

Komerčné rozhlasové vysielanie ako prostriedok šírenia „verejnoprávnych“ informácií v regióne

Mgr. Peter Oborník

Abstrakt

Trendy v komercionalizácii rozhlasových staníc postupujú vzhľadom na celoslovenské komerčné rozhlasové vysielanie plošne. Výnimkou sú lokálne rozhlasové stanice, ktoré získavajú poslucháčsku základňu na základe miestnej emócie. Práve zdieľanie spoločného lokálneho pocitu môže nahradiť komerčnú emocionalitu a bulvarizáciu informácií s cieľom atraktivizácie vysielacej formy a obsahu. Atraktivizácia, stojaca na strane subjektivity potláča primárnu objektivitu, cieľovú pre verejnoprávne médiá. V moderovaných blokoch dochádza k progresu formy často na úkor obsahu, podobné tendencie môžeme nájsť aj v rozhlasovom spravodajstve. Spravodajstvo lokálnych rozhlasových staníc primárne nepotrebuje progres emocionality, vedúci k zvýšenému záujmu o formu, než obsah a bulvarizácii spravodajských blokov. Témy sú zväčša lokálne, inovatívne. Cieľom je lokálne publikum, čo predvída spracovanie a aktualizáciu aj takých spravodajských informácií, ktoré nie sú pre celoplošné médiá zaujímavé, no majú vysoký referenčný potenciál pre lokálne publikum. Dozvedajú sa z nich informácie o miestnej politike, kultúrnych, či školských akciách a novinkách v meste. Lokálne rozhlasové stanice často nezabúdajú ani na občiansky servis, pomoc pri hľadaní stratených zvierat, či propagáciu neziskového sektora, čo ich diferencuje od komerčnej sféry smerom k službe verejnosti. Právo na informácie, či sloboda prejavu patria k právam občanov. Bez komerčnej bulvarizácie s cieľom informovať nesú podobnosť s vysielaním verejnoprávnych rozhlasových staníc, a preto nesú špecifické postavenie na trhu.

Kľúčové slová

rozhlas, rozhlasové vysielanie, lokálpatriotizmus, verejnosť, komercia, poslucháči

Abstract

Trends in the commercialization of radio stations nationwide procedure for a commercial radio across the board. An exception is the local broadcasting stations to acquire listening to local base emotions. Just sharing a common sense can replace the local commercial to form and content of broadcasting. Attraction is standing on the personality overrides primary objectivity. That is the targeted of public media service. The blocks in commercial radio are a moderate form of emotional progres. Similar trends are also found in commercial radio news. Local news primarily doesn't need progress of emotionality. They heading for the local emotions. Topics are mostly local and innovative. The aim is to local audiences, which provides for processing and updating and reporting such information are not interesting for the media across the board but have a high potential reference for local audiences. Learn from them about local politics, cultural or educational events and news in the city. Local radio stations often forget the civil service, assistance in finding lost animals, whether promoting non-profit sector, which differentiates them from the commercial sector towards public service. The right to information, freedom of expression that belong to the rights of citizens. Transformation lokal broadcasting to local information service have a specific position in the market.

Keywords

radio, broadcasting, patriotism, public, commerce, audience

1. Trendy lokálneho rozhlasového vysielania

Po relatívne dlhej historickej ére, ktorú prekonal rozhlasové vysielanie, absolvovalo rozhlasové médium mnoho zmien. Jedným z najväčších stimulov k vývoju rozhlasového vysielania, ku kreovaniu formátu, jeho definícii, či voľbe a strategizácii použitia programových techník a metód bola televízia. Televízia, podobne ako rozhlas zažili svoju zlatú éru, pričom zlatá éra televízie definitívne zmenila vnímanie rozhlasu ako primárneho nositeľa referencie smerom k mainstreamovému publiku.

Prevažný obsah väčšiny nešpecializovaných komerčných rozhlasových staníc tvorí hudba. Hudobná dramaturgia je jednou zo základných zložiek rozhlasovej personálnej hierarchie. Voľba hudobných titulov je ovplyvnená gatekeepermi, marketingom, hudobnými vydavateľstvami a internou hudobnou dramaturgiou, ktorej prioritou je, podobne ako prioritou každej rozhlasovej stanice, byť komerčný. Pojem komercia v tomto prípade zahŕňa prostriedky masovosti, mainstreamu. Cieľom je osloviť širokospektrálne publikum, bežného poslucháča, aj preto sa hudobná produkcia podobne ako televízia vo svojom prvotnom plánovaní zameriava na zúfalé hľadanie cieľovej skupiny, publika. (Ang, 1991)

1.1 Spravodajstvo lokálnych rozhlasových staníc

Referencia sa prirodzenou transformáciou modifikovala do komplexných informačných blokov, či moderovanej zložky (zvyčajne v reláciách). Sémantiku hovoreného slova môžeme systematicky kategorizovať v smere objektivita – emocionálnosť priamo úmerne s nasýtenosťou spravodajských vysielacích zložiek až po individuálny moderátorský prejav, čomu predvídala vznik formátu a diferencovaných spravodajských blokov.

Už na základe lexikálnej perspektívy anglického slova „news“ môžeme dedukovať, že základným spravodajským atribútom je aktuálnosť, novosť, či inovácia. Tento atribút je spoločensky funkčný, napriek tomu potreba poslucháča byť informovaný nespočíva len v aktuálnosti. Nech berieme do úvahy akékoľvek aspekty, ktoré na správe môžu upútať cieľového poslucháča, nevyhneme sa blízkosti. Pridaná hodnota „miestnej emócie“, resp. faktoru blízkosti sa podľa rôznych interných rebríčkov radenia správ na základe obsahu (katastrofa, krimi, ekonomika...) stala súčasťou celoplošného spravodajstva, ktorého primárnym cieľom je informovať o tom „najdôležitejšom“ (objektívne), či „najzaujímavejšom“ („emočne“), čo sa udialo v danej lokalite. Popri stratégii celoplošných rozhlasových staníc stojí stratégia regionálnej, resp. lokálnej rozhlasovej stanice, ktorej prvotným zámerom zvyčajne býva špecializácia na menší územný celok (región, mesto, obec).

Rádio Prešov je lokálna rozhlasová stanica, so zámerom „nadviazať na tradíciu zaniknutých lokálnych staníc Flash a Východ, ktoré v Prešove vysielali v rokoch 1993 až 2006.“ (medialne.sk, 14.5.2008) Terestriálne vysielanie s frekvenciou 91,4 MHz

pokrýva približne 120 tisíc obyvateľov. Po nástupe nového vedenia v septembri 2009, riaditeľa Martina Višňovského (spevák kapely Chiki-Liki Tu-A) vznikli nové hudobné relácie, tzv. Špeciál, ktorého tvorivú aj moderátorskú zložku zastrešili prešovskí hudobníci (Katarína Knechtová, Martin Husovský (Komajota), Katarína Koščová a Martin Višňovský). (radia.sk, 7. 9. 2009) Komplexne sa zmenila hudobná dramaturgia. Jej cieľom je podľa slov aktuálneho hudobného dramaturga (dlhoročného hudobníka) Dušana Pappa: „Hrať hudbu, ktorá je kvalitne skomponovaná a poslucháč si môže tú istú pieseň pustiť aj o päť rokov a nebude ho obťažovať“.

Hlavnú spravodajskú zložku tvorí spravodajský blok, 3-4 minútové správy, vysielané každú hodinu od 6-stej do 18-stej počas pracovného týždňa. Dopoludňajšie spravodajstvo zvyčajne informuje o udalostiach predošlého dňa, nové, aktuálne informácie ponúka poslucháčom Rádio Prešov popoludní od 15-stej hodiny. Spravodajské informácie počas víkendu sú implikované do troch širších lokálnych spravodajských blokov (jeden blok cca 5 min), reprízovaných v sobotu a nedeľu, tzv. Víkendový žurnál. Primárnym cieľom spravodajstva Rádia Prešov je poskytnúť lokálne informácie v čo možno najväčšom objeme.

Spravodajstvo Rádia Prešov pracuje s tézou komplementarity. Dopĺňa spravodajský trh o informácie prevažne z mesta Prešov. Splňa aj funkciu občianskej podpory, jeho cieľom je byť ústretový voči občanom mesta, ktorí majú potrebu mediálneho priestoru, či verejného šírenia informácie (napr. o strate, či nájdení psa, o krádeži, či poškodení súkromného majetku, o výzve na pomoc a podporu občianskym združeniam, resp. neziskovým organizáciám, či informovať o akciách a podujatiach mesta...) Úlohu gatekeepera v procese spravodajskej voľby zohráva programový riaditeľ. V prvej časti zbiera a selektuje informácie z rôznych mediálnych zdrojov a v druhej schvaľuje správy v spravodajskom bloku, prípadne dáva podnety redakčnej spravodajskej zložke. Inými slovami „otvára bránu“ len pre niektoré informácie a zároveň ju zatvára pred tými, ktoré nepovažuje za nové, zaujímavé. (O'Sullivan, T, Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J., 1994) Z vlastnej skúsenosti programového riaditeľa Rádia Prešov viem, že je len málo informačných filtrov, ktoré by zabránili preniknúť lokálnej informácii do spravodajského bloku. Zvyčajne sú to zaujatosť, vplyv politickej propagandy, či príznak nerovnoprávnosti (diskriminácie) na rôznych stupňoch. Hlavným cieľom spravodajstva Rádia Prešov je zachytiť čo možno najviac lokálnych referencií a informovať o nich verejnosť a to aj na úkor aktuálnosti. Radenie správ je primárne podľa územného kritéria na lokálne – regionálne – celoplošné – zahraničné. V rámci jednotlivých častí zohráva dominantnú úlohu spomínaná aktuálnosť a dôležitosť (resp. spoločenský dopad). Kategorizácia správ prebieha systematicky, na základe identifikácie obsahového rámca do kategórií politika, školstvo, kultúra, ekonomika, krimi, zdravotníctvo, šport a iné. Témy, spracované v spravodajstve jedného dňa, ktoré sa redakcia rozhodne zaradiť do spravodajského bloku ďalšieho dňa sú modifikované, aktualizované a obohatené o iný spravodajský uhol pohľadu. V daný deň sa lokálne a regionálne spravodajské témy zvyčajne opakujú cca každé tri hodiny, vzhľadom na ich dôležitosť, pričom správy

zo Slovenska a zahraničia sa zvyknú obmieňať (inak je tomu v prípade krízovej situácie¹).

1.2 Ideálny spravodajský blok

Od januára 2010 postupuje spravodajská sekcia v systéme radenia správ podľa vlastného modelu tvorby spravodajského bloku, tzv. ideálneho spravodajského bloku, ktorý pri relatívne rovnakej dôležitosti ponúkaných spravodajských referencií určuje pomer vysielaných spravodajských informácií v dvoch základných kategóriách: územného členenia a spravodajského obsahu. 3-4 z 10-tich tém majú v ideálnom spravodajskom bloku lokálny charakter, 1-2 sú regionálneho charakteru, pričom súhrn lokálneho a regionálneho spravodajstva tvorí polovicu spravodajského bloku. Vzhľadom na spravodajský obsah je hlavným cieľom spravodajstva Rádia Prešov informovať poslucháčov o schvaľovaní zákonov, vládnych, regionálnych, či mestských opatreniach, ktoré sú pomenované termínom „politika“, na druhom mieste sa venovať problematike školstva a kultúry a taktiež zaradiť do svojho vysielania aj správy z ekonomiky, zdravotníctva, či prevažne policajné informácie (označované popularizačným termínom „krimi“). Kategória „Iné“ zahŕňa prevažne správy z oblasti dopravy, ekológie, či občiansky servis v spravodajských blokoch. V prípade aktuálnych dôležitých informácií zo športu sú flexibilne radené do hlavného spravodajského bloku (napr. v mesiaci február úspechy slovenského tímu na olympiáde vo Vancouveri). Športové spravodajstvo je v Rádiu Prešov vysielané v krátkom informačnom súhrne (2-3 minúty) ráno a popoludní, 4x bežný pracovný deň a každú sobotu v trojhodinovej popoludňajšej relácii, vysielanej naživo (Športová sobota s Kajom), preto je jeho potreba radenia do bežného spravodajského bloku irelevantná.

Ideálne spravodajské bloky sú vyjadrené v percentuálnom objeme, ich prirodzená výchylka je interne stanovená na úrovni +/- 5% pre každú kategóriu.

Ideálny spravodajský blok v kategórii územného členenia

	Mesto	Región	Slovensko	Zahraničie
Podiel v spravodajskom bloku (v %)	35	15	35	15

Ideálny spravodajský blok v kategórii spravodajského obsahu

¹ neočakávaná, náhla zmena aktuálneho stavu, ktorá môže so sebou priniesť dôležité spoločenské dopady (vojna, katastrofa, voľby...)

	Politika	Školstvo	Kultúra	Ekonomika	Krimi	Zdravotníctvo	Iné
Podiel v sprav. bloku (%)	25	15	15	10	10	10	15

1.3 Reálne spravodajstvo

Reálne spravodajstvo Rádia Prešov odzrkadľuje udalosti a dianie v meste, regióne, na Slovensku a v zahraničí vzhľadom na model ideálneho spravodajského bloku a individuálnej redaktorskej práce.

1.3.1 Monitoring

Pri monitoringu som sa držal metodológie podľa Schererovských princípov kvantitatívnej obsahovej analýzy. (Scherer, In: Schultz, Winfried - Scherer - Hagen - Reifová – Končelík, 2004) Výskumná téma sa odvíjala od cieľa analýzy, zistiť objem jednotlivých správ a primárnu nosnú informáciu v rámci miery zhody s interným ideálnym spravodajským blokom, ktorý bol v Rádiu Prešov už zaužívaný. Fungoval ako vzorový spravodajský model, aplikovaný do redakčného a spravodajského tímu, preto sa finálna kategorizácia výskumu opierala o jeho štruktúru. V rámci operacionalizácie bola vypracovaná širšia metodológia, s ktorou bol oboznámený celý monitoringový tím, pre stručnosť uvádzam jej základné princípy.

Pomocou kľúčových slov systémom indexovania na základe funkčných lexém, ktoré odpovedajú na spravodajskú otázku „Kde“ a „Čo?“ sa výskum zamerlal na čiastkové hodnotenie jedného spravodajského dňa v ktorom bola jedna zverejnená spravodajská téma zohľadnená jedenkrát (v dvoch samostatných funkčných kategóriách podľa ideál. spr. modelu). Je potrebné zdôrazniť, že cieľom analýzy nebolo vyčíslit' časový objem regionálneho spravodajstva, ktorý odznel v étery. Denné spravodajstvo je v analýze považované za rozmanité informačné spektrum nových, resp. aktualizovaných informácií. Aktualizovanou informáciou rozumieme správy, ktoré prinesú iný spravodajský rozmer, čím zmenia (nie len rozšíria) percepčný informačný status. S podmienkou vnímania denného spravodajstva ako jedného vysielacieho celku sa v prípade výskytu rovnakej tematickej spravodajskej informácie indexovala a vyhodnotila ako téma spravodajského celku ďalšieho dňa. V plánovacej a organizačnej fáze bol stanovený časový harmonogram a del'ba úloh v spolupráci s redaktormi Rádia Prešov, Danou Strculovou, Vladimírom Tomekom a Ľubomírou Elijášovou, ktorí boli oboznámení s komplexnou metodológiou, indexovými vzormi a ich úlohou ako praktických spravodajcov, autorov daných tém, bolo určiť kľúčové slová správy a lokalizovať ju. Overovacia fáza prebiehala na základe autorského „odposluchu“, po

splnení všetkých podmienok sa dáta zozbierali, nanovo indexovali a vyhodnotili. (Scherer, In: Schultz, Winfried - Scherer - Hagen - Reifová – Končelík, 2004)

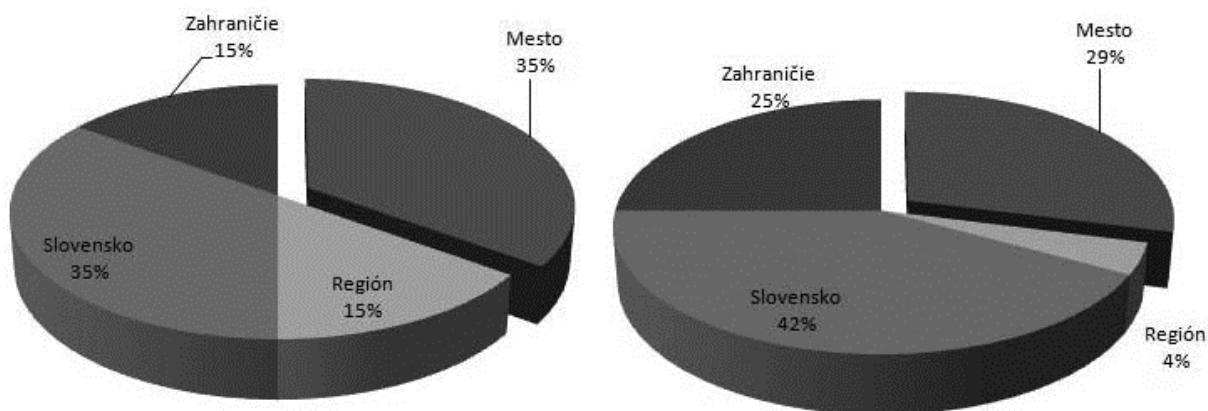
Monitoring denného spravodajstva za mesiac február 2010, ktorý sa primárne zameriaval na obsahovú štruktúru tém v rámci jedného priemerného vysielacieho dňa pracovného týždňa, podáva reálny obraz o zastúpení jednotlivých kategórií v dennom spravodajstve Rádia Prešov.

V mesiaci február 2010 poskytlo Rádio Prešov vo svojich denných spravodajských blokoch 29% správ z mesta, 4% z regiónu, 42% zo Slovenska a 25% zo zahraničia. Oproti ideálnemu modelu je príznakový najmä objem regionálnych spravodajských tém, ktorý zaostáva nad stanoveným limitom. Naopak, v mesiaci február boli posilnené spravodajské informácie zo Slovenska a zo zahraničia.

Reálny spravodajský blok v mesiaci február 2010
v kategórii územného členenia

	Mesto	Región	Slovensko	Zahraničie
Podiel v spravodajskom bloku (počet správ za mesiac)	113 (29%)	14 (4%)	161 (42%)	96 (25%)

Ideálny vs. reálny spravodajský blok za mesiac február 2010 v kategórii územného členenia



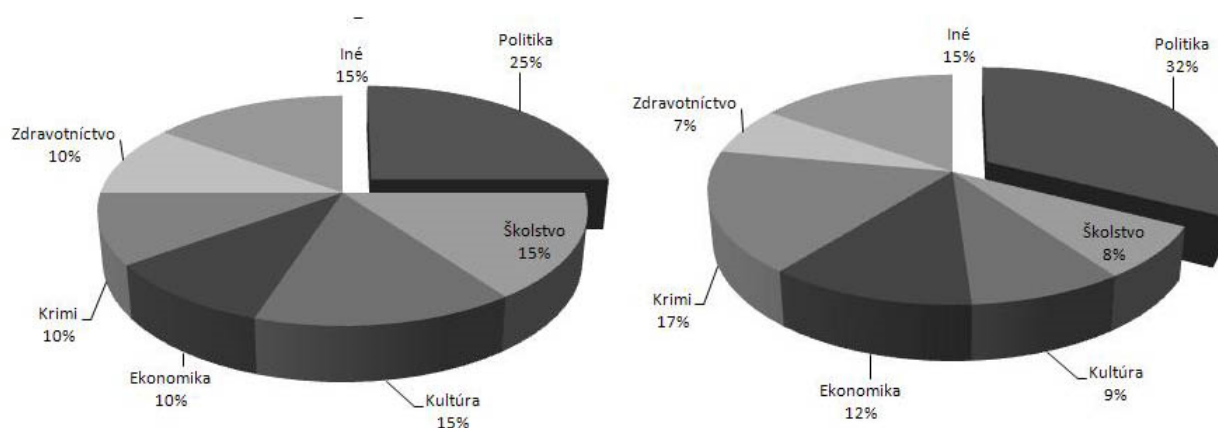
Najmenšiu zhodu medzi ideálnym a reálnym spravodajským blokom dosiahlo Rádio Prešov v mesiaci február 2010 v prospech posilnenia správ z politiky (o 7%) a „krimi“ (o 7%) a súčasne v oslabení tém z oblasti školstva (o 7%) a kultúry (o 6%). Do

vysielania v spravodajskom bloku bolo zaradených aj 12 správ zo športu, ktoré nie sú predmetom aktuálnej analýzy.

Reálny spravodajský blok v mesiaci február 2010 v kategórii spravodajského obsahu

	Politika	Školstvo	Kultúra	Ekonomika	Krimi	Zdravotníctvo	Iné
Podiel v spravodajskom bloku (počet správ za mesiac)	121 (32%)	28 (8%)	33 (9%)	44 (12%)	64 (17%)	25 (7%)	57 (15%)

Ideálny vs. reálny spravodajský blok za mesiac február 2010 v kategórii spravodajského obsahu



V rámci mesiaca február 2010 prinieslo Rádio Prešov svojim poslucháčom 108 správ z mesta, ktoré majú charakter novej, respektíve modifikovanej informácie.

Monitoring denného spravodajstva Rádia Prešov za február 2010

	Mesto	Región	Slovensko	Zahraničie	Spolu
Politika	16	1	69	35	121
Školstvo	17	0	11	0	28
Kultúra	30	0	3	0	33
Ekonomika	4	0	28	12	44

Krimi	15	9	12	28	64
Zdravotníctvo	6	0	16	3	25
Iné	20	3	16	18	57
Spolu	108	13	155	96	372

Rádio Prešov je komerčná lokálna rozhlasová stanica, ktorej cieľom je prinášať lokálne informácie. (medialne.sk, 14.5.2008) V spravodajskom bloku v mesiaci február 2010, ktorý tvorilo 20 pracovných dní odvysielalo Rádio Prešov približne 260 spravodajských blokov, v ktorých bolo využitých 108 nových, resp. modifikovaných spravodajských tém z mesta Prešov.

2. „Verejnoprávnosť“ lokálneho rozhlasového vysielania

„Rozhlas nie je len o národnom spravodajstve a národnom zvuku. Udržiava ľudí v kontakte tým, že umožňuje výmenu skúseností a vzájomnú podporu miestnych komunit. Miestne rozhlasové vysielanie sa stáva každý rok prominentným. Jeho vysielanie dosahuje štandardy, o ktorých sa netušilo ani pred desiatimi rokmi.“ (Chantler – Steward, 2003)

Úroveň lokálneho rozhlasového vysielania vytvára samostatný formát emočnej paradigmy, kde v centre stojí vopred daný uvedomelý, prípadne neuvedomelý lokálpatriotizmus. Komerčné celoplošné rádio by nemalo zabúdať na atribút spravodajskej blízkosti a informovať poslucháčov práve o ich lokalite. Podľa slov Phila Rileyho, generálneho riaditeľa Chrysalis Radio: „Dobré lokálne prebija dobré národné každý deň.“ (Chantler – Steward, 2003) Domnievam sa, že pre prešovského poslucháča je predpoveď počasia z celoplošného komerčného rádia, ktorá tvrdí, že vonku je škaredo, pričom je v jeho meste pekne, prinajmenšom bezvýznamná.

Práve poskytovanie spektra lokálnych informácií, či hudby lokálnych kapiel môžeme na jednej strane interpretovať ako doplnenie služby do čiastočne nedostatkového mediálneho trhu, na druhej strane faktor záujmu poskytovať občanom informácie z diania v ich meste, či regióne predurčujú lokálnu rozhlasovú stanicu stať sa akousi verejnou službou, verejným záujmom a prispieť k informačnej „verejnoprávnosti“ v danej lokalite.

Verejnoprávne vysielanie je poskytnutie rozhlasových a televíznych kanálov vo forme verejného statku. To má za následok organizáciu rozhlasu do národných kultúrnych inštitúcií, ktoré sa venujú rozšíreniu verejných informačných prostriedkov, či ich samotnej realizácii. (O’Sullivan, T, Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J., 1994) Podľa zákona č. 255/1991 Zb., z 24. 5. 1991, ktorý prijala Slovenská národná rada (a na základe ktorého vznikol Slovenský rozhlas ako verejnoprávna rozhlasová inštitúcia pre Slovensko), je Slovenský rozhlas národná, nezávislá, verejnoprávna,

informačná, kultúrna a vzdelávacia inštitúcia. Verejnoprávny je primárne týkajúci sa verejného práva.

Pojem „verejnoprávna inštitúcia“ je v našom ponímaní legislatívne zakotvený. Napriek tomu, že duálny systém vysielania zaručuje zákon, nemožno zaručiť rovnaké podmienky pre všetky rozhlasové stanice. Ich konkurencieschopnosť nie je rovnocenná. Dosiahnuť vysokú počúvanosť je cieľom každej rozhlasovej stanice bez ohľadu na jej komerčnú, či verejnoprávnu dištikciu. Spoločný cieľ určuje podobné metodiky, programové techniky, obsahovú aj formálnu štruktúru.

Verejnoprávnosť je na Slovensku v zásade právne stanovená, ukotvená, preto je možno dobrou voľbou pre vnímanie pojmu verejnoprávnosť komerčných rozhlasových staníc práce použitie termínu verejná služba (resp. služba verejnosti), ktorým zachováme funkčnosť duálneho systému a zároveň môžeme pripustiť, že služba verejnosti nie je výsada verejnoprávneho média.

V legislatívnom systéme Slovenskej republiky nájdeme pojem verejná služba v Zákone č. 313/2001 Z. z. o verejnej službe. „Verejná služba podľa tohto zákona je vykonávanie práce vo veciach verejného záujmu a vykonávanie úkonov súvisiacich s územnou samosprávou zamestnancom v pracovnom pomere.“

„Veřejná služba je také prezentace menšinových názorů, které v médiu hlavního proudu nikdy nezazní a pomocí nichž se vytváří názorová konkurence. Veřejná služba znamená nezavrhnout elitářsky názor většinový v době, kdy soukromník z důvodů politických nebo ekonomických (přitažlivost neobvyklých názorů menšin) dává přednost výhradně postojům nesdíleným většinou.“ (Válová, 2000)

Rádio Prešov umožňuje Prešovčanom slobodne prejavíť ich názor, verejne ho prezentovať pri dodržaní etických a právnych noriem bez akejkoľvek diskriminácie, či osobnej preferencie.

Umožňuje prístup k informáciám, čím podporuje jedno zo základných práv, právo na informácie o faktoch, či udalostiach, ktoré nie sú pre celoplošnú komerčnú rozhlasovú stanicu dostatočne atraktívne, aby ich zverejnila (napr. informácie z prešovského mládežníckeho parlamentu, 4. 2. 2010, vlastná kanalizácia na Šidlovci, 4. 2. 2010, zápis žiakov do prešovských základných škôl 4. 2. 2010...).

Rádio Prešov má terestriálne vysielanie na frekvencii 91,4 MHz, čo je predpokladom, že si ho môže naladiť každý poslucháč v rámci dosahu (mimo pomocou live streamu na www.radiopo.eu) zadarmo.

Domnievam sa, že lokálne, resp. regionálne médium zohráva veľký význam pri šírení verejnoprávnych informácií (resp. verejnej služby), napr. v súvislosti s právom byť informovaný o rozdelení verejných financií mestského rozpočtu, či o hospodárení s rozpočtom vyššieho územného celku. Predpokladom poskytnutia verejnoprávnej

služby je dostupnosť každému, čo predvída do istej miery odklon od komercie, ktorej cieľom je primárne predat' za čo najlepšiu cenu.

Emocionalita, ktorá sa implikuje do súčasných spravodajských obsahov vo forme infotainmentu je v tomto prípade nahradená akousi „miestnou emóciou“. Práve príslušenstvo a záujem nás, spoločnosti, poslucháčov o udalosti a dianie, ktoré je nám lokálne blízke môže byť natoľko postačujúcim pre mainstreamového poslucháča, že ďalšia obsahová, či formálna atraktivizácia nie je nutná. Na základe tohto faktu prichádza predpoklad venovať sa objektívnemu, neskreslenému, verejnému servisu aj v súlade s cieľmi komerčnej lokálnej rozhlasovej stanice.

Rádio Prešov podobne ako iné lokálne rozhlasové stanice prispieva k šíreniu informácií verejnosti, na ktoré má právo.

Zdroje

ANG, I.: *Desperately Seeking the Audience*. Routledge. London, New York, 1991. ISBN: 041505270X
CHANTLER, P., STEWART, P.: *Basic Radio Journalism*. Focal Press. Great Britain, 2003. ISBN 0 240 51926 4

O'SULLIVAN, T, HARTLEY, J., SAUNDERS, D., MONTGOMERY, M., FISKE, J.: *Key concept in communication and cultural studies*. Routledge, New York, London, 1994. ISBN 0-203-13637-3.

SCHERER, H.: Úvod do metody obsahové analýzy. In: Schultz, Winfried - Scherer, Helmut - Hagen, Lutz - Reifová, Irena - Končelík, Jakub: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha, Karolinum 2004.

STEPHENSON, R. A., REESE, E. D., BEADLE, E. M.: *Broadcast Annoucing Worktext. Performing for Radio, Television and Cable*. Second edition. Focal Press. USA, 2005. ISBN: 0-240-80569-0

VÁLOVÁ, I.: Ne vláda luzy ani elity, ale vláda lidu. In.: *Česká televize: vec veřejná*. Česká televize, Praha, 2000.

Internetové zdroje

<http://medialne.etrend.sk/radia-spravy/radio-presov-chce-platat-dieru-po-zaniknutych-predchodcoch.html>

http://www.radia.sk/citaren/rozhovory/1881_radio-presov-cielovou-skupinou-su-vsetci.html

<http://www.sav.sk/journals/zurnal/full/oz0198c.pdf>