



# **Analiza radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in možnosti za njen razvoj**

Potrebe, priložnosti in omejitve na FM-platформи ter strateške usmeritve  
podeljevanja radijskih frekvenc za analogno zvokovno radiodifuzijo

1

junij 2014

1	Uvod.....	4
2	Radijski trg v besedi in sliki.....	5
2.1	Seznam radijskih programov v Republiki Sloveniji po dosegu in vrsti .....	7
2.2	Geografska porazdeljenost radijskih programov glede na sedeže izdajateljev.....	12
2.2.1	Goriška statistična regija .....	12
2.2.2	Gorenjska statistična regija .....	13
2.2.3	Osrednjeslovenska statistična regija .....	13
2.2.4	Obalno–kraška statistična regija.....	13
2.2.5	Notranjsko–kraška statistična regija .....	14
2.2.6	Koroška statistična regija .....	14
2.2.7	Savinjska statistična regija .....	14
2.2.8	Zasavska statistična regija .....	14
2.2.9	Statistična regija Jugovzhodna Slovenija.....	14
2.2.10	Spodnjeposavska statistična regija.....	14
2.2.11	Podravska statistična regija.....	15
2.2.12	Pomurska statistična regija.....	15
2.3	Programi posebnega pomena glede na sedeže izdajateljev .....	15
2.4	Programske mreže po regijah glede na sedež izdajateljev .....	16
2.5	Geografska usmerjenost posameznih delov programskih mrež.....	19
2.6	Porazdeljenost samostojnih radijskih programov.....	23
2.7	Radijski programi glede na delež pokritosti prebivalstva.....	24
2.8	Formati in vsebine radijskih programov .....	26
3	Poslušanost radijskih programov in preference poslušalcev .....	31
3.1	Poslušanost radijskih programov po regijah in nacionalno.....	31
3.2	Priljubljene vsebine in pričakovanja poslušalcev .....	32
3.3	Čas in način dostopanja do radijskih vsebin .....	35
4	Pravna ureditev področja radia.....	38
5	Tehnične značilnosti in možnosti razvoja radia .....	39
5.1	Posebnosti dodeljevanja in rabe radijskih frekvenc za analogni radio.....	39
5.2	Slišnost največjih in najbolj poslušanih radijskih programov .....	42
5.3	Kakovost sprejema radijskih programov zaradi motenj z italijanske strani .....	48
5.4	Digitalizacija radia .....	49
6	Frekvenčne potrebe izdajateljev in zahteve javnosti.....	51
6.1	Interes za objavljen nabor prostih radijskih frekvenc.....	52
6.2	Potrebe javnosti na zadevnih območjih .....	56

6.2.1	Lokalne vsebine .....	56
6.2.2	Specializirana ponudba .....	56
7	Vizije in razvojne možnosti radia v Sloveniji.....	57
7.1	Sistem podeljevanja frekvenc in zakonska ureditev.....	57
7.2	Stanje na trgu in ekonomske razmere .....	60
7.3	Možnosti za nove igralce .....	63
7.4	Razdelitev trga med omejeno število subjektov .....	64
7.5	Ohranjanje nekomercialne radijske ponudbe.....	65
7.6	Spodbujanje digitalizacije .....	66
8	Strateške usmeritve za dodeljevanje prostih radijskih frekvenc .....	68
8.1	Pomembne ugotovitve analiz in javne razprave.....	68
8.2	Predlog načel za oblikovanje javnega razpisa .....	70
8.3	Predlog porazdelitve izbora frekvenc po vrstah radijskih programov .....	72
9	Sklep.....	74
9	Literatura in viri.....	75

# 1 Uvod

Položaj radia v razmerju do drugih medijev se skozi zgodovino spreminja, a radio kot specifičen množični medij, ki ga je mogoče spremljati tako v mirovanju kot med premikanjem, kljub sodobni ponudbi najrazličnejših medijev še vedno ostaja eden osrednjih kanalov za informiranje, izobraževanje, kulturo in zabavo prebivalstva po vsem svetu. V času priprave pričujočega dokumenta, leta 2013,<sup>1</sup> smo v Sloveniji zaznamovali 85 let od pričetka oddajanja radia, ki deluje pod okriljem javne radiotelevizije. Obletnica potrjuje zrelost medija, ki se kaže tako v tehnološkem kot v vsebinskem in v poslovnem smislu. Izkazuje jo tudi stopnja zasedenosti radiofrekvenčnega spektra v analognem delu, ki radiu v Sloveniji ne dopušča razvoja, ki bi se kazal v ustreznem razmerju med različnimi vrstami programov, v enaki zvočni kakovosti dostopnem v vsakem delu države, od katerega bi imeli koristi tako poslušalci kot izdajatelji. Sodobne tehnologije, načini medijske potrošnje in novi poslovni modeli radiu omogočajo in ga hkrati silijo v razvoj novih radijskih formatov in dopolnilnih, ne nujno zgolj zvočnih storitev, pa tudi hibridnih ponudb, ki združujejo različne tehnologije in storitve. Kljub novim možnostim distribucije medijskih vsebin in splošnega prehajanja medijev v digitalno okolje, ostaja radio stalnica. Poslušalci ga skozi čas uporabljajo na enak način, ne glede na prenosno pot in obliko posredovanja vsebine. Radio je eden redkih medijev, ki jih ljudje množično spremljajo doma, v službi in na javnih mestih, v avtomobilu in v prevoznih sredstvih javnega prometa. Evropska zveza javnih radijskih in televizijskih postaj EBU mu zaradi tega priznava vitalni kulturni pomen in navaja, da ga posluša velika večina Evropejcev.<sup>2</sup> Temu pritrjujejo tudi raziskave poslušnosti radia in preferenc poslušalcev pri nas,<sup>3</sup> ki kažejo na živost in priljubljenost tega medija, po eni strani razkrivajo stalno rast njegove poslušnosti, po drugi pa določene spremembe v navadah, potrebah in okusih njegovega poslušalstva. Najpoglavitejše se odražajo v tem, da radijski programi javne radiotelevizije na lestvicah poslušnosti – kljub prednostim zaradi razširjenosti po celotnem ozemlju države – izgubljajo dolgoletni primat, ki ga prevzemajo nekateri komercialni programi. Pričujoči dokument je namenjen analizi radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in oceni možnosti za njen razvoj v okviru priložnosti in omejitev analognega radia. Izhaja iz dogovora med Agencijo za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije in Svetom za radiodifuzijo o nujnosti osvetlitve stanja ter razčlenitve in presoje možnih ukrepov v luči načrtovane razdelitve nezasedenih radiofrekvenčnih virov za analogni radio (FM-frekvenc). Pripravili so ga zaposleni agencije<sup>4</sup> ob upoštevanju predlogov članov sveta,<sup>5</sup> s katerimi so se med nastajanjem dokumenta sestajali na delovnih sestankih. V dokumentu so ob izsledkih naročenih in dostopnih raziskav uporabljeni in aktualizirani deli predloga Strategije razvoja radijskih in televizijskih programov Republike Slovenije, ki ga je agencija pripravila leta 2008, nekateri vsebinski poudarki in priporočila iz Ocene stanja na področju radiodifuzije in predlogov *Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja, ki jih je Svet za radiodifuzijo sprejel leta 2011*, ter prispevki zainteresirane javnosti (predvsem izdajateljev radijskih programov) v okviru javne predstavitve prostih radijskih frekvenc z razpravo o možnostih razvoja radia v Sloveniji, ki ju je agencija opravila v letu 2013.

<sup>1</sup> Glavnina dokumenta je nastala med majem 2013 in januarjem 2014, ter bila s predlogom porazdelitve frekvenc po vrstah programov dopolnjena 17. februarja 2014. Po tem datumu se podatki v dokumentu niso več osveževali.

<sup>2</sup> Priporočilo EBU za digitalno radijsko distribucijo v Evropi, februar 2013, <https://tech.ebu.ch/docs/r/r138.pdf>

<sup>3</sup> Npr. Valicon, 2013, za Apek, ter Mediana 2011, za Apek. Podrobnejši podatki v seznamu literature.

<sup>4</sup> Pri tem so sodelovali mag. Tanja Kerševan Smokvina, mag. Matjaž Mušič, Anže Kolšek, Marko Štefelin, Teja Antončič, Silvester Starič, Milan Lapornik, Igor Funa in Saša Gnezda.

<sup>5</sup> Svet so na sestankih zastopali dr. Dejan Jelovac, mag. Valerij Grašič, Mitja Katavič in Jernej Markič.

## 2 Radijski trg v besedi in sliki

Slovenskega radijskega trga ni mogoče obravnavati ločeno od dogajanj na širšem medijskem trgu, od trendov medijske potrošnje in gibanj denarnih tokov na področju oglaševanja. Glede na prihodke iz oglaševanja predstavlja radijski trg le majhen del slovenskega medijskega trga, vendar je od teh nekaj odstotkov oglaševalskega trga odvisnih več desetih poslovnih subjektov, ki ustvarjajo radijske programe različnih formatov in oskrbujejo prebivalce Slovenije z informativnimi, kulturnimi, izobraževalnimi, športnimi, zabavnimi in drugimi vsebinami. Njihova vloga je posebej pomembna na področju lokalnega obveščanja in ohranjanja posebnosti kulturne raznolikosti Slovenije, saj pokrivajo tudi dogodke, ki so za druge medije, zlasti tiste, ki naslavljajo splošnejšo javnost, manj zanimivi.

Poglavitne značilnosti in trende na slovenskem medijskem trgu bi lahko na podlagi analize, podatkov in ocen, s katerimi razpolaga agencija<sup>6</sup>, v kratkoročnem obdobju strnili takole:

- nestabilnost lastništva in s tem povezana nestabilnost menedžmenta in uredniške politike v vrsti medijskih hiš ter poglobljanje težav tiskanih medijev zaradi dolgoročnega in konstantnega padanja prodane naklade ob hkratnem padanju deleža, ki ga znotraj njihovih prihodkov zasedajo oglasni prihodki;
- nadaljnje krčenje oglaševalskega kolača za radio se bo še naprej odražalo na programskem in lastniškem povezovanju akterjev na radijskem trgu in izginjanju programov za manjša okolja;
- zaradi upada oglaševalskih prihodkov so prizadete tudi televizije, čeprav v manjši meri kot radio in tisk, kar pa ne velja za lokalne televizije, pri katerih bodo še naprej upadali tako prihodki kot deleži gledanosti;
- poglobljanje težav radijskih in televizijskih programov s statusom programa posebnega pomena zaradi zmanjšanega obsega oglaševalskega kolača, k manjšanju katerega prispevata tako ekonomska kriza kot lokalizirano oglaševanje nacionalnih medijev po nizkih cenah ali celo brezplačno, ter krčenja javnih sredstev za sofinanciranje vsebin v javnem interesu;
- nadaljnje uvajanje specializiranih televizijskih programov, posebej v kabelskih sistemih, s katerimi bodo skušale televizije ohraniti svoje tržne deleže;
- nadaljnja fragmentacija gledalcev in povečevanje deleža gledanosti skupine programov, ki jo sestavljajo večinoma tuji, specializirani programi in uspešnejši manjši ali novejši slovenski programi, na račun najbolj gledanih generalističnih programov domačega izvora (javnega zavoda RTVS in družbe Pro Plus);
- vzpostavljanje različnih plačilnih modelov, s katerimi se bo financiranje medijev diverzificiralo, s poudarkom na poskusu povečevanja deleža plačil s strani neposrednih uporabnikov (paywall sistemi in naročniški modeli);
- poskusi doseganja prednosti ekonomije obsega: povezovanje manjših medijskih hiš, izdaj in programov prek različnih oblik trženja in skupne prodaje oglasnega prostora;

---

<sup>6</sup> Milosavljević (2012), drugi javno dostopni viri in lastne ocene.

- slabe razmere na trgu, njegova majhnost in krčenje ter visoke vstopne ovire se bodo še naprej odražale tudi pri možnostih glede potencialnih tujih investicij in novih vstopov v slovenski medijski prostor.

Radijski trg je po eni strani preveč razdrobljen, po drugi strani pa že dokaj konsolidiran, tako v lastniškem kot v programskem smislu. Pred leti sta raziskavi radijskega trga<sup>7</sup>, ki smo ju naročili ob snovanju predloga strategije razvoja radijskih in televizijskih programov<sup>8</sup>, potrdili, da je na majhnem slovenskem medijskem trgu preveč radijskih programov. Glede števila radijskih programov se lahko v relativnem smislu primerjamo z Italijo, ki je med prvimi deregulirala svoj medijski trg in ima zelo specifičen način dodeljevanja radijskih frekvenc, ki ne priznava mednarodnih sporazumov in s tem tako Sloveniji kot drugim sosednjim državam povzroča velike težave. V Sloveniji sicer ne dodeljujemo mednarodno neusklajenih frekvenc, kljub temu pa je naš način razdelitve frekvenčnih resursov po modelu »ena frekvenca-en program« podoben praksam, ki se jih poslužujejo v Italiji. Če k temu prištejemo še odsotnost ustreznih zakonskih podlag za regulacijo programskih zavez in nepopolne podlage za regulacijo koncentracije medijskega lastništva, smo našli tri pomembne razloge za zdajšnjo podobo radijskega in televizijskega trga pri nas.

Ena od njegovih značilnosti, ki postaja z leti vse bolj izrazita, je razhajanje med uradnim številom programov in med številom dejansko različnih programov, torej takih, ki jih poslušalci brez težav prepoznavajo kot ločene programe. Zaradi lastniškega in programskega povezovanja, ki je bilo pred leti omogočeno z dopolnitvami zakona, ki ureja medije, in zakona, ki ureja elektronske komunikacije, se iz uradno samostojnih programov brez večjih težav tvorijo novi skupni programi. Programska ponudba, ki je bila že v času snovanja strategije iz leta 2008 kljub številčnosti programov dokaj enolična (kakor so pokazale tedaj naročene raziskave), se tako dodatno unificira. K temu svoj delež prispeva tudi zdajšnja ekonomska kriza, ki ne dopušča drobitve že tako majhnega radijskega občinstva na posamezne ciljne skupine. Z vidika medijske ekonomije se to ne izplača, zato se večina medijev odloča za vsebine, ki pritegnejo največ poslušalcev.

Po letih, ko smo lahko o vrednosti radijskega oglaševalskega kolača le ugibali, imamo za leto 2012 na voljo izmerjeno vrednost. Po podatkih Mediane<sup>9</sup> je v tem letu skupna bruto vrednost oglaševanja na najbolj poslušanih radijskih postajah na nacionalni ravni znašala dobrih 22 milijonov evrov, kar v oglaševalskem kolaču predstavlja 3,4 odstotka. Za primerjavo povejmo, da je znašala bruto vrednost televizijskega oglaševanja skoraj 434 milijonov evrov. Od radijskega oglaševanja občutno večja je bila celo vrednost zunanega oglaševanja, ki je dosegla skoraj 37 milijonov evrov (torej 1,7-krat več od radijskega kolača). Zaradi različne metodologije in nepopolnih podatkov za prejšnja leta ni mogoče podati ocene o spremembi vrednosti radijskega oglaševanja v primerjavi z letom poprej. Iz splošnega stanja na trgu, iz padca oglaševalskih prihodkov v drugih medijskih sektorjih in iz poročanja izdajateljev radijskih programov<sup>10</sup> pa je mogoče sklepati, da se radijski oglaševalski trg krči, prihodki pa se, podobno kot pri televiziji, koncentrirajo pri izdajateljih radijskih programov z večjo pokritostjo oziroma dosegom.

<sup>7</sup> GfK Slovenija (2007) in Mediana (2007).

<sup>8</sup> APEK (2008).

<sup>9</sup> Ujčič Zrimšek (2013).

<sup>10</sup> Za podrobnejše povzetke ocen izdajateljev glej razdelek 7.2 *Stanje na trgu in ekonomske razmere*.

V nadaljevanju bomo podobo radijskega trga skušali predstaviti in razčleniti tudi prek slikovnih in tabelarnih prikazov. Zaradi neobstoja orodij, ki bi lahko na enostaven način prikazala zanesljivo sliko dejanske slišnosti posameznih programov, in zaradi pristojnosti agencije na področju upravljanja z radiofrekvenčnim spektrom, ki nas glede slišnosti programov zavezujejo k predstavljanju izključno podatkov o slišnosti zajamčene kakovosti, predpisane z ITU standardi<sup>11</sup>, ne moremo podati prikaza, kateri radijski programi se slišijo v posameznih okoljih s kakovostjo, primerno za običajno poslušanje. Ilustracije smo zato pripravili na podlagi podatkov o sedežih radijskih programov. Ti sicer ne morejo prikazati dejanske preskrbljenosti prebivalcev posamezne statistične regije z radijsko ponudbo, so pa pomemben kazalnik njihove opremljenosti z lokalnimi oziroma regionalnimi programi.

## 2.1 Seznam radijskih programov v Republiki Sloveniji po dosegu in vrsti

Radijski programi so v seznamu razvrščeni padajoče od tistih z največjim odstotkom slišnosti med prebivalci Republike Slovenije do tistih z najmanjšim pokrivanjem oziroma dosegom<sup>12</sup>. Med vrstami programov navajamo tako z zakonom določene vrste, kot tudi druge, za katere uporabljamo poljudna ali opisna poimenovanja. Kratica PPP je okrajšava za programe s statusom programa posebnega pomena po Zakonu o medijih, 2006<sup>13</sup>, in sicer za lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni program posebnega pomena (členi 77.-81.). Med programe posebnega pomena zakon (76. čl.) uvršča tudi programe javnega zavoda RTV Slovenija, ki jih v analizi označujemo z oznako javni medij. Z oznako neformalna (mreža) označujemo skupine programov, ki predvajajo skupni program brez vpisa programske mreže v razvid medijev. Programi iz takšne skupine nimajo ustrezno prilagojenih dovoljenj.

Program	Izdajatelj	Mreža	Vrsta	Preb.	% preb.	km2
RADIO SLOVENIJA, tretji program - PROGRAM ARS /ARS/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1778703	86,76	13334
RADIO SLOVENIJA, prvi program - PROGRAM A1 /A1/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1777339	86,69	13182
RADIO SLOVENIJA, drugi program - PROGRAM VAL 202 /VAL 202/	Javni zavod RTV SLOVENIJA		javni medij	1765845	86,13	13309

<sup>11</sup> ITU-R BS.412; isti pogoji zapisani tudi v GE84.

<sup>12</sup> Radijska programa na zadnjih dveh mestih v razpredelnici ne razpolagata s pravico do rabe radijskih frekvenc in se razširjata drugače (kabel, internet).

<sup>13</sup> Podrobnosti o zakonu in seznam drugih aktov, ki urejajo področje radia, so na voljo v poglavju 4. *Pravna ureditev področja radia*.

Radio Ognjišče	RADIO OGNJIŠČE, d.o.o., Koper		nepridobitni PPP	1256153	61,27	6639,5
Radio Slovenia International/Radio SI	RTV SLOVENIJA		javni medij za tujo javnost	944833	46,09	3899,7
RADIO CENTER SLOVENIJA	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	655241	31,96	1232,17
Radio Aktual	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	526615	25,69	1656,1
Radio 1 Krvavec; ENA KR	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	523036	25,51	1393,52
Radio Ekspres	R GAMA - MM d.o.o., Ljubljana		komercialni	493708	24,08	1278,4
Radio HIT	R DOMŽALE d.o.o.		komercialni	451312	22,01	861,72
Radio Maribor	RTV SLOVENIJA		javni medij regionalnega centra	395420	19,29	2046
Radio Antena Ljubljana; Antena LJ	RADIO ANTENA d.o.o., Ljubljana	Radio Antena	komercialni	381286	18,60	460,13
Radio City	RADIO CITY d.o.o.		komercialni	340812	16,62	488,52
RADIO VESELJAK SI	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	337808	16,48	314,19
Radio Študent	Zavod RŠ		študentski PPP	304922	14,87	259,42
Radio Dur	HSG d.o.o.	Radio Center	komercialni	300634	14,66	573,74
RADIO SALOMON	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	294826	14,38	354,27
Europa 05	BRUS MEDIJI, d.o.o.		komercialni	267164	13,03	202,71
Radio 1 107,9; ENA LJ	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	227194	11,08	154,52
Radio S	ABC Studio d.o.o.		komercialni	222444	10,85	108,27
Radio Kum	Radio Kum Trbovlje, d.o.o.		regionalni PPP	215475	10,51	1887,6
RADIO KOPER /RADIO KP/	RTV SLOVENIJA		javni medij regionalnega centra	203620	9,93	2434,3
Radio Celje	NT&RC d.o.o. Celje		regionalni PPP	197001	9,61	1316,6
Radio Capodistria	RTV SLOVENIJA		javni medij v jeziku manjšine	192968	9,41	2154,4
RADIO MURSKI VAL	RADIO MURSKI VAL, d.o.o.		regionalni PPP	192234	9,38	655,72
Radio 1 Štajerska; ENA MB	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	164835	8,04	263,08



RADIO ŠTAJERSKI VAL	RADIO ŠTAJERSKI VAL d.o.o. Šmarje pri Jelšah		regionalni PPP	163563	7,98	1075,8
Radio Antena Gorenjska; Antena G	RADIO BELVI, d.o.o.	Radio Antena	komercialni	145056	7,08	455,54
Radio Krka	RADIO KRKA Novo mesto, d.o.o.		komercialni	142077	6,93	1996,2
RADIO BREZJE	RADIO BREZJE d.o.o.		komercialni	128992	6,29	181,18
RADIO TRIGLAV	RADIO TRIGLAV JESENICE, D.O.O.		lokalni PPP	126277	6,16	513,42
Radio Alfa	RADIO ALFA d.o.o.	Radio Center	komercialni	125206	6,11	1022,6
RADIO VELENJE	NAŠ ČAS, d.o.o.		lokalni PPP	125206	6,11	1022,6
MojRadio	MOJ RADIO, BORIS SUŠIN S.P.		komercialni	122252	5,96	617,51
Koroški radio	KOROŠKI RADIO d.o.o. Slovenj Gradec		regionalni PPP	119430	5,83	752,04
Radio NET FM	RADIO NET d.o.o.		komercialni	112235	5,47	112,33
RADIO ANTENA MARIBOR; ANTENA M	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	104146	5,08	72,54
RADIO KRANJ - GORENJSKI MEGASRČEK	RADIO KRANJ, d.o.o.		regionalni PPP	103288	5,04	396,35
Mariborski radio Študent - Marš	ZAVOD MARŠ		skupnostni	101599	4,96	64,57
RADIO TOP	B.&B.BELNA d.o.o.		komercialni	99205	4,84	64,59
Radio Aktual Studio D	STUDIO D d.o.o.	neformalna	komercialni	96978	4,73	979,48
Radio Antena Štajerska; Antena S	RADIO ANTENA d.o.o., Ljubljana	Radio Antena	komercialni	88673	4,33	276,76
RADIO ANTENA CELJE; ANTENA C	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	88673	4,33	276,76

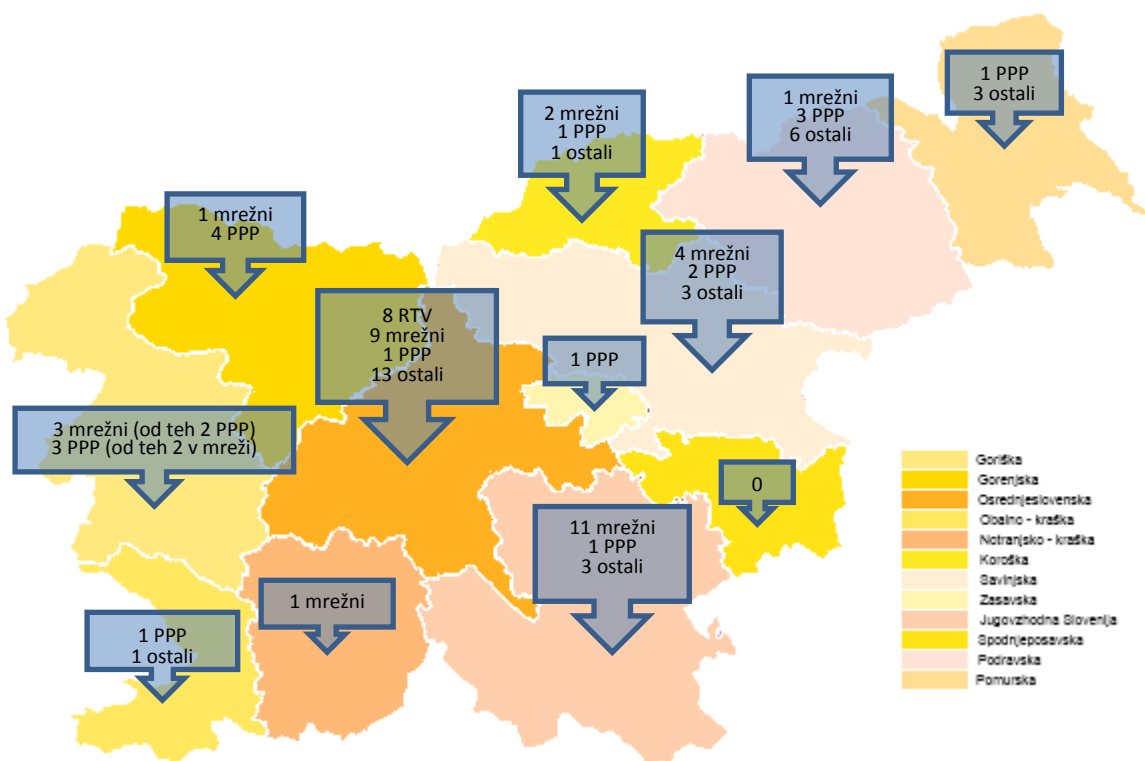
Pomurski madžarski radio - Muravidéki magyar rádió	RTV SLOVENIJA		javni medij v jeziku manjšine	84879	4,14	813,09
Radio Sraka	SRAKA INTERNATIONAL d.o.o.		komercialni	81349	3,97	869,42
RADIO CELJSKI VAL	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	79863	3,90	283,64
RADIO SORA	RADIO SORA, d.o.o.		lokalni PPP	78959	3,85	207,69
Radio Orion	INTERTEH, d.o.o.	Radio 1		78225	3,82	244,89
Radio Zeleni val	ALPE ADRIA "ZELENI VAL" d.o.o.		komercialni	66642	3,25	795,69
Radio 1 Portorož; ENA PO	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	64581	3,15	133,18
Radio 1 Primorska; ENA NG	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	63828	3,11	219,19
RADIO CENTER SAVINJSKA	RC SAVINJSKA, d.o.o.	Radio Center	komercialni	57064	2,78	170,88
Radio Goldi - Savinjski val	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	56408	2,75	164,36
Radio Gorenc	RADIO GORENC d.o.o.		lokalni PPP, nepridobitni	55277	2,70	177,2
Radio Pohorje	B.&B.BELNA d.o.o.		komercialni	53951	2,63	52,53
Radio 1 Dolenjska; ENA NM	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	53701	2,62	389,94
Radio Aktual Obala	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	47550	2,32	101,84
Radio Slovenske gorice	RADIO SLOVENSKE GORICE d.o.o.		regionalni PPP	46579	2,27	93,74
Radio Viva	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	46457	2,27	314,37
Radio Capris	RADIO CAPRIS d.o.o.		komercialni	39566	1,93	338,57
RADIO ANTENA VELENJE; ANTENA V	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	Radio Antena	komercialni	36153	1,76	72,56
Radio Rogla	NOVICE, d.o.o.,		komercialni	32263	1,57	268,47
Radio Veseljak Posavje	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	32035	1,56	232,64

RADIO MAXI	RADIO MAKSI d.o.o.		komercialni	29709	1,45	298,27
Radio Bakla	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	28527	1,39	9,65
Radio Geoss	MAHKOVEC Š & D, d.n.o., Litija	Radio 1	komercialni	25480	1,24	261,82
1TR (EN-TE-ER)	NTR, Logatec, d.o.o.	Radio 94	komercialni program; del regionalne mreže	24391	1,19	171,47
Radio Robin	RADIO ROBIN d.o.o.		lokalni PPP	24013	1,17	129,95
Radio Ptuj	RADIO TEDNIK Ptuj d.o.o.		regionalni PPP	23753	1,16	112,03
Radio Center Dolenjska	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	23645	1,15	184,15
RADIO CENTER ZASAVJE	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center	komercialni	23542	1,15	30,73
R94	RADIO 94 d.o.o. Postojna	Radio 94	komercialni program; del regionalne mreže	22679	1,11	221,87
Radio Odeon	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	18818	0,92	236,98
Radio 1 Obala; ENA KP	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio 1	komercialni	18793	0,92	9,45
RADIO UNIVOX	UNIVOX d.o.o.		lokalni PPP	18117	0,88	153,09
Radio Radio	RECAL d.o.o.		komercialni	16808	0,82	128,24
Radio Laser Slovenj Gradec	LASERR d.o.o.		komercialni	15138	0,74	76,25
RADIO ODMEV	RADIO CERKNO d.o.o.	Primorski Val; regionalni PPP	lokalni PPP	14567	0,71	223,84
Radio Romic	ZVEZA ROMOV SLOVENIJE		skupnostni	12816	0,63	16,54
Radio Radlje	RADIO RADLJE d.o.o.	Radio 1		12298	0,60	157,95
Radio Veseljak Lisca	RGL, d.o.o, Ljubljana	neformalna	komercialni	9866	0,48	95,58
Alpski val	RADIO KOBARID d.o.o.	Primorski Val; regionalni PPP	lokalni PPP	8038	0,39	93,03
Radio Prlek	ZAVOD ZA INFORMIRANJE ORMOŽ		komercialni	7774	0,38	84,12
Radio Urban	RADIO URBAN d.o.o.	Radio 1	komercialni	6341	0,31	45,16

Radio Nova	NOVA NOVA d.o.o. Ajdovščina	Radio Center	komercialni	6005	0,29	26,69
Radio Grom	GLASNIK d.o.o.	Radio 1	komercialni	5077	0,25	8,59
Radio KAOS, konvergenčni audio sistemi	SKUPINA KAOS, d.o.o.				N.A.	
Moj Radio 1	MOJ RADIO, BORIS SUŠIN S.P.				N.A.	

**Tabela 1: Radijski programi v Republiki Sloveniji po dosegu in vrsti**

## 2.2 Geografska porazdeljenost radijskih programov glede na sedeže izdajateljev



**Slika 1: Število RA programov po statističnih regijah glede na sedeže izdajateljev**

### 2.2.1 Goriška statistična regija

V statistični regiji Goriška imajo sedež izdajatelji treh radijskih programov, ki so povezani v programsko radijsko mrežo in izdajatelj enega nepovezanega lokalnega programa. Izdajatelj radijskega programa Radio Nova je povezan v programsko radijsko mrežo Radio Center.

Lokalna programa posebnega pomena Radio Odmev in Alpski val sta povezana v programsko radijsko mrežo Primorski val. Na območju statistične regije ima status lokalnega programa posebnega pomena še Radio Robin, ki ni del nobene radijske mreže, vendar je lastniško povezan z izdajatelji iz kroga mreže Radio 1, ki se sicer na Goriškem razširja prek frekvence, za katero ima pravico do uporabe Radio 1 Primorska.

### **2.2.2 Gorenjska statistična regija**

V statistični regiji Gorenjska imajo sedež izdajatelji treh lokalnih programov posebnega pomena: Radio Triglav, Radio Sora in Radio Gorenc (ki ima obenem tudi status nepridobitnega programa posebnega pomena), izdajatelj regionalnega programa posebnega pomena: Radio Kranj – gorenjski megasrček, ter izdajatelj enega radijskega programa: Radio Antena Gorenjska – Antena G, ki je povezan v programsko radijsko mrežo Radio Antena.

### **2.2.3 Osrednjeslovenska statistična regija**

V Osrednjeslovenski regiji ima sedež javni zavod RTV Slovenija z osmimi radijskimi programi, od katerih so štirje namenjeni nacionalnemu občinstvu, dva poslušalcem večjih regionalnih območij (Primorska in Štajerska v najširšem smislu) in dva nacionalnim skupnostim (italijanski in madžarski); šest izdajateljev, ki so s svojimi programi povezani v formalizirane programske radijske mreže Radio Center, Radio 1, Radio Antena in Radio 94 ali neformalizirane mreže, kot so Radio Aktual, Radio Veseljak in Radio Salomon; en študentski program posebnega pomena: Radio Študent; ter osem izdajateljev s t.i. unikatnimi radijskimi programi, ki niso povezani v mreže ali kakorkoli drugače kategorizirani ter so praviloma namenjeni pretežno poslušalcem iz Osrednjeslovenske regije.

---

13

Izdajatelj radijskih programov Radio Center Dolenjska, Radio Center Slovenija in Radio Center Zasavje je svoje programe povezal v programsko radijsko mrežo Radio Center. V tej mreži se s svojim programom nahaja tudi izdajatelj radijskega programa Radio Dur. Izdajatelja radijskih programov Radio Geoss in Radio Orion sta povezana v programsko radijsko mrežo Radio 1. Izdajatelj radijskih programov Radio Antena Ljubljana in Radio Antena Štajerska prek svojih programov oddaja programsko radijsko mrežo Radio Antena. Izdajatelj radijskega programa 1TR je z izdajateljem iz druge regije (R94) povezan v programsko radijsko mrežo Radio 94.

Vsaj na papirju unikatnih radijskih programov v tej regiji je trinajst, in sicer osmih različnih izdajateljev. Ti programi so praviloma namenjeni poslušalcem iz osrednjeslovenske regije. Izjema so programi izdajatelja RGL, ki naslavlja splošno javnost določenih glasbenih preferenc in niso izrazito teritorialno obarvani. RGL svojih programov Radio Aktual, Radio Veseljak Si, Radio Salomon, Radio Aktual Obala, Radio Veseljak Posavje in Radio Veseljak Lisca formalno ni povezal v programsko radijsko mrežo, čeprav imajo nekateri značilnosti mrežnih programov (zlasti Radio Aktual, Radio Aktual Obala ter Radio Veseljak Posavje, Radio Veseljak SI in Radio Veseljak Lisca).

### **2.2.4 Obalno–kraška statistična regija**

V Obalno–kraški statistični regiji imata sedež dva izdajatelja t.i. unikatnih radijskih programov, pri čemer ima Radio Ognjišče status nepridobitnega programa posebnega pomena in ni

namenjen zgolj poslušalcem te regije, temveč s svojo programsko zasnovo in razširjenostjo naslavlja občinstvo na nacionalni ravni.

### **2.2.5 Notranjsko–kraška statistična regija**

V Notranjsko-kraški statistični regiji ima sedež en izdajatelj radijskega programa, ki je s svojim programom (R94) in še z zgoraj omenjenim programom izdajatelja iz osrednjeslovenske regije (1TR) povezan v programsko radijsko mrežo Radio 94, ki je značilen lokalni program širšega notranjsko-kraškega območja, vendar brez statusa programa posebnega pomena.

### **2.2.6 Koroška statistična regija**

V Koroški regiji ima sedež en regionalni program posebnega pomena (Koroški radio), dva izdajatelja, ki sta povezana v programsko radijsko mrežo (Radio Alfa v mrežo Radio Center in Radio Radlje v mrežo Radio 1) ter en izdajatelj unikatnega radijskega programa (Radio Laser).

### **2.2.7 Savinjska statistična regija**

V Savinjski regiji imata sedež dva izdajatelja treh unikatnih radijskih programov (Moj Radio, Moj Radio 1 in Radio Rogla), en izdajatelj regionalnega programa posebnega pomena (Radio Celje) in en izdajatelj lokalnega programa posebnega pomena (Radio Velenje). En izdajatelj je s programom Radio Center Savinjska povezan v programsko radijsko mrežo Radio Center, en izdajatelj pa je s svojimi programi Radio Antena Velenje; Antena V, Radio Antena Celje; Antena C in Radio Antena Maribor; Antena M, del radijske mreže Radio Antena.

### **2.2.8 Zasavska statistična regija**

V Zasavski regiji ima sedež en izdajatelj regionalnega programa posebnega pomena, in sicer Radio Kum, ki je lastniško povezan s skupino programov t.i. neformalnih mrež Radio Aktual in Radio Veseljak ter Radiem Salomon.

### **2.2.9 Statistična regija Jugovzhodna Slovenija**

V Jugovzhodni Sloveniji ima sedež en izdajatelj lokalnega programa posebnega pomena (Radio Univox), trije izdajatelji unikatnih programov (Radio Aktual Studio D, Radio Sraka, Radio Krka) ter en izdajatelj trinajstih radijskih programov programske mreže Radio 1.

Radijski program Radio Aktual Studio D, nekoč imetnik statusa programa posebnega pomena in osrednji lokalni medij tega območja, je del t.i. neformalne programske radijske mreže in ni več namenjen predvsem poslušalcem iz jugovzhodne Slovenije.

### **2.2.10 Spodnjeposavska statistična regija**

V Spodnjeposavski regiji ni sedežev izdajateljev radijskih programov. Včasih je regija premogla dva izdajatelja nekomercialnih radijskih programov Radio Brežice in Radio

Sevnica. S prenosom pravic je njun izdajatelj postal RGL, d.o.o., s sedežem v Osrednjeslovenski regiji, ki ju je preimenoval v Radio Veseljak Posavje in Radio Veseljak Lisca in njun program prilagodil oddajanju neformalne mreže.

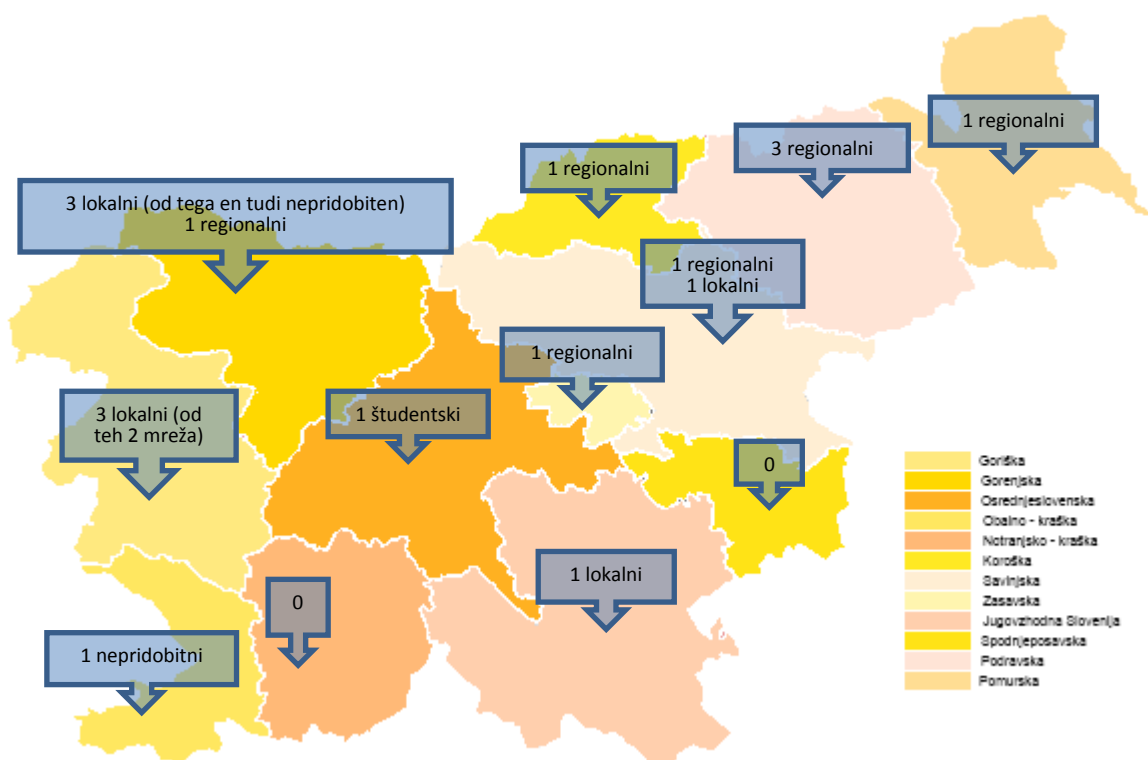
### 2.2.11 Podravska statistična regija

V Podravski regiji ima sedež pet izdajateljev šestih unikatnih radijskih programov (Radio City, Radio Brezje, Radio NET FM, Mariborski radio Študent – Marš, Radio Top, Radio Pohorje), trije izdajatelji regionalnih programov posebnega pomena (Radio Štajerski val, Radio Slovenske gorice, Radio Ptuj) in en izdajatelj, ki je svojim programom Radio Grom vključen v programsko radijsko mrežo Radio 1.

### 2.2.12 Pomurska statistična regija

V Pomurski regiji ima sedež en izdajatelj regionalnega programa posebnega pomena (Radio Murski val) in trije izdajatelji unikatnih radijskih programov (Radio Radio, Radio Romic, Radio Prlek).

## 2.3 Programi posebnega pomena glede na sedeže izdajateljev



**Slika 2: Število programov posebnega pomena in vrsta po regijah in glede na sedeže izdajateljev**

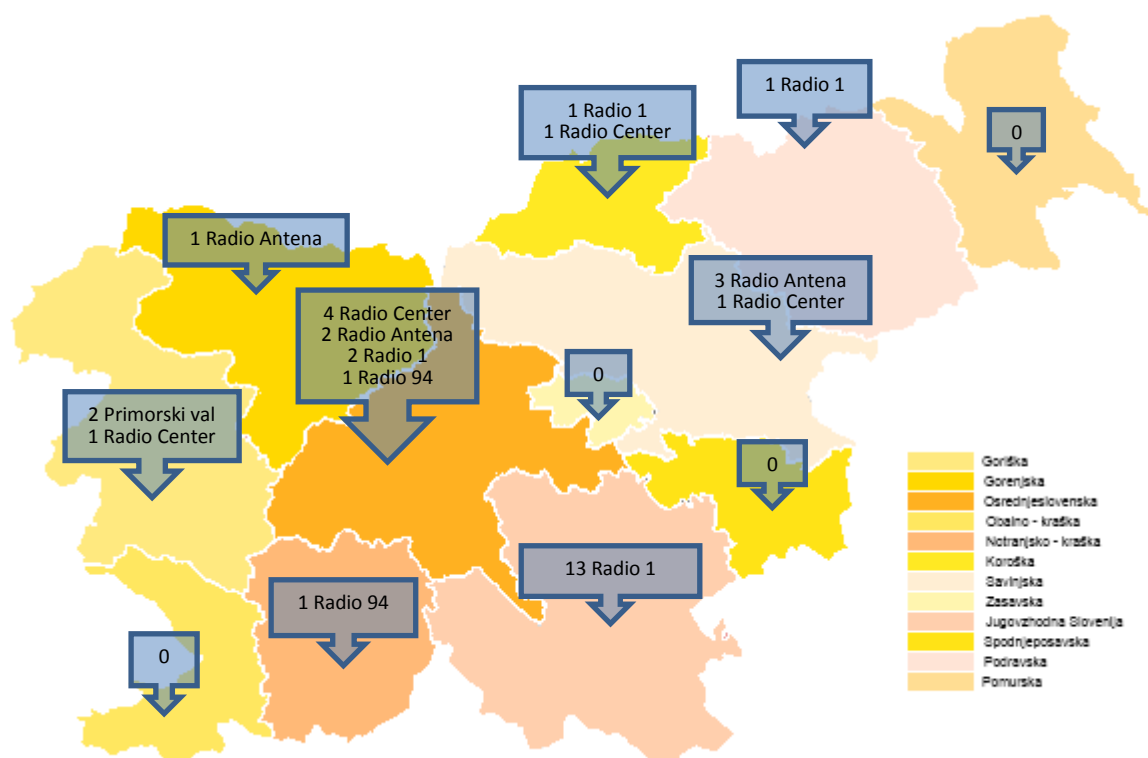
Programi posebnega pomena lokalnega ali regionalnega značaja načeloma predstavljajo zagotovilo, da so namenjeni poslušalcem točno določenih regij (praviloma tistih, v katerih imajo njihovi izdajatelji tudi sedež). Iz slike je razvidno, da je tovrstnih radijskih programov

malo in da so neenakomerno porazdeljeni. Določene regije razpolagajo z več istovrstnimi programi posebnega pomena, ki se v nekaterih primerih glede območja razširjanja celo prekrivajo, v treh regijah pa takšnih programov ni. V najboljšem primeru njihovo funkcijo opravljajo javni ali lokalni komercialni mediji, kot denimo v primeru obalno-kraške in notranjsko-kraške regije, kjer imajo vlogo lokalnega medija Radio Koper in Radio Capris oziroma Radio Koper in Radio 94. Druge regije oziroma posamezni deli regij so bolj podhranjeni, najbolj denimo spodnjeposavska, kjer sta včasih delovala dva lokalna nekomercialna medija, zdaj pa ni na tem območju nobenega lokalno usmerjenega radia. Območje notranjske prav tako ni pokrito s programom posebnega pomena, ki bi izviral prav s tega območja. Lokalno obveščanje opravljata Radio Koper, radijski program regionalnega centra RTV Slovenija v Kopru, ter lokalni komercialni program Radio 94.

S statusom študentskega programa posebnega pomena razpolaga samo Radio Študent, ki deluje v osrednjeslovenski regiji. Na območju Maribora je slišen Radio Marš s podobnim vsebinskim profilom, vendar brez statusa študentskega programa posebnega pomena.

Status nepridobitnega programa posebnega pomena je v vsebinskem smislu med vsemi vrstami statusov najmanj določen. Z njim razpolagata katoliški Radio Ognjišče, ki s svojim programom naslavlja poslušalstvo na območju cele Slovenije, in Radio Gorenc, ki ima, kot že pojasnjeno, tudi status lokalnega programa posebnega pomena.

## 2.4 Programske mreže po regijah glede na sedež izdajateljev



Slika 3: Mreže in število mrežnih programov po regijah glede na sedeže izdajateljev



Izdajatelji, ki so vključeni v različne programske radijske mreže, so porazdeljeni po celotnem ozemlju Republike Slovenije, pri čemer je programska ponudba znotraj teh mrež praviloma v značilni meri poenotena, zato ni mogoče govoriti o posameznih radijskih programih, ki bi bili namenjeni točno določeni regiji. Prav tako sedeži izdajateljev, ki so s svojimi programi povezani v programske radijske mreže, ne odražajo nujno programske vezanosti njihovih programov na določeno regijo. Na primer: izdajatelj Radio Pro 1, d.o.o., ima sedež v jugovzhodni Sloveniji, a je s svojimi trinajstimi programi na papirju kljub temu namenjen poslušalcem različnih regij (malodane vseh), v praksi (z neznatnimi izjemami) pa so vsi ti programi v pomembnem delu programa enaki, zato jih poslušalci doživljajo kot enoten radijski program.

Iz evidence agencije z začetka 2014<sup>14</sup> je razvidno, da 57 izdajateljev razpolaga s skupaj 88 dovoljenji za izvajanje radijske dejavnosti. V dovoljenja 17 izdajateljev za skupaj 34 programov so vključene vsebinske značilnosti 5 programskih radijskih mrež. Pri tem je 15 izdajateljev povezanih v 4 programske mreže (Radio 1, Radio Center, Radio Antena in Regionalna programska radijska mreža Radio 94) v skladu s 83. členom zakona o medijih, ki določa pogoje povezovanja t.i. komercialnih radijskih programov. Preostala dva izdajatelja pa na podlagi drugega odstavka 79. člena ZMed skupaj izdajata regionalni program oz. regionalno radijsko mrežo lokalnih radijskih programov (Primorski val). Imetniki dovoljenj za posamezne radijske programe imajo v svoja dovoljenja vključeno le po eno izmed navedenih mrež.

Pregled posameznih mrež:

- Radio 1 se razširja v programskem času 17 programov 6 izdajateljev,
- Radio Center se razširja v programskem času 7 programov 4 izdajateljev,
- Radio Antena se razširja v programskem času 6 programov 3 izdajateljev,
- Mreža Radio 94 se razširja v programskem času 2 programov 2 izdajateljev,
- Primorski val se razširja v programskem času 2 programov 2 izdajateljev.

---

17

Glede na zasičenost radijskega trga, slabe ekonomske razmere in manjšanje možnosti za financiranje radijske produkcije, lahko ob upoštevanju sorodnosti programskih izhodišč za delovanje radijskih programov in posledičnega dokaj enostavnega zlivanja v skupne programe, pričakujemo, da se bo trend povezovanja nadaljeval tudi v prihodnje.

Omeniti velja še nekaj neformalnih oblik sodelovanja med radijskimi programi, med katerimi imajo nekatera podoba tipične radijske mreže: denimo skupina radijev izdajatelja RGL, d.o.o., Ljubljana, ki jo tvorijo Radio Veseljak Lisca, Radio Veseljak Posavje, Radio Veseljak SI, ali prav tako RGL-ova Radio Aktual in Radio Aktual Obala ter Radio Aktual Studio D izdajatelja Studio D, d.o.o., pa še radia Moj Radio 1 in MojRadio samostojnega podjetnika Moj radio, Boris Sušin, s.p.

Na nekoliko drugačnih osnovah deluje skupni nočni program radijskih postaj Slovenije (SNOP), kjer gre za koprodukcijo programskih vsebin, ki jih 9 izdajateljev 9 radijskih programov s statusom programa posebnega pomena razširja vsak dan med 0. in 5. uro.

---

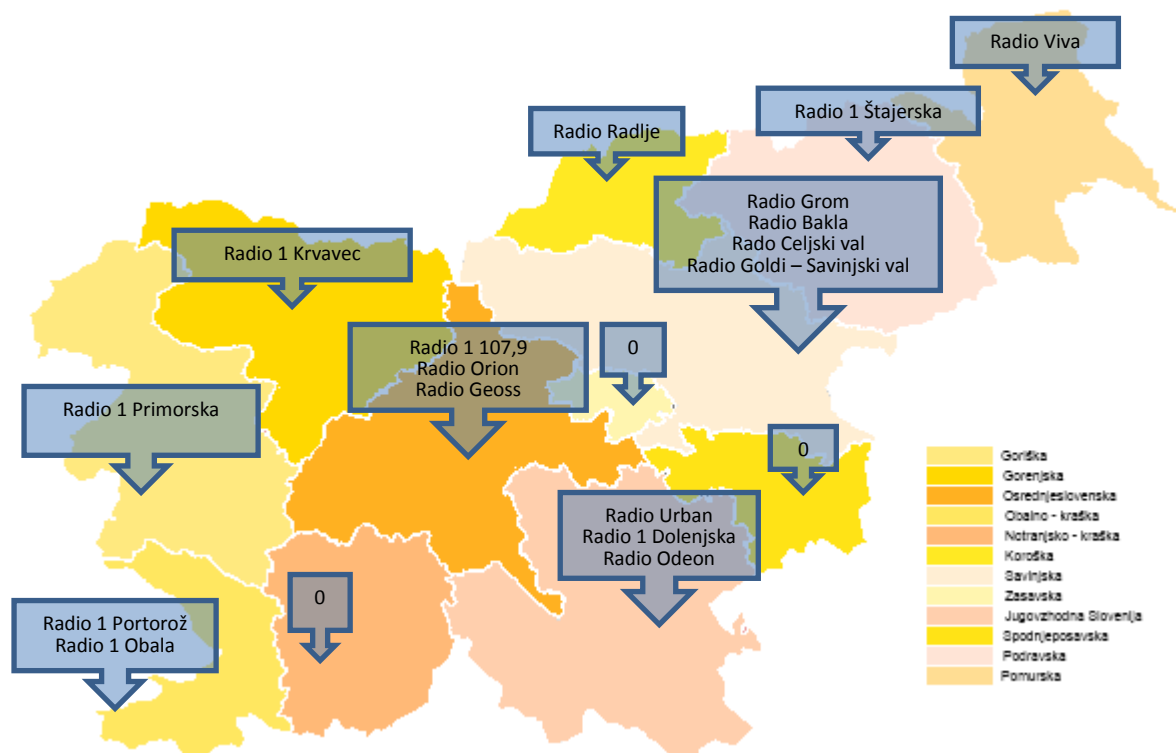
<sup>14</sup> Posnetek stanja z dne 11. februar 2014.

Mreža	Imetnik dovoljenja	Radijski program
Primorski val	RADIO CERKNO, d.o.o.	RADIO ODMEV
	Radio Kobarid, d.o.o.	Alpski val
Radio 1	GLASNIK d.o.o.	Radio Grom
	Interteh, d.o.o.	Radio Orion
	MAHKOVEC Š & D, d.n.o., Litija	Radio Geoss
	RADIO PRO 1 d.o.o.	Radio Odeon
		Radio Bakla
		Radio 1 Obala; ENA KP
		Radio 1 Dolenjska; ENA NM
		Radio 1 107,9; ENA LJ
		Radio 1 Primorska; ENA NG
		Radio 1 Krvavec; ENA KR
		Radio 1 Portorož; ENA PO
		Radio 1 Štajerska; ENA MB
		RADIO CELJSKI VAL
		Radio Goldi - Savinjski val
		Radio Viva
	Radio Urban, d.o.o.	Radio Urban
	Radio Radlje d.o.o.	Radio Radlje
Radio Antena	Radio Antena d.o.o., Ljubljana	Radio Antena Ljubljana; Antena LJ
		Radio Antena Štajerska; Antena S
	ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	RADIO ANTENA CELJE; ANTENA C
		RADIO ANTENA MARIBOR; ANTENA M
	RADIO BELVI, d.o.o.	RADIO ANTENA VELENJE; ANTENA V
Radio Center	RADIO ANTENA GORENJSKA; ANTENA G	
	HSG d.o.o.	Radio Dur
	Nova Nova d.o.o. Ajdovščina	Radio Nova
	RADIO CENTER d.o.o.	Radio Center Slovenija
		Radio Center Dolenjska
		RADIO CENTER ZASAVJE
Regionalna programska radijska mreža	RC Savinjska, d.o.o.	Radio Center Savinjska
		Radio Alfa
	NTR, Logatec, d.o.o.	1TR (EN-TE-ER)
Radio 94	RADIO 94, d.o.o., Postojna	R94

**Tabela 2: Seznam radijskih programov z vključeno programsko radijsko mrežo ali vključenim regionalnim radijskim programom (regionalno radijsko mrežo lokalnih radijskih programov)**

## 2.5 Geografska usmerjenost posameznih delov programskih mrež

Prva slika prikazuje formalno geografsko usmerjenost programov, katerih izdajatelji so vključeni v programsko radijsko mrežo Radio 1. Kot že omenjeno, so programi v mreži v večjem delu dneva vsebinsko poenoteni, slika pa prikazuje, kako so radijski programi povezanih izdajateljev porazdeljeni po regijah, glede na ciljno območje razširjanja njihovih radijskih programov. Analiza je bila izvedena na podlagi ciljnih območij razširjanja programov, zapisanih v dovoljenjih za izvajanje radijske dejavnosti, in podatkov o izdajateljih naštetih radijskih programov pred vključitvijo v mrežo. Kljub siceršnji razširjenosti analizirana radijska mreža ni zastopana v vseh slovenskih regijah, kar pa ne pomeni, da na območjih, kjer nima svojega predstavnika, ni slišna, saj se njen signal tudi na teh območjih razširja prek programov s sedežem v drugih okoljih ali prek signalov, ki prehajajo meje statističnih regij<sup>15</sup>.

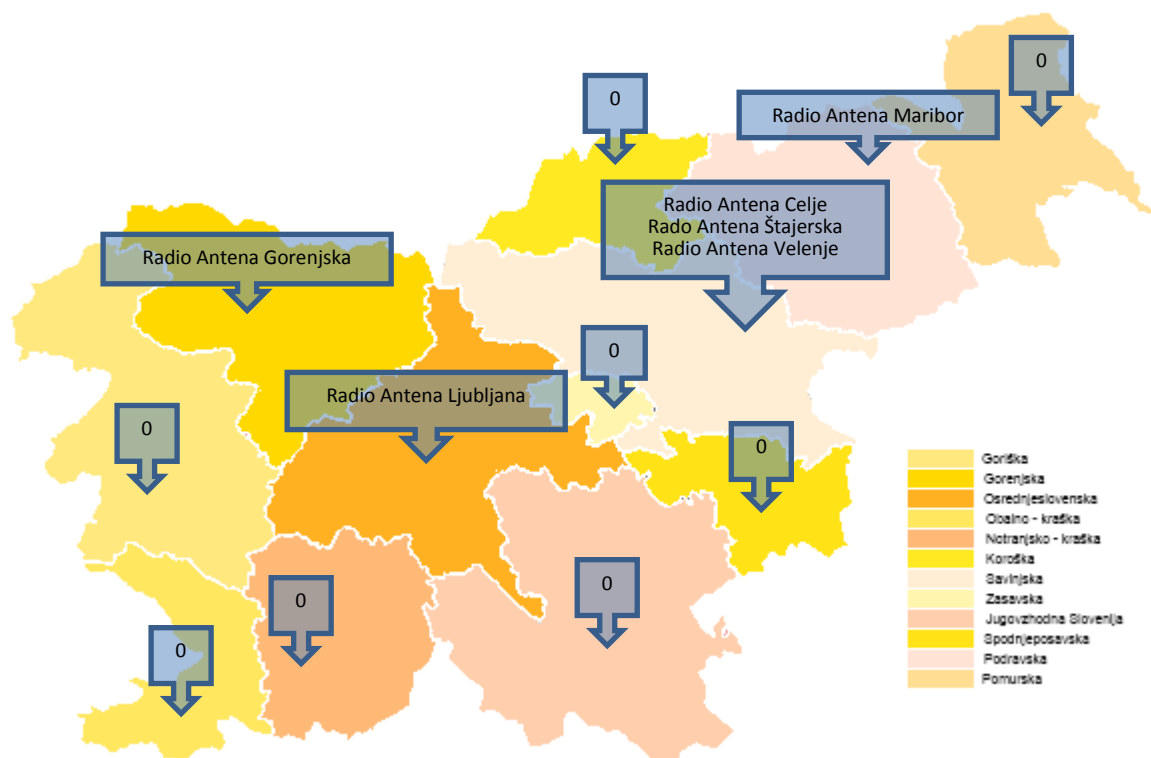


19

**Slika 4: Vtis regionalnosti/lokalnosti matičnih programov glede na ciljno območje razširjanja – mreža Radio 1**

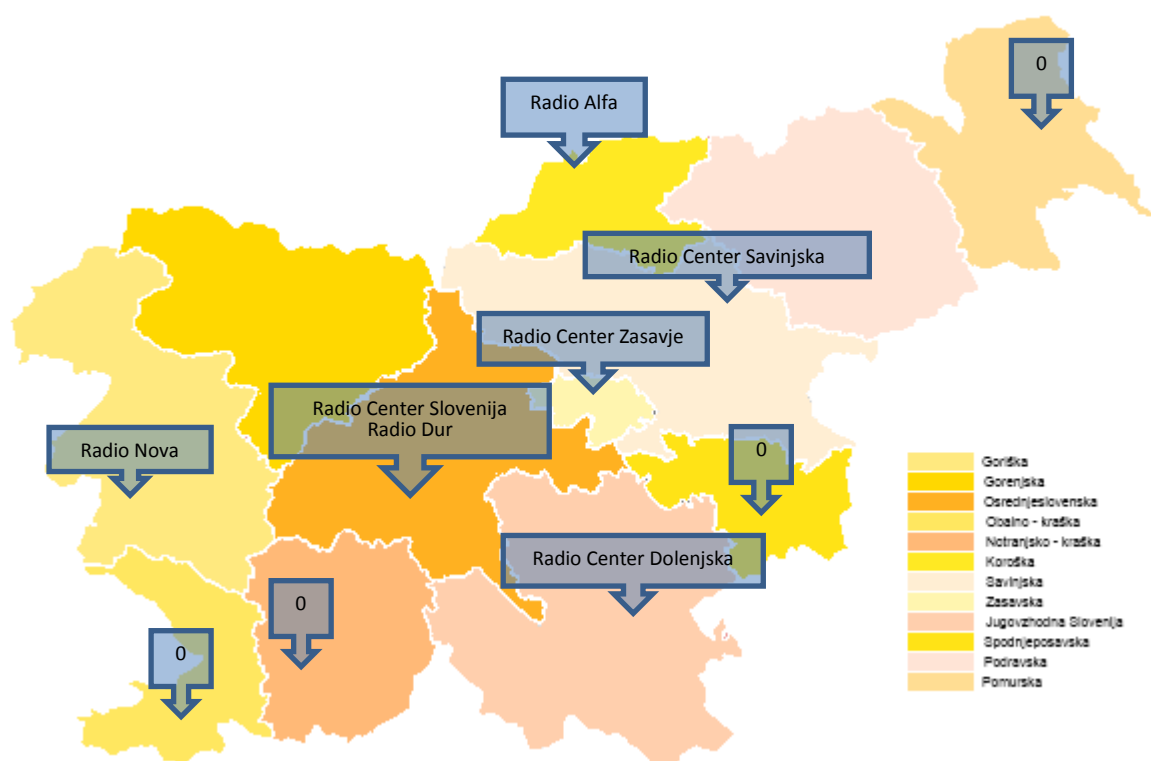
<sup>15</sup> Gl. razlago glede prikazovanja slišnosti na strani 7.

Naslednja slika prikazuje geografsko usmerjenost programov, katerih izdajatelji so vključeni v programsko radijsko mrežo Radio Antena, ki je lastniško povezana z mrežo Radio 1. Prikaz je bil oblikovan na podlagi ciljnih območij razširjanja programov, zapisanih v dovoljenjih za izvajanje radijske dejavnosti, in podatkov o izdajateljih naštetih radijskih programov pred vključitvijo v mrežo. Programska radijska mreža Radio Antena je močnejše zastopana v statističnih regijah severovzhodne Slovenije, prisotna je tudi v gorenjski in osrednjeslovenski. Podatki iz dovoljenj ne izkazujejo usmerjenosti v druge regije.



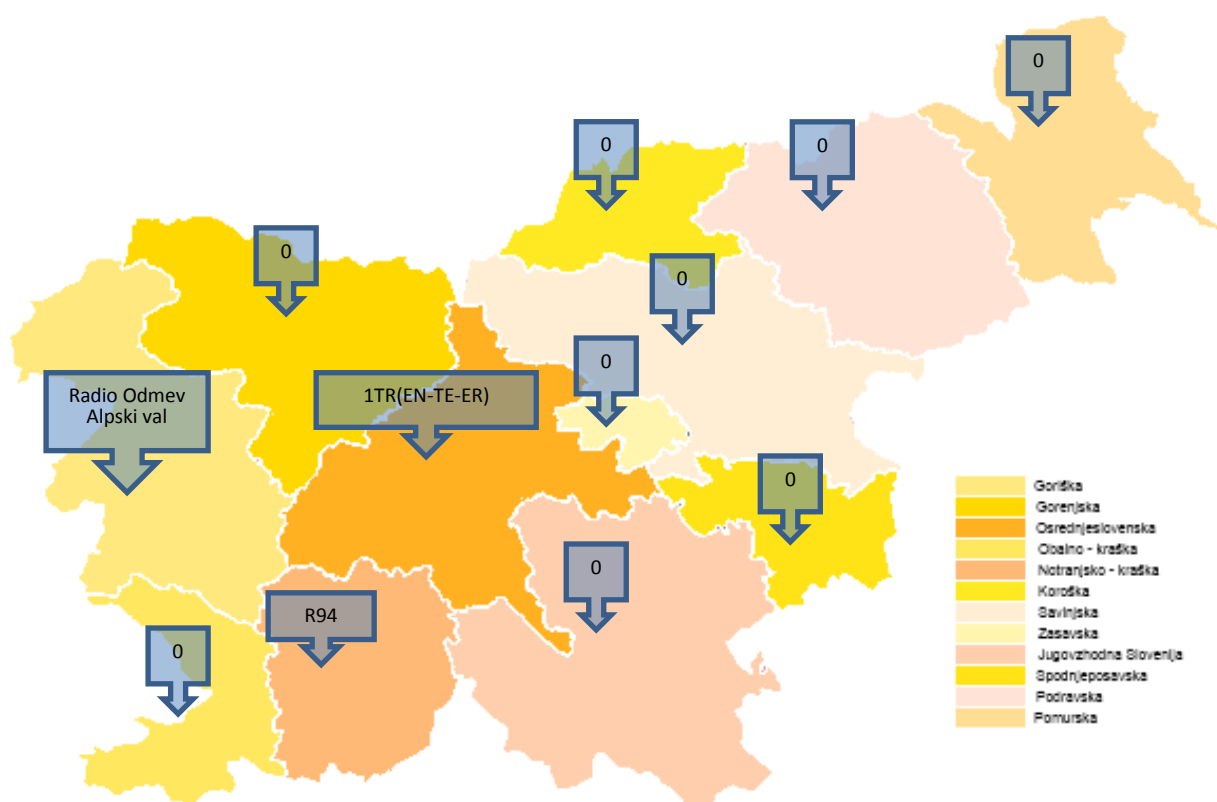
**Slika 5: Vtis regionalnosti/lokalnosti matičnih programov glede na ciljno območje razširjanja – mreža Radio Antena**

Geografska usmerjenost programov, katerih izdajatelji so vključeni v programsko radijsko mrežo Radio Center, je prikazana spodaj. Pregled je bil oblikovan na podlagi ciljnih območij razširjanja programov, zapisanih v dovoljenjih za izvajanje radijske dejavnosti, in podatkov o izdajateljih naštetih radijskih programov pred vključitvijo v mrežo. Programska radijska mreža je vsaj formalno vsebinsko usmerjena v skoraj vse statistične regije, izstopajo le obalno-kraška, notranjsko-kraška in spodnjeposavska, kjer ni prisotna prek lokalnega predstavnika s sedežem v teh okoljih.



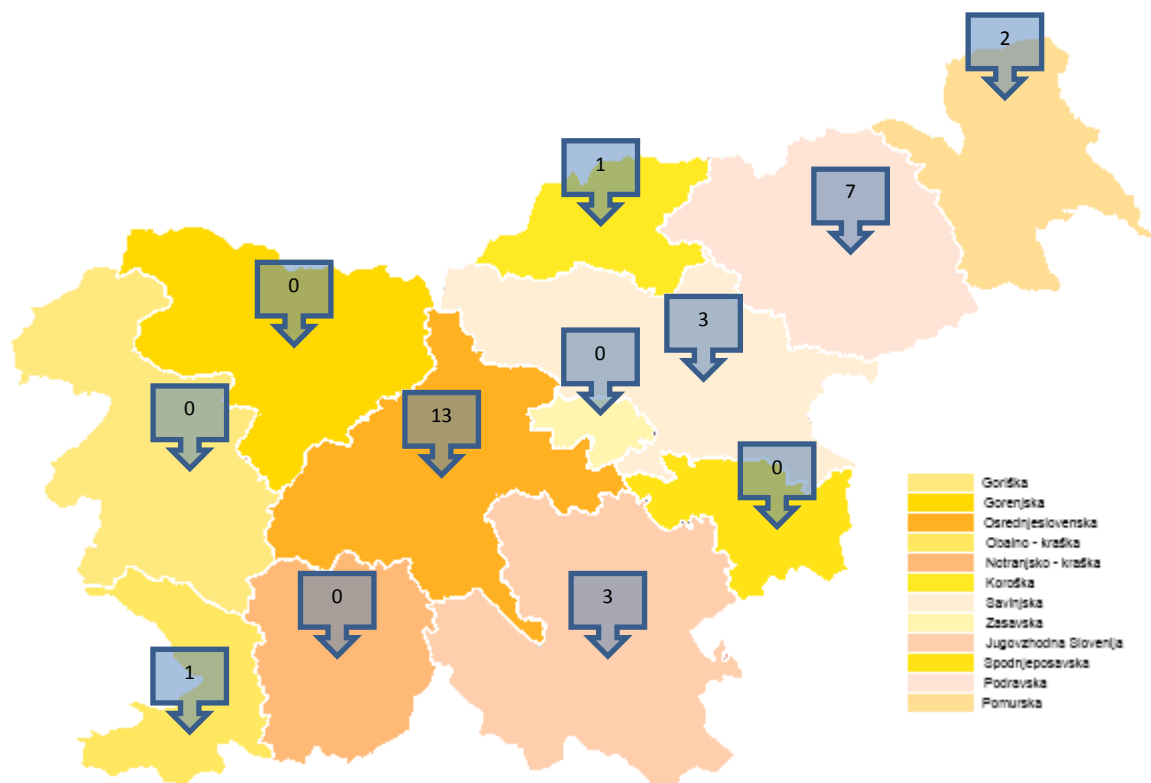
**Slika 6: Vtis regionalnosti/lokalnosti matičnih programov glede na ciljno območje razširjanja – mreža Radio Center**

Manjši radijski mreži Radio 94, ki jo tvorita programa R94 in 1TR, ter Primorski val, ki jo sestavljata Alpski val in Radio Odmev, delujeta vsaka na svojem območju, ki ju pokrivata s prepoznavno lokalno oziroma regionalno usmerjenima programoma. Kot celoti imata značilnosti unikatnih radijskih programov. Primorski val, edina mreža s statusom regionalnega programa posebnega pomena, pa ohranja tudi avtentičnost svojih sestavnih delov Alpskega vala in Radia Odmev, ki imata oba status lokalnega programa posebnega pomena. Programa iz mreže Radio 94 nista nikoli razpolagala s statusom programa posebnega pomena, niti se nista zanj potegovala.



**Slika 7: Vtis regionalnosti/lokalnosti mrežnih programov glede na ciljno območje razširjanja – mreži Radio 94 in Primorski Val**

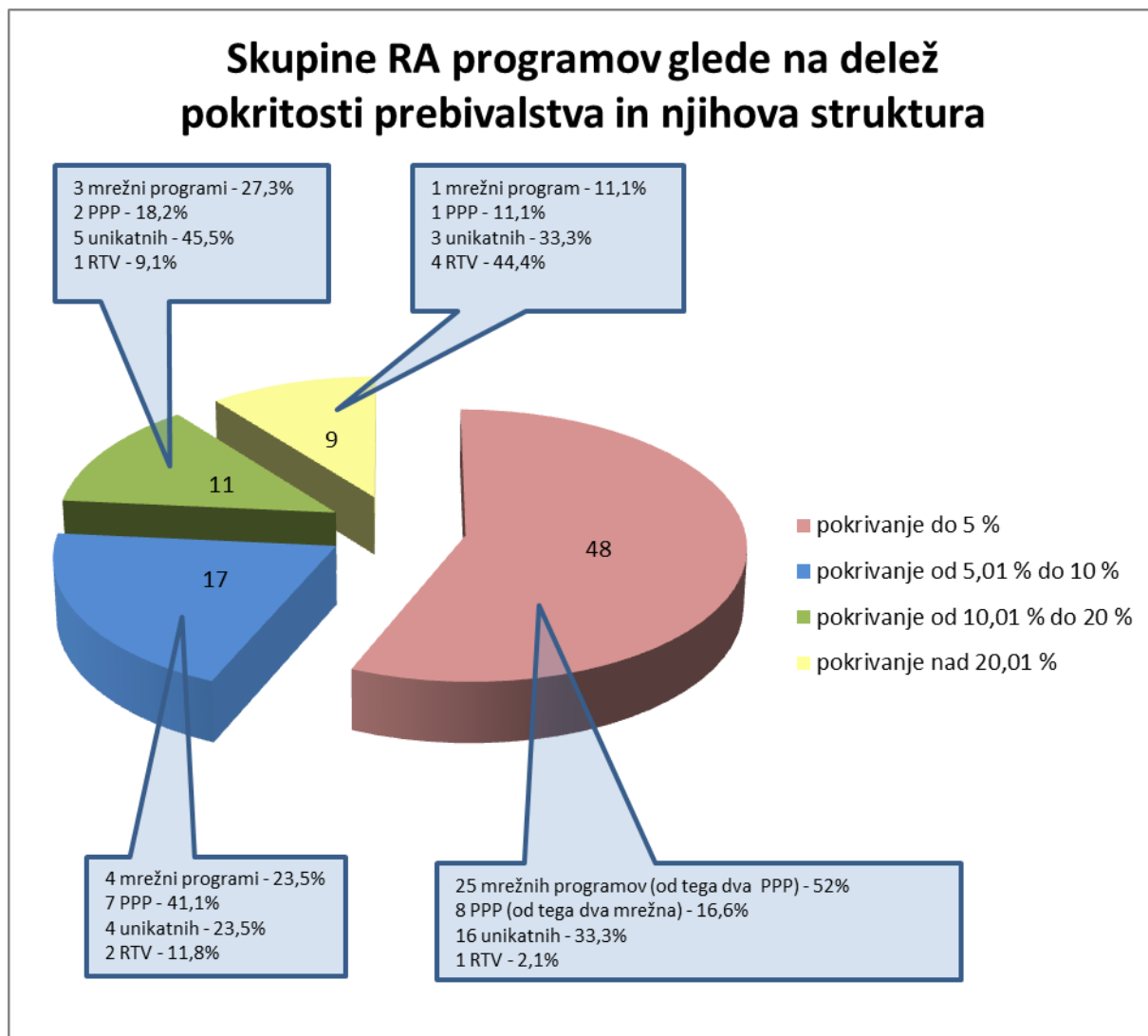
## 2.6 Porazdeljenost samostojnih radijskih programov



**Slika 8: Število nerazvrščenih (unikatnih) RA programov po regijah in glede na sedeže izdajateljev**

Največ izdajateljev unikatnih radijskih programov – med katere v tem prikazu ne vštevamo programov javnega zavoda RTV Slovenija, ki imajo ne glede na ciljno poslušalstvo vsi sedež v Ljubljani – je v osrednjeslovenski statistični regiji, in sicer trinajst. Šest med temi programi izdaja RGL, d.o.o., pri čemer nekateri od njih tvorijo t.i. neformalni programski mreži (Veseljak, Aktual), zato jih v strogem smislu ne moremo imeti za samostojne. Po drugi strani sta Radio S in Radio MAXI lastniško in tudi vsebinsko povezana z mrežo Radio 1. Popolnoma ne kategoriziranih in nepovezanih, torej unikatnih, je le pet. Druga največja koncentracija sedežev izdajateljev je v podravski statistični regiji, kjer domuje šest izdajateljev s sedmimi različnimi programi, zato bi lahko za podravsko regijo ocenili, da ima največjo pestrost nerazvrščenih radijskih programov. V drugih regijah so izdajatelji z unikatnimi radijskimi programi zelo slabo prisotni in torej na nacionalni ravni izrazito neenakomerno porazdeljeni.

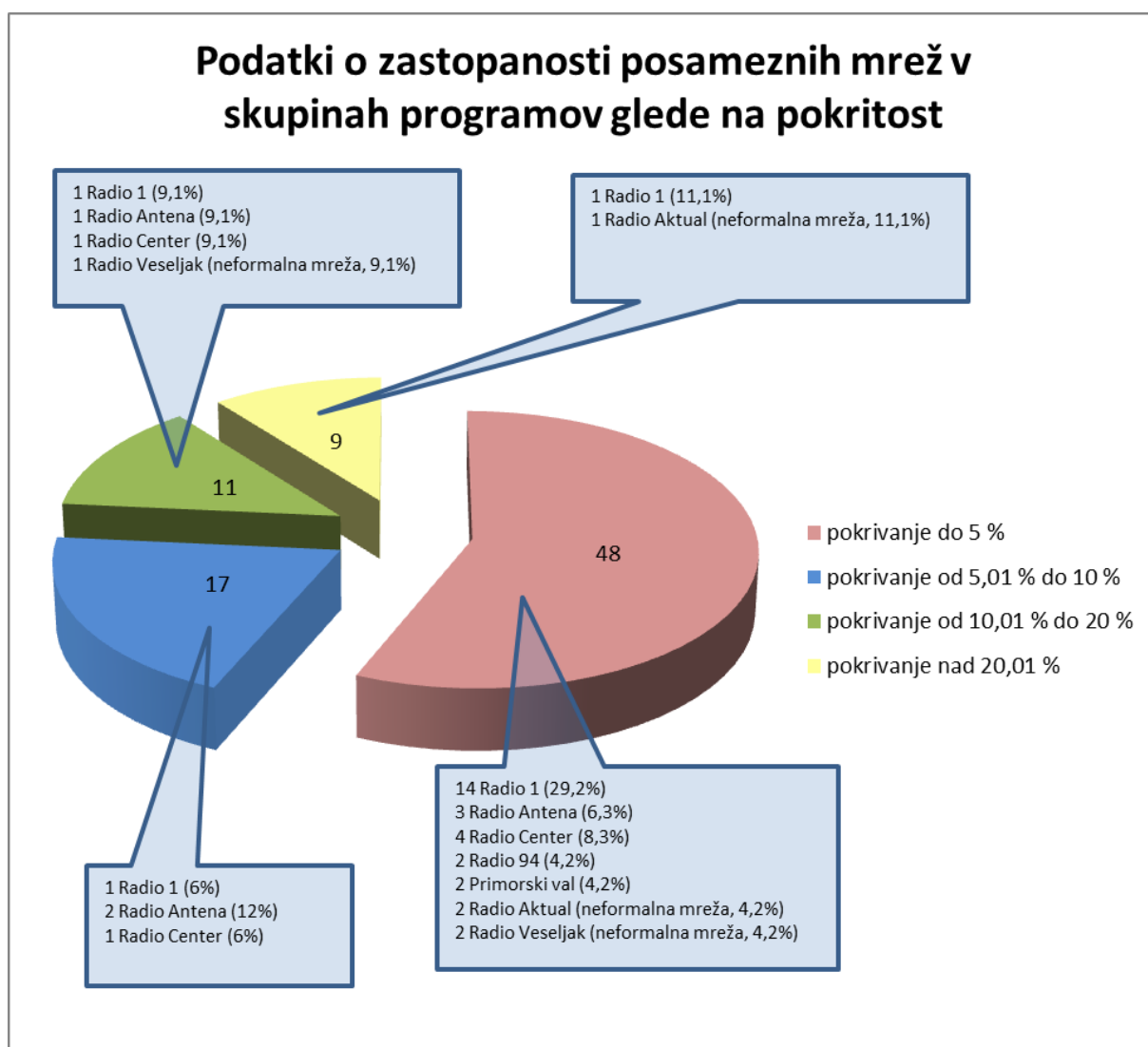
## 2.7 Radijski programi glede na delež pokritosti prebivalstva



**Slika 9: Porazdelitev radijskih programov glede na delež pokritosti prebivalstva in podatki o prisotnosti vrst programov v posamezni skupini**

Radijske programe smo glede na delež pokrivanja prebivalstva Republike Slovenije segmentirali v štiri skupine, pri čemer je skupina z najmanjšo pokritostjo, to je do 5 odstotkov, največja, saj jo sestavlja kar 48 programov. Druga največja skupina (17 programov) je v segmentu druge najmanjše pokritosti (od 5 do 10 odstotkov). Sledita še manjša skupina programov, ki pokrivajo od 10 do 20 odstotkov prebivalstva, in najmanjša s pokrivanjem nad 20 odstotkov prebivalstva. Iz porazdelitve mrežnih programov je razvidno, da so ti prisotni v vseh segmentih, tudi v tistem z največjo pokritostjo, vendar so značilno prevladujoči predvsem v skupini z najmanjšim pokrivanjem. Več kot polovica programov s pokrivanjem manj kot 5 odstotkov prebivalstva je vključenih v katero od mrež, zato sklepamo, da tako majhno pokrivanje ne omogoča dolgoročnega preživetja na radijskem trgu. Tudi v skupini z nekoliko večjim pokrivanjem (do 10 odstotkov) je slaba četrtnina programov povezana v mreže, vendar v tej skupini prevladujejo programi posebnega pomena, ki imajo možnost poleg oglaševalskih pridobiti tudi druga, predvsem javna finančna sredstva.





**Slika 10: Porazdelitev radijskih programov glede na delež pokritosti prebivalstva in zastopanost programov radijskih mrež v posameznih skupinah**

Med programi, povezanimi v mreže, tvorijo največjo skupino tisti, ki sodijo v mrežo Radio 1, s posebej velikim, skoraj 30-odstotnim deležem prav v skupini programov z najmanjšo pokritostjo. Ta skupina je, kot prikazano že zgoraj, najpogostejši vir pristopnikov v programske mreže. V njej najdemo predstavnike vseh trenutno delujočih mrež na radijskem trgu. Mreža Radio 1 je edina, ki je prisotna v vseh štirih kategorijah pokritosti. Mreža Radio Center in Radio Antena ji sledita do tretje kategorije. V najvišji kategoriji pa ji dela družbo neformalna mreža Radia Aktual, ki jo najdemo samo še v najnižji skupini.

## 2.8 Formati in vsebine radijskih programov

Ob vprašanjih, ki se tičejo tehničnih možnosti za dostopnost programskih vsebin, se je treba posvetiti tudi pomenu radijskih programov za politično kulturo in kulturno ustvarjalnost. Ob programih javne radiotelevizije, ki zagotavljajo širok spekter radijskih vsebin za različne segmente javnosti, komercialnih radijskih programih, ki se poskušajo kar najbolj približati splošnemu okusu poslušalcev in opravljajo nalogo hitrega informativnega servisa in posrednika popularne kulture, si posebno pozornost zaslužijo programi za specifične, ne nujno majhne javnosti, kot so katoliška ali študentska populacija, ter lokalni in regionalni radijski programi.

Katoliško poslušalstvo v Sloveniji že skoraj dve desetletji naslavlja Radio Ognjišče, ki pokriva dobršen del države in ima status nepridobitnega programa posebnega pomena. Tradicijo študentskih radiev, ki opravljajo tudi vlogo radia skupnosti, ki jih drugi radijski programi zanemarjajo, denimo priseljencev ali družbenih manjšin, gojita Radio Študent s sedežem v Ljubljani, ki je najstarejši študentski radio v Evropi, ter njegov mariborski vzporednik Radio MARŠ, ki deluje od leta 1990 (s prekinitvijo med 2000 in 2003).

Prebivalstvo posameznih lokalnih in regionalnih okolij nagovarja 17 programov s statusom lokalnega ali regionalnega programa posebnega pomena in številni lokalni programi brez statusa, vendar jih je med temi večina (zlasti tisti z manjšim pokrivanjem) vključena v programske mreže s poenotenim programom, lokalne vsebine pa zagotavljajo predvsem v obliki kratkih informativnih vsebin in lokalnega oglaševanja.

Podatki iz raziskav in radiometrije<sup>16</sup> že vrsto let kažejo, da so lokalne radijske vsebine med poslušalci zelo priljubljene. Kvalitativna raziskava je leta 2007<sup>17</sup> denimo pokazala, da poslušalci pozdravljajo lokalne vsebine tudi v splošnejših programih za širšo publiko, vendar je hkrati opozorila, da obstaja pri povezovanju lokalnih in regionalnih medijev v večje enote nevarnost odmika od zagotavljanja lokalnih vsebin. Iz novejših raziskav<sup>18</sup> je po drugi strani razvidno, da je poslušanost lokalnih radiev v primerjavi z ostalimi formati velika.

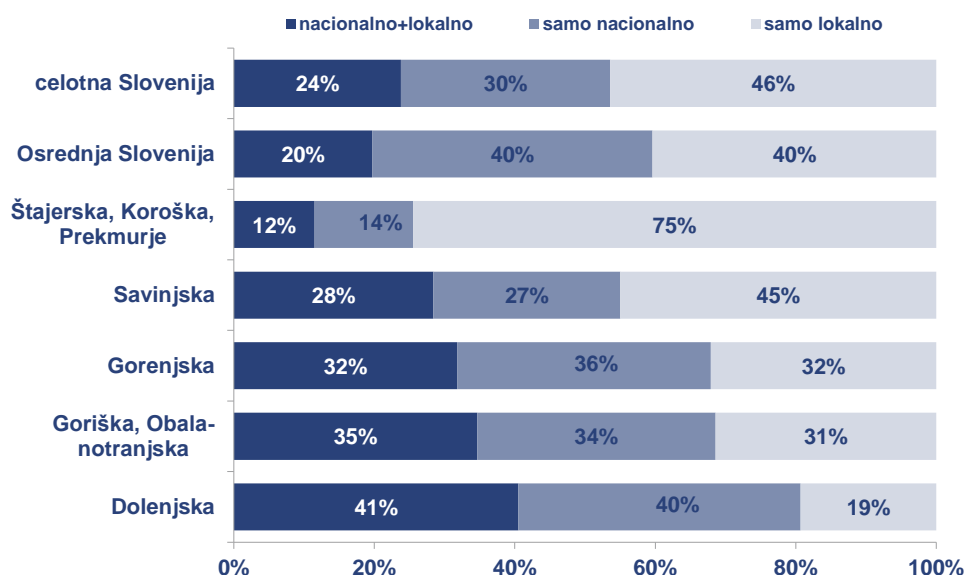
Na območju celotne Slovenije je namreč največ tistih, ki so pretekli dan poslušali lokalne radijske postaje (samo lokalne 46 %, lokalne in nacionalne pa 24 %). Samo nacionalne radijske postaje je poslušalo 30 odstotkov radijskih poslušalcev; nadpovprečen delež teh imajo Dolenjska, Gorenjska, Osrednja Slovenija, deloma tudi Goriška in Obala-Notranjska. Najmanj poslušalcev samo lokalnih radijskih postaj ima Dolenjska (19 %), kar lahko pojasnimo z dejstvom, da ta pokrajina nima več lokalnih radijskih postaj v pravem smislu te besede, saj so nekoč močne lokalne programe s statusom nadomestili programi neformalne mreže. V povezavi s podatki o zadovoljstvu poslušalstva s kakovostjo radijskih vsebin, pri katerih dolenjsko poslušalstvo izstopa po kritičnosti, bi lahko domnevali, da je k temu prispevala tudi izguba lokalnih radiev.

---

<sup>16</sup> Prim. GFK Slovenija 2007, Mediana 2007, Valicon 2013.

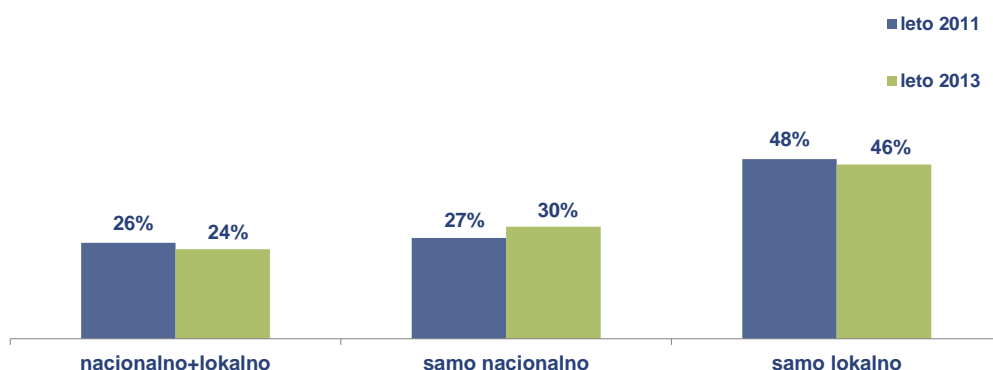
<sup>17</sup> GFK Slovenija 2007.

<sup>18</sup> Valicon 2013.



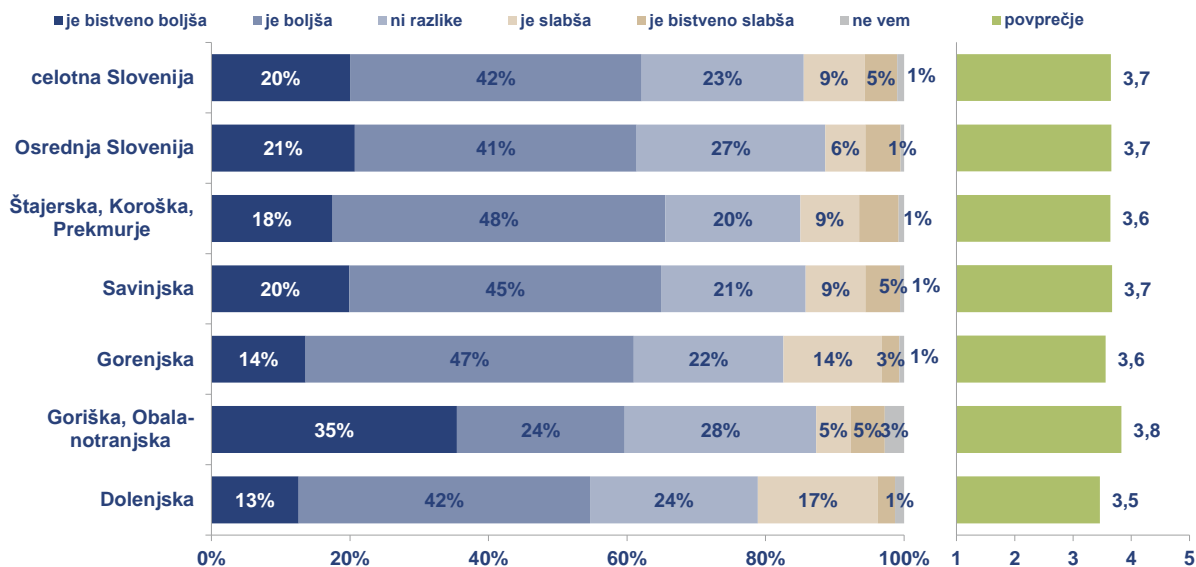
**Slika 11: Segmenti radijskih programov glede na poslušanost, vir: Valicon 2013b**

Na sliki 12 vidimo porazdelitev segmentov glede na poslušanost radijskih postaj po letih anketiranja. Med letom 2011 in 2013 je prišlo do manjših in nebitvenih razlik. Delež segmenta samo nacionalno se je v letu 2013 povečal za 3 odstotke, segmenta samo lokalno ter lokalno in nacionalno pa sta v letu 2013 upadla, vsak za 2 odstotka.



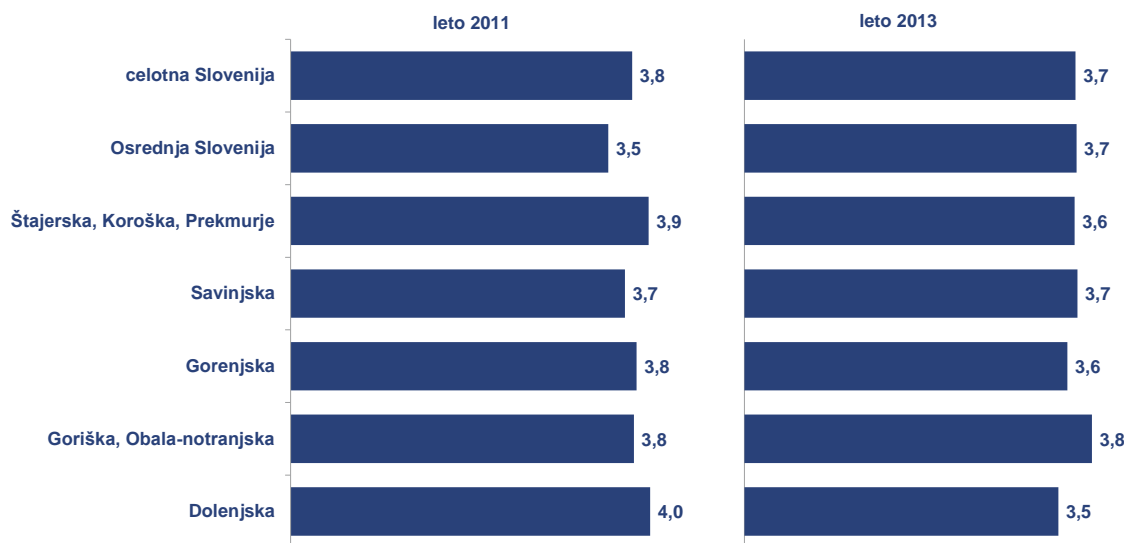
**Slika 12: Segmenti radijskih programov glede na poslušanost po letih anketiranja, Valicon 2013b**

Večina radijskih poslušalcev v Sloveniji sicer ocenjuje, da je danes kakovost radijskih vsebin boljša v primerjavi s stanjem pred nekaj leti. Na ravni celotne države znaša namreč seštevek odgovorov »kakovost je bistveno boljša« ter »je boljša« kar 62 odstotkov. Kot že omenjeno, je najmanj zadovoljno radijsko občinstvo na Dolenjskem (povprečna ocena na lestvici od 1, ki pomeni »danes je kakovost bistveno slabša«, do 5, ki pomeni »danes je kvaliteta bistveno boljša«, znaša 3,5). Najmanj nezadovoljno je radijsko občinstvo na Goriškem ter na Obali z Notranjsko (povprečna ocena 3,8).



**Slika 13: Ocena kakovosti radijskih vsebin po presoji poslušalcev, Valicon 2013b**

V primerjavi z letom 2011 anketiranci iz Dolenjske, Gorenjske, Štajerske, Koroške in Prekmurja ocenjujejo, da je kvaliteta radijskih vsebin v letu 2013 padla.



**Slika 14: Ocena kakovosti radijskih vsebin po presoji poslušalcev glede na leto anketiranja, Valicon 2013b**

Temelj za uresničevanje javnega interesa na področju radijskih in televizijskih programov je javna radiotelevizija, vendar pri tem, kot vidimo, ni edini akter. Na to kaže tudi zdajšnji način dodeljevanja finančnih podpor iz proračunskih sredstev za medije, ki so v določenem obsegu namenjena radijskim in televizijskim programom posebnega pomena. Država s tem – čeprav brez jasno začrtane strategije – ohranja stališče, da ni zgolj RTV Slovenija tista, ki deluje v javnem interesu, temveč da javnemu interesu služijo tudi drugi mediji. Takšnim podeljuje poseben položaj – status programa posebnega pomena (regionalni, lokalni, študentski, nepridobitni program), ki jim omogoča drugačne okvire delovanja, kot to velja za komercialne medije, in podporo, ki ni le deklarativna, temveč tudi finančna.

Pri zdajšnjem načinu dodeljevanja statusov posebnega pomena, ki programom s statusom poleg možnosti kandidiranja za pridobitev državnih finančnih podpor omogoča tudi neodplačno koriščenje storitev operaterjev tehnične infrastrukture za razširjanje programskih vsebin, se kaže nekaj pomanjkljivosti, ki bi jih kazalo odpraviti. Pomanjkljivosti izhajajo predvsem iz umanjkanja jasne predstave, katere cilje želimo na tem področju doseči in posledično zelo ohlapnih zakonskih definicij in kriterijev za programe posebnega pomena. Ti po eni strani ne predstavljajo visokega kakovostnega praga za pridobitev katerega od statusov programa posebnega pomena, saj bi po vsebinski plati pogoje za status izpolnil tudi marsikateri komercialni program. Po drugi strani pa se zaradi spreminjanja razmer na trgu manjšata sposobnost in pripravljenost radijskih programov za izpolnjevanje nevsebinskih kriterijev, denimo zahteve po obveznem številu zaposlenih za nedoločen čas s polnim delovnim časom (3 za lokalne in 6 za regionalne programe posebnega pomena).

Sklepamo torej lahko, da je za doseganje večje učinkovitosti pri uresničevanju javnega interesa v lokalnih oziroma regionalnih okoljih ter specifičnih skupnostih nujna redefinicija statusa programa posebnega pomena. Kot ena izmed možnosti se nakazuje oblikovanje regionalnih radijskih programov, ki bi omogočili kakovostno informiranje, dopolnjujoče javni zavod RTV Slovenija. Možna rešitev je tudi uveljavitev modela večletnega financiranja, s katerim bi se programom z vsebinami, ki so deficitarne, a z vidika ohranjanja slovenske radijske in splošne kulture nujne, zagotovilo preživetje na trgu, spodbujala bi se raznovrstnost in izvajala korekcija trga v javnem interesu. Ureditev na temelju koncesij je bila predlagana v noveli zakona, ki ureja medije 2011, ki sicer ni prestala prvega branja v parlamentu, ponudila pa je nekaj rešitev, ki bi jih bilo morda mogoče uveljaviti v prihodnjih posodobitvah zakona (poleg celovite ureditve položaja programov posebnega pomena denimo še opredelitev nišnih oziroma specializiranih programov, za katere bi veljale nižje programske zahteve). Te rešitve, vključno z oblikovanjem pokrajinskih radijev, je podprl tudi Svet za radiodifuzijo v svojih predlogih Državnemu zboru iz leta 2011.<sup>19</sup>

Program	Imetnik	Vrsta
Radio Ognjišče	RADIO OGNJIŠČE d.o.o. Koper	Nepridobitni PPP
Radio Gorenc	RADIO GORENC d.o.o.	Lokalni in nepridobitni PPP
Radio Triglav	RADIO TRIGLAV JESENICE, D.O.O.	Lokalni PPP
Radio Velenje	NAŠ ČAS, d.o.o.	Lokalni PPP
Radio Sora	RADIO SORA, d.o.o.	Lokalni PPP
Radio Robin	RADIO ROBIN d.o.o.	Lokalni PPP
Radio Univox	UNIVOX d.o.o.	Lokalni PPP
Radio Odmev	RADIO CERKNO d.o.o.	Lokalni PPP
Alpski val	RADIO KOBARID d.o.o.	Lokalni PPP
Radio Študent	Zavod RŠ	Študentski PPP

---

<sup>19</sup> Svet za radiodifuzijo, 2011.

Radio Kum	Radio Kum Trbovlje, d.o.o.	Regionalni PPP
Radio Celje	NT&RC d.o.o. Celje	Regionalni PPP
Radio Murski val	RADIO MURSKI VAL, d.o.o.	Regionalni PPP
Radio Štajerski val	RADIO ŠTAJERSKI VAL d.o.o.	Regionalni PPP
Koroški radio	KOROŠKI RADIO d.o.o. Slovenj Gradec	Regionalni PPP
RADIO KRANJ - GORENJSKI MEGASRČEK	RADIO KRANJ, d.o.o.	Regionalni PPP
Radio Slovenske gorice	RADIO SLOVENSKE GORICE d.o.o.	Regionalni PPP
Radio Ptuj	RADIO TEDNIK Ptuj d.o.o.	Regionalni PPP
Primorski val	Programska mreža Radia Cerklje in Radia Kobarid	Regionalni PPP
RADIO SLOVENIJA, tretji program - PROGRAM ARS /ARS/	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
RADIO SLOVENIJA, prvi program - PROGRAM A1 /A1/	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
RADIO SLOVENIJA, drugi program - PROGRAM VAL 202 /VAL 202/	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
Radio Slovenia International/Radio SI	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
Radio Maribor	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
RADIO KOPER /RADIO KP/	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
Radio Capodistria	RTV SLOVENIJA	Program javne TV
Pomurski madžarski radio - Muravidéki magyar rádió	RTV SLOVENIJA	Program javne TV

Tabela 3: Radijski programi v javnem interesu po vrstah

### 3 Poslušanost radijskih programov in preference poslušalcev

#### 3.1 Poslušanost radijskih programov po regijah in nacionalno

Z že omenjeno raziskavo, ki jo je izvedlo podjetje Valicon, d.o.o.<sup>20</sup>, je agencija pridobila podatke o dosegu posameznih radijskih postaj na ravni celotne Slovenije in po posameznih regijah, analizo trendov poslušanosti radijskih postaj od leta 2006 do 2012 in demografski opis poslušalcev posameznih radijskih postaj. Podatki so bili pridobljeni s terensko anketo v okviru Nacionalne raziskave branosti (NRB), ki se na izvaja vsak dan. Vzorec je v letu 2012 zajel 5.331 anketirancev, starih od 15 do 75 let, z območja celotne Republike Slovenije.

Rezultati raziskave kažejo, da radio v Sloveniji ostaja priljubljen in poslušan medij. Leta 2012 je bilo v Sloveniji 71 odstotkov dnevnih poslušalcev radijskih postaj, to je po oceni okoli 1.145.000 poslušalcev, starih od 15 do 75 let. Na tedenski ravni je teh poslušalcev še nekoliko več – 82 odstotkov oziroma 1.320.000. Od leta 2006 do 2012 se je delež dnevnih poslušalcev zvišal za 4 odstotke, delež tedenskih poslušalcev pa za 9 odstotkov.

V letih od 2006 do 2010 je bil v Sloveniji najbolj poslušan radio Val 202. Leta 2011 se mu je pridružil in ga leta 2012 prehitel Radio 1 z 12 odstotkov dnevnih poslušalcev, kar je ocenjeno na 195.000 oseb v starosti od 15 do 75 let. Na tedenski ravni je še vedno najbolj poslušan Val 202 z 20 odstotkov tedenskih poslušalcev, vendar Radio 1 za njim zaostaja le odstotno točko.

Delež dnevnih poslušalcev, ki poslušajo izključno radijske postaje z nacionalno pokritostjo, se povečuje (iz 17 % v letu 2006 na 24 % v letu 2012); k temu je gotovo prispevala večja ponudba programov, ki nagovarjajo nacionalno publiko. Delež tistih, ki so dnevni poslušalci izključno lokalnih radijskih postaj, se skozi čas manj spreminja (v letih od 2009 do 2012 znaša 36 %). Med radijskimi programi, ki so se nekoliko razširili izven izvirnega lokalnega območja delovanja, sta najbolj poslušana Radio City in Radio Antena. Najboljše rezultate med tistimi s statusom lokalnega ali regionalnega programa posebnega pomena dosežeta Murski val in Radio Ptuj, ki v deseterici najbolj poslušanih zasedata deveto in deseto mesto. Med izključno nacionalnimi radijskimi postajami prvo mesto pripada radijski postaji Radio 1, sledi ji Val 202, pri čemer je med poslušalci, ki poslušajo izključno komercialne radijske postaje, najbolj poslušan Radio 1, med poslušalci izključno javnih radijskih postaj pa Val 202, ki je najbolj poslušan tudi med poslušalci, ki dnevno posegajo tako po komercialnih kot javnih radijskih programih.

Velikost radijskega občinstva je po regijah<sup>21</sup> različna. V 2012 ima najvišji delež dnevnega radijskega občinstva Dolenjska (85 %), najnižji delež pa Osrednja Slovenija (63 %). Dolenjska ima tudi na tedenski ravni najvišji delež radijskega občinstva (97 %), najnižji delež tedenskega radijskega občinstva pa imata Obalno-notranjska regija (75 %) ter Savinjska (76 %).

---

<sup>20</sup> Valicon 2013a, Valicon 2013b.

<sup>21</sup> Regije se v tem primeru nanašajo na razdelitev, ki jo za potrebe izvajanja Nacionalne raziskave branosti (NRB) uporablja Valicon (2013a, 13): Osrednja Slovenija, Štajerska-Koroška, Savinjska, Gorenjska, Goriška, Obala-Notranjska, Dolenjska, Prekmurje.

Na dnevni ravni je bil v letih od 2006 do vključno 2011 najbolj poslušana radijska postaja v Osrednji Sloveniji Val 202. Leta 2012 to vlogo prevzame Radio 1 (16 %), sledi mu Val 202 (11 %), na tretjem mestu pa sta skupaj Prvi program Radia Slovenija in Radio Antena (7 %).

Za Štajersko-Koroško regijo in Prekmurje je značilna nadpovprečno visoka poslušanost lokalnih radijskih postaj. Na Štajerskem in Koroškem je na dnevni ravni v vseh sedmih letih (od 2006 do 2012), najbolj poslušana radijska postaja Radio City (v letu 2012 20 %). V letu 2012 mu sledijo Radio Ptuj (11 %) ter Koroški radio in Radio Maribor (oba 9 %). V Prekmurju v sedmih letih prav tako ni prišlo do bistvenih sprememb. Najbolj poslušana radijska postaja na dnevni ravni je Murski val (43 %), sledi mu Maxi – prleški val (21 %). V Savinjski regiji je v zadnjih treh letih (od 2010 do 2012) na dnevni ravni trdno na prvem mestu Radio Antena (v letu 2012 15 %), v letu 2012 pa mu sledita Štajerski val ter Radio Rogla z enakim deležem dnevnih poslušalcev (10 %).

Na Gorenjskem je v letu 2012 na dnevni ravni na prvem mestu ponovno Val 202 (19 %), ki je to mesto zasedal že v letih 2006 in 2007. V letih 2008 in 2009 je imel to vlogo Radio Belvi, v letih 2010 in 2011 pa Radio 1. Na drugem mestu je v letu 2012 Radio Gorenc (16 %), sledita Radio 1 ter Radio Triglav (oba 13 %).

Na Goriškem je bila dnevno v letih 2006 in 2007 najbolj poslušana radijska postaja Val 202. Leta 2008 prvo mesto prevzame Radio Koper in ga obdrži vse od 2012, ko prvo mesto ponovno prevzame Val 202 (20 %). Tik za njim je Radio 1 (19 %), na tretjem mestu pa Radio Koper (16 %). Radio Koper je vodilna dneva radijska postaja v Obalno-notranjski regiji (25 %). S prvega mesta ga je le v letu 2011 izrinil Radio Capris, ki je v letu 2012 na drugem mestu (22 %).

V Dolenjski regiji sta si v letih od 2006 do 2010 prvo mesto delila Radio Sraka in Radio Krka. Leta 2011 se jima približa Radio 1, ki v letu 2012 z 28 % že prevzame vlogo najbolj poslušane dnevne radijske postaje v Dolenjski regiji. Sledita mu Radio Sraka (23 %) in Radio Krka (22 %).

### **3.2 Priljubljene vsebine in pričakovanja poslušalcev**

Pri analizi radijskega trga so povedne tudi vsebinske preference radijskih poslušalcev ter demografske značilnosti poslušalcev različnih vrst radijskih programov. Pomembno je vedeti, kaj želijo poslušalci slišati v radijskih programih ter ali želene vsebine slišijo v primernem obsegu in katere programske vsebine po njihovem manjkajo.

Valiconova raziskava<sup>22</sup> je pokazala, da razmeroma velik del nacionalnega radijskega občinstva (62 %) meni, da je kvaliteta radijskih vsebin v primerjavi s tisto, ki so jo radii ponujali pred nekaj leti, danes boljša, vendar, kot smo videli pri obravnavi radijskih formatov in vsebin (razdelek 2.8.), so poslušalci v določenih regijah bolj zadovoljni (npr. Goriška, Obala-Notranjska) kot v drugih (npr. Dolenjska).

---

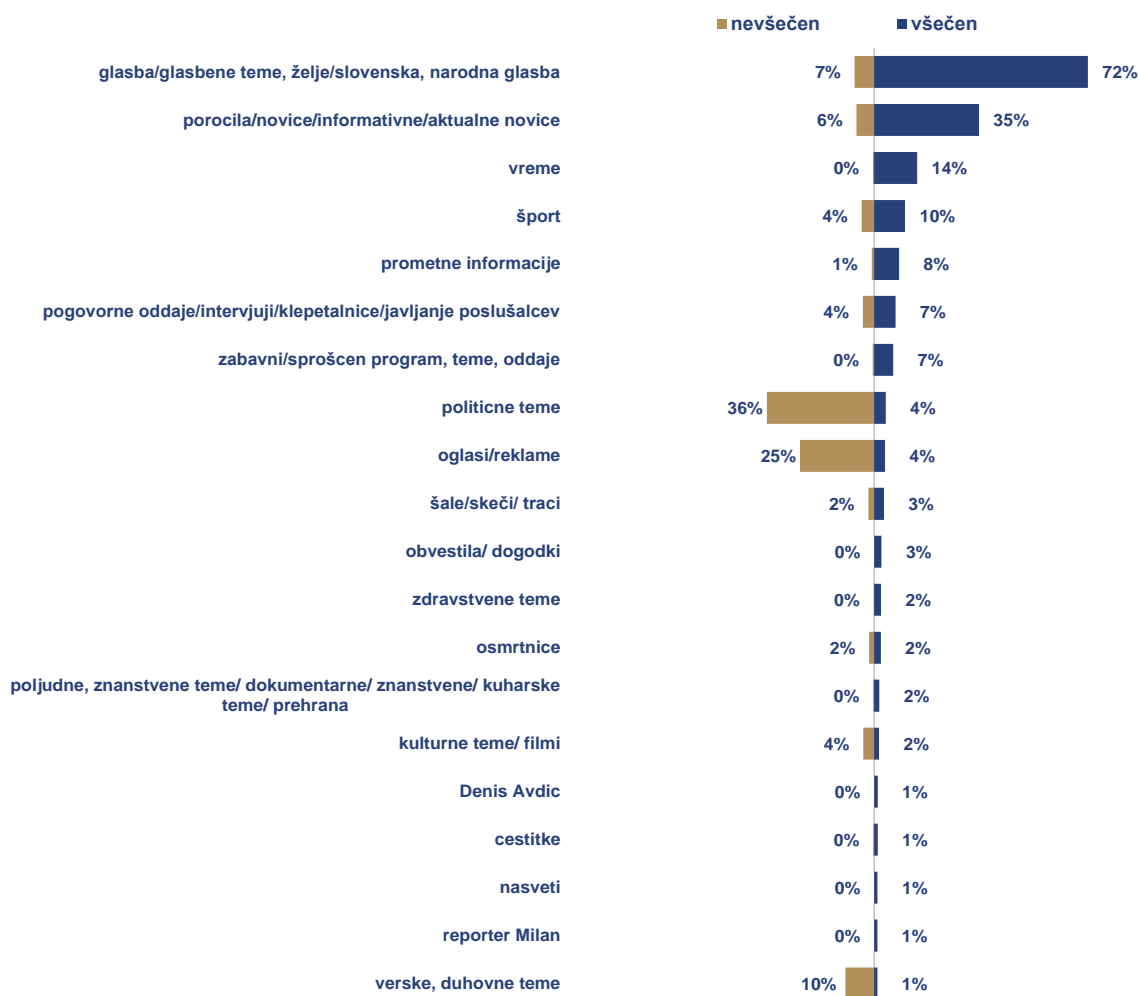
<sup>22</sup> Valicon 2013, 23-25.



Med najbolj všečne radijske vsebine sodijo glasba in glasbene vsebine (to navede 72 % radijskega občinstva). Sledijo poročila in aktualne novice (35 %). Med nevšečne radijske vsebine poslušalci razvrščajo v večji meri politične teme (36 %) in oglase (25 %).

V raziskavi<sup>23</sup> so bile zaznane razlike po starostnih skupinah in glede na format radijskega programa. Mladim so pričakovano najbolj všeč vsebine, povezane z glasbo in športom, ne marajo pa političnih tem, oglasov, verskih oziroma duhovnih oddaj in poročil. Starejšim so nasprotno v največji meri všeč poročila, novice in vreme, v manjši meri pa si želijo glasbenih vsebin, športa in prometnih informacij. Poslušalcem javnih radijskih programov najbolj prija informativne vsebine, najmanj pa oglasi.

Poslušalci na splošno od radijske postaje v največji meri pričakujejo raznosterost vsebin. Več kot dve tretjini vprašanih želi poslušati mešane vsebine. Najbolj priljubljene teme so glasba (trenutna popularna, stara popularna), kratke informativne oddaje in narodno-zabavna glasba.

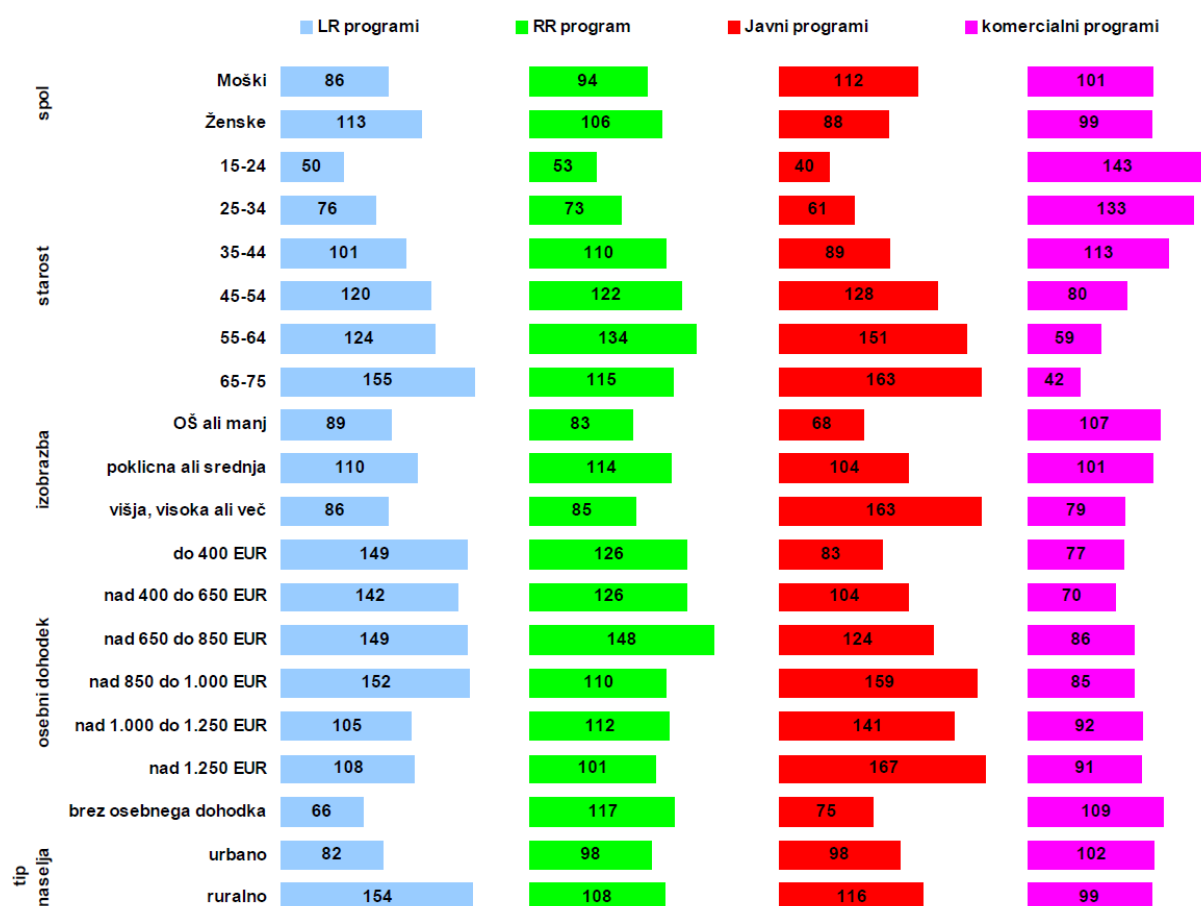


Slika 15: Všečnost radijskih vsebin na ravni celotne Slovenije, vir: Valicon 2013b

<sup>23</sup> Valicon 2013b, 3.

Tudi raziskava Mediane<sup>24</sup> je pokazala, da poslušalci radia izbrani medij v največji meri poslušajo zaradi glasbe. Med glasbenimi žanri prednjačita popularna in narodnozabavna glasba s približno enakim številom poslušalcev, tesno za njima pa rock, katerega poslušalstvo v zadnjih letih narašča. Med razlogi za poslušanje radia glasbi sledijo novice, prometne informacije in vreme. Podatki za obdobje od 2007 do 2011 ne kažejo statistično značilnih razlik glede priljubljenosti različnih vrst radijskih vsebin po posameznih letih.

Analiza podatkov, ki jih zbira Mediana<sup>25</sup>, je pokazala, da komercialne radijske programe nadpovprečno poslušajo mlajši poslušalci (v starosti od 15 in 34 let), javne programe RTV Slovenija pa starejši (45-75 let), višje izobraženi in premožnejši (oz. z višjimi osebnimi dohodki). Starejši del populacije je nadpovprečno zastopan tudi med poslušalci lokalnih radijskih programov, vendar imajo ti programi nadpovprečno veliko poslušalcev z nižjimi osebnimi dohodki in prebivalcev ruralnih območij. Profil poslušalcev regionalnih radijskih programov je podoben profilu poslušalcev lokalnih programov.



**Slika 16: Profili poslušalcev posameznih radijskih formatov, vir: Mediana 2011**

<sup>24</sup> Mediana 2011, 34-36.

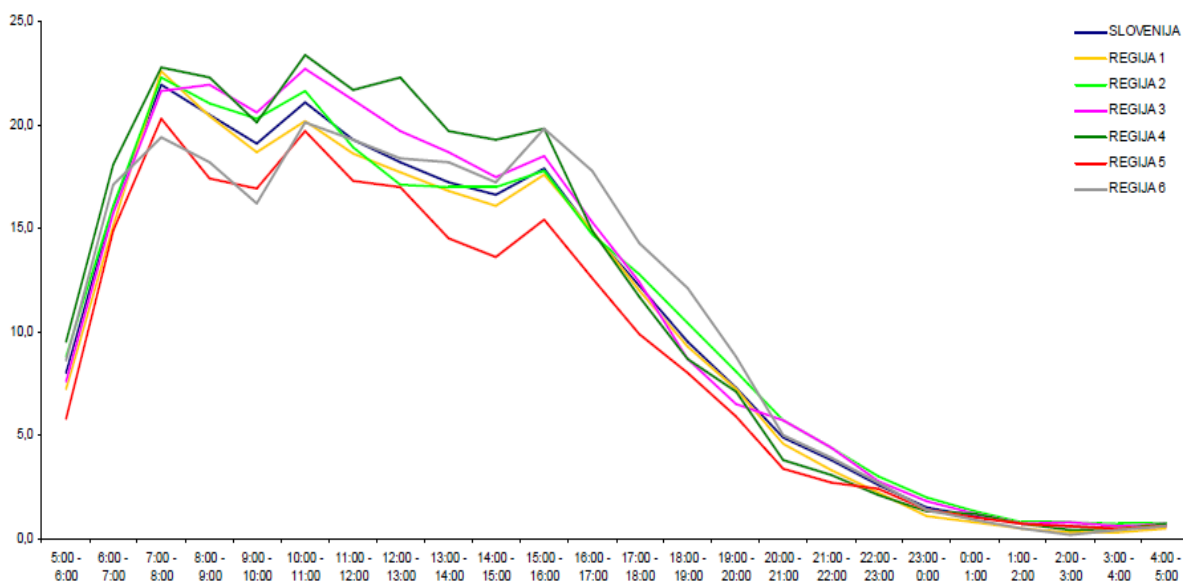
<sup>25</sup> Mediana 2011, 34.

### 3.3 Čas in način dostopanja do radijskih vsebin

Radijsko občinstvo po raziskavi Valicon<sup>26</sup> iz 2013 v povprečju posluša radio 3 ure na dan. Največ, kar 70 % občinstva, radio posluša v dopoldanskem času (od 06:00 do 12:00; največja poslušanost je med 10:00 in 11:00). Skozi dan se potem doseg zmanjšuje, 56 odstotkov občinstva radio posluša v popoldanskem času (od 12:00 do 18:00; največja poslušanost je med 12:00 in 13:00). V večernih urah je poslušalcev bistveno manj in sicer 17 odstotkov in ta delež ponoči pade na 8 odstotkov.

Nekaj več kot polovica občinstva posluša radio doma, nekaj manj kot 45 odstotkov v avtu in 21 odstotkov v službi. Doma radio nadpovprečno poslušajo delovno neaktivni ter starejši (51-75 let), v avtu in službi pa zaposleni. Večji del radijskega občinstva (93 odstotkov) radio posluša prek običajnih radijskih sprejemnikov in to na vseh omenjenih lokacijah (doma, v avtu, v službi). Skoraj 65 odstotkov radijskega občinstva radio posluša vse dni v tednu. Gledano po dnevih je poslušanost radia višja med tednom, nižja med vikendi.

Podobno je raziskava Mediane<sup>27</sup> konec 2011 pokazala, da krivulja poslušnosti radia čez dan že več let ostaja podobna, spreminjajo se le njeni posamezni vrhovi, ki izkazujejo izrazitejše razlike med poslušanjstjo radia v posameznih delih dneva. Določene razlike se kažejo tudi med posameznimi regijami, pri čemer vidimo, da radio na splošno najmanj poslušajo na Primorskem in največ na Gorenjskem, v večernih urah pa se radio najbolj posluša na Dolenjskem. V nočnih urah se radio povsod po Sloveniji posluša podobno malo. Najnižjo raven poslušanja doseže med drugo in tretjo uro.



Slika 17: Skupni radijski ratingi po regijah in za celo Slovenijo, vir: Mediana 2011

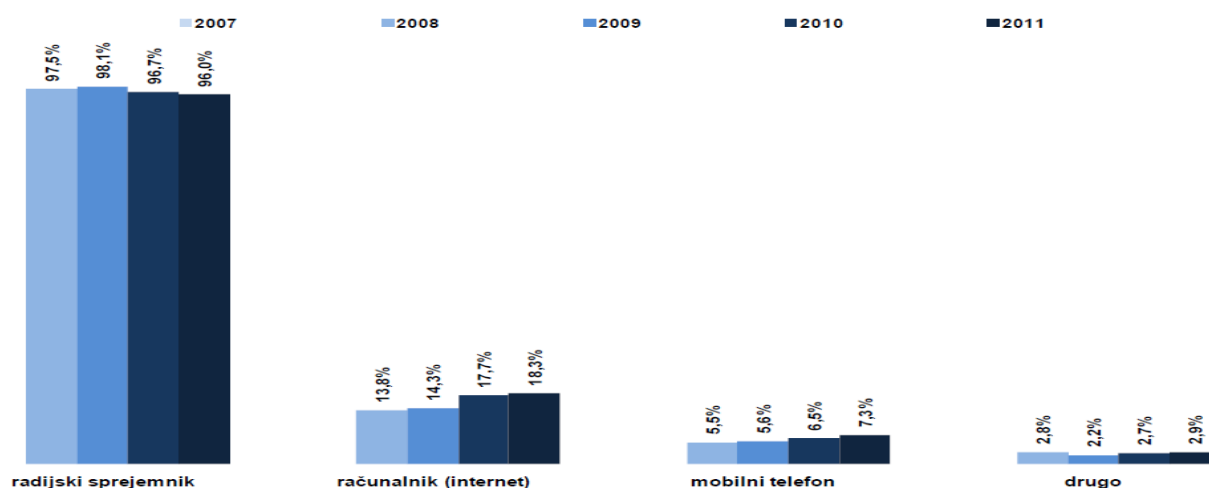
Legenda k sliki: regija 1: Ljubljana; regija 2: Maribor, Murska Sobota, Ravne na Koroškem; regija 3: Celje, Trbovlje; regija 4: Kranj; regija 5: Nova Gorica, Koper, Postojna; regija 6: Novo mesto, Krško.

<sup>26</sup> Valicon 2013b, 3.

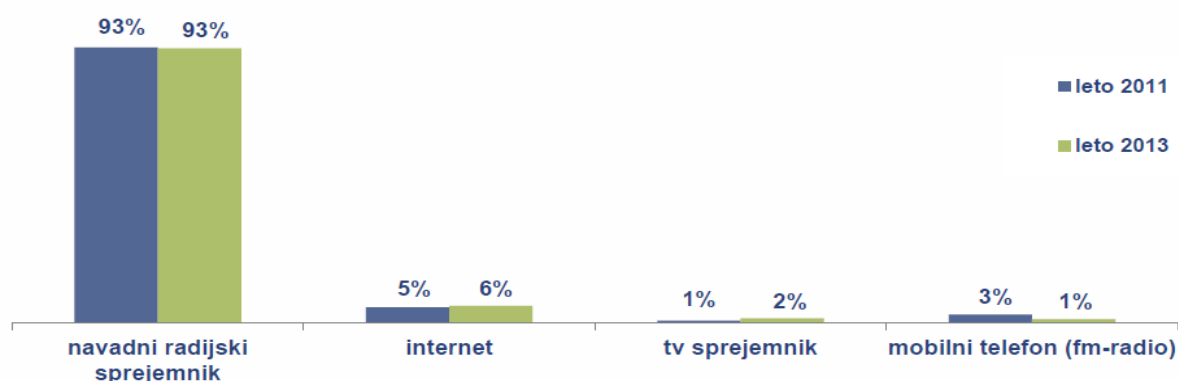
<sup>27</sup> Mediana 2011, 26.

Rezultati raziskave Mediane s konca 2011<sup>28</sup> so pokazali, da delež mlajših poslušalcev radia od leta 2007 nekoliko upada, delež starejših poslušalcev (v starosti 45 do 64 let) pa narašča, kar ustreza splošnim demografskim gibanjem. Ne glede na siceršnjo večjo razširjenost rabe interneta pri mlajših, se tudi starejše generacije digitalno opismenjujejo, kar se odraža tudi v naraščajočem spremljanju radia prek interneta. Po podatkih Mediane je leta 2007 internet na vsakodnevni ravni uporabljala skoraj polovica mladih v starosti od 15 do 24 let, štiri leta kasneje pa sta v tej starostni skupini internet vsakodnevno uporabljali že skoraj dve tretjini populacije. Med najstarejšimi (60 let in več) se je raba interneta od leta 2007 do leta 2011 več kot podvojila. Po podatkih merjenja obiskanosti slovenskih spletnih strani (MOSS)<sup>29</sup>, objavljenih konec januarja 2014, se je število slovenskih spletnih uporabnikov v decembru 2013 povečalo na 1.465.007. Primerjava z letom 2010 pokaže, da se je število uporabnikov interneta v treh letih povečalo za več kot 275.000.

Podatki Mediane izkazujejo značilno večji delež poslušanja radia na spletu kot podatki Valicon (gl. slike spodaj). Prvi namreč prikazuje delež poslušalcev, ki radio poslušajo tudi prek interneta, drugi pa delež tistih, ki radio največkrat poslušajo na tak način. Podatki Mediane so zato bližje podatkom Mossa, ki kažejo deleže tistih, ki spletni radio poslušajo vsaj enkrat na mesec.



Slika 18: Raba naprav za poslušanje radia od 2007-2011, vir: Mediana 2011

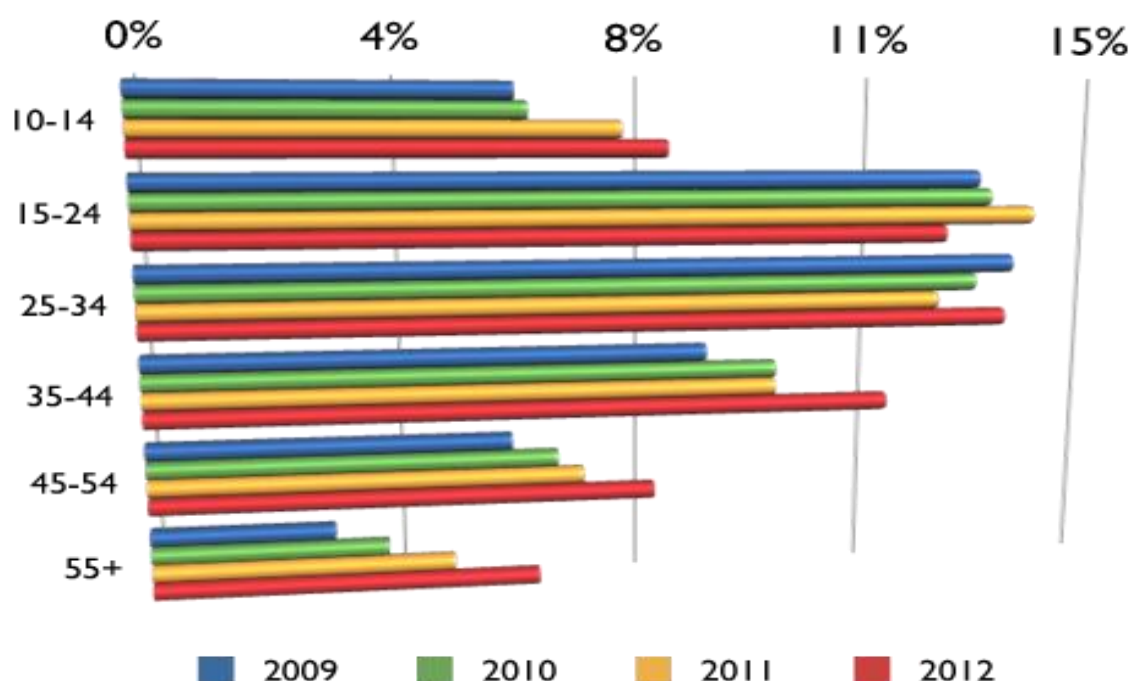


Slika 19: Raba naprav za poslušanje radia leta 2011 in 2013, vir: Valicon 2013b

<sup>28</sup> Mediana 2011, 27.

<sup>29</sup> Moss 2014.

Po podatkih MOSS<sup>30</sup> iz januarja 2013 več kot 770 tisoč slovenskih spletnih uporabnikov, v starosti od 10 do 75 let, ki so v novembru 2012 obiskali katerekoli v MOSS sodelujočo spletno stran, najmanj enkrat mesečno na spletu posluša radio ali glasbo. Uporaba spleta za ta namen se iz leta v leto povečuje, še posebej v starostnih skupinah od 10 do 14 let (v primerjavi z 2009 se je najmanj mesečna uporaba spleta za poslušanje glasbe in radia v tej starostni skupini povečala za 70 odstotkov), od 35 do 44 let (v primerjavi z 2009 več kot 60 odstotkov pripadnikov iz te starostne skupine najmanj mesečno uporablja splet za poslušanje glasbe ali radia), od 45 do 54 let (skoraj 70 odstotni porast najmanj mesečne uporabe spleta za poslušanje glasbe in radia) ter spletni uporabniki starejši od 55 let (kar 160 odstotkov več kot v 2009 jih najmanj mesečno posluša radio ali glasbo prek spleta). Največji delež med najmanj mesečnimi poslušalci radia ali glasbe prek spleta pa predstavljajo spletni uporabniki iz starostne skupine od 25 do 34 let; teh je kar 13 odstotkov.



**Slika 20: Namen in pogostost uporabe spleta: poslušanje radia ali glasbe najmanj mesečno po starostnih kategorijah, vir: MOSS 2013**

<sup>30</sup> MOSS 2013.

## 4 Pravna ureditev področja radia

Radijsko področje v Republiki Sloveniji urejajo Zakon o medijih (Ur. l. RS, št. 110/2006-UPB1, 36/2008-ZPOmK-1, 77/2010-ZSFJCA, 90/2010 Odl.US: U-I-95/09-14, Up-419/09-15, 87/2011-ZAvMS, 47/2012-Zmed-B), Zakon o elektronskih komunikacijah (Ur. l. RS, št. 109/2012 in 110/2013) ter na njuni podlagi sprejeti podzakonski akti.

Zakon o medijih ureja:

- postopek ustanovitve radijskega programa, vpisa v razvid medijev in pridobitve dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti,
- postopek pridobitve statusa radijskega programa posebnega pomena (lokalnega, regionalnega, študentskega in nepridobitnega) in podlage za sofinanciranje,
- programske zahteve in omejitve, med njimi tudi količino slovenske glasbe in količino lastne produkcije, ter radijsko oglaševanje in njegove omejitve,
- povezovanje v radijske programske mreže,
- razdelitev pristojnosti med organi,
- strokovno nadzorstvo nad izvajanjem obveznosti,
- razpon finančnih kazni za prekrške.

Zgoraj navedena področja so natančneje urejena z naslednjimi podzakonskimi akti:

- Splošni akt o dovoljenju za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti (Ur. l. RS, št. 95/2006 in 25/2007),
- Pravilnik o programih posebnega pomena (Ur. l. RS, št. 85/2002),
- Splošni akt o načinu ugotavljanja pokritosti prebivalstva na območju Republike Slovenije z analognimi prizemnimi radijskimi ali televizijskimi programi, ki se razširjajo po radijskih frekvencah za analogno radiodifuzijo (Ur. l. RS, št. 138/2006),
- Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Ur. l. RS, št. 77/2002),
- Metodologija nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev in radijskih programov (Ur. l. RS, št. 31/2012).

Zakon o elektronskih komunikacijah ureja uporabo radijskih frekvenc in postopek za izdajo odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc, ki jo je v primeru radiodifuzije mogoče izdati le na podlagi javnega razpisa, katerega postopek je natančno opredeljen v Zakonu o elektronskih komunikacijah, medtem ko so merila, ki se jih upošteva v postopku izbire med zainteresiranimi ponudniki, določena v 104. členu Zakona o medijih.

Iz zakona o elektronskih komunikacijah izhajajo še naslednji podzakonski akti, ki se deloma ali v celoti nanašajo na področje radia:

- Splošni akt o načrtu uporabe radijskih frekvenc (NURF-3) (Ur. l. RS, št. 91/2013),
- Splošni akt o omejitvah signalov analognih zvokovnih radiodifuznih radijskih postaj (Ur. l. RS, št. 44/2013),
- Splošni akt o razvrščanju programov digitalne radijske in televizijske distribucije (Ur. l. RS, št. 48/2013),
- Splošni akt o načinu izračuna plačil za uporabo radijskih frekvenc (Ur. l. RS, št. 30/2013 (33/2013 popr., 40/2013 popr.)),
- Splošni akt o uporabi sistema RDS (Ur. l. RS, št. 55/2004),
- Uredba o načrtu razporeditve radiofrekvenčnih pasov (Ur. l. RS, št. 69/2013).

## 5 Tehnične značilnosti in možnosti razvoja radia

Prizemna analogna zvokovna radiodifuzija, ki se razširja v t.i. FM-območju, je v Sloveniji in drugod po svetu v zreli razvojni fazi. Zadnja mednarodna konferenca, kjer so razdelili frekvenčni pas 87,5 MHz do 108,0 MHz in določili pravila mednarodnega usklajevanja glede zasedbe prostih radijskih frekvenc, je bila že dokaj odmaknjenega leta 1984 v Ženevi. Skoraj trideset let kasneje lahko ugotovimo, da je večina radijskih frekvenc iz tega pasa podeljenih, nove pa je zaradi izjeme zasedenosti spektra težko ali nemogoče mednarodno uskladiti. Redke izjeme so večinoma frekvence nizkih moči ter na nižjih nadmorskih in efektivnih višinah, ki pokrivajo manjša geografska območja in s tem radijskim postajam ne nudijo znatnega potenciala za razvoj, saj so primerne predvsem za dopolnjevanje pokrivanja ali za odpravljanje motenj v slišnosti na območjih, ki jih radii že pokrivajo.

Zaradi izčrpanosti oziroma zasedenosti radijskega spektra v frekvenčnem pasu FM v Sloveniji že več let ni bilo nobenega javnega razpisa za dodelitev radijskih frekvenc za zvokovno radiodifuzijo. Javni zavod RTV Slovenija je tudi v tem času v skladu z zakonskimi možnostmi, ki mu za programe v javnem interesu omogočajo pridobivanje frekvenc mimo javnega razpisa, pridobival posamezne manjše frekvence za izboljšanje slišnosti. Komerčni radijski programi te možnosti niso imeli, zato so tisti, ki so želeli povečati svoj doseg in so si to lahko privoščili, svojo slišnost povečevali z nakupi ali zakupi pravic do uporabe radijskih frekvenc in povezovanjem v mreže. Dostop do frekvenc prek nakupa ali najema radijskega programa je bil edina možnost tudi za vstop novih subjektov na trg, vendar je bil tak primer v zadnjih petih letih le eden in še ta omejenega trajanja. S frekvenco namreč novi imetnik prevzame tudi programske pogoje, ki so vezani nanjo. Ugodnost nakupa je tako močno odvisna od vsebine in narave programskih pogojev, ki jih mora upoštevati radijski program, saj za novega lastnika lahko predstavljajo oviro pri uresničevanju lastnih programskih ciljev in poslovne strategije.

39

Analogna zvokovna radiodifuzija ostaja kljub pojavu novih tehnologij priljubljen način razširjanja radijskih programov in dostopa do njih. Razmeroma nizka cena radijskih sprejemnikov ob razmeroma dobri kakovosti sprejema, ji omogoča globalno razširjenost. Veliko poslušalcev posluša radijske programe v avtomobilu, kjer je analogni radio zaradi specifičnih, deloma že zgoraj pojasnenih okoliščin, ki botrujejo počasnejši digitalizaciji radia, kot smo ji priča pri drugih medijih, kljub obstoječim naprednejšim tehnologijam še vedno zelo konkurenčen.

### 5.1 Posebnosti dodeljevanja in rabe radijskih frekvenc za analogni radio

Kot smo že zapisali na več mestih, vključno s predlogom strategije iz 2008<sup>31</sup>, je bila večina frekvenc na višinskih oddajnih točkah, ki omogočajo kakovostno pokrivanje večjih območij, oddana že leta 1993, torej še preden se je uveljavilo podeljevanje prek obveznih javnih razpisov, preostanek pa v naslednjih letih, ko je tedanji zakon za področje telekomunikacij zahteval objavo najmanj dveh javnih razpisov na leto. Okoli deset let so se frekvence

<sup>31</sup> APEK 2008.

razdeljevale prek vsebinsko povsem neusmerjenih javnih razpisov, tako da je bil vsakič ponujen obsežen nabor frekvenc, ki so omogočale bolj ali manj velika, nepovezana območja pokrivanja, dodeljevale pa so se posamično, po sistemu ena frekvenca enemu ponudniku, brez jasnih meril za izbiro najboljšega ponudnika. Če smo bolj natančni, lahko v ključnem obdobju, v katerem so se delile pravice do uporabe frekvenc, govorimo o odsotnosti kakršnekoli politike in o popolnem umanjkanju programskih pogojev in zahtev do izdajateljev. Mehanizem podeljevanja so poganjali tehnični kriteriji in ne potrebe javnosti po določenih formatih radijskih programov z ustreznimi pogoji za delovanje. Vsaka pridobljena, mednarodno usklajena frekvenca je šla na razpis in vedno je bilo dovolj interesentov.

V času, ko so vse pomembne analogne frekvence za radio že podeljene, a kljub temu ostajajo glavni način razširjanja radijskih programov, ki delujejo v Sloveniji, lahko sklenemo, da je slovenski radijski prostor neenakomerno razvit, kar se na splošno kaže tudi v številčnosti različnih radijskih programov, ki jih je moč poslušati v posameznih okoljih. Pogoji za njihovo delovanje so tako raznoliki, da jih je nemogoče strniti v homogene skupine. Opraviti imamo z mozaikom s sestavnimi deli različnih vrst in velikosti, brez reda razpršenimi po ozemlju države.

Glede na to, da je analogni del radiofrekvenčnega spektra izkoriščen do mere, ki ne omogoča možnosti za občutno večanje območij pokrivanja posameznih radijskih programov, in tudi ne vstopa novih prišlekov na radijski trg, tako ni nepričakovano, da so šli tržni procesi svojo pot in da se je pri radijskih programih prek lastniškega in programskega povezovanja vzpostavila komercialna ponudba radijskih vsebin, ki presega lokalne in regionalne okvire.

Zaradi izjemno liberalne ureditve možnosti prenosa radijskih frekvenc za radiodifuzijo se do sedaj še ni zgodilo, da bi se kak izdajatelj radijskega programa, ki je na javnem razpisu pridobil pravico do uporabe radijske frekvence, a je po določenem času prenehal z izvajanjem radijske dejavnosti, tej pravici odpovedal in frekvenco vrnil. V večini takšnih primerov je prišlo bodisi do prenosa dovoljenja za izvajanje radijske dejavnosti, na katero je vezana pravica do rabe frekvence, na drugega izdajatelja ali do prodaje pravne osebe izdajatelja, vključno z vsemi pripadajočimi pravicami, drugemu lastniku. Iz nekaterih radijskih programov, ki se razširjajo prek odličnih frekvenc in so se tradicionalno opredeljevali za lokalne nekomercialne programe, so v zadnjih letih nastali povsem komercialni radijski programi, v nekaj primerih deli registriranih programskih mrež, v drugih vključeni v neformalne povezave.

Programsko povezovanje je sicer lahko do neke mere dobrodošlo, zlasti v kolikor se prek njega izvaja določena konsolidacija nekoč izjemno razdrobljenega radijskega trga. Izdajatelji s takšnim povezovanjem presegajo dolgoletno prakso neusmerjenega in razpršenega dodeljevanja frekvenc in si poskušajo z večanjem pokritosti slovenskega ozemlja izboljšati položaj na trgu. Vendar pa od trgovanja s frekvencami ne javnost ne država nimata nobenih koristi.

Dosedanji poskusi prenove zakonodaje, ki so šli v smeri preprečevanja preprodaje radijskih frekvenc, niso bili uspešni. Med drugim se je razmišljalo tudi o odpravi brezplačnega podeljevanja frekvenc prek uvedbe obveznega enkratnega nadomestila, ki bi ga komercialne radijske postaje plačale ob pridobitvi frekvence, ter o nadomestilu, ki bi ga plačale ob prenosu pravice do frekvence na drugega izdajatelja. Smiselno bi bilo, če bi se v primeru takšne rešitve po drugi strani določen del spektra rezerviral za doseganje raznolikosti, ki je



zdaj skorajda ni več, te frekvence, namenjene programom v javnem interesu, pa bi bile izvzete iz obveznosti plačila enkratnega nadomestila. Takšno rešitev je podprl tudi Svet za radiodifuzijo,<sup>32</sup> ki se je v svojih predlogih poleg tega zavzel za odvzem dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti sistematičnim kršiteljem medijske zakonodaje in pogojev iz dovoljenj. Glede na nedavno prenovu zakona, ki ureja elektronske komunikacije, rešitev v smeri uvedbe plačljivega pridobivanja analogni frekvenc za komercialne programe sicer ni verjetna. Zaradi zasedenosti radijskega spektra za analogni radio in že dokajšnje konsolidiranosti radijskega trga bi imela le omejene učinke.

Pred zakonodajalcem in ustanovami, ki sodelujejo pri regulaciji področja radia in televizije, kljub temu še naprej ostaja izziv vzpostavitve ustreznih mehanizmov regulacije programskega povezovanja. Zdajšnje pogoje združevanja programov je v praksi mogoče uporabiti tako, da se namesto programskih mrež različnih programov, ki delujejo vsak na svojem območju in v določenem delu dneva še vedno posredujejo lasten (lokalen) program, tvorijo novi programi, ki so le na papirju programska mreža, imajo več vpisov v razvid medijev, komplicirano programsko strukturo in zapletene odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc, v resnici pa na vseh frekvencah, ki jih mreža uporablja – tudi na tistih, katerih območja se v pomembnem delu prekrivajo – predvajajo enak program, se na trgu predstavljajo kot enotna blagovna znamka in samo formalno izpolnjujejo pogoje glede delovanja v mreži.

Pri zdajšnji ureditvi programskih mrež gre tako po eni strani za uzakonjeno zlorabo instituta javnega razpisa, ki povzroča ne najbolj racionalno rabo že tako precej omejenih radiofrekvenčnih virov, po drugi strani pa za neizogibno posledico odsotnosti vizije pri razdelitvi radijskega spektra in ustrezne ureditve razmerij na radijskem trgu.

---

41

Svet za radiodifuzijo<sup>33</sup> je v svojih predlogih Državnemu zboru predlagal legalizacijo zatečenega stanja, in sicer tako da bi z ustreznimi pravnimi podlagami in postopki t.i. navideznim programskim mrežam dopustili preobrazbo v enotne radijske programe, pri čemer bi imeli programski izdajatelji možnost, da se odločijo za popolno zlitje v nov program ali za izstop iz skupnega programa in nadaljevanje dejavnosti v okviru programskih pogojev pred vključitvijo v mrežo. Ker so nekatera območja, na katerih delujejo radijske mreže, po večkrat prekrite s signali, ki sicer prihajajo iz oddajnikov formalno različnih programov, a v večjem delu dneva prenašajo program mreže, bi pri preoblikovanju mreže v enoten program prišlo tudi do racionalizacije rabe radijskih frekvenc.

---

<sup>32</sup> Svet za radiodifuzijo, 2011: Ocena stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja.

<sup>33</sup> Prav tam.

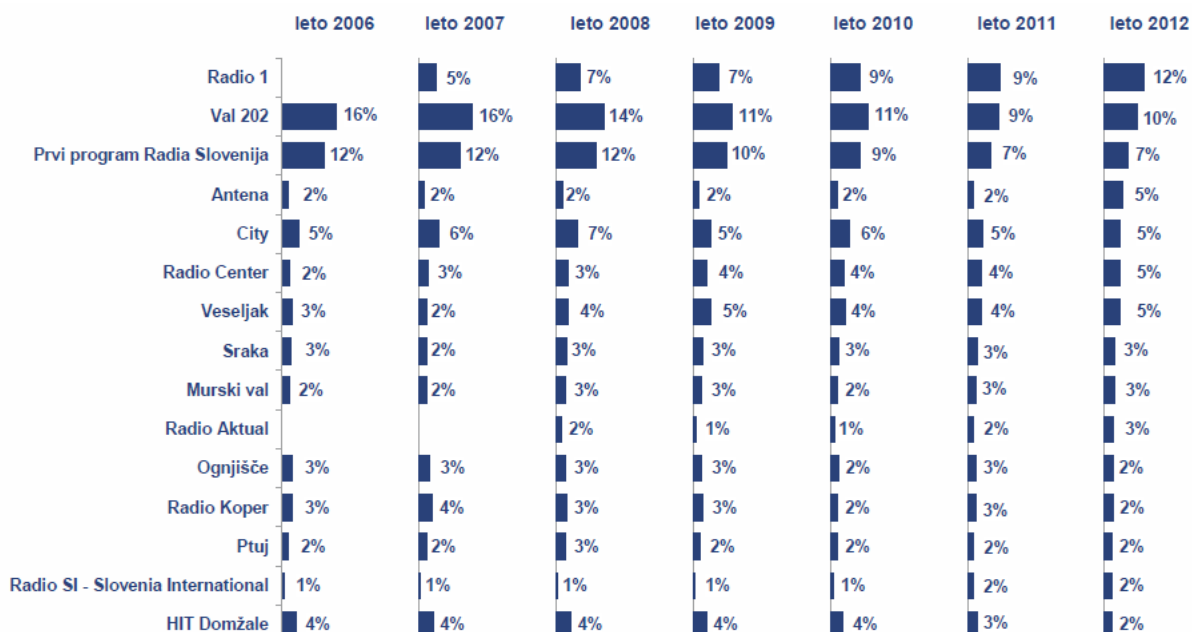
## 5.2 Slišnost največjih in najbolj poslušanih radijskih programov

Slike na naslednjih straneh prikazujejo območja pokrivanja radijskih programov in radijskih programskih mrež, ki so bili po Valiconovi raziskavi<sup>34</sup> v letu 2012 med najbolj poslušanimi radijskimi programi v Sloveniji.

Poudariti je treba, da smo prikazali le območja zajamčene slišnosti v skladu s standardi Mednarodne telekomunikacijske zveze<sup>35</sup>, kar pomeni, da slike ne kažejo dejanske slišnosti, ki je z določeno mero prizanesljivosti glede kakovosti in ob ugodnih pogojih lahko bistveno večja.

Med petnajstimi izbranimi programi je pet takih, ki jih uvrščamo med formalne ali neformalne programske mreže, dva sta nacionalna programa javne radiotelevizije, dva sta programa regionalnih centrov RTV Slovenija (v Kopru in Mariboru), eden je versko obarvan program, dva sta izvirno lokalna komercialna radia, ki sta se razširila še na nekaj drugih območjih, kjer nimata večje poslušanosti, trije pa so bolj lokalno oziroma regionalno opredeljeni (pri čemer sta dva programa posebnega pomena, tretji pa s specifično glasbeno usmeritvijo deloma tudi žanrski program).

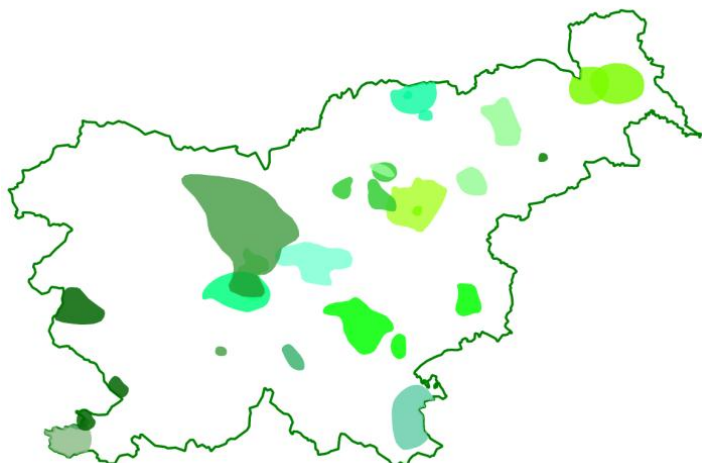
Pri programskih mrežah so območja pokrivanja posameznih radijskih programov iz mreže označena z različnimi odtenki uporabljene barve. Slike smo razvrstili od najbolj do najmanj poslušanega radia med petnajstimi izbranimi, tako da ustrezajo mestom na Valiconovi lestvici poslušanosti (gl. sliko spodaj).



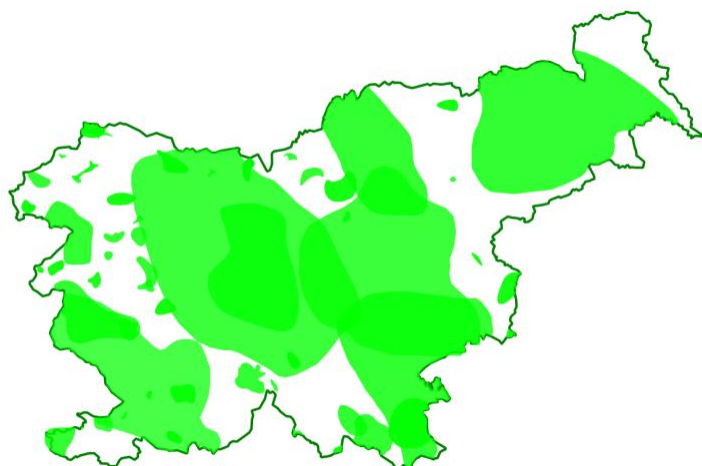
Slika 21: Dnevni doseg radijskih programov – trend po letih od 2006 do 2012, Valicon 2013a

<sup>34</sup> Valicon 2013a, 16-17; podatki iz Nacionalne raziskave branosti (NRB).

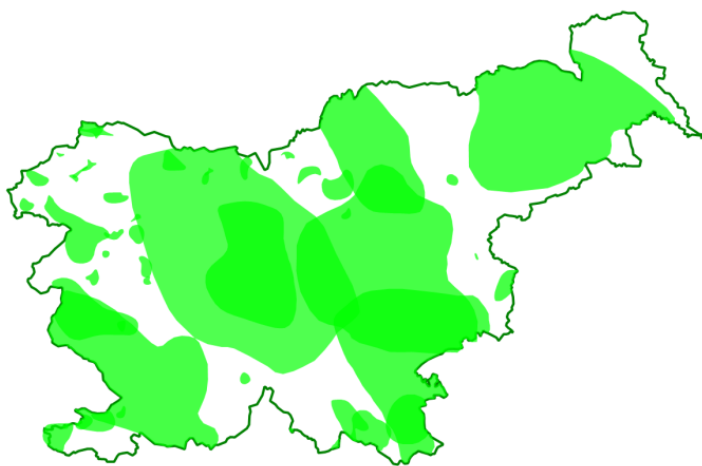
<sup>35</sup> ITU 1984; 1998.



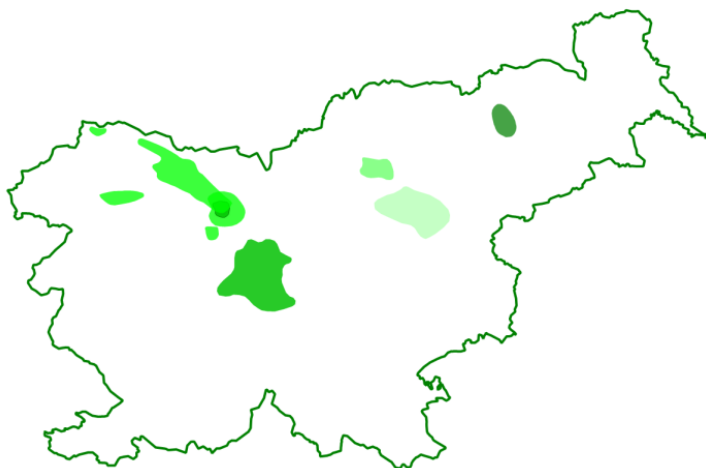
Slika 22: Mreža Radio 1



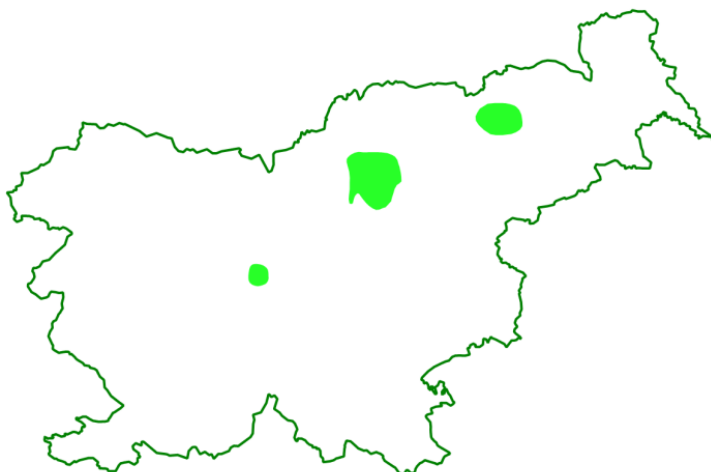
Slika 23: Val 202



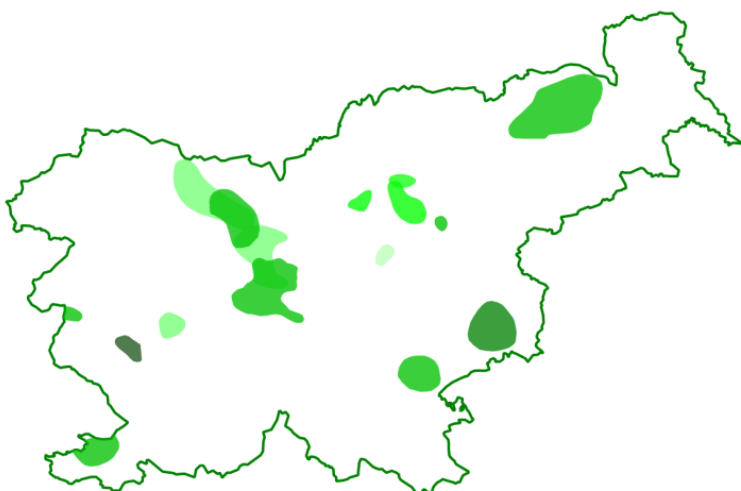
Slika 24: RADIO SLOVENIJA, prvi program - PROGRAM A1 /A1/



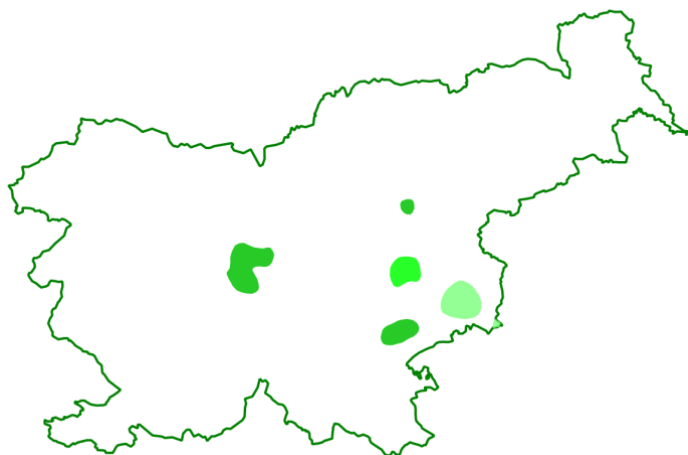
Slika 25: Mreža Radio Antena



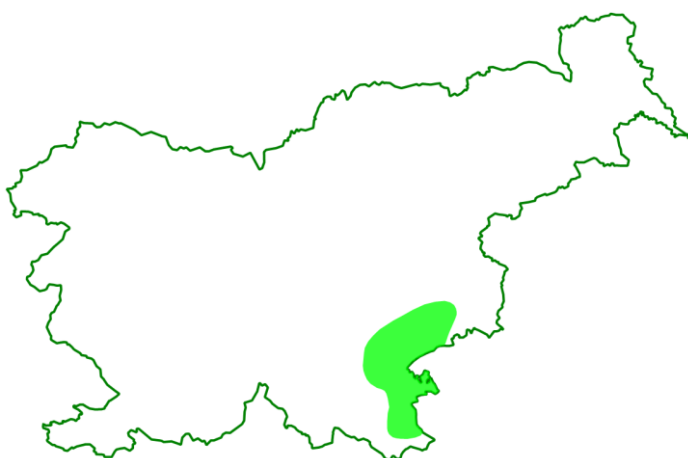
Slika 26: Radio City



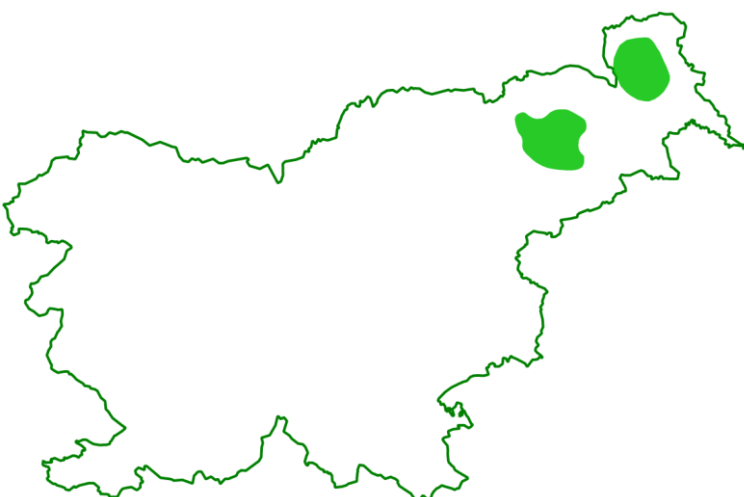
Slika 27: Mreža Radio Center



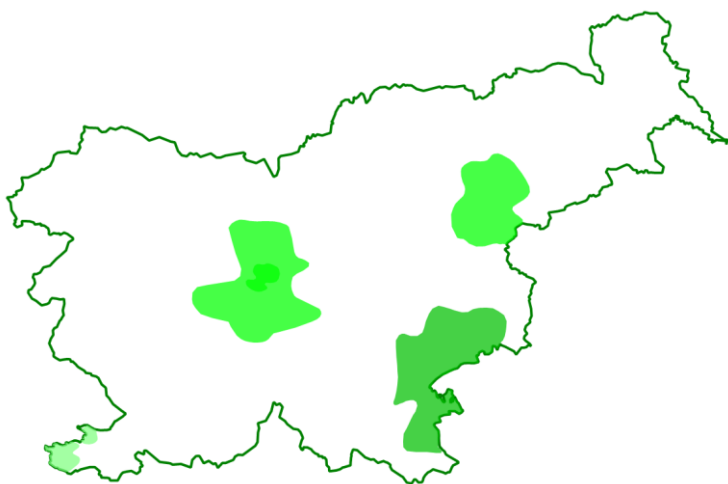
Slika 28: Radio Veseljak



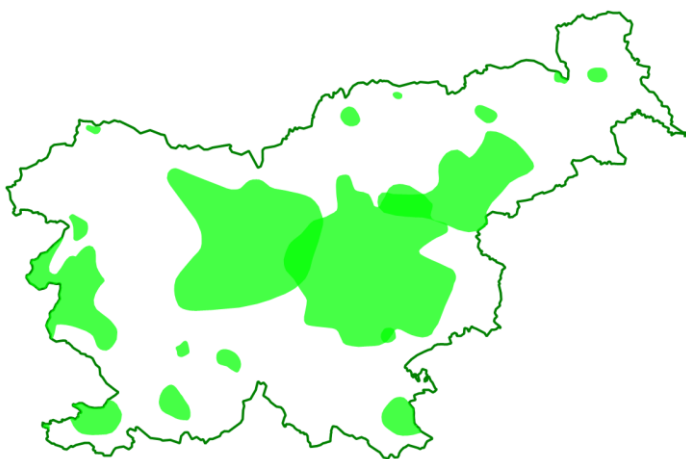
Slika 29: Radio Sraka



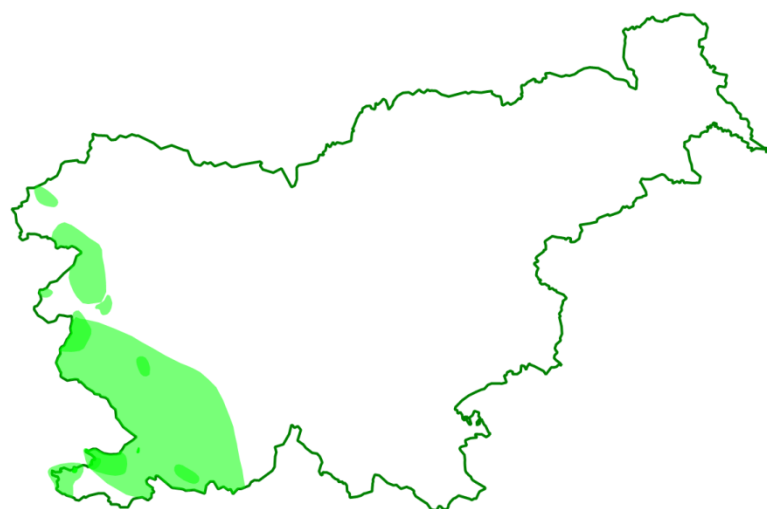
Slika 30: Radio Murski val



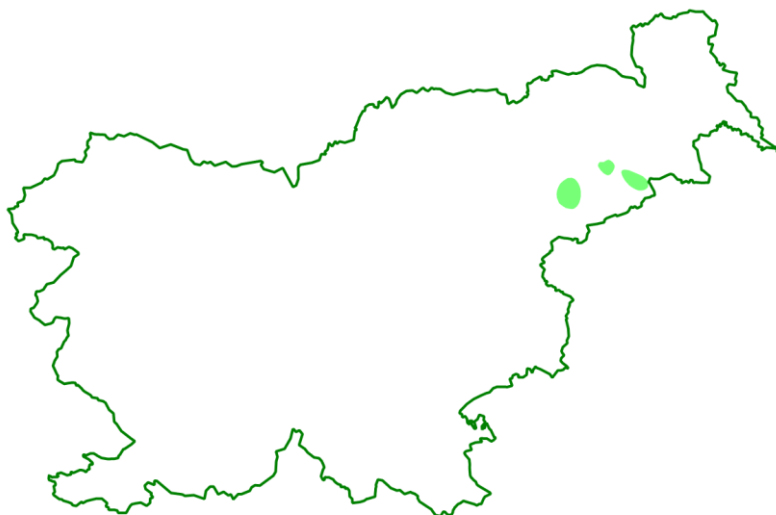
Slika 31: Skupina Radio Aktual



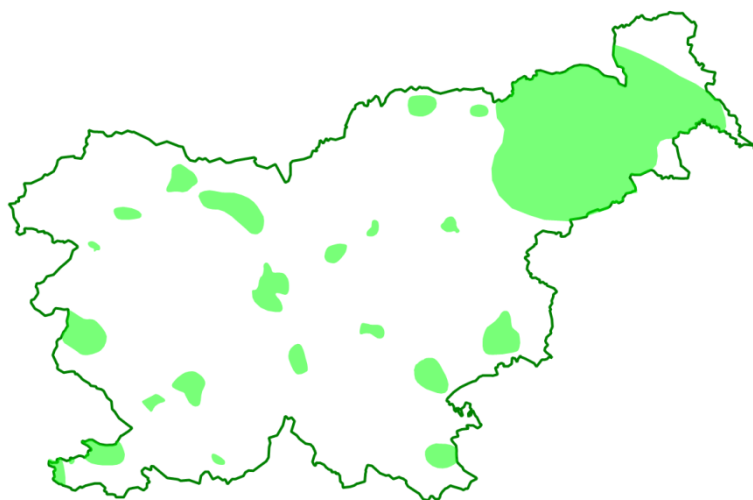
Slika 32: Radio Ognjišče



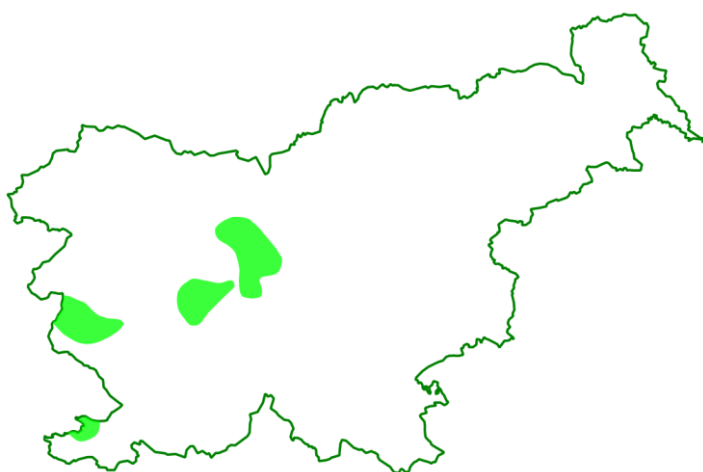
Slika 33: Radio Koper



Slika 34: Radio Ptuj



Slika 35: Radio Slovenia international /Radio Si/



Slika 36: Radio Hit

### 5.3 Kakovost sprejema radijskih programov zaradi motenj z italijanske strani

V bližini meje z Republiko Italijo se Republika Slovenija srečuje z velikimi težavami zaradi italijanskih mednarodno neusklajenih radijskih postaj, ki motijo sprejem slovenskih radijskih postaj. Italijanskim izdajateljem izdajajo dovoljenja za delovanje na nelegalnih frekvencah, torej tistih, ki ne pripadajo Republiki Italiji, sami italijanski organi, ki se pri tem sklicujejo na notranjo zakonodajo. Italija namreč v svoj pravni red ni vgradila vseh mednarodnih pogodb, ki urejajo rabo radiofrekvenčnega spektra. Uporablja ga v nasprotju z mednarodnimi sporazumi in določili Mednarodne telekomunikacijske zveze (ITU), čeprav je kot njena članica zavezana k spoštovanju vseh relevantnih predpisov.

Agencija za elektronska omrežja in storitve RS si v okviru svojih pristojnosti že vrsto let prizadeva za učinkovito in trajno rešitev težav ob meji z Italijo. Pri tem je izčrpala vse razpoložljive možnosti in sredstva, saj nima pravnih instrumentov, s katerimi bi lahko Italiji vsilila spoštovanje mednarodnih sporazumov ter bilateralnih dogovorov. Ker se italijanska administracija ne odziva na urgence agencije, jo ta kot članica ITU že od leta 2005 redno prijavila ITU. Večkrat je bilo ugotovljeno, da Italija krši mednarodne sporazume in celo ustavo ITU. Odbor za radijsko regulativo (RRB), ki deluje v okviru te zveze, je Italijo zato večkrat pozval k spoštovanju sporazumov in bilateralnih dogovorov, vendar se Italija na to ni odzvala. Novembra 2009 je odbor ugotovil, da so izčrpane vse možnosti za rešitev težav ter o tem obvestil generalnega sekretarja ITU. Podobne težave kot Slovenija imajo številne države v bližini Italije, zaradi neprestanih urgenc pa je prav slovenski regulator tisti, ki je dosegel, da ITU posreduje v sporu. Odbor za radijsko regulativo pri ITU je namreč pozval Slovenijo in Italijo ter ostale države, ki imajo težave zaradi motenj z italijanske strani (Albanija, Avstrija, Bosna in Hercegovina, Grčija, Hrvaška, Libija, Malta, Črna gora, San Marino), da se v začetku maja 2011 na sedežu Mednarodne telekomunikacijske zveze (ITU) v Ženevi udeležijo prvega multilateralnega sestanka na temo italijanskih motenj.

Ugotavljamo, da je zaradi neaktivnosti italijanske administracije in zaradi italijanske politike uporabe slovenskih frekvenc v Italiji, podeljevanje radijskih frekvenc na obmejnem območju močno oteženo, saj je na skoraj vsaki Sloveniji pripadajoči frekvenci prisoten že vsaj en signal italijanske postaje. Poleg tega se nekateri slovenski uporabniki radijskega spektra, ki so jim na obmejnem območju dodeljene frekvence, soočajo s tožbami in odškodninskimi zahtevki italijanskih subjektov, ki v Italiji (z našega in mednarodnega vidika nelegalno) uporabljajo iste frekvence. Italijanska sodišča praviloma rešujejo tožbe zaradi motenj, nastalih z legalnim (!) oddajanjem v Sloveniji, v korist italijanskih tožnikov. Slovenska sodišča pa na podlagi takih sodb pri toženih slovenskih izdajateljih sprožajo postopke izvršbe.

Agencija je v okviru svojih pristojnosti izčrpala vse možnosti ukrepanja, a jih ob podpori Sveta za radiodifuzijo<sup>36</sup> – ne glede na odsotnost rezultatov – še naprej izvaja. Poleg opozarjanja italijanskih oblasti in vključevanja mednarodnih institucij si prizadeva tudi za večjo pozornost slovenskih državnih organov in diplomacije, saj meni, da je za reševanje te problematike nujna njihova aktivna vloga.

---

<sup>36</sup> Glej npr. Svet za radiodifuzijo (2011).



## 5.4 Digitalizacija radia

Razvoj digitalnega radia je počasnejši od razvoja digitalne televizije, saj pri radiu ne gre za obvezni prehod, ampak v večini držav za dodatno platformo, ki ponuja nove programe in dodatne storitve ter boljše pokrivanje obstoječih radijskih programov. Zaradi zasedenosti frekvenc na območju FM in hitrega razvoja digitalnih medijev je zato vse jasnejša potreba po uvajanju digitalne radijske platforme tudi v Sloveniji. Med izdajatelji sicer iz različnih razlogov sicer še ni zaznati velikega interesa. Ker prehod na digitalni radio v Evropski uniji ni natančno načrtan, veliko držav ni posebej aktivnih in predvsem opazujejo dogajanje drugod, omahljiv pa je tudi zasebni sektor, saj se mu porajajo številna vprašanja, povezana s finančnimi tveganji, tehnološko negotovostjo, strahom, da ne bodo mogli upravljati z infrastrukturo in strahom pred novimi akterji. Gonilna sila na področju digitalnega radia naj bi bil javni servis, regulatorji pa bi morali svojo vlogo odigrali predvsem v oblikovanju skupne evropske politike, kar bi komercialne ponudnike spodbudilo, da bi razvoju na tem področju sledili.

Ključni dejavniki pri uvajanju digitalnega radia so zagotavljanje privlačnega nabora storitev, ki bodo ponudile dodano vrednost; razdelava stroškov, s katerimi se bodo soočili manjši izdajatelji, pa tudi stroškov javnega servisa za digitalizacijo radia; določitev tehničnih standardov, ki bodo zagotovili boljše sprejemanje in večjo kapaciteto kanalov; kratko- in srednjeročno zagotovitev simultane oddajanja radijskih programov v analogni in digitalni tehniki in razdelavo s tem povezanih stroškov ter osveščanje javnosti in načrtovanje prehoda na digitalno oddajanje.

Ker povpraševanje po novih radijskih frekvencah ne pojenja, analognih pa praktično nikjer po Evropi ni več na razpolago, se na mednarodni ravni iščejo novi frekvenčni pasovi in nove tehnologije v obstoječem frekvenčnem pasu. Delovna skupina znotraj Evropske konference za pošto in telekomunikacije CEPT, ki je študirala različne možnosti razvoja prizemne zvokovne radiodifuzije, je identificirala tri možne tehnologije, ki bi lahko nadomestile analogno prizemno zvokovno radiodifuzijo v območju FM:

1. DRM + (Digital Radio Mondiale) je tehnologija, ki je bila razvita za srednji val, plus pa pomeni prilagojena za frekvence nad 30 MHz. Omogoča prenose od 37 do 186 kbit/s/96 kHz, kar ob AAC kodiranju zvoka zadošča za 4 radijske programe. Tehnologija je standardizirana, sprejemniki so razviti, ni pa jih mogoče kupiti na trgu, ker ni povpraševanja. Tehnologija omogoča enostaven prehod, saj bi lahko postopoma izklapljali FM oddajnike in jih nadomestili z DRM + oddajniki.
2. HD Radio je licenčna tehnologija oziroma blagovna znamka družbe iBiquity Digital, razvita v ZDA. Omogoča hibridni način oddajanja (analogno in digitalno hkrati) in prenose od 96 do 144 kbit/s/398 kHz (v hibridnem načinu), kar zadošča za do 8 radijskih programov. Sprejemniki so na trgu že okrog 10 let. Problem te tehnologije je licenca in pa potrebna pasovna širina, ki je zaradi drugačnega frekvenčnega planiranja v Evropi kot v ZDA ni preprosto zagotoviti. Kljub temu, da je tehnologija taka, da omogoča hibridni način delovanja, kar pomeni da bi v začetku prehoda signal sprejemali tako preko obstoječih analognih sprejemnikov kot novih digitalnih sprejemnikov, je zaradi zasedenosti spektra v Evropi ni preprosto vpeljati, saj bi morali ugasniti več FM radijskih oddajnikov, da bi lahko vklopili nov HD Radio oddajnik.

3. RAVIS (Realtime Audiovisual Information System) je projekt Moskovske univerze. Tehnologija je razvita, preizkušena. Omogoča podatkovne pretoke od 80 do 900 kbit/s pri 100, 200 ali 250 kHz spektra, kar zadošča za od 2 do 20 audio kanalov ali CIF video (325 x 288) ob uporabi AAC in AVC kodeka. Kakovost zvoka je podobna kot FM pri 24 kbit/s in slika kot VHS pri 384 512 kbit/s. Sprejemnik samodejno zazna analogne in digitalne signale. Tehnologija je fleksibilna in izredno uporabna, žal pa imamo o implementaciji zelo malo podatkov. Na EBU konferencah je ne omenjajo.

Ker v Evropi ni enotne strategije, nobena od omenjenih tehnologij (še) ni zaživela. So pa znane rešitve za digitalni radio v drugih frekvenčnih območjih, kjer prevladuje tehnologija DAB. Prve raziskave so se začele že leta 1986 s projektom Eureka 147, standard pa smo dočakali leta 1997. DAB je bil razvit za različne frekvenčne pasove, vendar se danes v večini primerov uporablja le na t.i. VHF pasu 174 – 230 MHz. Poznamo dve različici. Prva je DAB, ki uporablja kodiranje MPEG sloj 1/2 in omogoča pretoke od 128 kbit/s do 256 kbit/s, kar zadošča za do 9 programov na multipleks. Takšna tehnologija je bila uspešno vpeljana v Veliki Britaniji, na Norveškem in Danskem, delno tudi v Švici in Španiji, testirajo pa jo v Mehiki, Južni Afriki, Indiji, Grčiji, Rusiji, Turčiji ... Novejša različica se imenuje DAB + in je bila standardizirana 2007. Povečuje učinkovitost prenosa in omogoča do 24 programov na multipleks. Ohranja DAB funkcionalnost, dodaja pa napovednike, EPG, *slide show* in druge aplikacije. Uporablja kodiranje MPEG – 4 AAC. DAB + sprejemniki so sposobni dekodirati signale tudi v DAB omrežjih. Omrežje DAB + deluje v Nemčiji, Avstraliji, se pa testira tudi npr. v Italiji, na Češkem, Madžarskem, na Švedskem in še kje, npr. v Novi Zelandiji. Slovenija trenutno razpolaga s prostimi frekvencami za 2 nacionalni radijski omrežji v pasu VHF.

V Evropi še nobena država ni ukinila analognega zvokovnega prizemnega radijskega omrežja. Obstajajo pa načrti, in sicer na Norveškem, kjer je predviden prehod na popolnoma digitalno oddajanje v letu 2017 ob pogoju, da bo leta 2015 penetracija digitalnih sprejemnikov vsaj 50-odstotna. Dodatne možnosti se nakazujejo z implementacijo širokopasovnih omrežij četrte generacije v tehnologiji LTE, ki utegne v prihodnosti omogočiti mobilni sprejem internetnega radia.

Vprašanje digitalizacije radia bo podrobneje obravnavano v drugem dokumentu, zato se mu v pričujoči analizi, ki je namenjena predvsem osvetlitvi stanja in možnosti na področju analogne zvokovne radiodifuzije, ne bomo posvečali več kot toliko. V Sloveniji je v letu 2014 predviden razpis za digitalno prizemno radijsko omrežje v tehnologiji DAB +, vendar izklop FM-omrežja za zdaj ni predviden. Evropska zveza javnih radiotelevizij v digitalizaciji radia vidi pomembne prednosti, zato se zavzema za uskladitev rokov za uvajanje digitalnega radia v Evropi, vključno z določitvijo ciljnega datuma za izklop analognega radia, saj bi to ustvarilo večji zagon procesa in ustrežnejši odziv trga<sup>37</sup>.

V svojem dokumentu iz leta 2011 je Svet za radiodifuzijo<sup>38</sup> predlagal oblikovanje načrta prehoda iz analognega na digitalni radio, s katerim bi se določilo »vstopne pogoje« za digitalno prizemno platformo, pravila za urejanje razmerij med akterji ter ukrepe za zagotovitev žanrske in vsebinske raznolikosti. Svet je menil, da je treba spodbujati interes izdajateljev radijskih programov za digitalno radiodifuzijo in podpirati njihova prizadevanja za oblikovanje žanrsko raznolikih programov, ki bodo omogočili segmentacijo radijske ponudbe.

---

<sup>37</sup> EBU 2013.

<sup>38</sup> Svet za radiodifuzijo (2011).

## 6 Frekvenčne potrebe izdajateljev in zahteve javnosti

Agenciji je od zadnjega javnega razpisa za dodelitev frekvenčnih resursov za radijsko dejavnost uspelo mednarodno uskladiti določeno število radijskih frekvenc, zato bi bilo po petletnem obdobju, v katerem so se pokrivala le frekvenčne potrebe javnega zavoda RTV Slovenija, smiselno razpoložljive frekvence primerne kakovosti ponuditi tudi zasebnim izdajateljem radijskih programov.

Na voljo je približno štirideset radijskih frekvenc, ki omogočajo pokrivanje različnih delov ozemlja Republike Slovenije. Ker so boljše frekvence že zasedene, gre v primeru novo izpogajanih frekvenc večinoma za takšne, ki omogočajo pokrivanje manjših območij, a jih ima večina med njimi kljub temu določeno uporabno vrednost, bodisi v smislu površine, števila prebivalcev, geografskih ali tehničnih značilnosti. Nekatere med njimi so kljub majhnosti območij zanimive zaradi omogočanja delnega pokrivanja avtocestnega križa, dopolnilnega pokrivanja ali odpravljanja motenj slišnosti. Vrednosti razpoložljivih frekvenc ni mogoče izmeriti z objektivnimi in univerzalnimi merili. Nekatere frekvence so takšne, da utegnejo biti zanimive samo za posamezne izdajatelje. Frekvenca, ki omogoča pokrivanje nekaj stotin prebivalcev, je za večino ponudnikov nezanimiva, za akterja, ki oddaja v bližini in bi mu pridobitev frekvence omogočila optimizacijo pokrivanja, pa je velikega pomena.

Sodeč po pobudah, ki prihajajo na agencijo, in po rezultatih javne konzultacije o potrebah, željah in razvojnih načrtih v povezavi s ponudbo radijskih programov v Sloveniji, ki smo jo izvedli v maju 2013, je povpraševanje po radijskih frekvencah iz območja FM še vedno izredno veliko. Razlogov za to je več. Eden tiči v neenakomernih, nepovezanih območjih pokrivanja, s katerimi razpolagajo predvsem programsko povezani izdajatelji. Drugi izhaja iz motenj slišnosti, ki se pojavljajo zlasti ob meji z Italijo. Tretja skupina interesentov si želi dodatne frekvence za zaokroževanje slišnosti znotraj posameznih lokalnih območij, ki jih že pokrivajo, a ne v celoti. Četrta skupina bi svojo slišnost iz enega lokalnega okolja razširila še na sosednjega, ki je s prvim kulturno, zgodovinsko ali migracijsko povezan. Peta, razmeroma majhna skupina bi rada na trg vstopila z novo radijsko ponudbo.

Na splošno lahko ocenimo, da razdelitev razpoložljivega fonda frekvenc ne bo prispevala k občutni popestritvi radijske ponudbe na nacionalni ravni in ne more pomembno vplivati na razmerja na nacionalnem radijskem trgu. Večje učinke pričakujemo znotraj posameznih lokalnih okolij, zlasti tistih, kjer je zdaj manj radijske ponudbe in s tem tudi manj konkurence.

Z zgoraj omenjeno razpravo, katere rezultate povzemamo v pričujočem dokumentu, smo ob podatkih o prostih radijskih frekvencah objavili vprašalnik, s katerim smo želeli ugotoviti:

- kakšen je interes obstoječih in potencialnih izdajateljev za razširjanje radijskih programov prek objavljenega nabora prostih radijskih frekvenc ter kakšni so njihovi razvojni načrti;
- kakšne so potrebe javnosti (katere vsebine oziroma formati radijskih programov jim primanjkujejo);
- in kako udeleženci posvetovanja ocenjujejo razvojne možnosti radijskega sektorja v Sloveniji.

Prejeli smo 84 odzivov, med katerimi so prevladovali tisti, ki so jih podali izdajatelji radijskih programov in njihova stanovska združenja. Veliko skupino odgovorov predstavljajo pozivi poslušalcev posameznih radijskih programov k širjenju slišnosti teh programov na določena območja, pri čemer je videti, da so določeni izdajatelji na različne načine sami spodbudili izražanje podpore poslušalcev<sup>39</sup>. V enem primeru se je za razširitev pokrivanja določenega radijskega programa zavzel eden od županov slovenskih občin. Manjša skupina odgovorov se je nanašala na tiste, ki so jih podali interesenti, ki ne razpolagajo s pravicami do uporabe radijskih frekvenc, a si jih želijo pridobiti zaradi prizadevanj po zagonu lastnega radijskega programa. Kasneje sta se na vprašalnik odzvala še radijska programa, namenjena študentski javnosti.

V nadaljevanju podajamo kratek povzetek odgovorov glede na tri temeljne cilje posvetovanja:

- interes za objavljen nabor prostih radijskih frekvenc,
- potrebe javnosti na zadevnih območjih
- in razvojne možnosti radia v Sloveniji.

Ker so nekateri sodelujoči svoje odgovore označili za zaupne, jih ne izpostavljamo poimensko, temveč odgovore segmentiramo v skupine pomensko sorodnih mnenj, stališč ali pogledov in ob njih navajamo število ali vrsto sodelujočih, ki jih podpirajo.

## 6.1 Interes za objavljen nabor prostih radijskih frekvenc

52

Med izdajatelji že delujočih radijskih programov smo odgovore prejeli od predstavnikov Radia Salomon, Aktual in Veseljak (vsi trije iz skupine Krater media), Radia Velenje (Naš čas), Radia 94, Radia Capris, Radia Ognjišče, Radia Kranj, Radia Cerklje, Radia Murski val, Radia Triglav, Radia Evropa (Brus mediji), Radia Ekspres, Radia Zeleni val (Alpe Adria Zeleni val), Radia Univox, Radia Center, Radia Rogla (Novice), radijske mreže Radio Antena, radijske mreže Radio 1, družbe Infonet media d.d., Radia Center in Radia Študent. Gospodarska zbornica Slovenije je podala mnenje v imenu članov izdajateljev radijskih programov pri GZS-MZ Združenju radiodifuznih medijev, z obsežnim komentarjem se je odzvalo tudi GIZ lokalnih in regionalnih radijskih postaj.

Glede na odzive, lahko sodelujoče izdajatelje razdelimo v dve skupini:

- izdajatelji, ki podpirajo javni razpis frekvenc in imajo jasne želje glede frekvenc, ki bi jih želeli pridobiti zase;
- izdajatelji (predvsem predstavniki lokalnih in regionalnih radijev s statusom posebnega pomena ter njihova združenja, vključno z GZS), ki menijo, da razpis v zdajšnjih razmerah ne bi bil dobrodošel in pozivajo k predhodnemu oblikovanju nacionalne strategije razvoja radijske dejavnosti.

---

<sup>39</sup> Spodbujanje izražanja potrebe po posameznem programu v določenih okoljih je potekalo prek objave obrazcev in pozivov na spletnih straneh radijskih programov ter s predizpolnjevanjem obrazcev, ki so jih sodelujoči morali samo še poslati na agencijo, ali s terenskim zbiranjem podpisov poslušalcev.

Sodelujoči v javnem posvetovanju, ki ne izvajajo radijske dejavnosti, pa bi jo želeli, so med ciljnim območji izpostavili:

- Spodnjo Savinjsko dolino od Trojan do Celja (2 sodelujoča);
- Maribor (center in okolica: Radvanje, Razvanje, Hoče, Miklavž, Duplek, Limbuš, Ruše; 1 sodelujoči);
- Ljubljana z okolico (1 sodelujoči; ob pripravljenosti začeti z oddajanjem na manj popularnih točkah; na trenutnem seznamu jih zanimajo Kalvarija, Celje Golovec, Kamnik grad, Postojna, Logatec, Koper).

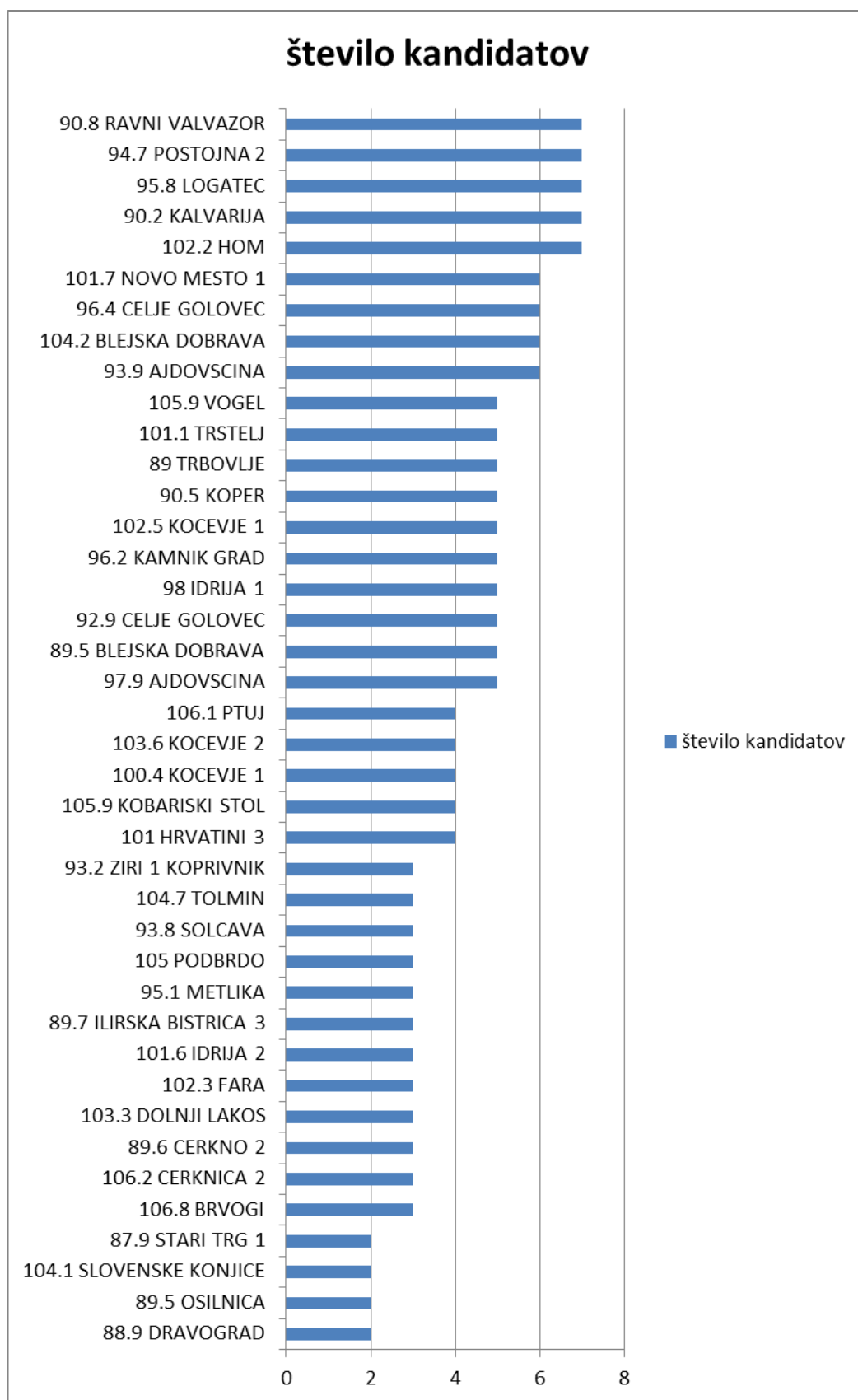
Iz pregleda izraženega interesa za objavljene proste radijske frekvence je razvidno, da med izdajatelji ali potencialnimi izdajatelji obstaja zanimanje za vse frekvence, pri čemer je največje za 90,2 MHz na Kalvariji, 102,2 MHz na Homu, 95,8 MHz v Logatcu, 94,7 MHz v Postojni in 90,8 MHz na Ravneh Valvasorju (za vsako po 7 kandidatov). Veliko interesentov (po 5 do 6) je tudi za frekvence na oddajnih točkah Ajdoviščina, Blejska Dobrava, Vogel, Kamnik, Trstelj, Idrija, Koper, Novo mesto, Kočevje 1, Trbovlje in Celje Golovec. Za vsako od ostalih frekvenc seznama bi se potegovala najmanj dva kandidata, čeprav v večini več kot dva.

Največje težnje po pridobivanju dodatnih radijskih frekvenc imajo izdajatelji z že doseženim večjim pokrivanjem in predvidoma boljšim položajem na radijskem trgu. Njihove želje niso zgoščene v posameznih okoljih, temveč razpršene po celotnem ozemlju države, zato je verjetno, da bi se v primeru javnega razpisa za dodelitev pravic za razpolaganje z obravnavanimi frekvencami prijavili na večje število razpisanih frekvenc. Natančnejši prikaz interesa za posamezne objavljene frekvence je na voljo v spremljevalni tabeli in grafikonu.

frekvenca	lokacija	število potencialnih poslušalcev
93,9 MHz	AJDOVŠČINA	12836
97,9 MHz	AJDOVŠČINA	12288
89,5 MHz	BLEJSKA DOBRAVA	22383
104,2 MHz	BLEJSKA DOBRAVA	8774
106,8 MHz	BRVOGI	2530
92,9 MHz	CELJE GOLOVEC	34531
96,4 MHz	CELJE GOLOVEC	30102
106,2 MHz	CERKNICA 2	3861
106,2 MHz	CERKNO 2	1766
103,3 MHz	DOLNJI LAKOŠ	1183
88,9 MHz	DRAVOGRAD	3693
102,3 MHz	FARA	365
102,2 MHz	HOM	23887
101,0 MHz	HRVATINI 3	2732
98,0 MHz	IDRIJA 1	5054
101,6 MHz	IDRIJA 2	2159
89,7 MHz	ILIRSKA BISTRICA 3	1225
90,2 MHz	KALVARIJA	81898
96,2 MHz	KAMNIK GRAD	24802
105,9 MHz	KOBARIŠKI STOL	4648

102,5 MHz	KOČEVJE 1	11528
100,4 MHz	KOČEVJE 1	11653
103,6 MHz	KOČEVJE 2	4306
90,5 MHz	KOPER	6162
95,8 MHz	LOGATEC	9113
95,1 MHz	METLIKA	3605
101,7 MHz	NOVO MESTO 1	20544
89,5 MHz	OSILNICA	163
105,0 MHz	PODBRDO	720
94,7 MHz	POSTOJNA 2	11116
106,1 MHz	PTUJ	17701
90,8 MHz	RAVNI VALVAZOR	29698
104,1 MHz	SLOVENSKE KONJICE	8421
93,8 MHz	SOLČAVA	285
87,9 MHz	STARI TRG 1	474
104,7 MHz	TOLMIN	4786
89,0 MHz	TRBOVLJE	9399
101,1 MHz	TRSTELJ	9152
105,9 MHz	VOGEL	3283
93,2 MHz	ŽIRI 1, KOPRIVNIK	4402

**Tabela 4: Vzorčni seznam prostih radijskih frekvenc za zvokovno radiodifuzijo ob javni predstavitvi, izvedeni v maju 2013**



**Slika 37: Zanimanje kandidatov za posamezno prosto frekvenco s seznama v tabeli 4**

## 6.2 Potrebe javnosti na zadevnih območjih

Rezultati posvetovanja pri tej točki niso niti izčrpni niti reprezentativni. Odzivi sodelujočih, ki se niso predstavili kot obstoječi ali potencialni radijci, so bili omejeni na izraze podpore za širjenje pokrivanja treh komercialnih radijskih programov, pri čemer za enega po vsej Sloveniji (tudi izven območij pokrivanja objavljenih frekvenc), za drugega v mestnem središču izrazito izven območja sedanjega pokrivanja, za tretjega pa na sosednja območja, znotraj širše regije, v kateri že deluje.

Med odzivi so prevladovali neobrazloženi izrazi podpore širjenju slišnosti posameznih radijskih programov, zato smo v pregled mnenj o potrebah javnosti na območjih, katerih pokrivanje omogočajo objavljene frekvence, vključili tudi nekatere poglede sodelujočih izdajateljev ali morebitnih bodočih izdajateljev radijskih programov.

Pri oblikovanju javnih razpisov pa ne gre spregledati pobud za širjenje slišnosti drugih programov, ki prihajajo na agencijo mimo okvirov javnega posvetovanja in o njih regulator vodi ustrezno evidenco.

### 6.2.1 Lokalne vsebine

- Več sodelujočih, med njimi največ predstavnikov lokalnih ali regionalnih radijskih programov, pa tudi nekaj morebitnih ponudnikov novega radijskega programa, je menilo, da je 'pravih' lokalnih vsebin, ki bi resnično nastajale v okolju, na katerega se nanašajo, vse manj oziroma jih je vse težje financirati, saj so stroški produkcije visoki, pri čemer so tipično lokalni mediji (s sedežem in delovanjem v lokalnem okolju) za oglaševalske tokove, ki se usmerjajo predvsem iz prestolnice, in v najboljšem primeru še iz Maribora in Kopra, vse manj zanimivi.
- Kot pomembno dimenzijo lokalnih vsebin je več sodelujočih izpostavilo lokalno govorico (ta element so denimo navajali tudi podporniki širitve pokrivanja Radia Capris), posebej so poudarili tudi pozornost do dejavnosti lokalnih društev, šol in drugih ustanov, pa do dosežkov lokalnih športnikov in glasbenikov, torej tem, ki razen izjemoma ne pritegnejo pozornosti večjih medijev.
- En sodelujoči (potencialni novi radijec) je po drugi strani ocenil, da je lokalnih informacij dovolj, manjka pa (alternativna) ponudba drugačnih vsebin in formatov.

### 6.2.2 Specializirana ponudba

- Zaradi neustrezne ureditve v Sloveniji praktično ni nišnih, tematskih programov.
- Ponudba formatov, ki niso slišni v frekvenčnem pasu FM, na DAB+ bi lahko pripomogla k popularizaciji digitalnega radia.



## 7 Vizije in razvojne možnosti radia v Sloveniji

Več sodelujočih v razpravi je podalo oceno stanja radijske dejavnosti pri nas in presojo razlogov za težave. Prejeli smo tudi nekaj predlogov glede ukrepov, ki bi lahko pripomogli k izboljšanju razmer, v katerih delujejo izdajatelji radijskih programov. Ocene, mnenja in predlogi se gibljejo okrog 6 točk, glede katerih je med sodelujočimi mogoče razbrati določeno strinjanje, vsaj kar se tiče njihove pomembnosti pri presoji razmer in snovanju ukrepov:

1. Sistem podeljevanja frekvenc in zakonska ureditev področja radia
2. Stanje na trgu in ekonomske razmere
3. Možnosti za nove igralce na trgu
4. Razdelitev trga med omejeno število ponudnikov z različnim poslanstvom
5. Ohranitev nekomercialne ponudbe
6. Digitalizacija

V nadaljevanju ob vsaki točki navajamo povzetke prispevkov sodelujočih in nekaj značilnih mnenj. Kot že omenjeno, zaradi želje posameznih udeležencev posvetovanja, pa tudi v izogib njihovemu izpostavljanju v obdobju pred javnim razpisom, na katerega se bodo morda prijavili, komentatorjev oziroma predlagateljev, ki prihajajo iz vrst obstoječih ali potencialnih izdajateljev, ne navajamo s podatki, ki omogočajo njihovo identifikacijo, temveč jih označujemo le s splošnimi poimenovanji, glede na vrsto subjekta, ki ga predstavljajo. Izjemo smo naredili le v primeru interesnih in gospodarskih združenj, ki podajajo svoja mnenja kot ustanove, ki ne morejo kandidirati na razpisu, in jih tudi niso označila s stopnjo zaupnosti. Odgovori so minimalno lektorirani, tako da so odpravljene zgolj najbolj očitne pravopisne napake.

57

### 7.1 Sistem podeljevanja frekvenc in zakonska ureditev

Večina sodelujočih meni, da je sedanji način dodeljevanja pravic do uporabe radijskih frekvenc nedomišljen in zastarel, skratka neustrezen. Nekateri imajo pripombe tudi čez izvajanje nadzora programskih zahtev radijskih programov in se ne strinjajo z možnostjo preprodajanja radijskih programov skupaj z dovoljenji oziroma s povezovanjem v mreže, medtem ko drugi opozarjajo na preveč stroga določila glede programskih vsebin.

Izbor značilnih odgovorov:

»Menim, da je razvoj slovenske radiodifuzije skozi desetletja potekal precej nenačrtno. Radijski programi so praviloma (zaradi amaterskega dela) nastajali v manjših okoljih (Šmarje pri Jelšah, Brežice, Cerklje, Trzin, Jesenice, Kobarid, Žiri ...). Srednjevalovni oddajniki so iz teh točk pokrivali tudi oddaljene centre. S prehodom na FM so se gradile mreže, nekaterim je uspelo zagotoviti enakomerno slišnost v regijah, drugim ne. Po devetdesetem so prišli na vrsto komercialni mediji, njihova logika je najprej urediti slišnost v centrih. Menim, da nikoli ni bila dovolj natančno opredeljena ločnica med komercialnim in nekomercialnim, zato tudi ni

prišlo do tako zaželenega statusnega financiranja. Prepričan sem tudi (čeprav nimam podatkov), da je s propadom manjših medijev in njihovo vključitvijo v komercialne medije ostalo precej frekvenc, ki se z istim programom podvajajo na posameznem območju.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Obstoječim in bodočim nosilcem frekvenčnih dovoljenj bi morali prepovedati oddajanje letih v najem (tudi pod pretvezo priključitve radijski mreži) oz. prepovedati uporabo frekvenc (ki naj bi bile ja javno dobro) za finančne bonitete, katere ne izhajajo iz oddajanja lastnega programa za katerega je bila frekvenca prvotno namenjena – s tem bi verjetno sprostili vsaj 30% zdaj zasedenih frekvenc, ki se na tak ali drugačen način izrabljajo. Vsemu temu torej botruje prevetritev že dodeljenih frekvenc, odvzem podvojenih dovoljenj na istem oddajnem področju, prevetritev obstoječih mrež (vključitev neke postaje v mrežo zgolj iz namena, da se konkurenci prepreči možnost oddajanja na teh frekvencah, čeprav ima mreža že zadovoljivo pokritost na istem področju z drugimi frekvencami). Odvzem prednosti dodelitve frekvenc nacionalki, saj imajo že zdaj praktično pokrito celotno Slovenijo, medtem ko nekateri ne moremo priti niti do ene same frekvence.« (potencialni izdajatelj radijskega programa)

»V interesu države bi moralo biti, da daje pozornost in prednost programom posebnega pomena, saj je za takšen program potrebnih veliko več napora, sodelavcev in še marsičesa. Radijski program bi ne smel biti samo glasba in nekaj oglasnih sporočil, ampak bi moral vsebovati dobro pripravljene govorne vsebine. Prav zaradi tega bi se moral tudi razširiti nadzor nad pripravljenimi programskimi vsebinami. Vse bi morale biti v optimalnem oddajnem času (od 6.00 do 22.00); ponoči so lahko dobrodošle ponovitve. Ni prav, da se nekatere vsebine ponekod pojavljajo samo ponoči in se na ta način zadosti zakonskim obveznostim.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

---

58

»Absolutno nasprotujem dodeljevanju frekvenc s preskakovanjem po otokih (to se je dogajalo predvsem pri komercialnih programih. Tako so nekatere frekvence, ki so za regijo zelo pomembne, oddane „v prazno“, saj raziskave že leta kažejo, da nekateri radijski programi preko pomembnih frekvenc sploh niso poslušani, pač pa izdajateljem služijo le za prikazovanje pokritosti pri oglaševalcih.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Glede na dejstvo, da širitev območja pomeni manj lokalnosti, je temeljno razvojno vprašanje določitev strategije razvoja. Sedanji stihijski razvoj je pripeljal v situacijo, da z novimi frekvencami razen redkih izjem programi posebnega pomena dodatno izgubljajo možnosti pridobivanja prihodka na trgu. Nove frekvence bodo večinoma tako lahko spet dobile večje komercialne mreže ter še dodatno oslabile pogoje za pridobivanje prihodkov na lokalnih trgih, saj lahko konkurirajo s ceno. /.../ Zgodovinsko so na javnih razpisih dobili frekvence tudi programi, ki so potem postali del mrež, vsebine, ki naj bi bile dopolnitev obstoječim programom (za kar so bile frekvence tudi podeljene), pa so izginile. Na mestu bi bila tudi analiza, kaj se je zgodilo z vsebinami na podeljenih frekvencah v zadnjih petnajstih letih.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Dejstvo je, da bi nekateri izdajatelji teh programov radi zaokrožili pokrivanje nekaterih območij, ki jih sedaj ne pokrivajo, zato so tudi izrazili interes za nekatere frekvence.

Ne glede na to pa predlagamo moratorij na podeljevanje frekvenc, dokler ni pripravljena analiza dosedanjega podeljevanja frekvenc in strategija razvoja radijskih programov v Sloveniji, vključno s programi posebnega pomena, ki naj bi nadaljevali svoje delo. Sicer se lahko zgodi, da bodo frekvence dobili tisti, ki že sedaj pokrivajo večji del države in bodo tako

lokalni programi še bolj ogroženi, saj tudi na dosedanjih razpisih niso bili preveč uspešni.« (GIZ LRRPS)

»/.../ predlagamo, da se pripravi analiza dosedanjega podeljevanja frekvenc predvsem s programskega vidika, za kakšne programe so zaprosili izdajatelji in dobili frekvence ter kakšno je stanje sedaj. Ta analiza naj bo podlaga za pripravo strategije, do tedaj pa naj se frekvenc ne podeljuje.« (GZS)

»Šele, ko bo ta cilj (izboljšanje pogojev za poslovanje obstoječih radijskih postaj, op.a.) zagotovljen, je smiselno razmišljati o vstopu novih ponudnikov na prenasičen radijski trg. Zato na tem mestu predlagamo, kot enega izmed razpisnih pogojev v primeru novih radijskih postaj, petletni moratorij na prepoved prodaje ali oddaje tako prejetih radijskih frekvenc, prepoved vstopa takšne radijske postaje v katerokoli radijsko mrežo ter prepoved kakršnegakoli spreminjanja programskih vsebin takšnega radia /.../ Pri podeljevanju prostih radijskih frekvenc med obstoječe radijske postaje je potrebno upoštevati predvsem načelo finančne stabilnosti in jasne razvojne strategije kandidatov. Nedvomno bo izkazalo interes po novih frekvencah večje število obstoječih radijskih postaj. Ob tem se je potrebno zavedati, da se v tem trenutku na trgu prodaja cca 10 radijskih postaj, zaradi česar ne vidimo smisla v podeljevanju novih frekvenc tovrstnim kandidatom. Prav tako smo priča radijskim postajam, ki ugašajo svoje radijske oddajnike na določenih področjih, saj se jim iz vidika števila poslušalcev in posledično ustvarjenih prihodkov ne splača pokrivati mesečnih stroškov oddajanja na teh oddajnikih. Ne nazadnje pa smo priča tudi radijskim postajam, ki so v preteklosti »izsilile« dodatne oddajnike na področjih izven njihove primarne regije, a rezultati radijske poslušanosti danes kažejo, da imajo na teh območjih zgolj par poslušalcev /.../ Vse to govori o nepremišljenem in negospodarnem podeljevanju marsikaterih radijskih frekvenc v preteklosti.« (izdajatelj komercialnega programa)

59

»Praktično vse razpisane glavne frekvence v večjih slovenskih mestih so bile podeljene radijskim postajam, ki danes »obvladujejo« celotno Slovenijo. Bolj konkretno: v nekaj letih je ena od radijskih postaj na razpisih dobila največ radijskih frekvenc, lokalne radijske postaje, ki so si želele kvalitetno pokriti še »sosednji breg«, pa so na razpisih ostajale praznih rok. /.../ Tudi ostale lokalne radijske frekvence, kot javna dobrina Republike Slovenije se v komercialnih radijskih mrežah izkoriščajo zgolj za predvajanje nacionalnega radijskega programa. S frekvencami, ki so v lasti Republike Slovenije se trguje, posamezniki pa neupravičeno bogatijo. Zato smo zadovoljni za namero za razpis novih frekvenc, za katere si želimo, da bodo na voljo čim prej, predvsem pa podeljene manjšim, lokalnim radijskim postajam, katerih širitev je bistvenega pomena za obstoj in normalno delovanje tudi v prihodnje.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Bojimo se, da bo vsebina programa le majhen delček pomena pri dodeljevanju novih frekvenc. Škoda, ki se naredi, pa je nepopravljiva, saj do sedaj še nikomur ni bila odvzeta frekvenca zaradi nespoštovanja ODRF-ja, ki je bil dodeljen po zakonu in z njim tudi vsebine, ki bi jih moral vsakokratni medij tudi izvajati. Želimo si transparentnih postopkov, podpore države za izvajanje kvalitetnih programov in poštenih ter načelnih izdajateljev. Menimo, da bi moral regulator spodbujati vsebinsko bogate programe, ki bogatijo slovenski radijski prostor in dajejo radijskemu spektru dodano vrednost, poslušalcem pa drugačne, resne in izobraževalne vsebine. Izogibati se je potrebno poplave zabavnih programov, nespoštovanja slovenskega jezika in vrednot v radijskem delu.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Na tem mestu bi se želeli dotakniti še ene točke, za katero menimo, da bi s spremembo prinesla še lažji in uspešnejši razvoj radijske dejavnosti. Gre za dokaj striktne predpise vezane na radijske vsebine. /.../ Trdimo, da se je prav sledenje trendom in spoznavanja, da se dober, poslušan radijski program lahko ustvarja izključno z vlaganjem v program in ljudi, v zadnjih nekaj letih odrazilo na dvigu kvalitete in s tem tudi konkurenčnosti nekaterih radijskih programov, med katere se vsekakor uvrščam tudi sami. Zato boljši in lažji razvoj radijskih programov vidimo v razumljivejši, enostavnejši in fleksibilnejši možnosti spreminjanja tako količine kot tudi zvrsti programskih vsebin.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Naše mnenje je, da je potrebno medijsko zakonodajo spremeniti tako, da ne bo več predpisovala oddaj, ampak odstotek govornih vsebin v uri programa. Le na ta način se bo medij lahko prilagajal razvijajočemu se svetu in se zoperstavil mediju kot je internet. V nasprotnem primeru, mlade generacije ne bodo radia vzele za svojega in v desetletju ali dveh bo radio postal popolnoma obstranski medij.« (izdajatelj komercialnega programa)

## **7.2 Stanje na trgu in ekonomske razmere**

Za večino sodelujočih je slovenski radijski trg preveč razdrobljen, kar se jim zdi še posebej razvidno v sedanjih vse slabših ekonomskih razmerah. Po drugi strani pa jih je veliko kritičnih tudi do konsolidacije trga prek prevzemov in mreženja, ki jo nekateri označujejo že kar za monopolizacijo oziroma duopolizacijo. Poročajo še o krčenju oglaševalskega kolača za radio (po mnenju nekaterih tudi zaradi močnega televizijskega trga) in o vse slabših možnostih za lokalne programe za dostop do oglaševalskega denarja in drugih sredstev financiranja (vključno z javnim sofinanciranjem na državni ali lokalni ravni).

---

60

Izbor značilnih prispevkov:

»Razvojne možnosti radia v Sloveniji so predvsem zaradi velikega števila radijskih postaj na relativno majhnem področju in trenutne gospodarske krize slabe. Največkrat je prisotna nelojalna konkurenca, ki z dumpingom znižuje ceno in obseg oglaševanja, kot elementarnega vira preživetja in delovanja radijske postaje. Spremenili so se tudi trendi oglaševanja, ki posredno krčijo sredstva za radijsko oglaševanje. Seveda se na ta način zmanjšuje kvaliteta programa in možnost investiranja v nova osnovna sredstva. Država bi morala vsaj pri programih posebnega pomena poiskati možnost systemskega sofinanciranja s katerim bi lahko zagotovili produkcijo kvalitetnih radijskih programov, kot dopolnitev nacionalnih programov.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Razvojne možnosti za radijske postaje v Sloveniji so ta trenutek zelo slabe. Mnoge, predvsem komercialne radijske postaje so zaradi ekonomske krize, zmanjšanja prihodkov in naraščanja stroškov na robu preživetja. Ta situacija redkim dopušča vlaganja v infrastrukturo, tehniko, kadre, izobraževanja in raziskave, ki so za razvoj radijskega programa ključnega pomena. Ravno nasprotno, mnogi se zaradi situacije odločajo za prodajo, oddajo ali vključitev radijske postaje v katero izmed radijskih mrež. Kar seveda ni sporno. A prav pri tovrstnih menjavah in združevanjih, kjer radijska postaja prevzame nek drug, na tem področju že prisoten radijski program, vidimo enega izmed večjih problemov

vezanih na upravljanje z radijskimi frekvencami. Tako smo priča, da se en in isti program, na določenem področju širi preko dveh ali celo treh radijskih frekvenc večje moči, lociranih na odličnih oddajniških točkah.« (izdajatelj komercialnega programa)

»V Sloveniji je najbrž preveč radijskih postaj, ki so se v preteklosti širile kot gobe po dežju, in to po podobnih zakonitostih, zaradi česar se zdaj bije boj, kdo bo koga.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Razdrobljenost slovenskega trga je seveda posledica nedomišljenih (milo rečeno) podelitev frekvenc v zadnjih 20 letih. Popolnoma jasno je, da radio, ki pokriva območje s 5000 prebivalci, ne more zagotavljati kvalitetne lastne produkcije in profesionalnega izdelka.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Razvojni potenciali radia so slabi. Vzroke gre delno iskati tudi v minulem stihijemskem podeljevanju prostih frekvenc. Žal Slovenija ni imela ustrezne razvojne strategije na tem področju in smo pristali tam kjer smo. Razvoj je bil »omogočen« dvema ali trem mrežam, pokrivanje teritorija je bilo v smeri njihovih potreb. Vmesni čas je izkoristila televizija in danes »pobere« 70% oglasnega denarja v Sloveniji (povprečje v EU je dobrih 50%). Razlogi so torej širši (pokritost s signalom, vsebine, mreže, dumping, oglasne agencije, pridobivanje virov za financiranje programov posebnega pomena, itd ), a v osnovi je bila država brez strategije razvoja radiodifuzije.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Že vrsto let spremljamo poslovanje svojih članov in ugotavljamo, da se zadnja leta panoga sooča s finančno krizo in se prihodki drastično znižujejo, še posebno je to opazno pri mikro in majhnih družbah, ki poslujejo na meji rentabilnosti. /.../ Po podatkih, ki jih imamo na voljo za prvo četrtletje letošnjega leta, ugotavljamo, da so se prihodki, zlasti prihodki iz oglaševanja, ki so največji vir prihodkov izdajateljev radijskih programov, glede na pretekla leta znižali. Predvidevamo, da bodo izdajatelji primorani v povezovanje ali drugo obliko medsebojnega poslovnega sodelovanja, kar pa je povezano tudi z zakonskimi spremembami.« (GZS)

»Izdajatelji lokalnih in regionalnih radijskih programov posebnega pomena se iz leta v leto srečujemo s težjimi pogoji za delo. Delež oglaševalskega kolača, namenjen radijskim programom, se vztrajno manjša, levji delež tega pa pridobijo mreže in nacionalni radio, ki lahko oglaševalcem ponudijo nižje cene in večji doseg. Na oglaševalskem trgu tako tekmuje z nekajkrat večjimi tekmeci. Omejeni smo na lokalno okolje, ki je za velike oglaševalce manj zanimivo, poleg tega se nenehno soočamo tudi z očitki, da je demografska struktura naših avditorijev za oglaševalce nezanimiva (preveč starejših, preveč ljudi z nižjimi dohodki in podobno). Žal pa radijske mreže s svojimi dobro razvitimi trženjskimi oddelki oglaševalce iščejo tudi na lokalni ravni, pri tem pa se sklicujejo na lokalna programska okna, kar nepoučeni oglaševalci lahko razumejo kot pripravo lokalnega programa.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Konkuriranje mrežnim programom iz strani lokalnih radijskih postaj na nacionalnem teritoriju je postalo zelo težko, oglaševalske agencije svoje kampanje v večjem delu planirajo ravno na radijskih postajah z nacionalno pokritostjo. S težavami se lokalne postaje soočamo tudi na lokalnih nivojih. Kljub že vsaj desetletje nespremenjenim cenam oglaševanja, se v majhnem lokalnem okolju radio /.../ težje zoperstavlja »dumpinškim«, ali celo »zastojkarskim« ponudbam oglaševanja, ki jih na lokalnih trgih ponujajo nacionalne radijske mreže. In to kljub temu, da je izvajanje ločevanja programov (oglasov) znotraj radijske mreže v nasprotju z zakonodajo. Radijske postaje, ki so skozi leta izigravale zakon iščejo rešitve ter

luknje v zakonu, ki bi jim omogočale tovrstno početje še naprej. Najbolj pa izgubljam prav lokalni mediji. Vpliv že več letnih kršitev iz strani teh radijskih postaj se močno čuti na področju prihodkov, ki jih ustvarjajo lokalne radijske postaje v vseh slovenskih regijah, saj mrežni radijski programi s svojimi cenami in prodajnimi modeli agresivno in uspešno konkurirajo samostojnim, lokalnim radiem, ki pripravljajo lokalne programe za posamezne regije in imajo za to zaposlene lastne programske kadre.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Trenutno stanje je samo posledica stihijskega, programske in ekonomske nepremišljenega množenja radijskih postaj po osamosvojitvi Slovenije oziroma po letu 1995. Z oddajanjem radijskega programa se je začel ukvarjati malodane vsak, ki je imel "pet minut časa". Frekvence so se dobivale vseprek, na vsebinsko nedodelane programske zasnove ter brez realnih osnov za preživetje in razvoj. Nepremišljena liberalizacija, če to lahko tako imenujem, je dolgoročno povzročila več škode kot koristi pri medijski ponudbi in na medijskem trgu ter pričakovano pripeljala do stanja, ki smo mu zdaj priča: veliki, zlasti novonastale in zakonsko morda tudi sporne mreže, vseprek kupujejo manjše radijske postaje, ukinjajo njihove programe (vrtijo se le še identifikacije teh programov), za katere so ti dobili frekvence. S tem se bistveno siromaši raznolika vsebinska programska ponudba, saj je cilj mrež, ki jih je v Sloveniji nastalo kar nekaj, očitno le pridobiti čim večji tržni delež na oglaševalskem trgu, velikokrat tudi z nelojalno konkurenco, kar izdajatelje radijskih programov, ki ohranjajo raznolike programske vsebine, postavlja v vedno težji ekonomski položaj, zato vse težje izpolnjujejo pričakovanja javnosti. Če bo sedanje stanje osnova za prihodnjo strategijo razvoja radia v Sloveniji, bomo čez 5 let v Sloveniji imeli samo še nacionalne radijske programe, tri do štiri komercialne mreže z zelo podobno ponudbo in kakšnega "srečneža" med regionalnimi in lokalnimi programi (posebnega pomena in drugimi), ki mu bo nekako uspelo preživeti.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Stagnacija medijev v Sloveniji je po naši oceni vezana na gospodarsko situacijo, s katero se danes srečuje celotno področje Evrope. Naše videnje možnosti radia v Sloveniji je tudi kritično, saj je v poplavi radijskih postaj na področju RS precej radijev, ki nudijo poslušalcem v svojih programskih shemah zelo malo radijskih vsebin oz. emitirajo večinoma glasbene sheme.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Mediji nasploh se zadnja leta ubadajo z drastičnim upadom oglaševalskih prihodkov. Ocene kažejo, da se neto oglaševalski prihodki zadnja leta krčijo med 20% in 30% letno. Tako bi naj celotni oglaševalski prihodki slovenskih medijev v tem letu znašali že manj kot 100 mio eur, čeprav so bili še par let nazaj enkrat večji. Da je Slovenija omejen medijski trg kažejo tudi podatki krčenja radijskih postaj v Sloveniji v zadnjih letih. /.../ Menimo, da slovenski radio generalno ni v stagnaciji. O stagnaciji slovenskega radia je moč govoriti zgolj pri radijskih postajah brez jasne vizije razvoja, zaradi česar v pravem trenutku te radijske postaje niso uspele narediti kakovostnega preskoka. Preskoka na programskem področju v smislu, da bi sledile razvoju na radijskem področju in da bi zadovoljili spremenjene potrebe slovenskih radijskih poslušalcev.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Razvojne možnosti radia v Sloveniji so vsekakor dobre. Edini problem, zaradi katerega prihaja v zadnjem času do stagnacije številnih radijev, je vsekakor razpršenost frekvenc in posledična nepokritost določenih delov države z radijskim signalom.« (izdajatelj komercialnega programa)

### 7.3 Možnosti za nove igralce

Sodelujoči, to je predvsem obstoječi ponudniki radijskih programov – za razliko od štirih potencialnih novincev, ki želijo vstopiti na trg – večinoma ocenjujejo, da v sedanjih razmerah in ob obstoječem naboru razpoložljivih frekvenc uvajanje novih programov na trg ni smiselno. Glede na razpoložljive resurse bi prišli na trg svojo dejavnost v vsakem primeru začeli s pokrivanjem dokaj majhnega območja, hkrati pa bi skušali nase preusmeriti del oglaševalskih sredstev, ki so zdaj porazdeljena med že dalj časa prisotne radije. Iz mnenj uveljavljenih radijcev je mogoče razbrati prepričanje, da na našem trgu majhne radijske postaje iz samega trga ne morejo dobiti dovolj virov za kakovostno produkcijo, kar jih sili v odvisnost od političnih struktur, ki upravljajo z javnim denarjem bodisi na lokalni ali širši ravni, ali pa jih porine pred odločitev za prodajo medija večjim igralcem na trgu.

Izbor značilnih prispevkov:

»/.../ ni pričakovati, da bi na trg vstopili novi izdajatelji, ki bi imeli razvito dolgoročno strategijo in vizijo razvoja radijskega medija.« (GZS)

»Žal trenutne gospodarske razmere ne zagotavljajo pogojev za dolgoročni uspeh novih radijskih postaj. /.../ dejstvo, da je večina za razpis predvidenih frekvenc takšnih, ki pokrivajo zelo majhna območja (manjše cone od večine obstoječih frekvenc) kar potencialnemu novemu mediju ne zagotavlja pogojev za normalno poslovanje in ga že v osnovi postavlja v podrejen položaj napram obstoječim radijskim postajam.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Čeprav se majhne radijske postaje pogosto omenjajo v smislu pluralizma medijev, na žalost lahko ugotovimo, da so zelo odvisne od denarja, ki ga kot nujno potrebnega za preživetje, prejmejo od lokalne oblasti. V takem primeru seveda ne moremo govoriti o politični neodvisnosti in pluralizmu.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Pri pripravi javnih razpisov za radijske frekvence bi morala Agencija, poleg demografskih in geografskih parametrov, upoštevati predvsem ekonomsko stanje in možnosti področja na katerem želi razpisati frekvence. Le dovolj močno ekonomsko zaledje lahko zagotovi produkcijo kvalitetnega in predvsem neodvisnega programa. Ob tem se sprašujemo, komu so pravzaprav namenjene dodatne frekvence /.../ Menimo namreč, da bi dodelitev le teh novoustanovljenemu radijskemu mediju ali kakšni od radijskih mrež dodatno oslabila možnost oglaševanja, kot elementarnega vira preživetja in neodvisnega delovanja /.../« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Ekonomska upravičenost dokazuje dejstvo pokrivanja najmanj 100.000 prebivalcev.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Logično pa je, da mora vsak izdajatelj imeti zagotovljen doseg vsaj 100 – 150.000 možnih poslušalcev, sicer kljub kakovostnemu programu ne more preživeti.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

## 7.4 Razdelitev trga med omejeno število subjektov

Nekaj sodelujočih je izrazilo mnenje, da bi moral biti trg tudi formalno razdeljen na več ravni (nacionalno, regionalno in lokalno), v okviru katerih bi bilo treba omogočiti razvoj omejenemu številu ponudnikov radijskih programov komercialnega in nekomercialnega značaja. To naj bi bilo tolikšno, da bi na dolgi rok omogočilo njihovo preživetje in s tem tudi možnosti za produkcijo kakovostnega programa.

Izbor značilnih prispevkov:

»Tudi na analognem področju bi morali uporabiti podobno razdelitev kot pri digitalni televiziji, in sicer razdeliti Slovenijo na tri področja ter uvesti termin nacionalni komercialni radio in regijski komercialni radio, obenem določiti maksimalno število le-teh na posameznem področju in preveriti smotnost mini lokalnih postaj, ki se iz dneva v dan borijo na trgu zaradi finančnih težav in so s tem lahka tarča za prevzeme prej omenjenega duopola. Dovoliti bi morali t.i. community radijske postaje, ki bi lahko z oddajniki nizke moči (npr. 30-50W) pokrivali lokalne skupnosti in s tem nadomestili manjše lokalne postaje, ki se komaj preživljajo.« (potencialni izdajatelj novega programa)

»Optimalna programska radijska struktura po moji presoji:

- nacionalni radijski programi (izdajatelj RTV Slovenija), in sicer tri nacionalne mreže in dva narodnostna programa (italijanski in madžarski), ki se pretežno financirajo z rtv prispevkom.
- regionalni (lokalni) informativni programi posebnega pomena kot dopolnitev nacionalnega servisa, in sicer 8 do 12 tovrstnih programov, razpršenih po Sloveniji tako, da je zagotovljena kakovostna pokritost zaokroženih slovenskih območij. Delno se sofinancirajo iz rtv prispevka (od 3 do 5 odstotkov prispevka), oziroma v enakovrednem znesku iz proračuna RS.
- komercialni programi: 2 mreži z nacionalno pokritostjo in 3 z regionalno pokritostjo (osrednja, vzhodna in zahodna)
- vsebinsko specifični programi, npr. verski, športni, otroški, turistični v tujih jezikih, itd. z nacionalno pokritostjo.

Po moji presoji je to realen obseg radijske ponudbe, ki bi v Sloveniji glede na število prebivalcev in obseg oglaševalskega trga lahko preživela in zagotavljala raznoliko in kakovostno programsko ponudbo. Kot nas je pretekla praksa že izučila, količina izdajateljev in radijskih programov tega ne prinaša.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Zato je pomembno, da se uvidi, da je po našem mnenju edina rešitev, da v Sloveniji naredimo nekaj nacionalnih komercialnih postaj (3 ali 4), ter v vsaki regiji eno močnejšo nekomercialno regijsko postajo, ter eno komercialno. Sprejeti moramo dejstvo, da lokalne postaje ne morejo preživeti ob produkciji kvalitetnega programa, razen če se država odloči, da jih bo sistemsko financirala. V velikih mestih (Ljubljana, Maribor) z okolico, pa bi lahko obstajale nekomercialne nišne postaje, ki bi jim država pomagala s sofinanciranjem.« (izdajatelj komercialnega programa)



## 7.5 Ohranjanje nekomercialne radijske ponudbe

Nekomercialne vsebine naslavlajo spekter potreb javnosti izven običajnega, ekonomsko upravičenega interesa radijskih postaj, ki se preživljajo izključno z oglaševanjem in zato ponujajo vsebinsko manj raznolik in predvsem k lahkotnemu razvedrilu usmerjen program. Sodelujoči, tako tisti, ki prihajajo iz vrst programov posebnega pomena, kot tudi nekateri predstavniki komercialnih ponudnikov, se strinjajo, da mora biti nekomercialna programska ponudba (zlasti lokalne vsebine) sofinancirana s strani države, pri čemer naj bi zdajšnji sistem potreboval prenovo v smeri učinkovitejšega systemskega financiranja.

Izbor značilnih prispevkov:

»Kot prebivalec si želim tovrstnih vsebin (program posebnega pomena), saj jih na nobenem drugem mediju ni mogoče dobiti. Razlogi so jasni, »komercialni« radio tovrstne vsebine ne zanimajo, za nacionalni radio pa so »premajhne« ali zanje sploh ne vedo, da bi jih uvrstili v svojo programsko shemo.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Če pa bi imel možnost uvesti nov program za celotno Slovenijo, bi se odločal za otroško mrežo s ciljno publiko do 15 let. Ta generacija, je praktično v komercialnem smislu nezanimiva, zato so vsebine namenjene otrokom praktično vse bolj ohlapne – tudi v okviru nacionalnih medijev. Seveda pa bi zaradi omejenega oglaševanja za otroke za tako program morala skrbeti država.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Koncentracija komercialnih programov v mreže in visoke zahteve glede programov posebnega pomena (od vsebin do možnosti povezovanja) so povzročile, da se število programov zmanjšuje, pri programih posebnega pomena pa je najbolj na udaru vsebina, katere priprava je najdražja. Lokalne vsebine niso zanimive za geografsko širši krog poslušalcev, lokalno okolje pa brez systemske podpore ne more zagotavljati zadosti sredstev za financiranje priprave teh vsebin.

Predlogi:

1. Analiza učinkov podeljevanja frekvenc,
2. Sprejem strategije,
3. Sprememba zakona o medijih – možnost povezovanja lokalnih/ regionalnih radijskih programov v programske mreže z manj omejitvami kot doslej,
4. Sprememba zakona o RTV in možnost, da ti lokalni/ regionalni programi, ki so vsebinsko programska dopolnitev programov javnega servisa, postanejo tudi systemsko del tega servisa (organizacijsko, programsko, finančno,...),
5. Zagotovitev systemskega vira sofinancirana programskih vsebin programov posebnega pomena tako na državni kot lokalni ravni.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Razvojne možnosti so, a ob hitrih, v javni razpravi preišljenih in v državnem zboru ter v drugih pristojnih telesih sprejetih systemskih ukrepih.

Predlogi:

1. Pripraviti analizo učinkov dosedanjega podeljevanja frekvenc (v zadnjih 20 letih).
2. Na podlagi analize pripraviti strategijo razvoja radijskih programov v Sloveniji, upoštevajoč tudi prakso v Evropi (na primer v skandinavskih državah).
3. O tej strategiji pripraviti javno razpravo.
4. Po javni razpravi sprejeti strategijo razvoja in šele potem razpisati proste frekvence, prej ne.
5. Sprejeti nujne zakonske spremembe, ki bodo omogočile nadaljnji razvoj programov posebnega pomena.
6. Zagotovitev sistemskega vira sofinanciranja programskih vsebin programov posebnega pomena tako na državni kot lokalni ravni.« (GIZ LRRPS)

## 7.6 Spodbujanje digitalizacije

Po mnenju sodelujočih je uvajanje digitalnega radia možno samo ob nizkih stroških in ob pomoči države, in sicer prek finančnih spodbud, ustreznih zakonskih podlag in promocije digitalnega radia. Radijci (tudi potencialni radijci) so naklonjeni postopnemu prehodu na digitalni radio, pri čemer pričakujejo, da bo digitalni radio sprva ponujen ne kot zamenjava za analognega, temveč kot dodatna programska ponudba, ter da bodo stroški digitalnega oddajanja nizki ali pa jih bo (delno) krila država.

66

Izbor značilnih prispevkov:

»Pametno in racionalno bi bilo, da bi obstoječi radijski programi postopno prehajali tudi na digitalno oddajanje. Glede na trenutno in pričakovano prihodnje ekonomsko stanje v državi, je ustanavljanje novih programov digitalnega prizemnega radia ekonomsko vprašljivo in nerealno. Za državo je racionalneje, da izdajateljem radijskih programov, ki oddajajo na prizemni mreži, subvencionira prehod na digitalno prizemno oddajanje, saj vzdrževanja dveh sistemov glede na ekonomski položaj in nič kaj obetavno prihodnost, izdajatelji ne bodo zmogli. V obdobju postopnega uvajanja bi si tudi ljudje neprisiljeno začeli zamenjevati radijske sprejemnike, ki bi morali biti cenovno sprejemljivi – v določenem obdobju mogoče tudi subvencionirani.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Samo dva ukrepa: izredno poceni digitalni radijski sprejemnik za uporabnika in ustrezno nizka cena zakupa digitalnega spektra za izdajatelje radijskih programov.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Vgrajevanje avtoradijev z digitalnimi sprejemniki in uvedba subvencij pri nakupu digitalnih sprejemnikov. Promocija digitalizacije s katero bi ljudem približali novo tehnologijo in povečali možnost izbire.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Iz uveljavljanja digitalne mobilne telefonije GSM, 3G, ter uvajanja DVBT se lahko marsičesa naučimo. Namreč dokler ljudem niso (ne bodo) dostopni sprejemniki po dostopnih cenah, oz.

na tržišču ni digitalnih sprejemnikov integriranih v na primer nove avtomobile, digitalni radio ne bo zaživel. Vsekakor je treba uvesti DAB+. (Tako kot smo uvedli MPEG4 in ne 2 na DVBT). Kot izdajatelj radijskega programa smo zainteresirani, da bi bili prisotni v multipleksu digitalnega radia, slišnega po vsej Sloveniji. V kolikor bo APEK podeljeval kanale za postavitev omrežja, je vsekakor potrebno zagotoviti cene najema kapacitet, ki bodo omogočale izdajateljem biti zraven in da bi bil strošek gostovanja realen in dosegljiv - še posebej na začetku, ko bo dosegljivost potencialnih poslušalcev na novi platformi majhna. Predlagamo tudi, da bi predpisali minimalni bitni pretok za en mono oz. stereo kanal. Saj bi mogoče poplava novih tematskih kanalov, s premajhnimi bitnimi pretoki – slabo kakovostjo zvoka, potencialne poslušalce odvrčale od nakupa digitalnega sprejemnika. Težko bi prepričali poslušalce, da je digitalni radio prednost pred FM.« (izdajatelj programa posebnega pomena)

»Digitalizacija je problematična predvsem z vidika, da ni digitalnih sprejemnikov in je za razliko od televizije, ki napaja že velik del preko kabelskih ali internetnih sistemov veliko bolj problematična, saj je najbolj učinkovito poslušanje radia predvsem v avtomobilu. Kako rešeti ta gordijski vozle je v teh časih težko reči, saj tudi radijske postaje nimajo več toliko kapitala, da bi lahko ponudile roko pri reševanju tega problema. Vsekakor se je potrebno temeljito pripraviti na digitalizacijo, saj bo verjetno s tem prišlo do nove poplave medijev, kajti multiplex oddajanje omogoča več programov na račun kvalitete. Kot radijska postaja smo odprti za sodelovanje na razvojnih projektih, pri čemer je potrebno upoštevati finančne omejitve in zmožnosti.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Kot izdajatelj radijskega programa se digitalizacije oddajanja radijskih programov po eni strani neizmerno veselimo, saj nam bo le ta omogočila, da bomo svojo slišnost enostavno razširili. Po drugi strani pa je ta korak zaradi nerazširjenosti možnosti sprejema digitalnih radijskih signalov dokaj majhen, predstavlja pa dodatne stroške in vlaganja. Prav na strani investicij in stroškov obratovanja digitalnega oddajanja bo moral s strani potencialnih distributerjev biti narejen previden korak. Nikakor si ne smemo privoščiti, da bi se pojavilo enako stanje, kot je na področju digitalizacije TV.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Čas za take investicije ni pravi. Veliko količino opreme, ki jo uporabljamo, bi bilo potrebno prej iztrošiti, dati dalj časa za pripravo na digitalizacijo, dobro dodelati strategijo podeljevanja frekvenc (zakoni, pravilniki ipd.), da bo dostopnost do teh frekvenc omogočena pod istimi pogoji.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Digitalni radio je prihodnost radia, ki jo pozdravljamo. Multimedijski pristop za nas ni neznanka in komaj čakamo, da bomo lahko poslušalcem nudili nekaj več. Seveda je iluzorno pričakovati, da bomo ostali za vedno na analognih frekvencah, saj razvoj tega ne dopušča in verjamemo, da je to edina rešitev za obstoj enega od najstarejših medijev na svetu. A glede na čase, v katerih smo, je težko pričakovati, da bi se vlagalo v digitalizacijo samega oddajnega sistema, saj v Sloveniji praktično ni digitalnih sprejemnikov in dokler je vzporedno možen sprejem analognega signala se poslušalci zagotovo ne bodo odločali o digitalnih radiih.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Radio /.../ bo pričel z digitalnim oddajanjem takoj, ko bodo razmere za to ekonomsko zadostne. Prvi pogoj je seveda dostopnost multipleksa z ustrezno pokritostjo slovenskega ozemlja. Drugi pogoj pa, da je v obtoku zadostna količina digitalnih sprejemnikov.

Ocenjujemo da bo, v kolikor se bodo stvari razvijale v pozitivnem trendu, to aktualno v naslednjih 5-10 letih.« (izdajatelj komercialnega programa)

»/.../ menim, da bi morala digitalno oddajanje sofinancirati država, na podoben način kot se je to naredilo pri prehodu na DVB-T. Ravno ta prehod nas je naučil, da dvojnega oddajanja ne zmore financirati nobena komercialna postaja. Zato je nujno najti sistemsko rešitev, ki bi z majhnimi stroški dovoljevala dvojno oddajanje.« (izdajatelj komercialnega programa)

»Že sedaj proizvajamo tematske programe, ki so distribuirani preko interneta. V primeru da bi obstajala možnost te (in dodatne) programe distribuirati preko digitalnega prizemeljskega oddajanja, bi nas omenjena možnost zanimala. Vendar je pogoj za to, da cena tega oddajanja (ne produkcije!) ne bi presegla cene enega analognega oddajnika. V nasprotnem primeru bi bila cena glede na finančni učinek prevelika. Zavedati se je potrebno, da sprejemnikov za omenjeni način oddajanja poslušalci še nimajo, zato ne bi mogli prodajati oglasov, kar pomeni da tudi finančnega učinka ne bi bilo.« (izdajatelj komercialnega programa)

## **8 Strateške usmeritve za dodeljevanje prostih radijskih frekvenc**

### **8.1 Pomembne ugotovitve analiz in javne razprave**

Ugotovitve glede razmer na radijskem trgu in razlogov zanje ter predvidevanja glede možnih učinkov razpisa dodatnih radijskih frekvenc, ki izhajajo iz analize dostopnih podatkov in iz prispevkov, prejetih v okviru Agencijskega javnega posvetovanja, lahko strnemo v nekaj točk.

1. Sistem podeljevanja pravic do uporabe radijskih frekvenc za zvokovno radiodifuzijo (na način frekvenca za frekvenco), ki je dediščina popolne liberalizacije brez ozira na ekonomske razmere in potencialne ter potrebe javnosti na posameznih območjih, je neustrezen, saj ne omogoča podeljevanja sistema frekvenc za pokrivanje smiselnih, povezanih območij z dovolj velikim ekonomskim zaledjem za preživetje posameznih vrst radijskih programov.
2. Zastarela, neustrezna in neučinkovita je tudi zakonodaja, ki ureja programske obveznosti in omejitve (dokaj enostavno spreminjanje programske podobe; možnost nadomeščanja lastne produkcije s predvajanjem slovenske glasbe; slabo opredeljene lokalne vsebine, hkrati pa visoke programske kvote brez izjem za ožje specializirane programe) ter možnost povezovanja v programske mreže (slednje je dovoljeno komercialnim programom, ne pa tudi nekomercialnim<sup>40</sup>; obenem omogoča lokalno trženje mrežnih programov, ki se sicer predstavljajo za nacionalne, kar vpliva na možnosti pridobivanja prihodkov iz oglaševanja za radijske programe, ki delujejo izključno v lokalnih okoljih).

---

<sup>40</sup> Pod posebnimi pogoji je dovoljeno povezovanje lokalnih programov za izvajanje regionalnega programa posebnega pomena.

3. Glede na omejenost potenciala prostih radijskih frekvenc<sup>41</sup> in trenutne razmere na radijskem trgu ni pravih možnosti za uvajanje novih programov na trg. Po izkušnjah iz preteklosti je zelo verjetno, da novi subjekt, ki bi pridobil majhno območje pokrivanja, ne bi mogel zagotavljati programa, ki bi ga ponudil na razpisu, in bi bil kmalu naprodaj ali bi postal del katere od programskih mrež<sup>42</sup>. Do sedaj se namreč ni še nikoli zgodilo, da bi se kateri od radijcev, ki je prenehal opravljati svojo dejavnost, pravicam do uporabe frekvenc odpovedal in jih vrnil državi oziroma tistemu, ki mu jih je dodelil v uporabo, ter bi bile tako na voljo, da se prek javnega razpisa pod določenimi pogoji dodelijo drugemu uporabniku.
4. Za izboljšanje pogojev za delovanje radijskih programov in za večjo kakovost radijskih vsebin potrebujemo temeljito prenovu zakonodaje in regulacije. Idealni scenarij bi bil t.i. *refarming* oziroma ponovna razdelitev radiofrekvenčnih virov po sistemu natančno premišljenih in načrtovanih območij na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, pri čemer se je treba zavedati, da bi to pomenilo ogromen podvig, primerljiv s prehodom na digitalno prizemno televizijo, vsaj v smislu družbenih, tehničnih, ekonomskih in političnih premislekov, pa tudi praktičnih vprašanj.
5. V sedanjih razmerah je (samo) z razpisom dodatnega nabora frekvenc praktično nemogoče pomembno vplivati na razmere na trgu in izenačiti pogoje delovanja slovenskih radijskih programov; predvsem zaradi:
  - dokajšnje zasedenosti analognega radijskega spektra in šibkega razvojnega potenciala razpoložljivih radijskih frekvenc;
  - heterogenosti programskih in poslovnih pogojev, pod katerimi delujejo radijski programi, ki odražajo značilnosti in pogoje javnih razpisov, na katerih so radii pridobili radijske frekvence, načina morebitnega povezovanja v mreže in njihovega obsega, ter prilagoditev dovoljenj za izvajanje radijske dejavnosti in dovoljenj za radijske frekvence;
  - odsotnosti mehanizmov, ki bi preprečevali preprodajo dovoljenj za radijske frekvence;
  - odsotnosti učinkovitega sistema preprečevanja samovoljnega spreminjanja programske podobe radijskih programov;
  - pomanjkljive ureditve t.i. lokalnih oken (običajno informativnih in oglaševalskih) v radijskih programih z nacionalno pokritostjo oziroma v mrežah programov, v oddajnih časih katerih prevladuje skupni, tj. mrežni program.

---

<sup>41</sup> Vse, tudi najzmožljivejša med njimi, omogočajo zgolj pokrivanje pod ali občutno pod 5 odstotki prebivalstva Republike Slovenije, kar je prag, ki – sodeč po deležu programov s tovrstnim pokrivanjem, ki so povezani v radijske mreže - ne omogoča samostojnega preživetja na trgu.

<sup>42</sup> To potrjujejo tudi podatki iz tabele 1 ter slik 9 in 10.

## 8.2 Predlog načel za oblikovanje javnega razpisa

Ne glede na zgoraj navedene pomisleke, bi bilo razpoložljive radijske frekvence pod ustreznimi pogoji vseeno smiselno ponuditi v uporabo. V javnem posvetovanju je sicer nekaj subjektov predlagalo začasen moratorij na dodeljevanje novih pravic za uporabo frekvenc, večina sodelujočih pa je interes za frekvence jasno pokazala in ga tudi utemeljila. Poleg tega prizadevanje za zaščito potencialno ranljivih izdajateljev ne bi smelo vnaprej in vsevprek omejevati možnosti poslušalcev za pestro in raznoliko ponudbo radijskih programov na posameznih območjih.

Na podlagi analiz radijskega trga, prispevkov zainteresirane javnosti, lastnih ocen ter predlogov Sveta za radiodifuzijo, ki jih povzemamo v pričujočem dokumentu, ocenjujemo, da je pri snovanju javnega razpisa za dodelitev analognih radijskih frekvenc treba izhajati iz naslednjih načel:

1. Vodilo javnega razpisa naj bo iskanje ravnotežja med potrebami javnosti in med interesi izdajateljev radijskih programov, cilj pa vzpostavljanje odprtega, vsebinsko in lastniško raznolikega in konkurenčnega prostora, ki bo zagotavljal kakovostne informativne vsebine, glasbo in druge vsebine za zabavo ter zahtevnejše radijske žanre.
2. Temelj razpisnih pogojev in meril naj bodo vsebinski pogoji in merila, izhajajoči iz ugotovljenih potreb na posameznem območju ter natančno operacionalizirani v okviru pogojev, ki se prenesejo med nespremenljive programske zaveze v dovoljenjih za izvajanje dejavnosti.
3. Ustrezno mesto med razpisnimi pogoji oziroma merili morajo dobiti kriteriji za oceno ekonomskih zmožnosti ponudnikov, oblikovani tako, da omogočajo presojo zmožnosti ponudnika za produkcijo kakovostnega programa in za dolgoročno preživetje na trgu.
4. Pri oblikovanju razpisnih pogojev je treba ob upoštevanju pomanjkljivosti naše ureditve posebno pozornost nameniti oceni vplivov različnih možnih izbir na možnosti za obstanek drugih programov na razpisnih območjih, zlasti kadar gre za lokalne programe, ki niso del programskih mrež za splošno javnost, temveč so v celoti namenjeni predvsem prebivalcem teh območij.
5. Glede na razmere na radijskem trgu in glede na lastnosti razpoložljivih frekvenc, bi morali razpisi omogočati predvsem dodatno oziroma dopolnilno pokrivanje že obstoječim radijskim programom, ki lahko pomembno prispevajo k zadovoljevanju programskih potreb javnosti na posameznih območjih.
6. Frekvence naj bodo med izdajatelje porazdeljene s ciljem oblikovanja primernih razmerij med ožje opredeljenimi programi, zlasti glede na usmerjenost k potrebam posameznega območja (lokalni, regionalni programi) ali specifične javnosti (npr. duhovno obarvani programi; programi za študentsko javnost; programi za poslušalstvo z določenim glasbenim okusom), ter med programi (tudi mrežami), namenjenimi splošnejši javnosti.
7. Frekvence, ki lahko pripomorejo k izboljšanju položaja izdajateljev lokalnih programov (ki niso del programskih mrež, naslavlajočih nacionalno poslušalstvo), naj se

razpišejo za lokalne programe za smiselno zaokroževanje/dopolnjevanje njihovega pokrivanja.

8. Frekvence za lokalne radijske programe naj se podelijo programom, ki predvajajo ustrezno količino kakovostnih lokalnih vsebin v večjem delu dnevnega oddajnega časa (torej ne izrinjene v nočni program), pri čemer mora biti preprečena možnost, da bi zanje lahko kandidirali radijski programi lokalnega tipa, v oddajnem času katerih prevladuje program mreže, namenjene splošni oziroma nacionalni javnosti; in obenem poskrbljeno za to, da so lokalne vsebine in druge zahteve v interesu lokalnega poslušalstva operacionalizirane nedvoumno in podrobno ter na način, ki ne dopušča kasnejšega spreminjanja (ob morebitni preprodaji frekvenc ali povezovanju v mreže).
9. Frekvence na območjih, kjer že delujejo lokalni programi, naj se razpišejo za programe, ki ponujajo drugačen, od obstoječe ponudbe na razpisnem območju odstopajoč program, bodisi splošnega ali specializiranega tipa, pri čemer velja v okviru napovedanih sprememb zakonodaje razmisliti o primerni regulaciji lokalnih oken oziroma o možnosti omejevanja pridobivanja oglaševalskih sredstev iz lokalnega okolja za programe, ki delujejo na nacionalnem nivoju (npr. po britanskem zgledu, gl. Lunt, Livingstone 2012, 169).
10. Frekvence v urbanih središčih in v krajih s pestro ponudbo programov, v katerih so že na razpolago vse temeljne zvrsti programov, naj se dodelijo ponudnikom alternativnih programov ali splošnejše usmerjenih programov, ki bi jim pridobitev pokrivanja razpisnega območja omogočila primerljivejši položaj s sorodnimi tekmeci na nacionalni ravni.

### 8.3 Predlog porazdelitve izbora frekvenc po vrstah radijskih programov

Iz nabora razpoložljivih frekvenc, ki je bil vzorčno predstavljen javnosti ob javnem posvetovanju Agencije in je ponazorjen v razdelku 6.1 *Interes za objavljen nabor prostih radijskih frekvenc*, smo izbrali 36 radijskih frekvenc z najboljšim potencialom in ustreznih tehničnih lastnosti, ki so primerne, da jih ponudimo izdajateljem radijskih programov. Razdelili smo jih na tri enako velike dele, ki obsegajo po dvanajst prostih radijskih frekvenc. Pri določanju njihove namembnosti smo upoštevali zgoraj predlagana načela za oblikovanje javnih razpisov, ki izhajajo iz ugotovitev analiz, prispevkov zainteresirane javnosti, predlogov Sveta za radiodifuzijo in naših lastnih ocen, predstavljenih v dokumentu.

Frekvenca (MHz)	Lokacija	Namen
89,5	OSILNICA	lokalni
87,9	STARI TRG 1	lokalni
106,8	KRANJSKA GORA	splošni
101,0	CERKNICA 2	lokalni
106,2	CERKNO 2	specializirani
103,3	LENDAVA	lokalni
102,3	FARA	lokalni
89,7	ILIRSKA BISTRICA 3	lokalni
95,1	METLIKA	splošni
105,0	PODBRDO	lokalni
93,8	SOLCAVA	lokalni
104,7	TOLMIN	splošni
93,2	ZIRI 1 KOPRIVNIK	specializirani
100,4	KOCEVJE 1	splošni
103,6	KOCEVJE 2	specializirani
106,1	PTUJ	specializirani
97,9	AJDOVSCINA	lokalni
89,5	BLEJSKA DOBRAVA	specializirani
92,9	CELJE GOLOVEC	splošni
98,0	IDRIJA 1	specializirani
101,6	IDRIJA 2	specializirani
96,2	KAMNIK GRAD	specializirani
102,5	KOCEVJE 1	splošni
89,0	TRBOVLJE	splošni
101,1	TRSTELJ	splošni
105,9	KOBARISKI STOL	specializirani
105,9	VOGEL	specializirani
93,9	AJDOVSCINA	lokalni
104,2	BLEJSKA DOBRAVA	specializirani
96,4	CELJE GOLOVEC	specializirani
101,7	NOVO MESTO 1	lokalni
102,2	HOM	lokalni
90,2	KALVARIJA	splošni
95,8	LOGATEC	splošni
94,7	POSTOJNA 2	splošni
90,8	RAVNI VALVAZOR	splošni

Tabela 5: Seznam radijskih frekvenc za javni razpis in predlagana namembnost



Predlagamo, da se prva tretjina radijskih frekvenc nameni za dodatno ali dopolnilno pokrivanje lokalno usmerjenih radijskih programov, druga za specializirane programe, tretja pa za tiste s splošnejšo programsko usmeritvijo.

Za lokalne radijske programe bi namenili frekvence v bližini njihovih domicilnih območij delovanja, ki bi jim omogočile smiselno širitev ali izboljšanje slišnosti. V predlaganem izboru je za takšen namen primernih 12 frekvenc, ki skupaj omogočajo pokrivanje skoraj 78.000 prebivalcev, kar nanese 18 odstotkov pokrivanja vseh frekvenc izbora.

Za specializirane programe bi v skladu z načeli zgoraj razpisali 12 frekvenc za pokrivanje območij, kjer je že na voljo razmeroma dobra programska ponudba, ki vključuje tudi lokalne programe. Na takšnih območjih živi skupaj skoraj 130.000 prebivalcev, kar je 30 odstotkov pokrivanja vseh frekvenc izbora.

Preostanek frekvenc, prav tako 12, ki omogočajo pokrivanje skoraj 230.000 prebivalcev (51 % potenciala predlaganega izbora frekvenc), bi razdelili programom splošnejše usmeritve. Gre večinoma za urbanizirana območja z večjo gostoto prebivalstva, zato je njihova zmogljivost pokrivanja, izražena v številu potencialnih poslušalcev, večja.

Vrsta programa	Število frekvenc	Delež frekvenc	Število poslušalcev	Delež poslušalcev
lokalni skupaj	12	33,3%	77831	18,3%
specializirani skupaj	12	33,3%	129380	30,4%
splošni skupaj	12	33,3%	219009	51,4%
skupaj	36	100%	426220	100%

**Tabela 6: Porazdelitev frekvenc za javni razpis po segmentih radijskih programov**

Glede na to, da primernih nezasedenih virov ni več veliko, bi bilo predlagana načela za oblikovanje javnih razpisov in porazdelitev radijskih frekvenc smiselno preskusiti še pred javnostjo ter javne razpise pripraviti po opravljenem javnem posvetovanju. Javni razpisi za tako veliko število frekvenc so velik kadrovski in časovni zalogaj, tako za agencijo kot za Svet za radiodifuzijo, ki sodelujeta v procesu. Ob prizadevanju za čim večjo optimizacijo njihove zasnove in izvedbe, vendar ob potrebni skrbi za kakovost in strokovnost, bi morali biti izvedeni v več fazah. Pri tem bi bilo primerno začeti s frekvencami za lokalne programe, ki so najbolj izpostavljeni zaostrenim razmeram na trgu in jim lahko frekvence za zaokroženo dopolnjevanje območja pokrivanja pomembno izboljšajo možnosti za delovanje.

Seznam prostih frekvenc ni končen. Med izvajanjem postopkov javnih razpisov bo agencija nemoteno nadaljevala s koordinacijo radijskih frekvenc in ga bo sproti dopolnjevala z za razpis primernimi, mednarodno usklajenimi frekvencami. V skrajnem primeru pa lahko zaradi objektivnih, tehničnih razlogov, ki v času nastajanja tega dokumenta še niso znani, a bi se utegnili pojaviti, agencija katero od zgoraj predlaganih frekvenc umakne s seznama in poišče nadomestno rešitev.

## 9 Sklep

Dokument, namenjen analizi stanja na področju radijske dejavnosti v Sloveniji in oceni možnosti za njen razvoj, katerega pomemben del je namenjen oblikovanju predloga usmeritev, ki naj bodo upoštevane pri snovanju javnih razpisov za podelitev razpoložljivih radijskih frekvenc za analogni radio, zaključujemo z ugotovitvijo, da je razvojni potencial radia v analogni radiodifuziji že pomembno izčrpan.

Zaradi zasedenosti spektra je radijski trg, ki se pri nas v večji meri odvija na analogni platformi, za nove ponudnike praktično zaprt. Alternativni načini razširjanja radijskih vsebin sicer kažejo pozitivne trende, a za zdaj še niso osvojili dovolj velikega števila poslušalcev, da bi lahko predstavljali resno izbiro za vstop na trg. Kljub zaprtosti pa trg ni statičen, v odsotnosti javnih politik se razvija po svoje, pri čemer prihaja do unifikacije programske ponudbe. Na njem so se pojavili nacionalni komercialni igralci, ki načenjajo dolgoletno prevlado radijskih programov javne radiotelevizije, številni manjši radii, namenjeni lokalnim občinstvom ali specifičnim javnostim, pa so izginili.

Ureditev področja radia, predvsem v delu, ki se nanaša na programske zahteve in omejitve, izhaja iz leta 2001 in ostaja nespremenjena že od leta 2006. Prenova zakonodaje za televizijo, vsaj v delu, ki izvira iz evropske direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah, je povzročila velik razkorak med regulacijo radia in televizije. Veliko zakonskih določil, ki urejajo področje radia, ni prestalo preskusa časa, nekatera niso nikoli delovala, posamezna pa imajo nasprotno učinke od načrtovanih. Za izboljšanje pogojev za delovanje radijskih programov in za primerno raznolikost in kakovost radijskih vsebin bi potrebovali temeljito prenovo zakonodaje in regulacije ter prehod na digitalni način razširjanja.

---

74

Do digitalizacije radia, ki bo omogočila boljše in enakovrednejše pokrivanje obstoječih radijskih programov ter pojav novih radijskih programov in storitev, je edina (čeprav precej radikalna) možnost za občutno izboljšanje razmer ponovna razdelitev in optimizacija rabe radiofrekvenčnih virov prek t.i. *refarminga* na podlagi natančno preišljenih in načrtovanih območij na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Takšna kadrovska in časovno izjemno zahtevna preureditev bi seveda pomenila ogromen podvig, povsem primerljiv s preходом na digitalno prizemno televizijo, in bi zahtevala jasno politiko in sodelovanje vseh vpletenih.

Izdajatelji radijskih programov, ki delujejo na trgu in so odvisni od števila poslušalcev, najverjetneje ne utegnejo čakati na razplet morebitnih tovrstnih razprav. Potrebujejo hitre in učinkovite rešitve. Če ne celovite, vsaj delne. Mnogo jih že vrsto let prosi za pridobitev radijskih frekvenc za pokrivanje krajev, kjer njihovi programi niso slišni, zlasti tistih, ki so znotraj njihovih območij delovanja ali se z njimi stikajo. Interes za večjo izbiro radijskih programov je močan tudi na strani javnosti. Iz krajev, kjer je radijska ponudba siromašnejša, prihajajo pobude prebivalcev, naj se jim omogoči dostop do dodatnih radijskih programov. Zato predlagamo, da se razpoložljivi frekvenčni viri podelijo najustreznejšim kandidatom ob upoštevanju načel in strateških usmeritev, predstavljenih v pričujočem dokumentu.

## 9 Literatura in viri

- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve – AKOS (2014): Register radijskih in televizijskih programov, <http://www.akos-rs.si/ra-in-tv-programi> (dostop 12.2.2013)
- Agencija za komunikacijska omrežja in storitve – AKOS (2014): Register radijskih frekvenc za radiodifuzijo, <http://www.akos-rs.si/frekvence> (dostop 12.2.2013)
- Agencija za pošto in elektronske komunikacije – APEK (2008): Strategija razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji / Predlog.
- Couldry, Peter (2012): Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity Press.
- Evropska zveza javnih televizijskih in radijskih postaj – EBU (2013): Recommendation 138, Digital Radio Distribution in Europe, <https://tech.ebu.ch/docs/r/r138.pdf> (dostop 5.11.2013).
- GFK Slovenija (2007): Analiza priložnosti za radijske in televizijske programe v Sloveniji, kvalitativna raziskava. Ljubljana: GFK Slovenija (za APEK).
- Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana (2007): Analiza podatkov Mediana RM na območju Slovenije in po regijah za obdobje 2000 do 2006. Ljubljana: Mediana (za APEK).
- Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana (2011): Analiza podatkov raziskave Mediana RM na območju Slovenije in po regijah za obdobje 2007 do 2011. Ljubljana: Mediana (za APEK).
- Lunt, Peter in Sonia Livingstone (2012): Media Regulation: Governance and the Interest of Citizens and Consumers. London: Sage.
- Mednarodna telekomunikacijska zveza – ITU (1984): GE84 Agreement, VHF-FM radio GE84 <http://www.itu.int/ITU-R/terrestrial/broadcast/plans/ge84/index.html> (dostop 12.11.2013).
- Mednarodna telekomunikacijska zveza – ITU (1998): Recommendation ITU-R BS.412-9: Planning standards for terrestrial FM sound broadcasting at VHF ITU-R BS.412 [http://www.itu.int/dms\\_pubrec/itu-r/rec/bs/R-REC-BS.412-9-199812-III-PDF-E.pdf](http://www.itu.int/dms_pubrec/itu-r/rec/bs/R-REC-BS.412-9-199812-III-PDF-E.pdf) (dostop 12.11.2013).
- Merjenje obiskanosti spletnih strani – MOSS (2013): Splet zanimiv tudi za poslušalce radia in glasbe, <http://www.moss-soz.si/si/novice/10213/detail.html> (dostop 23.11.2013)
- Merjenje obiskanosti spletnih strani – MOSS (2014): Slovenskih spletnih uporabnikov je iz leta v leto več, <http://www.moss-soz.si/si/novice/11737/detail.html> (dostop 5.2.2014)
- Milosavljević, Marko (2012): Pregled medijskega trga v Sloveniji. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (za APEK).
- Skupina za politiko radijskega spektra – RSPG10 -349 (2011): The Future of Radio Broadcasting in Europe. [http://rspg-spectrum.eu/consultations/consultation\\_futradio/rspg10\\_349\\_report\\_future\\_radio\\_broadcasting.pdf](http://rspg-spectrum.eu/consultations/consultation_futradio/rspg10_349_report_future_radio_broadcasting.pdf) (dostop 15.11.2013)
- Svet za radiodifuzijo (2011): Ocena stanja na področju radiodifuzije in predlogi Državnemu zboru Republike Slovenije za izboljšanje stanja.
- Ujčič Zrimšek, Manja (2013): Bruto vrednost oglaševanja v 2012 je manjša kot leto prej, Marketing Magazin, 25.1.2013, <http://www.marketingmagazin.si/novice/mmarketing/9447/bruto-vrednost-oglasevanja-v-2012-je-manjsa-kot-leto-prej> (dostop 14.11.2013).
- Valicon (2013a): Odnos poslušalcev do programskih vsebin – poročilo terenske raziskave med poslušalci radijskih postaj. Ljubljana: Valicon (za APEK).
- Valicon (2013b): Poslušanost radijskih postaj – poročilo analize podatkov po raziskavi NRB za obdobje od 2006 do 2012. Ljubljana: Valicon (za APEK).