

UVODNIK

Jezik v medijih je od nekdanj prvih kazal razvojne težnje v jezikovni rabi in prav prek medijev se v javno rabo uvajajo nova poimenovanja, novi govorni vzorci, strukture in stilne izbire. V medijih se zaradi pogoste rabe nevtralizirajo; spreminjajo se meje med družbenimi jezikovnimi zvrstmi: kar je do nedavna veljalo kot nesprejemljivo za javno besedo, npr. občutljivost do neknjižnih zvrsti v javni rabi, se je prav zaradi drugačnih dejanskih rab, ki jih povzemajo mediji in tako spreminjajo svojo preteklo prakso, uveljavilo kot ena možnih izbir. Dojemanje jezikovne zvrstnosti in jezikovnih izbir v splošni rabi vpliva na izbor jezika v medijih.

Na drugačne jezikovne izbire pa vplivajo tudi nove funkcije medijev, od katerih je najbolj pomembna v zadnjih desetletjih informativna zabava, ki jo je k nam prineslo tržno novinarstvo. Z novimi funkcijami se je spremenilo tudi razumevanje novinarstva, ki ga danes težko razumemo zgolj kot zbiranje in tvorjenje tehtnih informativnih in interpretativnih besedil v klasičnih novinarskih žanrih, ampak – vsaj v evropskem pojmovanju – kot novinarstvo razumemo tudi zabavne medijske vsebine razvedrilnega novinarstva.

Teoretiki se gibljejo na dveh polih vrednotenja sodobnega novinarstva, prvega zaznamuje kritičnost do sodobnih praks infozabave. Drugi pol raziskovanja novih praks je manj kritičen, saj je občinstvo tisto, ki izbira, in sodeč po raziskavah, teži k tabloidizaciji, hkrati pa je to isto občinstvo prejemnik tistega, kar mu mediji ponudijo.

Jezikovne in stilne spremembe v slovenskih medijih zadnjih dveh desetletij so povezane ne le z omenjenimi spremembami funkcij medijev (tabloidnega, infozabavnega, tržnega novinarstva), ampak tudi s profesionalizacijo novinarstva. Ko si je novinarstvo od prvega dnevnika (1873, Slovenski narod) postopoma specializiralo jezikovna sredstva za rabo v novinarskih besedilih, je ta specializacija potekala (kot vse druge) pod vplivom objektivnih stilo tvornih dejavnikov: sprva časovne stiske in ubesedovanja iste, ponavljajoče se situacije, nato tudi vse bolj ustaljenih profesionalnih norm (npr. ločevalna norma med dejstvi in mnenji, ustaljevanje žanrskih konvencij) in tehnoloških novosti (vključevanje fotografije, shem, prikazov kot dopolnilnih, danes ponekod (tabloidi) prevladujočih objektivnih znakovnih sistemov) ter prek njih vedno večje količine informacij v vedno manjšem svetu. Novinarstvo se je pričelo profesionalizirati in analizirati (na Slovenskem ga glede na vplivnost analizira že Janez Jesenko konec 19. stoletja, jezikovno pa Breznik v 30. letih 20. stoletja, poglobljeno in ne jezikovnokritično, temveč stilistično pa jezikoslovje od 60. let 20. stoletja (Janez Dular, nato predvsem Tomo Korošec).

Če mora novinar kot pogoj za svojo profesionalno delo obvladovati tudi orodje svojega sporočanja, čeprav tudi to ni več samoumevno,¹ je treba dodati, da je tega znanja tudi obilno deležen na Fakulteti za družbene vede, kjer je šest predmetov dodiplomskega študija specializiranih prav za poučevanje jezika in stila v medijskih praksah. Na prvi pogled je zato nepričakovana ostra misel ob ugotavljanju sodobnega stanja in znanja:

»Žalostno je, ker je treba zapisati ugotovitev, da v jeziku sodobne poosamosvojitvene slovenske publicistike – in dnevniškem poročevalstvu kot njenem najizrazitejšem delu – vladajo brezbriznost, samopašnost in vulgarnost. Brezbriznost ni podedovana iz prejšnjega režima, skotila se je iz novega lastništva (sicer skrbečega za zaslužek lastnikov medijev, kdorkoli že to so), samopašnost se kopa v neznanju in tušira z demokratizmom, vulgarnost pa se zamenjuje s stilom. Smo na najnižji točki upada.« (Korošec: *Stilistika poročevalstva: španska vas*, 2004).

Pravzaprav paradoksalno: obdobje po letu 1991 odpre medijem svobodo, urednik in politik nista več cenzorja – s svobodo bi pričakovali svobodo ustvarjanja: pa smo jo in je nismo dobili. Marsikje smo se znašli na najnižji točki upada in od tam gre lahko le še navzgor, sproščena jezikovna raba, ki odslikava jezikovno realnost družbe, kaže na ustvarjalnost, številni neologizmi, uživanje v rabi jezika so lepši pol medijskega jezika. Za slabši pol neetične in zakonsko dvomljive popolne komercializacije medijskih ubeseditiv pa posegi v smislu »jezikovnega razsodišča«, opozarjanje na naloge sektorja za slovenski jezik in sankcioniranje niso ukrepi, ki bi spodbudili kakovostnejše medijske ubeseditve. Najtemnejše zgodbe slovenskega tranzicijskega novinarstva so se iztekle, se razkrojile in nastali humus bo omogočal novo rast – če bo rast povezana s profesionalnostjo novinarskega dela, kjer bo štela izobrazba, samoregulacija in večja avtonomija.

Tematski sklop *Jezik in mediji* je nastal prav z namenom dodati k sodobnim raziskavam jezika v medijih nove poglede in ugotovitve. V prvem sklopu štirje jezikovni prispevki prinašajo najprej (Červ, Logar Berginc) pretresljivo zgodbo o tem, kako novinarji gledajo na obvladovanje jezika in kako je povojno lektorstvo, mišljeno le kot začasna pomoč zaradi vojne vihre nezobraženim piscem, preraslo v berglo in potuho novinarjev, ki bi za samoumevno profesionalno kompetenco morali šteti prav zelo dobro poznavanje jezika. Drugi in tretji prispevek dopolnjujeta naša spoznanja o radijskem jeziku in sta zanimiva komparativno: prvi klasični jezikoslovni pogled na govorjeni radijski jezik (Alenka Valh Lopert) za normo postavlja ideal zbornega jezika, drugi (Tina Lengar Verovnik) jo umešča v medijsko realnost ter jezikovne izbire razlaga kompleksno, upoštevajoč občinstvo, žanr in tip medija. Četrta razprava (Kalin Golob, Jelovšek) z analizo srbohrvatizmov v

¹ Gl. analizo v prispevku Červ, Logar Berginc.

medijih (1945–2005) zavrača splošno trditev, da jezik novinarjev vpliva na prevzemanje tujejezičnih prvin, in kaže, da se v medijskem jeziku dejansko le zrcali družbeno-politični odnos do tujega jezika in njegovih govorcev. Prvi sklop zaključuje prispevek, ki z analizo komentarjev in intervjujev v resnih medijih razmišlja o vzrokih za ločevanje na pravo in nepravo (rumeno) novinarstvo ter jih povezuje z vprašanji novinarske avtoritete (Dejan Jontes).

Drugi sklop je namenjen oglasnim medijskim besedilom, izpolnjuje ga prispevek o novotvorjenkah v tiskanih oglasih (Stramljič Breznik, Voršič). Tretji prinaša razpravi o političnem jeziku in medijih, najprej z (žal še vedno) aktualno analizo retorike sprave v poosamosvojitveni Sloveniji (Andrej Škerlep) in nato razmislek o tem, kako prisotnost medijev vpliva na jezikovno vedenje politikov (Nataša Hribar).

Tematski sklop zaključujemo s himno slovenščini, ki jo je zapisal Tone Pavček. Zveni kot hvalnica in žalostinka. In tako lahko označimo tudi jezik v medijih: veselimo se njegovih inovacij, ustvarjalnosti in kakovostnih profesionalnih piscev ali pa – kot od nekdanj – v njem iščemo zgolj gradivo za jezikovno kritiko. Koliko enega ali drugega bo mogoče v prihodnje, je gotovo povezano z znanjem, ki ga želimo prenesti na bralce tudi z objavljenimi razpravami.

Prof. dr. Monika Kalin Golob
gostujoča urednica