3: Jaz sem pa za raznovrstno glasbo, samo narodnozabavne ne.

## **PRILOGA 9: ZAPIS ČETRTEGA SKUPINSKEGA POGOVORA (D) → poslušalci radijske postaje Aktual, stari od 30–49 let.**

Ljubljana, 30. maj 2009, 18.00–19.15

### **V pogovoru so sodelovali:**

<b>Zap. št.</b>	<b>Ime in priimek</b>	<b>Spol</b>	<b>Starost</b>	<b>Kraj bivanja</b>	<b>Status</b>
1	D1	Ž	43	Domžale	Zaposlena
2	D2	Ž	44	Ljubljana	Zaposlena
3	D3	Ž	48	Ljubljana	Zaposlena
4	D4	M	48	Domžale	Zaposlen
5	D5	M	38	Ljubljana	Zaposlen
6	D6	M	39	Ljubljana	Zaposlen

**Legenda:** \* Osebe, ki so sodelovale v pogovoru, so želele ostati anonimne, zato sem jih pod stolpcem Ime in priimek razvrstila po vrstnem redu od D1 do D6.

### **Vprašanja**

#### **M: Kdaj ste kot poslušalec radia zadovoljni?**

A3: Kadar je kakšna nostalgичna pesem, Glasbeni velikani so mi všeč.

A2: Ko so zimzelene melodije, naša šestdeseta leta.

A4: Ko je dobra glasba, ko mi podajo vremenska poročila, informacije o cestah, kakšno pomembno svetovno temo.

A5: Kadar me ne moti.

A1: Kadar me spravi v smeh.

A6: Kadar mi je všeč glasba.

#### **M: Katere medije še spremljate poleg radia? Ali poslušate radio več kot nekoč? Mislite, da bo radio izumrl? Kakšna je po vašem mnenju prihodnost radia?**

A2: Dnevnik na televiziji, časopis Delo, Finance.

A6: Časopis, televizijo, internet. Jaz poslušam radio več kot nekoč, ker se več vozim z avtom.

A4: Televizijo, DVD-filmi.

A5: Televizijo, časopis.

A1: Časopis, internet, televizijo.

A3: Televizijo, časopis. Radia ne poslušam več kot včasih, poslušam ga samo v avtu, včasih pa na nočni omarici, v službi tudi, vendar imam sedaj raje tišino. Izumrl pa ne bo, saj se ga lahko posluša tudi na internetu.

A6: Jaz tudi mislim, da ne bo izumrl. Prihodnost je taka, da radio bo. Radio je drugačen medij kot ostali in bo preživel.

A2: Jaz ga tudi ne poslušam več kot včasih in tudi mislim, da ne bo izumrl. Napredek je, vsebine so pa drugačne. Sedaj je radio bolj moderniziran, preko satelita, saj se ga na internetu tudi lahko posluša.

**M: Kje poslušate radio?**

A6: V glavnem v avtu.

A3: Doma nimam radia, poslušam ga na računalniku in pa v avtu. V službi bi ga lahko poslušala, vendar mi ne paše, raje imam tišino.

A2: V avtu, doma.

A4: V avtu, službi, včasih doma.

A5: Isto.

A1: Isto.

**M: Kdaj poslušate radio?**

A4: Zjutraj na poti v službo, na poti iz službe, kakšno soboto dopoldan.

A5: Vedno na vožnji in v službi, kadar ni ljudi.

A1: V avtu, doma.

A6: Zjutraj in popoldne.

A2: Zvečer.

A3: Isto.

**M: Kaj delate, ko poslušate radio?**

A4: Vozim, kuham, v službi delam svoje delo.

A5: Vozim in kadar sem na računalniku.

A1: Pospravljam, kuham, likam, vozim.

A2: Jaz tudi kuham, pospravljam, vozim.

A3: Berem gradiva iz službe, rešujem križanke, sudoku, pospravljam, poplesujem, ne morem biti pri miru.

A6: Vozim se.

**M: Katere radijske postaje poslušate? Koliko radijskih postaj poslušate?**

A6: Vse poslušam, na volanu prestavljam frekvence. Val 202, Slo1, Aktual, Študent, Ekspres, Radio City, Radio Center. Ognjišča pa ne poslušam, ker imajo versko glasbo.

A3: Ekspres, Val 202, Radio 1, Aktual.

A2: Ekspres zaradi voditeljice Lane, Aktual, Val 202.

A4: Hit, Aktual, Veseljak, Center. Na Centru mi je všeč Sašo Pap.

A5: Val 202, Ekspres, Aktual.

A1: Center, Hit, Radio 1, Aktual.

**M: Imate svojo najljubšo radijsko postajo? Kaj vam je ravno na tej radijski postaji tako všeč?**

A4: Hit, všeč so mi voditelji in tudi malo glasba. Hitova Budilka mi je tudi všeč.

A5: Ekspres, Želkič mi je všeč. Aktual občasno.

A1: Hitova Budilka, ker se veliko šalijo.

A2: Ekspres, zaradi dobre glasbe, najboljšo imajo, tako, ki jo rada poslušam, Hip hop in ragge.

A3: Val 202, ker se ga najbolje sliši, največje območje pokritosti imajo in dobro glasbo.

A6: Nimam najljubše. Od teh, ki jih poslušam, mi je najbolj všeč Val 202, ker povsod lovi.



**M: Katerih radijskih postaj ne poslušate? Kaj vas na teh radijskih postajah tako zelo moti?**

A3: Vseh, ki jih nisem naštela pri prejšnjem vprašanju.

A2: Enako.

A6: Ognjišča, zaradi verske propagande.

A4: Ognjišča, Val 202, Študenta. Ne vem zakaj, pač ne.

A5: Veseljaka, ker ne poslušam narodnozabavne glasbe in Ognjišča, zaradi verske vsebine.

A1: Enako.

**M: Kako intenzivno poslušate radio? Poslušate voditelja, oddaje, kaj govorijo ali imate radio prižgan zgolj za »zvočno kuliso«?**

A4: Na poti v službo zelo intenzivno, v službi nič, edino slučajno, če je katera novica, ki me zbode v uho.

A5: Poslušam pasivno z zelo redkimi izjemami.

A1: 0,5 ure na dan intenzivno, ko se vozim, zares poslušam ali pa ko likam. Vse poslušam in novice in glasbo.

A3: Včasih poslušam intenzivno, ko so poročila, včasih pa samo, da govorijo.

A2: Intenzivno poslušam Majdo Juvan. Njena oddaja mi je najbolj všeč, nič me ne moti, kar pove, je na mestu, pravi politični kritik, nima dlake na jeziku. V njeni oddaji sem vse izvedela, na primer koliko imajo politiki plače.

A6: Jaz poslušam neintenzivno, ponavadi ne poslušam pozorno, ker sem skoncentriran na vožnjo.

**M: Ali lahko naštejete dejavnike za poslušanje radijske postaje Aktual? Kaj vam je na tej radijski postaji tako všeč, da jo poslušate?**

A2: Všeč mi je voditelj, moški voditelji. Ženske mi preveč brez veze govorijo, še pri poročilih se motijo in zatikajo, niso dobre voditeljice. Moški, Racman, ima prijeten glas, lepo ga je poslušati. Pa Majda Juvan je tudi OK.

A3: Aktualovi velikani, zanimiva oddaja, to nima noben drug radio, zanimive informacije izveš in v istem dnevu povejo, o kom bodo govorili naslednji dan.

A2: Ta oddaja je tudi meni zanimiva.

A5: Meni je pa ta oddaja čisto mimo, butasta.

A4: Prometna obvestila, glasba, nagradne igre.

A5: Pozitivno pri Aktualu je, da je to nov radio. Mene je zato zanimal in sem ga iz radovednosti začel poslušati. Tudi v Mariboru sem ga slišal, bil sem presenečen, velika pokritost.

A1: Glasba in poročila, sleng mi pa ni všeč, kva pa tko, free, dance in podobno.

A6: Glasba, prometne novice.

**M: Katera zvrst glasbe vam je na Aktualu najbolj všeč?**

A6: Vse zvrsti.

A4: Slovenska, nekoliko hrvaška, pop.

A5: Vse zvrsti glasbe so mi všeč.

A1: Mešano, nič posebnega.

A2: Kakšna uspešnica.

A3: Rock n' roll iz šestdesetih, rock, blues, bivša juga.

**M: Kakšno je vaše mnenje o glasbenih lestvicah? Jih poznate? So vam všeč?**

A4: Ne poznam glasbenih lestvic.

A2: Vem, kaj so, ampak ne vem, kdo se na njih nahaja.

A5: Teh lestvic je polno, poznam pa nobene ne, pa me niti ne zanimajo.

A4: Mene tudi ne. Jaz vem, da se določene pesmi velikokrat predvajajo na radiu in sklepam, da take pesmi morajo visoko kotirati na glasbenih lestvicah.

A5: Se strinjam.

**M: Katera poročila oziroma novice poslušate na Aktualu? Kdaj jih poslušate? Na kaj ste pozorni pri novicah (dogajanje doma in po svetu, šport, vreme, glasbene novice...)?**

A2: Poročil na radiu ne morem poslušati, samo na televiziji.

A3: Jaz tudi gledam poročila na televiziji, aktualne dogodke. Na radiu pa poslušam prometne informacije, če jih ujamem.

A4 in A1: Jutranje novice in prometna poročila.

A5: Če sem v avtu, jih poslušam ob 19.00, drugače jih pa ne na radiu. Poročila vsake  $\frac{3}{4}$  ure me ne zanimajo.

A6: Jaz poslušam poročila, ko so, saj so vsake pol ure. Slučajno jih poslušam, priložnostno. Zanima me predvsem vreme, prometne novice in aktualni dogodki.

**M: Katere oddaje poslušate na Aktualu? Katere teme oddaj so vam torej zanimive?**

A6: Nimam izbrane oddaje, ker ponavadi ne poslušam radia dalj časa, največ 0,5 ure.

A4: Jutranji program.

A5: Malo morgen Racman. Racman je tako posrečen, me pomirja. Za in proti oddaja, jutranja voditelja, Racman in Roškar, sta si izbrala temo in eden je govoril argumente za, eden pa proti.

A1: Zvezdnih 12, jaz poslušam horoskop.

A2: Oddajo z Majdo Juvan, Glasbeni velikani, Malo morgen Racman od 8.30–9.00 in od 11.00–12.30 je nekdo in ga poslušam, točno imena se ne spomnim.

A3: Glasbeni velikani, Aktualno, Malo morgen Racman.

**M: Kaj menite o oglasih na Radiu Aktual? Vam gredo na živce? Se vam zdi, da jih je preveč?**

A4: Obup.

A5: Katastrofa, res pa je, da to velja za vse radijske postaje.

A1: Preveč.

A6: Manj ko jih je, boljše je.

A3: Tudi če jih ne bi bilo. Ne maram jih, na živce mi gredo.

A2: Meni tudi, pa niti ne spomnim se jih, takoj prestavim ali pa kar ugasnem.

A3:  $\frac{3}{4}$  jih je preveč.

**Ali preklopite na drugo radijsko postajo, ko se predvajajo oglasi?**

A6: Ponavadi zamenjam postajo.

A2: Ugasnem, niti prestavljati se mi ne da več.

A3: Niso več tako dobri, kar nekaj so, prav dešifrirati jih moraš, da veš, kaj ti hočejo povedati, včasih so bili boljši. Preklopim, ko so oglasi.

A4: Prvič še ne, potem pa.  
A1: Enako.  
A5: Odvisno od dolžine, načeloma ne.

**M: Ali poslušate radio zaradi družbe, da vam ni dolgčas?**

A4: Če sem sam v avtu.  
A5: Ne.  
A1: Da, ko likam.  
A3: Ne, kar tako poslušam.  
A2: Enako.  
A6: Ne, zaradi glasbe poslušam radio in ker ga imam, ga poslušam.

**M: Ali poslušate radio iz navade?**

A3: Da.  
A2: Da.  
A6: Da, ko sedem v avto, avtomatično vklopim radio, poiščem, kje igra dobra glasba in to je to.  
A4: Meni se avtomatično prižge, ko sedem v avto.  
A5: Med vožnjo, avtomatično.  
A1: Več ali manj da.

**M: Ali v avtu poslušate radio zato, da bi ujeli kakšno prometno informacijo ali kar tako?**

A6: Kar tako, informacije pa pridejo prav.  
A2: Ne, če potujem da, drugače pa ne.  
A3: V Ljubljani ne, drugače pa da.  
A4: Ne, informacije imam avtomatsko vklopljene, trafic info je stalno vklopljen.  
A1: Enako.  
A5: Obvezno.

**M: Kateri voditelji so vam všeč? Kar konkretno povejte, kateri?**

A4: Racman.  
A1: Meni je Racman všeč, ker ga poznam iz Hita in mi je bil že tam všeč, sedaj pa je na Aktualu.  
A5: Tudi meni.  
A2: Racman, Juvanka.  
A3: Juvanka, Roškar.  
A6: Racman.

**M: Kakšne karakteristike bi po vašem mnenju moral imeti dober radijski voditelj?**

A4: Dober moderator, da lepo povezuje program, se mu ne zatika.  
A5: Nevsiljiv, inteligenten, da se znajde, razgledan.  
A1: Zabaven in razgledan.  
A2: Se strinjam, biti mora dosti razgledan, pameten, zabaven, vsestransko izobražen.  
A3: Mora znati lepo govoriti, mora imeti lep glas.  
A6: Dober voditelj mora širše poznati teme oddaje, ki jo vodi, mora biti komunikativen, prijazen do poslušalcev, dopadljiv glas, da ne cvili, ker to mi ne paše poslušat.

**M: Kaj je vzrok, da zamenjate radijsko postajo?**

A6: Oglasi, oddaje, ki jih ne morem poslušati do konca. Aktual poslušam predvsem zaradi glasbe, vse ostalo preklopim.

A3: Oglasi.

A2: Odvisno od počutja in situacije.

A4: Slab signal, hreščanje, tema, ki me ne zanima, zoprna glasba, poročila tretjič.

A1: Večkratno ponavljanje reklam in novic.

A5: Na prvem mestu slab signal.

**M: Poskusite določiti lastnosti radijskega programa, ki bi bil za vas idealen.**

A5: Idealnega komercialnega program ni, ker so vse programske sheme enake, ker je njegovo preživetje odvisno od oglasov. Radio poslušam pasivno in poslušam tiste programe, ki imajo meni primerno vsebino in ki jih lovim. Nujno mora biti dober signal.

A4: Zelo podobno mislim. Nikoli ne more vsem ustrezati. Študente zanima čisto nekaj drugega kot mene, ki hodim v službo, druge so teme, druge problematike. Nekdo pri dvajsetih posluša nekaj drugega kot pri petdesetih. Mene zanimajo aktualne teme, kar se okrog nas dogaja.

A4: Jaz bi dal poročila 2–3-krat dnevno, zjutraj ob 7.00, 12.00 in 17.00. Pa več narodnozabavne glasbe.

A6: Brez oglasov, da bi vrteli samo hite non stop, da bi lovili tudi v Italiji, ker sem dostikrat tam. Torej, da bi imel radio širok radijski domet in da bi imeli izobraževalne oddaje.

A2: Jaz bi imela rada znanstvene oddaje, pa o živalih, razne napotke in informacije, zdravljenje katerih koli težav. V zabavnem programu bi imela vse sorte notri, vsak dan za vsakega nekaj. Imela bi oddajo za otroke, srednje, odrasle. Poročila itak morajo biti. Ne bi imela pa toliko negativnih poročil, čim manj o teh nesrečah, voditelji ne smejo informacij povedat posiljeno, pa ne smejo se šaliti o resnih stvareh.

A3: Informativne oddaje morajo posredovati informacije, ne pa dajati svojih mnenj in zaključkov. Največ pa mora biti glasbe, vsega po malo, različne zvrsti. Osrednja poročila 1-krat, čez dan pa 4–5-krat poročila. Tisti, ki jih hoče slišati, jih bo že slišal, ne pa, da na vsake 0,5 ure slišiš isto. Prometna obsevanja pa bolj pogosto in sveže novice takoj objaviti. Aktualne oddaje o rastlinah, vesolju, različne vsebine, vsakič druge, da ni skoz isto.