

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Nina Šašek Kocbek**

**POTOPISNA REPORTAŽA IN POTOPISNI PRISPEVKI V  
DELOVI PRILOGI TRIP**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2006**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Nina Šašek Kocbek**

**Mentorica: doc. dr. Smilja Amon**

**POTOPISNA REPORTAŽA IN POTOPISNI PRISPEVKI V DELOVI  
PRILOGI TRIP**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2006**

## **Povzetek**

### **Potopisna reportaža in potopisni prispevki v Delovi prilogi Trip**

Osrednji predmet diplomskega dela so žanri reportažne vrste, konkretnije žanra reportaža in potopis. Izpostavila sem dva vidika. Prvi govori o reportaži kot novinarskem žanru, ki se nenehno spreminja, drugi pa o vzrokih za te spremembe, s poudarkom na prispevkih v Delovi prilogi Trip. Vsebinska analiza prispevkov je pokazala, da v prilogi ni objavljenih poglobljenih reportaž, ki bi vsebovale stilne prvine značilne za literarno upovedovanje, zaradi česar bi jih lahko uvrstili med literarnonovinarska besedila. Za literarno novinarstvo so značilne funkcije in lastnosti obeh področij - novinarstva in literature. Novinarska besedila primarno informirajo in interpretirajo, umetniška besedila pa pritegnejo predvsem z izbranim pisateljevim stilom pisanja. Potopisni in reportažni prispevki v Tripu so praviloma šablonski, deskriptivni in ne sporočajo neke globlje ideje, v njih pa je prevladujoč komercialni interes. Te reportaže so svoj prostor v prilogi Trip dobile zaradi tržnih interesov časnika Delo, ki je svojim oglaševalcem s prilogo Trip ponudil nov in obsežnejši prostor za t.i. turistične oglase. V Tripu je reportaža postala tržno blago, s katerim poslušajo lastniki časnika.

**Ključne besede:** reportaža, potopis, literarno novinarstvo, Trip

## **Extract**

### **Travel news feature story and travel writing in the Delo addition Trip**

The main theme of my degree dissertation are two journalistic genres - news feature story and travelogue. I focused on two aspects. The first presents news feature story as a journalistic genre, which is constantly changing, and the other presents the causes for these changes with emphasis on travel journals in the Delo Trip addition. Content analysis of the additions demonstrates that there are no published in-depth news feature stories containing stylistic elements typical for literary description that would present the basis for including them in literary-journalistic texts. Typical for literary journalism are the functions and characteristics of both areas – journalism and literature. Journalistic texts primarily inform and interpret, whereas literary texts attract mostly with the writer's specific style of writing. Travel news feature stories and travelogues in the Trip are routine, descriptive and do not communicate any profound ideas, the commercial interest prevails in them. These news feature stories got their place in the Trip addition because of the market interests of the Delo newspaper, which offered its advertisers a new and extended space for tourist adds. In the Trip news feature story became a commodity used by the owners of the newspaper for business purposes.

**Key words:** news feature story, travelogue, literary journalism, Trip

## **KAZALO:**

<b>1. Uvod</b>	<b>5</b>
<b>2. Sodobna reportaža</b>	<b>9</b>
2.1 Trženje in tržno komuniciranje	14
2.2 Potovalne navade Slovencev	15
<b>3. Reportaža med novinarstvom in literaturo</b>	<b>18</b>
3.1 Umestitev reportaže v novinarski diskurz	18
3.2 Umestitev reportaže v literarni diskurz	20
3.3 Polliterarna ali literarnonovinarska besedila	21
3.3.1 Reportaža kot literarnonovinarsko besedilo	22
3.3.2 Stil reportaže	23
3.4 Podzvrsti reportaže	26
<b>4. Potopis</b>	<b>30</b>
4.1 Stil potopisa	31
4.2 Vrste potopisa	32
4.3 Nastanek in razvoj potopisa	34
<b>5. Novinarska zgodba</b>	<b>36</b>
5.1 Literarno novinarstvo	36
5.2 Novinarska zgodba	39
<b>6. Vsebinska analiza priloge Trip</b>	<b>42</b>
6.1 TRIP – Turizem, rekreacija in prosti čas	42
6.1.1 Dva formata priloge	45
6.1.1.1 Vsebina daljše priloge Trip	45
6.1.1.2 Vsebina krajše priloge Trip	50
6.2 Kratek pregled vsebine izbranih številok	53
6.3 Potopisi kot turistične razglednice	72
6.4 Sklepi po analizi vsebine	73
<b>7. Zaključek</b>	<b>78</b>
<b>8. Literatura in viri</b>	<b>80</b>

## 1. Uvod

V diplomskem delu bom podrobneje obravnavala žanre reportažne vrste. Taksonomija žanrov, ki sem jo uporabila kot izhodišče analize, se v največji meri opira na razdelitev, ki jo je izdelala Manca Košir. (Košir, 1988) Koširjeva vzpostavi hierarhijo treh ravni. Na najnižji ravni so posamezni novinarski žanri, ki so glede na skupne karakteristike združeni v vrste, te pa se glede na svojo orientiranost do upovedovanega predmeta združujejo v dve veliki skupini – zvrsti (informativna in interpretativna). Reportažne žanre združujemo v reportažno vrsto, ki jo uvrščamo k informativni zvrsti. Žanri reportažne vrste so klasična reportaža, reporterska zgodba in potopis, posebej pa bom obravnavala še potopisno reportažo, ki združuje lastnosti tako reportaže kot tudi potopisa.

Veliko je že bilo napisanega o tem, ali je reportaža novinarsko besedilo ali literarno delo? Zelo zanimivo je tudi vprašanje, zakaj določene reportaže, ki so objavljene na primer v časopisu in so napisane kot novinarsko besedilo, čez čas postanejo literarne umetnine? Pri iskanju odgovorov na ta vprašanja sem se oprla predvsem na ugotovitve Smilje Amon v njenem delu z naslovom *Ustroj reportaže v luči raziskovanj teorije novinarstva in literarne teorije*. Njene ugotovitve glede reportažne vrste predstavljajo prvi temelj moje naloge. V uvodu v nalogo je Amonova zapisala: »Teorija novinarstva opredeljuje reportažo kot novinarsko literarno vrsto, ki se je od vseh novinarskih vrst najbolj približala literaturi in se s svojimi najboljšimi deli vanjo tudi vključuje.« (Amon 1974: 1) Reportaža torej veže upodobitvene principe in izrazna sredstva obeh območij – teorije novinarstva in literarne teorije. (Amon 1974) Tisto, kar reportažo kot novinarski prispevek ločuje od literarnega dela, je zavezanost poročanju o resničnih in preverljivih dejstvih, medtem ko je fikcija oziroma navidezna resničnost osrednji del umetniškega literarnega dela.

Mnogi teoretiki reportažo zaradi uporabe posebnega umetniškega jezika uvrščajo v posebno skupino, imenovano novinarsko-literarna, nekateri pa reportaže sploh ne uvrščajo k novinarstvu, pač pa med druge literarne oziroma polliterarne vrste. Še vedno velika večina tistih, ki so se ukvarjali s preučevanjem žanrov reportažne vrste, te žanre obravnava v okviru *teorije novinarstva in literarne teorije*.

Do podobnih ugotovitev kot Amonova je v svoji diplomski nalogi z naslovom *Konstitutivne prvine reportaže* prišla tudi Renata Ažman, ki poudarja, »da je reportaža v prvi vrsti novinarsko besedilo, vsaj v trenutku svojega nastanka. Reportaža je napisana zato, da bi obveščala, /.../ in če se zgodi, da jo spoznavamo tudi kot literarno umetnino, se je to zgodilo zato, ker je bila upovedana na literaren način in jo je upovedal dober pisec.« (Ažman 1989: 3) S tem odgovarja na vprašanje, zakaj nekatere reportaže postanejo zanimiva literarna dela, tudi potem, ko dogodek, o katerem poročajo, ni več časovno aktualen.

Stil upovedovanja je zelo pomembna prvina reportaže. Matjaž Kranjec je v svojem diplomskem delu *Razvoj potopisne reportaže na slovenskem v letih 1848 – 1918 s teoretično opredelitvijo reportaže* zapisal in potrdil naslednjo hipotezo: »Reportaža je posebna novinarsko-literarna zvrst, ki nosi v sebi tipične prvine novinarskega izražanja – aktualnost, resničnost, preverljivost, objektivnost, ki pa tem prvinam dodaja marsikatero literarne elemente – estetsko oblikovanje, bogat jezik, končno pa tudi velik subjektiven avtorjev pristop pri pisanju te zvrsti.« (Kranjec 1978: 7) Reportaža tako kot druga novinarska besedila svojo snov črpa iz konkretne stvarnosti, vendar se od drugih novinarskih besedil informativne zvrsti razlikuje predvsem po posebnem, literarnem stilu upovedovanja. V svoji osnovi pa reportaža je in ostaja novinarsko besedilo.

V prvem, bolj teoretičnem delu diplomskega dela bom predstavila nekaj dosedanjih ugotovitev in pogledov različnih avtorjev na umestitev reportaže med novinarska besedila oziroma med t.i. novinarsko-literarna besedila ter obravnavala glavne značilnosti žanrov reportažne vrste. Predstavila bom tudi novinarski žanr, ki ga z žanri reportažne vrste družijo poseben umetniški stil upovedovanja. To je novinarska zgodba, ki jo prav tako mnogi uvrščajo med t.i. polliterarne zvrsti.

Reportaža je ob nastanku praviloma novinarski prispevek, saj ima vse značilnosti novinarskega prispevka. Reportaža nas informira o nekem dogodku, kraju in času. Informacije so resnične in zato tudi preverljive v objektivni realnosti. Reportaža je aktualna, njena aktualnost pa je vezana na vsakokratni čas in prostor. Prav tako je zanimiva in zabavna. Reportaža se pojavlja v periodičnih publikacijah. Za razliko od novinarskega prispevka, literarno-umetniški prispevek ustvarja nova spoznanja, nove odnose znotraj oseb, izpolnjuje posebno estetsko in emocionalno funkcijo, dovoljena,

celo zaželena, pa je fikcija. Reportaža je nekje vmes, saj iz novinarstva jemlje prostor objave oziroma medij, jezik, ki se vse bolj približuje umetniškemu jeziku, teme so zanimive, atraktivne, hkrati pa nas reportaža informira o novih idejah aktualnega časa, v katerem nastaja. Iz literature reportaža jemlje zlasti umetniški način upovedovanja, spretnosti, s katerimi reporter vpliva na bralčeva čustva. To so estetske prvine reportaže. Fikcije v reportaži ni, saj je v osnovi zavezana poročanju o resnici.

V drugem poglavju sem nekaj strani namenila tudi sodobni reportaži. Osredotočila sem se predvsem na tako imenovane turistične reportaže in potopise, ki jih pogosteje zasledimo v prilogi Trip. Pravzaprav niti ne gre toliko za prave potopise in reportaže, pač pa za potopisne in reportažne prispevke. T.i. klasičnih reportaž je v osrednjem slovenskem časniku še vedno zelo malo, so pa zaradi svojih umetniških prvin toliko bolj izstopajoče in se dotaknejo več ljudi. Globalizacija in z njo komercializacija sta zajeli tako medije kot reportažne žanre. Zaradi tržnih interesov so mediji reportaži odprli svoj prostor. Turizem postaja dobrina široke potrošnje, naslovniki reportaž (potencialni turisti) pa smo dobri potrošniki. Delo je leta 2000 prispevkom na temo turizma namenil 16 strani dolgo tedensko prilogo. Reportaža še nikoli do tedaj v slovenskih dnevnikih ni imela toliko prostora.

Predmet diplomskega dela je potopisna reportaža v sodobnem periodičnem tisku, konkretnije v Delovi tedenski prilogi Trip. Naloga temelji na hipotetični misli, da se pod navidezno krinko informacij o novih krajih, ljudeh in popotniških izkušnjah skriva komercialni interes, ki je celo prevladujoči. Znotraj okvirov reportažnih in potopisnih besedil v prilogi Trip prevladuje t.i. komercialna intencija, želja po dobičku. Ta sprememba reportažnega žanra se je zgodila, ko se je slovenska javnost obrnila h kapitalizmu, ki je v žanr reportaže vnesel prevladujoči komercialni interes. Spremembi družbenega sistema namreč sledijo tudi novinarski žanri. Pravih, klasičnih reportaž, ki so v sebi nosile neko globljo idejo ali angažma, ni več. Namesto sporočil proti vojni, diskriminaciji, revščini, nasilju, socialni pravičnosti, spoštovanju vseh živih bitij itd. je v reportažnih prispevkih, ki jih zasledimo v Tripu, v ospredju tržno naravnana ideja – pridite, upravljajte in uživajte v tem. Avtorji teh prispevkov niso uveljavljeni reporterji in potopisci, ki so si skozi čas ustvarili svoje ime in kredibilnost pri bralcih. Ti prispevki so večinoma delo laikov, bralcev, ki želijo deliti svoje izkušnje z drugimi bralci. Njihovo pisanje je praviloma šablonsko, deskriptivno, usmerjeno v 'dekoracijo' in brez

globljega sporočila. Kljub temu se takšni prispevki berejo, in ker so v veliki večini delo bralcev, odražajo okus ciljne publike.

V drugem delu naloge sem se lotila podrobnejše analize Delove priloge Trip. Uporabila sem teoretično – analitično metodo, v okviru katere sem preučila 49 številčk priloge Trip. Ker me je zanimalo spreminjanje priloge skozi daljše časovno obdobje, sem se osredotočila na interval od aprila 2000, ko je Trip postal samostojna priloga, do 1. maja 2004, ko je Slovenija postala članica Evropske unije, kar je vplivalo tudi na spremembo turističnih navad Slovencev. Ker na leto izide okoli 50 številčk priloge, sem se odločila, da se omejim le na eno številčko mesečno, ki sem jo izbrala naključno. V analizi vsebine vseh 49 prilog sem iskala odgovore na naslednja vprašanja: V kolikšni meri sta novinarska žanra reportaža in potopis zastopana v prilogi Trip? Kakšne so te reportaže in potopisi (vsebina), komu so namenjeni? Se priloga Trip zaradi procesa komercializacije vsebinsko spreminja? Kakšne so te spremembe in ali te spremembe vplivajo na žanr reportaže?



*»Mediji so nova cerkev;  
televizija je oltar;  
imidž je zakrament.«  
(Craft v Košir 2003: 60)*

## **2. Sodobna reportaža**

Živimo v dobi množičnih občil, v dobi, v kateri so mediji glavni sooblikovalci našega vsakdanjika. »Kakšne življenjske vzorce in sloge naj gojimo, po katerih dobrinah hrepenimo, kakšne vrednote zastopamo, o tem so še pred tremi desetletji odločale družina, šola in Cerkev, danes pa predvsem tisti, ki ustvarjajo podobe na televizijskem ekranu.« (Košir 2003: 60)

Novinarji zbiramo informacije, jih selekcioniramo in preoblikujemo ter prek medija posredujemo javnosti. Žal je tako, da igra kapital v medijskem prostoru vedno večjo vlogo, zato t.i. odgovorno novinarstvo izumira, v ospredje pa prihaja tržno naravnano novinarstvo. Naslovniki novinarskih prispevkov so potencialni potrošniki in vedno pogosteje se dogaja, da novinarji, posredno ali neposredno, bralcem, gledalcem ali poslušalcem vsiljujemo določene potrebe, določen imidž.

*»Novinarski prispevki ne informirajo o zadevah javnega interesa, temveč predvsem pripovedujejo zgodbe, ki naj ljudi zabavajo in vznemirjajo. Ne plačuje se več kakovostna informacija, temveč pozornost, ki so jo posamični mediji in njihovi novinarji sposobni pritegniti. Več pozornosti bralcev, poslušalcev, gledalcev, višje naklade, boljša poslušanost in gledanost – se pravi večje zanimanje oglaševalcev za prostor v množičnem občilu, s tem pa večji dobiček. /.../ Medijski veljaki prodajajo svoja občinstva oglaševalcem, ti pa polnijo blagajne mogotcev – odločilnih usmerjevalcev pogledov sodobnega sveta.« (Košir 2003: 63-64)*

Te ugotovitve lahko povežemo tudi z razvojem oziroma pojavljanjem reportaže v slovenskem tisku, konkretnije v časniku Delo. Reportaža namreč sledi »sodobnim novinarskim trendom«, ki narekujejo tržno novinarstvo. Takšni prispevki niso usmerjeni

k posredovanju za državljane bistvenih informacij, pač pa k posredovanju atraktivnih, senzacionalističnih in zabavnih vsebin z namenom, da ustvarjajo čim večji trg za morebitne oglaševalce. Sodobna reportaža izraža komercializacijo (sodoben duh), zato je v zadnjih desetih letih njena priljubljenost v slovenskih medijih narasla. Reportaža in potopis sta zaradi zabavne in poučne vsebine postala zanimiva za oglaševalce, Delo pa je na to zanimanje odgovoril s povečanjem prostora prilogi Turizem s tri na 16 strani.

Prva sprememba je bila opazna kmalu po slovenski osamosvojitvi, ko se je odprl medijski trg in so se začele ekonomske razmere bistveno spreminjati. Takrat se je v osrednjem slovenskem časniku reportaža pojavljala le redko, in še takrat je bila bolj osredotočena na športne dogodke in lokalne prireditve. Po letu 1995 so bile v Delu reportaži namenjene tri do štiri posebne strani, večji del tega prostora pa so že predstavljale tudi s turizmom povezane reportaže. April 2000 je bil prelomen datum za reportažo, ki do takrat še nikoli ni imela toliko prostora v slovenskih medijih. Dotedanja priloga Turizem je namreč postala samostojna priloga na 16-ih straneh in z novim naslovom Trip. Veliko spremembo in znak nekakšnega razcveta je oznanjal tudi barvni tisk. Ta je najbolj vplival na kvaliteto fotografij, ki so postale še zanimivejše in številčnejše. V povezavi s tem so privlačnejši postali tudi objavljeni reportažni in potopisni prispevki. V tem obsegu je reportaža 'cvetela' le dobro leto in pol. Na prehodu v leto 2002 se je skrčila iz 16 nazaj na 4 strani in spet postala rubrika znotraj časnika Delo. Vsebinsko se ni veliko spremenila, le prispevkov je manj, krajši so in ne toliko poglobljeni.

Globalizacija je prodrla tako v medije kot tudi na področje turizma. Morda na to področje še močnejše in bolj agresivno. Meje so se odprle, ljudje so začeli potovati tudi v tiste dežele, kamor prej niso mogli ali smeli, migracija ni bila več življenjski proces, pač pa za nekatere kar vsakdanje opravilo. Še več, potovati je postalo izziv, modna muha, ki so jo oglaševalci hitro izkoristili v svoj prid. S samostojno prilogo Trip je Delo pridobil strani, ki so lahko bile namenjen t.i. turističnim oglaševalcem. S tem je Delo pridobil nova občinstva in nov prostor, ki ga je lahko prodal svojim oglaševalcem.

V reportažnih in potopisnih prispevkih v prilogi Trip se prepletata komercialna in turistična informacija. Kot sem že v uvodu omenila, reportaža, ki se pojavlja na straneh Tripa, za razliko od pravih reportaž ne vsebuje globljega sporočila, pač pa s seboj

prinaša idejo potrošništva – pridite in uživajte. Naslovniki teh prispevkov smo namreč potencialni turisti, ki radi beremo in potujemo. Četudi reportaže niso plod oglaševalskih agencij in izpod peres lastnikov turističnih organizacij, pač pa v največji meri delo bralcev in izbira urednika, nam posredno prodajajo neko turistično destinacijo oziroma doživetje. Mediji nam vsiljujejo vrednote in nam narekujejo, kakšne življenjske vzorce naj gojimo in po katerih dobrinah naj hrepenimo. Jasno je, da so potovanja tesno povezana s posameznikovo osebno rastjo. »Že stoletja potovanja povezujemo s širjenjem obzorja in osebnim razvojem skozi učenje in zanimanje za različne kulture in različne načine življenja.« (Middleton v Kepic 2002: 7)

Globalni mediji imajo izredno vlogo pri širjenju obzorij in posameznikovih interesov, naslovnikov, torej potencialnih kupcev, pa je vsak dan več. V svetu medijev igra kapital odločilno vlogo. Žal pa je, »da kupci ne segajo v žep toliko zaradi vzpostavljanja komunikacijske pravice, oblikovanja svobodnega prostora mnenj in idej, zaradi demokracije. Kupujejo predvsem to, kar jim je všeč.« (Košir 2003: 67) In med vsečnimi žanri so zagotovo tudi reportaže in potopisi.

Tako reportaža kot potopis sta po svoji zgradbi in vsebini namenjena širši publiki. To sta žanra, ki s svojo notranjo zgradbo uvod – jedro – zaključek držita pozornost bralca od začetka do konca, z uporabo prvin literarnega jezika pa pisec popestri dogajanje. Če je reporter dovolj spreten, potem lahko pri bralcih doseže, da se poistovetijo z njim, da dobijo občutek, kot da so to njihova lastna doživetja. Dobre reportaže nas informirajo o nekem kraju in času, o tamkajšnjih ljudeh in takratnih dogodkih. Lahko rečemo, da dobre reportaže izražajo duh časa, o katerem pišejo.

Če se osredotočim zgolj na prilogo Trip, potem velja, da so v Tripu običajno objavljene dve do tri daljše reportaže oziroma potopisi. Ker ne gre za t.i. klasične reportaže in potopise, bom te prispevke raje imenovala reportažna in potopisna besedila. Njihovi avtorji so večinoma laiki, občasni popotniki, ki se poslužujejo t.i. šablonskega pisanja, brez večjega družbenega angažmaja in globljega humanističnega sporočila. Za razliko od pravih reporterjev, ki imajo uveljavljeno ime v družbi in so kredibilne osebe, tem avtorjem bralci težje verjamemo, vendar zaupanje v resničnost napisanega tu ni več bistvenega pomena. V ospredje stopi opis pokrajine, njenih prebivalcev in doživetje turista v neki deželi ter t.i. komercialna intencija z jasnim sporočilom – pridite in

uživajte. Praviloma so avtorji bralci, ki so svojo reportažo posredovali uredništvu Tripa, to pa se je nato odločilo, ali bo prispevek objavilo in v kakšnem obsegu. Avtorji za te prispevke ne dobijo honorarja. So pa te reportaže kot nekakšne razglednice, ki jih običajno pošiljamo s svojih počitnic sorodnikom in prijateljem. V mislih imam vsebinsko povezanost. Z razglednico pošiljamo pozdrave v domovino in prve vtise s počitnic, te pa lahko nato razširimo v krajši ali daljši reportaži. Dogodek je lahko celotno potovanje, ali le utrinek z naše poti. Reportaže bralcev so zanimive prav zaradi te osebne izkušnje, ki jo z bralkami in bralci deli popotnik.

Turizem je dejavnost, ki se nenehno razvija in ima močan vpliv na kulturni razvoj nekega naroda. Turistične organizacije se zavedo, da so mediji pomembno sredstvo oglaševanja njihovih ponudb. Izkoristili so priložnost, ki se jim je ponudila leta 2000, ko je dnevnik Delo rubriko Turizem razširil na 16 strani. Delež oglasov turističnih agencij, zdravilišč, kopališč, hotelov ipd. se je skokovito povečal. Pojavili so se plačani oglasni prispevki. Gre za prispevke, ki so napisani kot reportaže s potovanj, vendar njihovi avtorji niso popotniki sami, pač pa turistične agencije (naročniki oglasov), ki v svoji sezonski ponudbi vključujejo to destinacijo. Tako imenovano prikrito oglaševanje predstavlja velik problem sodobnih medijev. Meja med oglaševalskimi in novinarskimi besedili je zabrisana, saj »gre za objavo besedil, ki so videti kot novinarska, a so po svojem bistvu in izvoru oglaševalska.« (Košir 2003: 13) Medijske hiše, v našem primeru Delo, so se pred zakonom zaščitile tako, da so te prispevke opremile z drobno oznako 'oglas'.

V Sloveniji je turistična dejavnost dobro razvita in še povečuje svoj delež pri gospodarski rasti. Temu primerno se stopnjuje tudi intenzivnost oglaševanja. Januarja 2002, ko je Trip izgubil status samostojne priloge in se skrčil nazaj na štiri strani, se temu sorazmerno ni zmanjšal delež oglasov. Tako predstavljajo oglasi sedaj skoraj tretjino celotne vsebine. Poleg problema prikritega oglaševanja, bi rada izpostavila še en sporen vidik oglaševanja: Naloga novinarja je, da javnost obvešča, naloga oglaševalcev je, da javnost prepričujejo. Težava nastane, ko imamo na primer na isti strani objavljeno reportažno besedilo bralke ali bralca o obisku nekega muzeja ali s potovanja po nekem mestu, le malo stran pa je oglas neke turistične agencije, ki oglašuje to isto destinacijo oziroma ponudbo. Takšno besedilo prispeva k »boljši prodaji« te destinacije. Objava tega prispevka ni bila naročena in plačana, je pa politika uredništva tista, ki izbira katera

besedila in kdaj jih bodo objavili. Ostro in jasno razlikovanje med uredniškimi vsebinami in oglasi je praviloma strogo zapovedano, kljub temu pa skrito oglaševanje predstavlja eno bolj pogostih kršitev novinarskega kodeksa.

Pravih reportaž je v slovenskem dnevnem tisku relativno malo, so pa pogostejše v revijalnem tisku. Poleg poljudnoznanstvene revije Gea, mesečnika Horizont ter revije Svet in Ljudje imamo na slovenskem revijalnem trgu še revijo National Geographic, ki od pomladi 2006 izhaja tudi v slovenskem jeziku. Proces globalizacije je zajel tudi žanr reportaže, ki je na račun zanimanja oglaševalcev za tovrstne vsebine v slovenskih medijih dobila še več prostora. Trip je priloga, ki združuje informacije s treh področij – turizma, rekreacije in prostega časa. To so tista področja, ki zadevajo vse nas. Zaradi tempa življenja, ki mu moramo slediti, se naš prosti čas in čas za rekreacijo krčita, zato želimo ta čas preživeti čimbolj učinkovito. Informacije, ki jih najdemo v prilogi so lahko zelo uporabne. Še posebej imam v mislih vse tri rubrike – Razgibajmo se, Popotniške izkušnje in Splet za popotnike. Reportažna in potopisna besedila imajo predvsem razvedrilno funkcijo, ki pa se zelo intenzivno prepleta s komercialno.

V Sloveniji komercializacija še ni dosegla svojega vrhunca in se še razvija, prav tako še niso dorečena vsa pravila igre. Zakonodaja je preohlapna in bolj usmerjena v korist lastnikom medijev kot pa zaščiti bralcev. Reportaža (tu mislim zgolj na reportažo kot novinarski prispevek in ne kot literarno umetnino) je postala tržno blago, s katerim poslujejo lastniki časopisov. Delo objavlja zabavne in senzacionalistične vsebine, zato da pritegne naslovnik, s tem pa ustvarja trge za svoje potencialne oglaševalce, ki so pomemben vir denarnih sredstev. Reportaža morda v tem procesu še vedno nekoliko zaostaja za ostalimi žanri. Skozi štiriletni pregled Tripov je viden porast reportaž iz bolj oddaljenih in eksotičnih krajev, v zadnjem času so celo v ospredju reportažna besedila iz krajev, ki so tudi medijsko bolj izpostavljeni zaradi različnih političnih, gospodarskih ali kulturnih dogodkov. Prav tako je vedno več potopisov in potopisnih prispevkov, ki se izogibajo suhoparnim in enciklopedičnim opisom pokrajine, namesto njih pa v zgodbo raje vključujejo dogodivščine, anekdote, monologe in kratke pogovore. Reportaž, ki bi vsebovale več umetniških prvin in bi bile zaradi tega bližje umetnosti kot novinarstvu, praviloma ni. Pri pregledu sem odkrila zgolj dve izjemi, ki sta zelo izstopali iz povprečja in že ustaljenih oblik potopisov in reportaž.

## 2.1. Trženje in tržno komuniciranje

Tržno komuniciranje je proces učinkovitega komuniciranja o lastnostih nekega izdelka točno določenemu občinstvu, ki ga imenujemo ciljna publika. To je tista množica recipientov, ki se bo ustrezno odzvala na tržno sporočilo. Oglaševalci ciljno občinstvo izberejo zelo premišljeno, saj je le tako zagotovljena učinkovitost oglaševanja. (Burnett in Moriarty, 1998)

V primeru Tripa gre za zelo podobno tržno strategijo. Turistične agencije, zdravilišča, hoteli in druga podjetja, katerih primarna dejavnost je turizem, so ugotovili, da jim bralci priloge Trip predstavljajo pomembno in ustrezno ciljno občinstvo. Te članke v Tripu berejo tisti, ki jih turizem vsaj v najmanjši meri zanima oziroma občasno koristijo ponudbo turističnih agencij.

Trženje je zelo kompleksen proces, ki pa ima nekaj splošnih zakonitosti. Obstaja veliko različnih in hkrati zelo sorodnih definicij tržnega komuniciranja. Navedla jih bom le nekaj. »Trženje je družbeni in upravljavski proces, s pomočjo katerega organizacije in posamezniki dobijo, kar potrebujejo ali želijo, tako da ustvarijo, ponudijo in medsebojno zamenjujejo izdelke, ki imajo vrednost.« (Kotler, 1998) Devetak je prepričan, da je »trženje miselnost ali filozofija, v središču katere je porabnik, njegove navade in razvade. Trženje ugotavlja načine, kako te navade in razvade ugotoviti in zadovoljiti.« (Devetak, 1995) Bralci, ki v uredništvo Tripa pošiljajo t.i. potopisne prispevke, oglaševalcem (po)kažejo, kakšne potovalne navade imajo in za kakšne vrste turizma se zanimajo. Tako imajo oglaševalci bistveno lažje delo, saj navade in razmišljanja potencialnih potrošnikov niso več uganka.

Tržno komuniciranje poteka na dveh ravneh. Na nižji ravni potekajo naslednji procesi med podjetji in potrošniki: informiranje, prepričevanje, opominjanje, gradnja podob/imidža. Na višji ravni pa so pomembnejši naslednji procesi: zabavati, prenos vrednot in kulture z različnih delov družbe, ponudba sodobnih trendov itd. Če se vrnemo nazaj, na vsebino priloge Trip, potem je jasno, da so potopisni prispevki, ki predstavljajo temeljno izhodišče moje naloge, pomemben del oglaševalske strategije. »Tržno komuniciranje je proces učinkovitega posredovanja informacij o produktu ciljni publiki.« (Kline, 2001) V našem primeru so produkti ponudba letovanja v nekem

turističnem kraju, najem gorske kočice, polet z balonom ipd. Najboljši način za informiranje in prepričevanje bodočih potrošnikov je skozi izkušnje tistih, ki so ponudbo preizkusili na lastni koži. Izkušnje so najmočnejši prepričevalec, in če so zraven napisane na zabaven način, potem je proces tržnega komuniciranja prešel na višjo raven.

Velika večina teh prispevkov v sebi ne nosi nekega globljega sporočila, ideje, ki je značilna za prave reportaže ter potopise velikih mojstrov in popotnikov. Sporočilo, ki ga potrošnik razbere iz teh prispevkov, govori: Potujte zato da zadovoljite svoje potrebe po uživanju, po sprostitvi. Takšno sporočilo že nakazuje, kakšni so sodobni trendi, katerim se podrejajo množice – tudi skozi procese oglaševanja, hkrati pa sporočilo 'potujte zaradi užitkov' povečuje nakupne želje bralcev. Potopisni prispevki v Tripu so nasičeni z osebnimi izkušnjami piscev, te osebne izkušnje pa so tisti dejavnik, ki povečujejo moč prepričevanja. Gre za odnos potrošnik potrošniku, kar je že neke vrste ustna propaganda.

Ob prebiranju vsebine prilog sem prišla do naslednje zanimive ugotovitve: Ko sem pregledala vseh 49 prilog, ki sem jih izbrala sicer naključno (naključen je bil izbor mesečne številke), deloma pa po ključu vsak mesec eno, sem ugotovila, da sta v vsaki prilogi zagotovo objavljena vsaj dva reportažna oziroma potopisna besedila, pogosto pa celo trije. Med pregledanimi prispevki ni bilo nobene reportaže oz. potopisa s potovanja po Sloveniji ali nekem dogodku iz naših krajev. V Tripu so praviloma vsi prispevki iz bolj oddaljenih in eksotičnih dežel, kar je močno povezano z interesi bralcev in interesi oglaševalcev. Prispevki v Tripu namreč odražajo okus ciljne publike. Glede na to, da ima pri objavi reportaže zadnjo besedo uredništvo Tripa, ne morem trditi, da bralci besedil o Sloveniji niso pošiljali v uredništvo. Lahko le sklepam, da je uredniška politika bolj naklonjena reportažam iz tujine, zlasti tistim iz bolj eksotičnih dežel. Kot kaže, oglaševalce na straneh Tripa prispevki o domovini ne zanimajo preveč.

## **2.1. Potovalne navade Slovencev**

Slovenci radi potujemo. Smo zelo odprt in avanturističen narod. Potovanja si najpogosteje privoščijo mladi, ki se pri izbiri destinacije prepuščajo svoji domišljiji. Leta 2000 je bilo 87,8 odstotkov vseh turističnih potovanj zasebnih, 12,2 odstotkov

turističnih potovanj pa poslovnih. Gledano po starostnih skupinah, je bil delež turistov največji med prebivalci, starimi od 15 do 24 let in je znašal kar 78 odstotkov. Najmanjši je bil delež pri prebivalcih, starih 64 let in več in je znašal le 27 odstotkov. Delež turistov se zmanjšuje s stopnjo izobrazbe, saj je bil daleč največji pri prebivalcih, ki imajo visoko izobrazbo ali več (skoraj 90 odstotkov), najmanjši pa pri tistih z osnovno izobrazbo (le 43 odstotkov). To so rezultati, ki jih je leta 2000 na osnovi telefonskih anket dobil Statistični urad RS. (Škafar-Božič 2001)

Skupne ugotovitve so naslednje in so pomembne predvsem za razumevanje nakupnega vedenja v turizmu. Največ potujejo dijaki in študentje, največji razlog za potovanje pa so počitnice. Raziskave kasnejših let so pokazale, da se situacija ni veliko spremenila. Slovenci še vedno potujemo največ zaradi počitka in sprostitve na počitnicah, nekoliko so narasla potovanja zaradi športno-rekreativnih dejavnosti in potovanja z namenom obiska naravnih in kulturnih znamenitosti. V zadnjih letih so v porastu tudi potovanja zaradi zdravstvenih razlogov.

Vsem tem spremembam potovalnih navad se je skozi leta prilagajalo tudi uredništvo Tripa - vsebinsko in oblikovno. Potopisci so v veliki večini mladi, ki potujejo v lastni režiji in z nahrbtniki po bolj oddaljenih deželah. Priljubljeni kontinenti so Južna in Severna Amerika, Azija ter Avstralija. Te potopise pogosteje prebirajo bralci iste starostne skupine ter skupine od 26 do 35 let. Razlogi so večinoma usmerjeni v zanimanje za določeno destinacijo ali pa podoživljanje lastnih doživetij. Starejše starostne skupine potopise prebirajo v glavnem zaradi njihove razvedrilne funkcije. V prilogi se je leta 2003 pojavila rubrika Splet za popotnike, ki prinaša uporabne podatke o iskanju turističnih informacij v medmrežju. Prav tako se je povečal delež tem, ki so namenjene predstavitvi kulturne dediščine in naravnih znamenitosti.

Med Slovenci je mnogo popotnikov (tudi svetovnega slovesa), ki so tako ali drugače obkrožili že ves svet, mnogo je takšnih, ki so se brez strahu podali tudi v tiste dežele, kjer vladajo lakota, bolezni in vojne, zagotovo pa smo Slovenci poznani tudi kot veliki ljubitelji alpinizma. Vsi tisti, ki si potovanje ne moremo privoščiti, radi beremo o podvigih drugih in s pomočjo njihovih pripovedovanj osvajamo oddaljene dežele. Pretežen del potopiscev ob vrnitvi v domovino o svojih podvigih napiše knjigo. Nekateri med njimi kakšen utrinek s poti objavijo tudi na straneh Tripa, kljub temu pa



so te strani bolj namenjene bralkam in bralcem, ki o svojih doživetjih ne nameravajo izdati knjige. Ti nam na približno polovici časopisne strani opisujejo del svoje poti, izkušnjo s potovanja, ki bi nam lahko morda koristila, če bi se sami odpravili na pot, z nami delijo svoje dobre in slabe vtise o ljudeh, hrani in tamkajšnjih običajih, hkrati pa nas prepričujejo, da vse to sami doživimo. Spretni oglaševalci nam skorajda na isti strani ponujajo letalsko vozovnico do tega sanjskega kraja ali kar celoten aranžma – po najugodnejši ceni ta hip.

*»Književnost ustvarja svet, medtem  
ko ga novinarstvo prikazuje.«  
(Slavković, 1981: 23)*

### **3. Reportaža - med novinarstvom in literaturo**

#### **3.1. Umestitev reportaže v novinarski diskurz**

Manca Košir je v svoji knjigi *Nastavki za teorijo novinarskih vrst* zapisala naslednjo definicijo reportaže:

*Reportaža je vrsta novinarskega sporočanja informativne zvrsti; uporablja stanje, situacije, ki so posledice nepredvidljivih in ne nepredvidljivih dramatičnih dogodkov z več prvinami tako, da s pomočjo avtentične pripovedi in opisa atmosfere, ljudi in odnosov z literarnimi sredstvi ukine distanco med naslovnikom ter krajem in časom dogajanja. /.../ Avtor je v tekstu nevtralen v vrednostnem smislu in izrazito prisoten z originalnim stilom in uporabo posebnih, zaznamovanih jezikovnih sredstev. (Košir 1988: 79-80)*

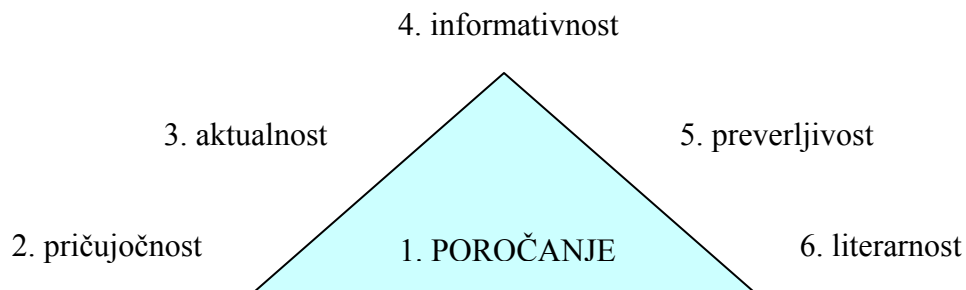
Teorija novinarstva opredeljuje reportažo kot obliko novinarskega sporočanja, ki se je zaradi svojevrstnega načina upovedovanja zelo približala literaturi, kljub temu pa svojo osnovno funkcijo vrši kot novinarsko besedilo z vsemi značilnostmi novinarskega diskurza. Predmet reportaže je stvarnost oziroma del stvarnosti, bistvena funkcija reportaže pa je poročanje o aktualnih in predvsem resničnih dogodkih, pojavih ali ljudeh. Namen reporterja je bralcu oziroma poslušalcu ustvariti zelo podrobno sliko nekega dogajanja. S tem mu nadomešča prisostvovanje temu dogodku. Zato mora biti reporter na mestu dogajanja oziroma neposredna priča dogodku. Za razliko od pisanja novic in poročil, si lahko reporter privošči več novinarske svobode. »Reporter sme svojo reportažo obogatiti z nekaterimi prvinami kot so dramatičnost, neposrednost, pogum, odkritosrčnost, brezkompromisnost.« (Šurc 1989: 62)

Reportaža je novinarsko besedilo, del novinarskega diskurza, ki se udejanja prek množičnih medijev. Koširjeva reportažno vrsto umesti znotraj informativnih zvrsti. Zato

je osnovna funkcija žanrov reportažne vrste poročati, torej informirati, in ne komentirati. »Reportaža je napisana zato, da bi obveščala, da bi bila objavljena.« (Ažman 1989: 3) Reporter ne sme eksplicitno komentirati, če pa je dovolj spreten, potem bo svoj pogled na realnost neopazno vpletel v reportažo.

Poleg temeljne funkcije poročanja, reportažo zaznamuje še pet funkcij. (Glej skico 3.1) To so informativnost, aktualnost, pričujočnost, preverljivost in literarnost. (Amon 1974)

Skica 3.1: Šest funkcij reportaže



Za dobro reportažo in izčrpno poročanje o nekem dogodku ali pojavu je prisotnost avtorja na kraju dogodka nujno potrebna. Od tega, kako dobro reporter s svojim poročanjem ustvari sliko dogodka, je močno odvisna kvaliteta reportaže. To pa za seboj potegne tudi njeno popularnost oziroma branost reportaže. Spretnější je reporter, bolj zanimiva bo reportaža in praviloma tudi bolj brana. »Vrednost reportaže je odvisna predvsem od sposobnosti avtorja, da prepriča bralce/poslušalce/gledalce v avtentičnost svojega poročanja.« (Amon 1974: 67) Reporter bralca informira o aktualnih in družbeno zanimivih dogodkih. Vendar je zgolj informiranje premalo. »Reportaža se namreč začne tam, kjer se vest pokaže za nezadostno.« (Košir 1988: 78) V reportaži morajo biti vse informacije resnične, torej preverljive. Gre za popolno nasprotje izmišljotine, saj mora biti reportaža dokumentirana in ne more sama ustvarjati oseb, dogodkov in odnosov, za razliko od literarnega dela, kjer je fikcija zelo običajna in zaželjena. »Reportaža posreduje bralcu resnico sedanosti s pomočjo vseh umetniških sredstev, razen fikcije.« (Maziarski v Amon 1974: 73)

Umestitev reportaže v novinarstvo je po mnenju nekaterih avtorjev sporna zato, ker reportaža poleg novinarskih funkcij nasploh izpolnjuje še dve posebni funkciji, in sicer estetsko ter emocionalno funkcijo. (Amon 1974) Ta nova, literarno-umetniška dimenzija ne izničuje informativne funkcije reportaže. »Reportaža je upovedana na literarni (umetniški) način in s tem uresničuje svojo estetsko funkcijo. /.../ Na umetniški način upovedana besedila, posebno pa reportaža, aktivirajo določena emocionalna stanja.« (Ažman 1989: 54-55) Slavković pravi, da je stil reportaža, vendar se mora reporter zavedati, da je stil pisanja vedno podrejen resnici, o kateri novinar poroča. (Slavković 1981)

Reportaža je ob nastanku praviloma novinarski prispevek, k izpolnjuje vse funkcije novinarskih besedil. Reportaža vedno temelji na resničnih in preverljivih dejstvih. Novinar je zavezan poročanju o resničnih dogodkih. Za razliko od njega pa bo literat resničnost, torej objektivno stanje, uporabil le kot okvir svoje umetnine. Bistveno večjega pomena za literata je njegov osebni odnos do nekega dogodka, pojava ali osebe. Prav pisanje o osebnih doživetjih in občutenjih je jedro umetniškega dela. Reporter se od resničnih dogodkih ne oddaljuje. Njegov osnovni namen je poročati o resnici.

### **3.2. Umestitev reportaže v literarni diskurz**

Definicija literature oziroma literarnega dela se nanaša na besedno umetnost, ki jo danes poznamo predvsem pod imenom leposlovje. V besedno umetnost po besedah Antona Ocvirka sodi »vse, kar štejemo vanjo danes in kar so uvrščali vanjo prejšnje čase, poleg tega pa tudi zvrsti, ki so na meji med leposlovjem in publicistiko.« (Ocvirk 1978: 7)

V knjigi Literarna teorija, ki je temeljna literatura v slovenskem jeziku za spoznavanje značilnosti literarne teorije, Janko Kos navaja tri temeljne funkcije, ki jih mora izpolnjevati literarna umetnina. Kot prvo navaja estetsko funkcijo, ki pod svojim okriljem skriva čutno doživljanje literarnega dela. »V tem smislu estetske so v besedni umetnini na primer njene glasovne lastnosti ali učinki njenega jezikovnega ritma, pa tudi posebne barve, razmerja, napetosti in odlike podob, ki jih postavlja pred nas njena

vsebina. Estetsko je najti torej predvsem na formi literarnega dela, pa tudi v njegovi vsebini.« (Kos 2001: 25)

V knjigi *Theory of Literature* Rene Wellek in Justin Warren ugotavljata, da je estetska funkcija zelo pomembna za literarno delo. Po njunem mnenju literarne umetnine ni, če estetska funkcija ni dominantna, opozarjata pa tudi, da mora literarno delo izpolnjevati tudi ostali dve funkciji.

Druga komponenta umetniškega besedila je spoznavna ali kognitivna. Gre za to, da v literarnem delu prepoznamo stvari, ki jih poznamo že iz izkustva, kar lahko interpretiramo tudi kot posredovanje določenih vrst znanj bralcem oziroma recipientom.

Kot tretjo kategorijo literarnega dela Kos navaja etično funkcijo. »Pod etično funkcijo je v literarni umetnini potrebno razumeti vse tisto, kar lahko vpliva na bralčevo vrednostno razmerje do sebe, okolja in sveta; kar oblikuje njegove težnje, želje in namere, mu določene pojave kaže kot pozitivne, druge kot negativne in v tem smislu celotno življenjsko obzorje postavlja pod izrazito vrednostno perspektivo.« (Kos, 2001: 32) To razsežnost literarnega dela lahko imenujemo tudi vrednostna ali ideološka, vendar Kos navaja, da je najbolj ustrezno poimenovanje etična, »saj starogrška beseda *ethos* zajema vase celotno človekovo teženje k vrednotam, njegove življenjske nazore, namere, navade in cilje.« (Kos 2001: 32)

Bistvo umetniškega besedila je v prepletanju in združevanju estetske, spoznavne in etične komponente. Šele tako lahko nastane literarnoumetniška struktura. »/.../ besedna umetnina v pravem pomenu besede je samo tisto, v čemer obstajajo druga ob drugi vse tri funkcije v nerazdružljivi zvezi. Kadar iz takšne celote začenja izginjati ta ali ona komponenta, se začne literarno delo razkrajati ali pa spreminjati v tvorbe, ki niso več literarne, ampak samo še polliterarne ali pa že docela neliterarne. (Kos 2001: 35-36)

### **3.3. Polliterarna ali literarnonovinarska besedila**

Glede na to, da je predmet proučevanja te naloge reportaža, ki jo uvrščamo med tiste besedilne oblike, ki so na meji med novinarstvom in literaturo, potem je smiselno, da nekaj več zapišemo tudi o t.i. polliterarnih besedilih oziroma literarnonovinarskih

besedilih. Značilnosti le-teh najlažje spoznamo skozi opredelitev razlik med umetniškimi in novinarskimi besedili. Za obe vrsti je značilen svojstven cilj in funkcija besedil. Umetniška besedila stremijo k uresničevanju t.i. poetske (estetske) funkcije, medtem ko so novinarska besedila zavezana informiranju in interpretiranju (referencialna funkcija). (Košir 1988) Razlika je tudi v predmetu upovedovanja. Za novinarska besedila je značilna zavezanost poročanju o resnici, medtem ko je predmet umetniških besedil fikcija, umišljenost. Razlika je tudi v načinu upovedovanja oziroma jeziku izražanja. Če velja, da je za literarna besedila značilna večplastnost in polisemičnost, potem za novinarska besedila velja, da mora biti jezik jasen, razumljiv in enopomenski. To novinarji najlažje dosežejo z ustaljenimi načini pisanja – avtomatizmi.

Literarnonovinarska besedila uresničujejo tako estetsko kot tudi referencialno funkcijo, le da estetska funkcija nikoli ni primarna, pač pa je podrejena ali enakovredna funkciji poročanja, obveščanja in ocenjevanja. Janko Kos glede estetske funkcije v publicističnih besedilih celo navaja, da je njeno vsiljevanje v novinarska besedila lahko moteče, saj lahko zastre cilje sporočila. Za polliterarna besedila ugotavlja: »Spoznavna, etična in estetska funkcija so zanje sicer enako nujne, vendar v drugačnem obsegu in povezavi kot v pravih literarnih besedilih. Estetska funkcija je v njih samo delna, to pa zato, ker se praviloma omejuje na njihovo zunanjo obliko, ne sega pa v notranjo izoblikovanost vsebine in s tem v samo vsebino.« (Kos 2001: 41) Podobno kot estetska, sta tudi spoznavna in etična funkcija nekoliko drugače zastopani v polliterarnih delih, za katera je značilno: »V njihovi sestavi je spoznavna ali pa etična funkcija tako močna, da postane temeljna; na mesto literarno-umetniške strukture stopi zgolj teoretično-miselna ali pa praktično-etična naravnost k bralcu. Posledica tega je tudi močan upad estetske razsežnosti, ki se omeji zgolj na nekatere kvalitete zunanje forme, zlasti sloga.« (Kos 2001: 170)

### **3.3.1. Reportaža kot literarnonovinarsko besedilo**

Med polliterarnimi zvrstmi Kos omenja tudi reportažo in feljton. Reportaža je na skrajnem robu polliterarnih zvrsti, ker njena dominantna funkcija ni estetska, pač pa informativna. »Manj kot so estetska, spoznavna in etična funkcija zastopane v reportaži, bolj se le-ta nagiba k novinarskim besedilom.« (Šurc 1989: 74) Seveda, velja tudi obratno.

V svojih razpravah iz leta 2005 in 2006 Sonja Merljak Zdovc<sup>1</sup> ponuja nekoliko drugačen pogled na reportažo. Poleg klasične opredelitve po Koširjev, Merljak Zdovčeva med informativne zvrsti dodaja novo vrsto – literarno novinarstvo, kamor uvršča tri žanre (literarna reportaža, literarni potopis in literarni portret). (Merljak Zdovc v Žižek 2006: 43) Prav te tri žanre uvršča med t.i. literarnonovinarska besedila, saj zanje velja, da do izraza še posebej prihaja estetska funkcija, ki je informativni enakovredna, prav tako pa ta besedila poročajo o resničnih dejstvih in dogodkih.

Iz povedanega lahko izluščimo nekaj skupnih ugotovitev, ki veljajo za reportažo kot literarnonovinarsko besedilo: Reporter mora vedno poročati o resničnih ljudeh, dejstvih in dogodkih. Besedilo mora podrediti osnovni zahtevi po čim večji novinarski objektivnosti (nepristranskem, natančnem in točnem poročanju), njegov stil pa mora omogočati čim manj različnih interpretacij. Reporter si lahko od literature sposodi jezikovno – stilna sredstva, vendar uresničevanje estetske funkcije ne more biti glavni cilj literarne reportaže. Njena primarna funkcija je še vedno obveščati.

### 3.3.2. Stil reportaže

Za novinarske žanre, ki jih uvrščamo med t.i. polliterarna besedila, velja poseben izbor jezikovno – stilnih sredstev. Reportaža namreč iz literature jemlje umetniški stil upovedovanja. Z njim reporter popestri svoje pisanje. Kljub vsemu velja, da je estetska funkcija za novinarsko besedilo drugotnega pomena in pomeni le sredstvo za uresničevanje primarne funkcije reportaže. »Dominantna novinarska funkcija reportaže je informirati, sporočati. Z uresničevanjem estetske funkcije reportaže se lahko učinek dominantne funkcije poveča, saj reportaža s svojimi literarnimi izraznimi sredstvi deluje na sprejemalca tudi emocionalno.« (Ažman 1989: 55-56)

Reporter si lahko vzame več svobode pri izbiri stila pisanja. Ponavadi so predmet reportaž bolj ali manj dramatični dogodki, nenavadni pojavi in zanimivi ljudje, zato je lahko jezik stilno bogatejši. Dovoljena so različna literarna sredstva, med katerimi so pogosteje uporabljena dialog, čustveno nabit jezik in dramatična zgradba besedila. Takšnih sredstev se reporter običajno poslužuje z namenom, da popestri poročanje, da

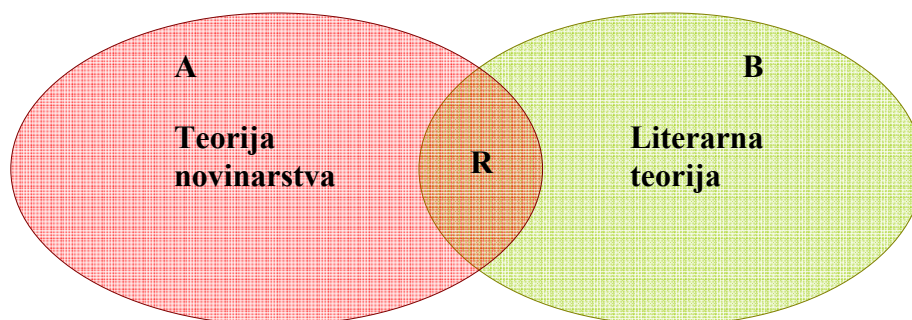
---

<sup>1</sup> Ugotovitve Sonje Merljak Zdovc o spremenjeni delitvi novinarskih žanrov povzeman po diplomskem delu Katje Žižek, saj gre za besedila, ki še niso bila objavljena in mi niso bila dostopna.

ga naredi informativnega in predvsem zanimivega. Reporter z lastnim stilom pisanja da reportaži svojo osebno noto. »Težko bi našli dva reporterja, ki bi o istem predmetu napisala enako ali vsaj podobno reportažo.« (Ažman 1989: 65) Reporter, ki ima razvit svojstven stil pisanja in zna dobro uporabljati prvine umetniškega jezika, bo s svojim pisanjem dosegel večji vpliv na naslovnika. Reportaža namreč na naslovnika ne vpliva le racionalno, temveč tudi emocionalno. Naslovníku reportaža, ki je upovedana na literaren način, ponuja veliko več kot zgolj podatke, dejstva. Omogoča mu, da se dokoplje do novih spoznanj in do praktičnih izkušenj ter da skozi reporterjeve oči in njegova spoznanja doživi vsaj del realnosti.

Prav uporaba literarnih jezikovnih sredstev reportažo uvršča na rob literarne umetnosti, k polliterarnim zvrstem. Dejstvo je, da pisanje reportaž ni šablonsko. Šablonske reportaže imajo zelo kratek rok trajanja in dosežejo zelo malo ljudi. Dober pisec reportaž nikoli ne izbere svoje teme naključno, pač pa do vsebine razvije nek poseben odnos. Ker je reportaža novinarsko-literarna zvrst, mora dober reporter pri svojem delu črpati tako iz teorije novinarstva kot tudi iz literarne teorije. V osnovi gre za novinarsko delo, ki je upovedano na literaren način, zato da pri naslovníku zbudi večje zanimanje in mu pomaga priti do novih spoznanj. Reportaža bi lahko bila napisana zgolj v novinarskem jeziku, vendar to ne bi bila privlačna reportaža, takšna, ki bi se približala bralcu.

Skica 3.2: Shematski prikaz umestitve reportaže



Če si pomagamo z matematično enačbo, lahko umestitev reportaže ponazorimo tudi takole: Imamo dve množici. V množici A so vse 'lastnosti' teorije novinarstva, v množici B pa prvine literarne teorije. Reportaža je nekje vmes, saj »veže upodobitvene principe in izrazna sredstva obeh območij.« (Amon 1974: 7) V matematiki bi to zapisali



z naslednjo enačbo  $A \cap B = R$ , pri čemer je  $R$  množica, ki nastane ob preseku množic  $A$  in  $B$  ter ima tako lastnosti obeh množic. (Glej skica 3.2) Iz navedenega ni težko sklepati, da predstavlja reportažo množica  $R$ , saj izpolnjuje vse zahteve novinarskega besedila, hkrati pa iz literature jemlje t.i. emotivnost.

**Z** uporabo literarnih jezikovnih prvin izpolnjuje reportaža pomembno estetsko in emocionalno vrednost, zato jo lahko, tudi potem ko dogodek ni več aktualen in družbeno pomemben, umestimo med literarna dela. Dober reporter s svojim osebnim stilom vpliva na bralca, bralec pa v reporterju prepozna kredibilno osebo, ki mu odgovarja na vprašanja, ki se mu zastavljajo ob prebiranju prispevka. V te odgovore reporter vnaša tudi del sebe, svoje izkušnje in spoznanja. »Tisto, kar je v drugih vrstah novinarskih besedil, ki zapolnjujejo časopisne strani, nezaželeno, je sestavni del in način reportaže.« (Ažman 1989: 65)

Reportažo od drugih literarnih zvrsti ločuje t. i. publicistični namen. Reportaža je namreč napisana za objavo v medijih in je za razliko od literarnega dela namenjena zelo širokemu in raznolikemu krogu ljudi. Sestavljena je tako, da neposredno vpliva na naslovnika ter hkrati izpolnjuje temeljne funkcije množičnih medijev (informirati, oblikovati javno mnenje, vzgajati in zabavati).

Dušan Slavković je v svoji knjigi *Biti novinar* reportažo označil kot »novinarsko vrsto, ki zaradi mnogih svojih značilnosti predstavlja najvišji domet v novinarstvu. K posebnim novinarskim vrstam jo uvršča subjektivni odnos avtorja do stvarnosti, njegov specifični zorni kot opazovanja in svojevrstna kompozicijska celota, v kateri se izraža tako ustvarjena slika sveta.« (Slavković 1981: 263-265) Slavković opozarja, da reportaža ni zgolj odraz objektivne stvarnosti, pač pa reporter po lastni presoji izbira dejstva o katerih poroča, ki pa morajo biti resnična. »Reporter v objektivni svet vnaša subjektivno mnenje o tem svetu.« (Slavković 1981: 268) Avtor reportaže pri upodobitvi konkretne stvarnosti uporabi literarna sredstva, zato reportaža istočasno opravlja informativno in estetsko funkcijo. Reportaža ima dva vzporedna postopka – raziskovanje in umetniško upovedovanje, ki se morata prepletati. Reporter reproducira dogodke, ki so se dejansko zgodili, saj je zavezan objektivni realnosti. Pripovednik, literat pa ni zavezan k spoštovanju teh zahtev. Resničnost mu običajno služi zgolj kot okvir zgodbe. »Ena poglobitvenih razlik je v tem, da reporter opisuje stvari takšne,

kakršne so v resnici, pripovednik pa stvari ustvarja takšne, kakršne bi lahko bile.«  
(Finci v Šurc 1989: 64)

S tem pa razmejitev dveh področij, na katera posega reportaža, ni več tako zelo nejasna. V okviru teorije novinarstva je reportaža žanr informativne zvrsti, ki poroča o resničnih in preverljivih dejstvih, z vidika literarne teorije pa je v ospredju reportaže stil upovedovanja, torej izpolnjevanje njene estetske funkcije. Ta namreč zelo pomembno vpliva na kvaliteto prispevka, na njegovo privlačnost. Temeljna razlika med obema diskurzoma je v funkciji, cilju določenega besedila in v predmetu upovedovanja (odnos do resničnosti). Umetnik se prepusti svetu domišljije, novinar pa je zavezan poročanju o resničnih in preverljivih dogodkih.

Dejstvo je, da bo svoje časovne okvirje nastanka preseгла le tista reportaža, ki bo upovedana na zanimiv, kreativen način. Šele takrat bo lahko postala literarno delo. S tem pa smo deloma že odgovorili na vprašanje, zakaj nekatere reportaže postanejo literarne umetnine? »Takrat ko sporočilo izgubi svojo referenčno funkcijo in kontekst nastanka, deluje kot umetniško delo.« (Košir v Ažman 1989: 18) Dogajanje v reportaži ni več časovno aktualno, zaradi uporabe umetniških jezikovnih prvin, s katerimi avtor apelira na čustva bralcev, pa je reportaža še vedno zanimiva. Kot ugotavlja Ažmanova, zdaj in tukaj zamenja kako. Prehod iz novinarskega v literarni diskurz so novinarska besedila doživela takrat, ko so izgubila časovno in prostorsko aktualnost, dominantno pa postane upovedovanje na literaren način. (Ažman 1989)

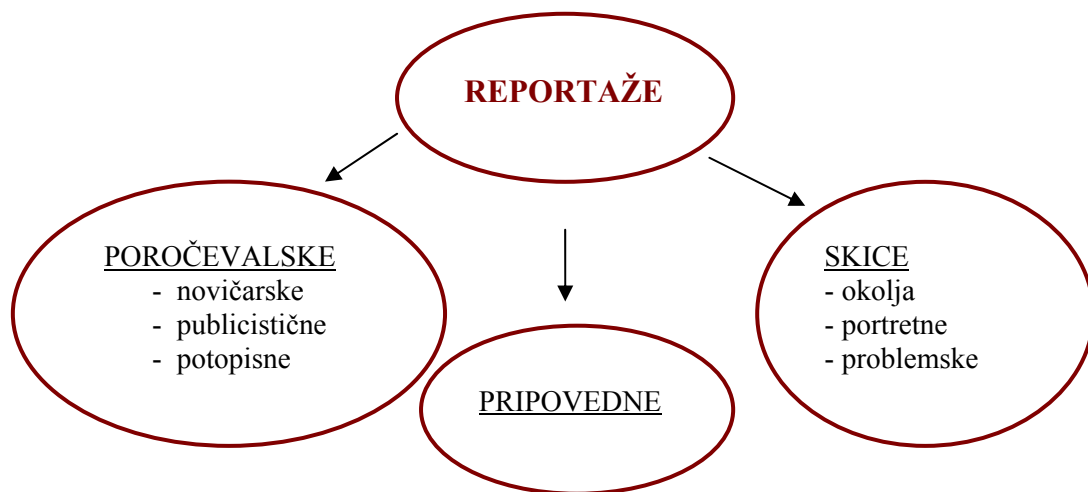
### **3.4. Podzvrsti reportaže**

V tem poglavju namenjam nekaj besed delitvi žanra reportaže na podzvrsti. Obstaja veliko bolj ali manj uspešnih poskusov opredeljevanja podzvrsti reportaže. Najbolj razširjena, a hkrati zaradi preobsežnega števila podzvrsti tudi precej neuporabna, je razvrstitev reportaž po tematiki. Zelo malo si lahko namreč pomagamo, če razvrstimo reportaže zgolj po temi, ki jo obravnavajo, na potopisne, filmske, športne, gospodarske, portretne, itd. Takšno razvrstitev je potrebno zožiti. Tako lahko reportaže opredelimo tudi glede na to, v katerem mediju jo objavimo (časopisna, radijska, televizijska, filmska), lahko pa tudi glede na to, ali gre za reportažo o nekem dogodku, ali za

reportažo o ljudeh in okolju, v katerem živijo, ali pa zgolj za opis avtorjevega popotovanja.

Novinarski teoretiki so predlagali zelo različne kriterije za razvrščanje. Naj naštejemo le nekatere. Na osnovi strukturalne analize reportaže je Maziarski ločil tri osnovne skupine znotraj reportažne zvrsti. (Glej skica 3.3) »Kot izhodiščni kriterij je uporabil kriterij akcije, in sicer vrsta, stopnja, smer ter avtorjeva udeležba.« (Amon 1974: 105) Delitev na podzvrsti, kot jo je predlagal Maziarski, je po mojem mnenju še najbolj ustrezna, zato jo podrobneje predstavljam.

Skica 3.3: Podzvrsti reportaže po Maziarskem



- Prvo večjo skupino predstavljajo *poročevalske reportaže*. Sem avtor uvršča novičarske, publicistične in potopisne reportaže. Najpreprostejše so novičarske reportaže, ki so »sestavljene iz razdrobljenih informacijskih prvin brez komentarja. Zanje je značilen strnjen tok dogajanj, časovni red dogodkov in preprosta kompozicija« (Amon 1974: 105). Reportaže, ki že vsebujejo tudi komentarje in so zato obširnejše, so publicistične reportaže. »Vsebinsko odlikuje akcijski pristop, poročanje pa je usmerjeno k dogodkom z močnim poudarkom na reporterjevi aktivni prisotnosti.« (Amon 1974: 106) Potopisne reportaže so plod reporterja/popotnika, ki poroča oziroma opisuje dogodke in pojave na svoji poti, v katerih aktivno sodeluje.

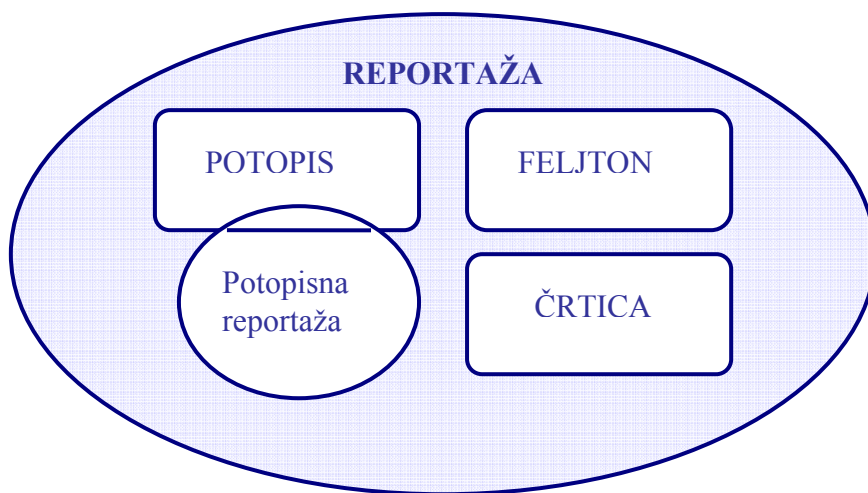
- Drugo skupino reportaž predstavljajo *skice*, ki opis nadgradijo z orisom nekega družbeno bolj ali manj pomembnega problema, neke osebe ali pa zgolj okolja. »Tok

dogajanja je zmanjšan na minimum in akcija je razdrobljena na manjše enote. Vidno mesto zavzema komentar.« (Amon 1974: 106) Glede na to, kaj je predmet orisa, skice delimo na skice okolja, problemske skice in portretne skice.

- Tretjo skupino predstavlja *pripovedna reportaža*, ki se od drugih reportaž razlikuje po tem, da je njen najpomembnejši element zgodba. Gre za prepletanje dveh ravni pripovedovanja, in sicer glavne ter vzporedne pripovedi. »Veliko vlogo ima akcija, ki ustvarja zgodbo.« (Amon 1974: 107)

Precej drugače je reportažne podvrste opredelil Slavković, ki je reportažo poimenoval kot osnovo, iz katere nastajajo tri podvrste: potopis, črtica in feljton. (Glej skico 3.4) Kot posebno obliko je izpostavil potopisno reportažo, »ki ima lastnosti, ki so zelo podobne potopisom, hkrati pa ima lastnosti, ki ne pripadajo tej kategoriji, saj so bližje reportaži« (Slavković 1981: 306). Zanimivo je, da je Slavković reportažo postavil med angažirane (interpretativne) vrste, in ne v skupino informativnih novinarskih vrst, kamor reportažo uvršča Koširjeva.

Skica 3.4: Podzvrsti reportaže po Slavkoviću



Manca Košir je v svoji knjigi *Nastavki za teorijo novinarskih vrst* med informativne vrste poleg vestičarske, poročevalske in pogovorne vrste uvrstila tudi reportažno vrsto, znotraj katere navaja tri žanre: klasična reportaža, reporterska zgodba in potopis. (Glej skico 3.5) Koširjeva ugotavlja, da je klasična reportaža v slovenskih medijih vse redkeje objavljena. Veliko več je potopisov in reporterskih zgodb. Slednje so »prijazne zgodbe,

ki pripovedujejo predvsem o ljudeh, ki so zanimivi zaradi določenih stanj«. (Košir 1988: 79)

Skica 3.5: Delitev reportažne vrste po Koširjevi



V tem poglavju sem podrobneje predstavila tri razdelitve reportaže na podzvrsti. Zelo zanimiva je še razdelitev po Merljak Zdovčevi, o kateri bo več besede v poglavju o literarnem novinarstvu, saj se je avtorica pri klasifikaciji osredotočila predvsem na značilnost literarnega novinarstva in ugotovitve tujih avtorjev. (Glej skico 5.1) Za razliko od Koširjeve Merljak Zdovčeva med žanre reportažne vrste dodaja žanr reportaža, iz klasične reportaže pa razvija novo vrsto, ki jo poimenuje literarno novinarstvo, znotraj katere so trije žanri - literarna reportaža, literarni potopis in literarni portret (žanr, ki ga večina avtorjev uvršča med interpretativne zvrsti).

Seveda je teh delitev še veliko več, zato se je nemogoče dokopati do neke enotne in splošno priznane delitve. Dovolj je že, če se zavemo te raznovrstnosti in jo pri razumevanju reportaže tudi upoštevamo.

*»Bil je pripraven, ker je bilo možno vanj vtakniti prav vse: učne razprave, muzejske kataloge in ljubezenske zgodbe.«*

*(Hazard 1959: 17)*

#### **4. Potopis**

Potopis je poročilo o potovanju, torej o vsem kar se je avtorju zgodilo na poti ali zaradi te poti. Avtor aktivno sodeluje v dogodkih, ki se mu zgodijo na poti, razmišlja in opazuje, svoje občutke, spoznanja pa nato beleži in z njimi dopolnjuje splošne opise pokrajine in ljudi, ki jih srečuje na poti. Dober potopisec pripoveduje dogodke s svoje poti in bralcu posreduje svoja spoznanja. Ne ostaja na ravni faktografskega opisa pokrajine, pač pa celotnemu prispevku daje neko višjo dimenzijo.

Dušan Slavković je reportažo označil za novinarsko vrsto, ki zaradi svojih značilnosti predstavlja najvišji domet v novinarstvu. Je pa reportaža osnova iz katere nastajajo druge podvrste. Te so po Slavkoviću sledeče: potopis, črtica in feljton. »V potopisu avtor prikazuje predmete okoli sebe, saj je sestavljen iz opisa narave, ljudi in njihovega načina življenja, iz opisa dogodkov, ki so se zgodili piscu na poti, in opisa popotnikovih razmišljanj. Potopis mora pripovedovati o potovanju in o dogodkih, ki so se zgodili na tej poti ali zaradi poti.« (Slavković 1981: 305) Tako kot v reportaži tudi zgodba v potopisu ni izmišljena. S tem potopis izpolnjuje eno temeljnih zahtev novinarskega besedila, da poroča o resničnih in preverljivih dogodkih. Osrednja osebnost potopisa je popotnik, torej avtor. Slavković pri razvrščanju reportažnih žanrov omenja poleg že navedenih še potopisno reportažo, ki »ima hkrati lastnosti potopisa in reportaže« (Slavković 1981: 306).

Koširjeva potopis skupaj z reportažo in reportersko zgodbo uvršča med žanre reportažne vrste. Na straneh slovenskih časnikov se pogosteje od reportaž pojavljajo zelo priljubljeni potopisi in različni krajši ali daljši potopisni prispevki. Pogosto prihaja tudi do t.i. prikritega oglaševanja, ko plačana oglasna sporočila niso ustrezno označena ali pa gre za posredno oglaševanje znotraj besedila. Takšni oglasi so za naslovnike zavajajoči, saj verjamejo, da gre za popotnikovo osebno izkušnjo.

Te ugotovitve lahko podkrepim tudi z analizo prispevkov v Delovi prilogi Trip, ki jo predstaviljam v drugem delu naloge. Skoraj vsaka številka Tripa ima vsaj eno reklamno sporočilo, ki je napisano v obliki potopisnega ali reportažnega prispevka, a gre v bistvu za plačani oglas ene izmed številnih turističnih agencij, ki svoje storitve oglašuje na straneh Tripa. Ti prispevki so praviloma (z nekaj izjemami) označeni z napisom, da gre za oglas.

#### **4.1. Stil potopisa**

Potopisi so zelo priljubljeni med bralci, ki v vsakodnevnih naporih iščejo sredstva za sprostitev. Njihov prosti čas je zelo omejen. Posameznik hrepeni po potovanjih, po dogodivščinah, s katerimi bi se umaknil od napornega vsakdana. Če že nima časa in denarja, da bi potoval, pa lahko to nadoknadi s prebiranjem potopisov. Kvalitetnejši kot je potopis, bolj doživeto, čarobno je 'potovanje'. In prava umetnost dobrega potopisa je, kako ga napisati, da bo nekaj posebnega, da se bo bralcu vtisnil v spomin.

K temu zelo veliko, če ne celo največ, prispeva osebnost potopisca in njegovo izurjeno oko, ki beleži vse dogodke, predmete in ljudi okoli sebe. Potopisec zbira različne podatke, dejstva, kar je v osnovi novinarsko delo. Vendar vse to še zdaleč ni dovolj za t. i. čarobni potopis. Tista pika na i, tisto, kar potopis naredi različnega od poročila, je zagotovo stil pisanja. Tako kot za reportažo tudi za potopis velja, da izpolnjuje osnovne funkcije novinarskih besedil, medtem ko iz literature jemlje umetniški jezik. Stil upovedovanja mora bit podrejen resnici, ki jo novinar sporoča.

Teorija književnosti potopis označuje kot opis narave, ljudi in njihovega načina življenja, opis dogodkov, ki so se zgodili popotniku na poti, in opis njegovih razmišljanj. Gre za poročanje o stvarnih dejstvih in ne fiktivnih, zato je potopis blizu novinarskem ustvarjanju. V potopisu običajno ni imaginacije, osrednja osebnost pa je avtor/popotnik sam. »Potopisi so izredno priljubljen žanr reportaže, ne samo zaradi svoje barvitosti v opisih in menjave kontrastov, ampak tudi zaradi same narave današnjega človeka /.../ ki rad potuje.« (Pogačnik v Šurc 1989: 124)

## 4.2. Vrste potopisa

»Potopisov je toliko, kot je različnih avtorjev.« (Slavković 1981: 305) Obstaja veliko delitev, v grobem pa bi jih lahko delili na književne, znanstvene in novinarske. Možna so mešanja, prehajanja med njimi, zato gre zgolj za orientacijsko kvalifikacijo.

Leksikon Cankarjeve založbe potopis obravnava kot »literarno zvrst, včasih kot element znotraj drugih literarnih zvrsti (epa, romana), še pogosteje kot na pol literarno zvrst, ki je blizu znanstvenemu, reportažnemu, dokumentarnemu spisju.« (v Šurc 1989: 119) Matjaž Kmecl je v svoji definiciji potopisa poudaril pomen praktičnih sporočil, ki jih posreduje potopis. »Potopis se po svoji naravi giblje že dlje od mimetičnosti. Količina praktičnih sporočil, ki ne merijo na bralčevo predstavno domišljijo, marveč širijo predvsem bralčevo znanje, vedenje o rečeh, je v njih že prevladujoča.« (Kmecl v Šurc 1989: 119)

Matej Šurc v svojem diplomskem delu potopise razdeli v dve skupini, in sicer *praktični* ter *leposlovni potopis*. V praktičnem potopisu gre za podroben opis pokrajine, umetniških spomenikov, infrastrukture in drugih elementov v okolju. Prav zaradi osredotočenja na opis pokrajine, lahko praktične potopise primerjamo s turističnimi vodniki. V leposlovnem potopisu pa je literarno sporočilo pomembnejše kot praktični napotki. Vseeno se dogaja v resničnem okolju in v njem nastopajo resnični ljudje. Materialno okolje je pogosto zgolj nekakšen okvir, v ospredje pa stopijo doživetja popotnika, njegov subjektivni pogled. Pisec ne ostaja zgolj pri golem opisovanju poti, marveč uprizarja prizore med ljudmi, ki jih na svoji poti srečuje. Šurc odgovarja tudi na vprašanje, kaj loči časopisni potopis od književnega: »Potopis sodi med literarne zvrsti znotraj nekaterih literarnih zvrsti (književni potopis), še pogosteje pa nastopa kot pol literarna zvrst (časopisni potopis). Potopis ima pogloblitve literarne razsežnosti: estetskost, kognitivnost in etičnost, hkrati pa niso izključeni tudi umišljeni ter mnogopomenski deli besedila, ki naslovniku omogočajo različne interpretacije.« (Šurc 1989: 125)

Maziarski v svoji opredelitvi reportažne zvrsti (Glej slika 3.3) ne navaja potopisa, pač pa opredeli med poročevalskimi reportažami *potopisno reportažo*. Zanj je značilno, da se avtor, ki potuje, aktivno vključuje v posamezne dogodke na poti.



Najpomembnejša so notranja doživetja, občutja reporterja. Materialno okolje je v mnogih potopisih zgolj okvir. (Šurc 1989)

Adrijan Lah v svoji knjigi *Vse strani sveta* na vprašanje, kaj pravzaprav je potopis, odgovarja:

*Že sestava besede sicer pove, da je to opis poti. Ker pa je opis poti tudi strokovni prikaz v zemljepisnem (turističnem) priročniku ali vodniku, kar pa ni potopis, si z besedo samo ne moremo več pomagati. Glede na to, da je zemljepisni vodnik čim bolj objektivni prikaz poti (količinski, merski podatki), bi lahko podali temeljno določitev, da je potopis subjektivni prikaz poti, v katerem sicer je (lahko) nekaj stvarnih podatkov, ni pa dobro, če jih je preveč. (Lah 1999: 9)*

Avtor mora biti obenem popotnik in potopisec, saj pripovedi o potovanjih drugih oseb niso potopisi, pač pa potopisne povesti in reportaže. »Bistveno za potopis je, da je pozornost popotnika obrnjena na pot, navzven in ne navznoter.« (Lah 1999: 9) Potopisec se ne sme ukvarjati zgolj s sabo ter zanemarjati pot in osebe, ki jih na tej poti srečuje. Če se to zgodi, potem ne gre več za potopis, pač pa za različne oblike avtobiografije. Te imajo namreč zelo pogosto tudi potopisne sestavine. (Lah 1999) Hkrati dodaja naslednjo ugotovitev: »Potopis je polliterarna (ali bolj časnikarska ali bolj leposlovna) prozna zvrst različne dolžine (od krajšega članka do obsežne knjige). V potopisu avtor, ki se svobodno, prostovoljno odloča za pot(ovanje), subjektivno prikazuje objektivno pot in se ji bistveno ali vsaj pretežno posveča.« (Lah 1999: 10)

Silva Trdina definiciji potopisa poleg vsega že navedenega dodaja, da dobro poročilo o potovanju ne sme biti samo poučno, ampak vselej tudi zabavno in zanimivo. »Ta oblika se je večkrat priljubila umetnikom in tako govorimo tudi o leposlovnih potopisih ali potopisnih romanih /.../.« (Trdina 1958: 292)

Manca Košir žanr potopis uvršča v reportažno vrsto, to pa med informativne zvrsti. Potopis označuje kot »reportažni žanr, ki ima svojevrsten predmet: opisuje kraje, ljudi, običaje in doživlja popotnika, ki je hkrati reporter.« (Košir 1988: 80)

Zmago Šmitek navaja naslednji dve delitvi: Prva je delitev po teoriji književnosti, in sicer na dokumentarni potopis, ki ga lahko primerjamo s Šurčevim praktičnim potopisom, in na namišljeni potopis, ki pa ga zaradi fiktivne vsebine ne moremo uvrščati med novinarske žanre. Druga delitev je na osnovi teme, ki jo obravnavajo, in na osnovi geografskega območja, ki ga zajemajo (planinski, turistični, športni itd.). (Šmitek 1988: 378)

### **4.3. Nastanek in razvoj potopisa**

Brez dvoma se potopis pojavi že v antiki. Le malokdo še ni slišal za Homerja s svojima velikima pesnitvama Iliada in Odiseja (iz 8. stoletja pred našim štetjem). To sta epski pesnitvi s prviniami potopisa. Iz poznega srednjega veka je zelo znano potopisno delo zapis Marka Pola o potovanju v Mongolijo (13. stoletje). Zelo znan je tudi pustolovski potopis Daniela Defoja Robinson Crusoe iz začetka 18. stoletja ter satirični potopis Miguela de Cervantesa Don Kihot iz začetka 17. stoletja. Vse to so dela, ki so postala del vrhunske književnosti, saj so ohranila svoj sloves in pomen še dandanes. »Razvoj potopisa je močno povezan s prodorom humanizma in renesanse, povezan pa je tudi z odkritji novih celin in začetkom tiska.« (Šurc 1989: 120)

V Sloveniji je potopisna literatura doživela svoj razcvet v 19. stoletju, zlasti na prehodu v 20. stoletje pa se je v Sloveniji razmahnil tudi t. i. gorniški oziroma planinski potopis, ki je med Slovenci priljubljen še danes. Da je temu tako, priča tudi revija Planinski vestnik, mesečnik, ki z dvema krajšima premoroma med svetovnjima vojnama, neprekinjeno izhaja že vse od leta 1895. Planinski vestnik se ukvarja s specializirano vsebino – gorništvom, skozi vsa leta pa lahko v njem najdemo med drugim objavljene tudi tipične gorniške potopise, ki so jih v uredništvo poslali bolj ali manj znani slovenski alpinisti, ki so svoja doživetja in izkušnje želeli deliti z drugimi. Tako kot večina medijev, se je tudi Planinski vestnik moral prilagoditi neizprosnim zahtevam revijalnega trga. Z zadnjo prenovo vsebine so mu odvzeli del strokovnih vsebin in jih nadomestili s privlačnejšimi in zabavnejšimi vsebinami, med katerimi so tudi zelo živahni gorniški potopisi izpod peres največjih slovenskih alpinistov.

V prid ugotovitvi, da je potopis še vedno zelo priljubljen žanr, govori tudi podatek, da je spomladi leta 2000 v osrednjem slovenskem dnevniku Delo začela izhajati

obsežna tedenska samostojna priloga Trip, v kateri so osrednjo vlogo imeli potopisni in reportažni prispevki, največkrat delo bralk in bralcev. Ta priloga se je ohranila do danes, le da od leta 2002 dalje izhaja le na štirih straneh in nič več kot samostojna priloga. Delež potopisov in reportaž je kljub skrčenju ostal skorajda nespremenjen, zanimanje oglaševalcev za te strani pa se povečuje, kar se kaže tudi v naraščanju števila oglasov. Prodor reportaže v dnevno časopisje se počasi nadaljuje, res pa je, da npr. na straneh Tripa ni pravih reportaž in potopisov, ki bi jih napisali v jasnosti že uveljavljeni reporterji. Ti pogosteje svoje reportaže objavljajo v knjigah in revijah s potopisno tematiko, kjer niso tako zelo prostorsko in časovno omejeni. Tvrstnih revij v Sloveniji ni malo, zanimanje zanje pa še narašča. Kot primer naj navedem, da je bilo zanimanje za revijo National Geographic v Sloveniji tako veliko, da je v začetku leta 2006 začela izhajati v slovenskem jeziku. Reportaže pa se vse pogosteje objavljajo tudi na internetu. Ta namreč ponuja veliko dodatnih možnosti in sredstev, s katerimi lahko reporter še popestri svoje poročanje. Tako bo na primer to jesen in zimo na spletu objavljala reportaže s svoje poti slovenski popotnik in uveljavljeni reporter Zvone Šeruga, ki se je z motorjem spet odpravil na dolgo pot po Afriki.

*Literarno novinarstvo se ukvarja  
tako z videnjem kot z občutki  
sveta. (MacLeish 1992)*

## **5. Novinarska zgodba**

V zadnjem poglavju prvega dela naloge si oglejmo še značilnosti novinarske zgodbe. Milosavljevič reportažno in portretno vrsto združuje v novo vrsto, ki jo poimenuje novinarska zgodba, vanjo pa uvršča naslednje novinarske žanre: klasično reportažo, potopis, reportersko zgodbo in portret. (Milosavljevič 2003) Tako kot reportažo, tudi to novinarsko obliko zaradi posebnega umetniškega stila upovedovanja uvrščamo med literarnonovinarska besedila.

### **5.1. Literarno novinarstvo**

Da bi razumeli značilnosti novinarske zgodbe, je potrebno najprej definirati literarno novinarstvo. S pojmom literarno novinarstvo poimenujemo umetniški način pisanja novinarskih besedil. (Filipović 2004) Literatura in novinarstvo se stikata predvsem na jezikovni in stilni ravni. Večina definicij literarnega novinarstva izvira od ameriških avtorjev, saj se je literarno novinarstvo začelo prav v ZDA sredi 60-ih let prejšnjega stoletja. Odskočna deska za literarno novinarstvo so bile zgodbe Trumana Capoteja, ki jih je pod naslovom »In Cold Blood« objavljial v časniku The New Yorker leta 1965. Takrat Truman teh zgodb ni imenoval literarno novinarstvo, pač pa nov literarni žanr – nefikcijski roman. (Wolfe 1996: 40) Za literarno novinarstvo je značilno, da ugotovi vsem kriterijem novinarskega diskurza (resničnost, preverljivost, ažurnost, informativnost), hkrati pa mu dodaja neko višjo dimenzijo. To preprosto pomeni, da mora literarni novinar v novinarsko besedilo prinesiti novosti, kot sta na primer domiselni pristop k poročanju ali izbira posebnih, zaznamovanih jezikovnih sredstev. »V nasprotju s klasično reportažo, ki jo zaznamuje objektivno poročanje, neposreden in tekoč jezik ter zgradba besedila v obliki obrnjene piramide, je za literarno novinarstvo značilna pripovedna tehnika in podrejanje pravilom pisanja, ki veljajo za literarna dela.« (Royal 2000: 2)

Thomas B. Connery v knjigi *A Sourcebook of American Literary Journalism* navaja, da je v literarnonovinarskem delu pomemben stil pisanja. Literarni novinar piše o dejanskih dogodkih, krajih in ljudeh, pri tem pa uporablja umetniški jezik, s čimer bo njegovo pisanje postalo zanimivo – tudi čez več let, ko tema, o kateri piše, ne bo več aktualna. (Connery 1992: 15)

Poleg pojma literarno novinarstvo danes obstaja več sorodnih imenovanj – novo novinarstvo, kreativna nefikcija, intimno novinarstvo, literarna nefikcija tudi beletristična publicistika. (Royal 2000) Tom Wolfe, ki je v poznih 60-ih letih prejšnjega stoletja proslavil izraz novo novinarstvo, je to obliko novinarstva označil z besedami: »Novinarstvo, ki ga lahko beremo kot roman.« (Wolfe 1996: 21-22) Wolfe je opredelil tudi štiri tehnike pisanja literarnega novinarja: zgradba prizor za prizorom, uporaba številnih dialogov, poročanje v 3. osebi ter pozorno opazovanje, beleženje vsakodnevnega obnašanja in navad ljudi, o katerih pišeš. (Wolfe 1996: 46-47) Sonja Merljak Zdovc kot temeljno razliko med reportažo intimnega oziroma literarnega novinarstva in reportažo, ki jo najpogosteje najdemo objavljeno na straneh slovenskega dnevnega časopisja, navaja v času in trudu, ki ga novinar posveti raziskovanju in pisanju o izbrani temi. Velika večina novinarjev namreč nima ne časa in denarja za pisanje tako poglobljenih prispevkov. (Merljak Zdovc v Kovačič in Erjavec 2005: 300) Kevin Kerrance je literarno novinarstvo označil kot resnica, upovedana na literaren način, medtem ko je Chris Harvey literarno novinarstvo označil kot kreativna reportaža. James E. Murphy je šel že dlje in izpostavil tri temeljne karakteristike literarnega novinarstva. Te so: uporaba dramatičnih literarnih tehnik, subjektivnost in osebna vpletenost novinarja (njegov angažma). (Royal 2000)

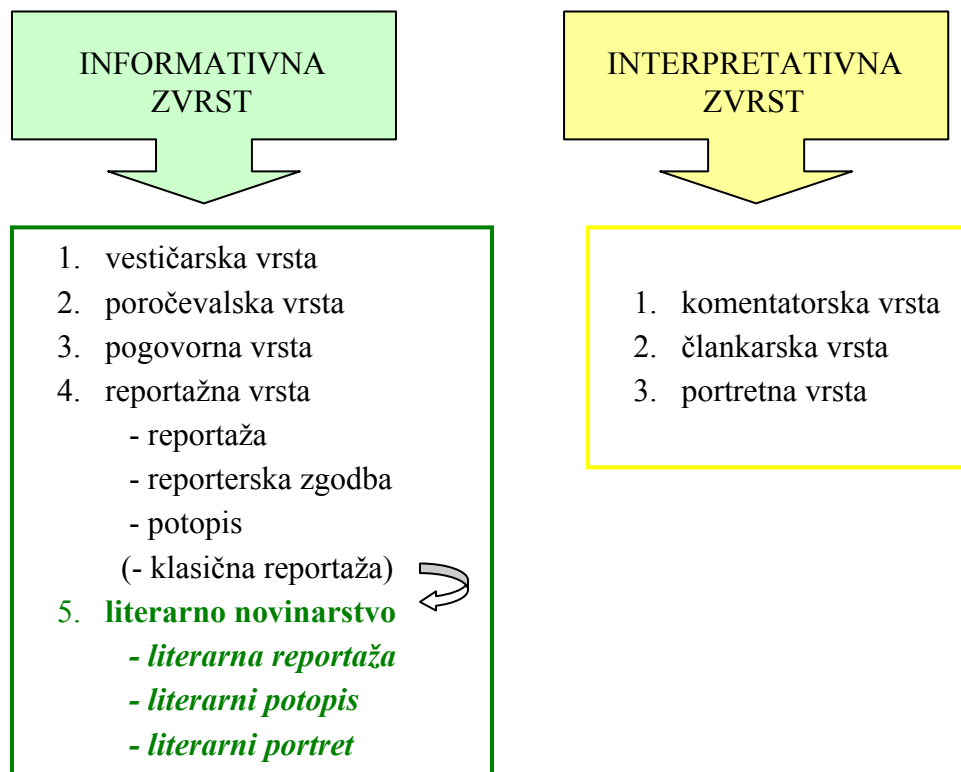
Norman Sims je v svoji knjigi *The Art of Literary Journalism* opisal osnovne karakteristike literarnega novinarja. »Literarni novinarji prečkajo meje med iskanjem poglobljenih perspektiv o naših življenjih in sedanjem času, kar je tema njihovega raziskovanja.« (Sims 1995: 19) S tem je mislil predvsem na novinarjevo angažiranost v obliki dela pod krinko, s katerim novinar pride tudi do težje dostopnih podatkov o delovanju in odnosih znotraj neke skupine. Hkrati pa takšna novinarjeva vpletenost meče slabo luč na njegovo zmožnost objektivnega poročanja. Vsi ti teoretiki so enotnega mnenja, da gre za novinarstvo, ki je zavezano poročanju o resničnih in preverljivih dogodkih. Za razliko od klasičnega novinarja, poskuša literarni novinar

sporočati neko globljo resnico kot bi jo prikazal zgolj z navajanjem splošnih dejstev. (Royal 2000: 3) Uspešni literarni novinarji nikoli ne pozabijo zabavati. Prav tako slikajo čutne scene in vključujejo intimnost, ki vzbudi bralčeve čute in izkušnje. (Sims in Kramer v Žižek 2006: 26-27)

Za vse prispevke, ki jih uvrščamo k literarnemu novinarstvu, je značilno, da je gradivo vzeto iz resničnosti, avtor pa o resničnih dogodkih pripoveduje na literaren, torej njemu lasten način. (Filipović 2004: 36) Tako kot umetniška besedila ima tudi literarnozgodovinski prispevek zaplet, vrh in razplet. Razlika med njima je, da je slednji nujno resničen.

V slovenskih medijih se zahtevam in pojmovanju literarnega novinarstva še najbolj približata žanr portret in nekatere kvalitetnejše reportaže, ki jih Koširjeva v svoji klasifikaciji novinarskih vrst poimenuje klasična reportaža, medtem ko jih Merljak Zdovčeva v svoji, novejši delitvi označi kot literarna reportaža. Sonja Merljak Zdovc je v svojih razpravah ponudila nekoliko drugačen pogled na reportažno vrsto in opredelitev literarnega novinarstva.

Skica 5.1: Delitev novinarskih žanrov po Merljak Zdovčevi



Merljak Zdovčeva spremeni delitev žanrov v reportažni vrsti (glede na razvrstitev po Manci Košir, ki še vedno velja za temeljno klasifikacijo novinarskih žanrov). Kot njene ugotovitve povzema Katja Žižek v svojem diplomskem delu z naslovom *Med novinarskim in literarnim pisanjem – analiza portreta in reportaže*, »Merljak Zdovčeva predlaga, da lahko reportaža, potopis in portret sodijo v eno ali drugo vrsto (reportersko zgodbo v celoti izloči iz literarnih besedil), v literarno novinarstvo pa samo tiste z umetniško vrednostjo in jim zato dodamo pridevnik literarni.« (Žižek 2006: 42) (Glej skica 5.1)

»Žanr literarna reportaža, na primer, tako sodi v vrsto literarno novinarstvo, žanr reportaža pa v reportažno vrsto.« (Merljak Zdovc v Žižek 2006: 42) Merljak Zdovčeva informativnim zvrstem, kot jih je opredelila Koširjeva, dodaja novo vrsto – literarno novinarstvo. »Literarno novinarstvo je vrsta novinarskega sporočanja informativne zvrsti, ki iz novinarstva jemlje resnična dejstva in dogodke, dogajanja, stanja, iz literature pa literarna sredstva za upovedovanje teh dejstev,« v svoji definiciji literarnega novinarstva navaja Merljak Zdovčeva in dodaja, da morajo biti ti prispevki resnični, preverljivi ter napisani v obliki zgodbe. »Informativna in estetska funkcija sta enakovredni.« (Merljak Zdovc v Žižek 2006: 42)

Od posameznih žanrov po Merljak Zdovčevi se bom osredotočila le na razliko med klasično oziroma literarno reportažo in (zgolj) reportažo. Temeljna razlika je v tem, da pri literarni reportaži novinar oz. reporter bistveno več časa preživi z osebami, o katerih poroča, je z njimi povezan in nek proces oz. problem, o katerem piše, spremlja skozi dalje časovno obdobje. Pri reportaži je ta čas bistveno krajši, zato reportaža problemsko ni tako zelo poglobljena, reporter pa večino svoje zgodbe napiše iz pripovedi svojih junakov. V obeh reportažah reporter uporablja literarno-umetniške elemente, vendar je količina in spretnost uporabe le-teh bistveno večja pri piscih literarne reportaže. Prav ti prispevki bralcem nudijo tako močan estetski užitek, da jim uspe prerasti svoj referenčni okvir nastanka.

## **5.2. Novinarska zgodba**

V Sloveniji se je s preučevanjem novinarske zgodbe ukvarjal predvsem Marko Milosavljevič. Novinarska zgodba je glede na temo moje diplomske naloge zame

zanimiva predvsem zaradi tega, ker je to »novinarska vrsta, v katero zaradi enotnega stila pisanja in strukturnih značilnosti združujemo reportažno vrsto (ki vključuje klasično reportažo, reportersko zgodbo in potopis) in portretno vrsto (z žanrom portret).« (Milosavljevič 2003: 5) »Za obe novinarski vrsti so značilni izviren stil pisanja, uporaba zaznamovanih jezikovnih sredstev, zapletena struktura in tridelna shema z uvodom, jedrom in zaključkom.« (Milosavljevič 2003: 26)

Tako kot je to značilno za reportažo, tudi novinarska zgodba poleg referenčne in informativne funkcije izpolnjuje še estetsko funkcijo. Slednja je prvi podrejena. Novinarska zgodba je, tako kot je to lastnost vseh novinarskih žanrov, zavezana poročanju o resnici. »Novinarska zgodba je, kot pove naziv, zgodba; to običajno povezujemo s fikcijo oziroma umišljenimi besedili /.../, toda tokrat gre za zgodbo, napisano za množične medije, v obliki novinarskega besedila in /.../ umeščeno v pomensko področje resničnosti.« (Milosavljevič 2003: 7) Tako kot v reportaži je tudi v novinarski zgodbi pomemben stil pisanja. »Novinarske zgodbe /.../ uporabljajo pripovedne tehnike in elemente, ki se običajno razlikujejo od navedenih značilnosti vestičarske in poročevalske vrste.« (Milosavljevič 2003: 49) Pri tem ima Milosavljevič v mislih predvsem brezosebno poročanje z distanco, tog stil poročanja in nabitost z informacijami ter nepristranskost in odsotnost avtorja v prispevku. »Namesto neosebnega poročanja, brez prepričanj in mnenj avtorja, bomo v novinarskih zgodbah običajno našli avtorja s pogledi in stališči, ki jih bo odražalo tudi njegovo besedilo.« (Milosavljevič 2003: 49)

Prav zaradi svoje estetske vrednosti kvalitetne novinarske zgodbe, tako kot dobre reportaže, s časom ne izgubijo svoje zanimivosti, prej nasprotno. Pisec novinarske zgodbe bo izražal svoja stališča, izkušnje in čustva, vendar bo ves svoj stil pisanja podredil zahtevi po resničnosti, zaradi česar velja novinarska zgodba za zahtevnejši novinarski žanr. Od pisca zahteva veliko izkušenj in sposobnosti, hkrati pa je prav zaradi lahkotnega branja in pisanja o vsakodnevnih stvareh, ki so bralcem blizu, zelo priljubljen žanr. V Slovenji se ta žanr še 'prebuja'.

Tudi novinarska zgodba je, tako kot reportaža, za svoj nastanek potrebovala velike družbene spremembe. Začetek 20. stoletja je bil s svojim burnim dogajanjem idealni čas, da se v anglo-ameriških medijih pojavi t. i. feature. To so zelo osebne zgodbe o



navadnih ljudeh, ki so vzbujale pri bralcih močne emocije. V slovenskih časnikih se takšni portreti in reportaže pojavijo z večletno zamudo, in sicer v času med obema vojnama.

Novinarska zgodba združuje lastnosti reportažne in portretne vrste. Zanje veljajo iste značilnosti kot sem jih že navedla pri podrobnejši opredelitvi reportaže in potopisa. Avtor mora biti priča dogodku, o katerem poroča doživeto, da bi pri naslovniku dosegel čustven odziv. »Značilen je izviren in običajno ekspresiven stil pisanja, saj avtor ne slika stvari zgolj racionalno, temveč tudi čustveno, nato uporaba zaznamovanih jezikovnih sredstev, zapletena struktura in tridelna shema z uvodom, jedrom in zaključkom.« (Milosavljevič 2003: 27) Ker žanri novinarske zgodbe združujejo informativno, interpretativno in estetsko funkcijo, jih uvrščamo v literarno novinarstvo.

## 6. Vsebinska analiza priloge Trip

Ker je področje med literarnim in novinarskim upovedovanjem precej nejasno, smo v prvem (teoretičnem) delu naloge določili osnovne lastnosti reportažne vrste in njenih žanrov ter značilnosti literarnega novinarstva in literarnonovinarskih besedil. Vse to smo potrebovali, da lahko preidemo na empirični del naloge, v katerem se bom podrobneje lotila vsebinske analize izbranih Delovih prilog Trip. Najprej bom predstavila osnovne karakteristike priloge Trip, nato pa bom predstavila kratek vsebinski pregled vseh 49 izbranih števil v obdobju od aprila 2000 do 1. maja 2004. Omejila sem se le na eno številko mesečno, ki pa sem jo izbrala naključno.

V osnovi me je zanimalo, v kolikšni meri sta žanra reportaža in potopis zastopana v prilogi? Ali sploh gre za prave reportaže in potopise, ali bolj za potopisne prispevke? Kakšna je vsebina teh besedil in komu so namenjena ter kako se je Trip zaradi vedno bolj neizprosne konkurence na medijskem trgu 'prilagodil' potrebam oglaševalcev? Predstavila bom nekaj konkretnih primerov, žal pa zelo malo izjem, ki bi govorile v prid tezi, da je slovenski medijski prostor<sup>2</sup> pripravljen na t.i. literarnonovinarske prispevke, kamor uvrščamo tudi klasično (literarno) reportažo in literarni potopis.

### 6.1. TRIP – Turizem, rekreacija in prosti čas

Aprila leta 2000 je v osrednjem slovenskem časniku Delo zaživela samostojna priloga Trip, katere ime je sestavljeno iz začetnic treh pojmov: *turizem, rekreacija in prosti čas*. Vsi trije pojmi imajo veliko skupnega, saj gre za dejavnosti oziroma aktivnosti, ki jih ljudje udejanjamo v našem prostem času, če se seveda s tem ne ukvarjamo tudi profesionalno. Samostojna priloga Trip je namenjena širši javnosti. Vsebuje poljudne vsebine na temo turizma in rekreacije. Članki so napisani z namenom da informirajo, izobražujejo, predvsem pa, da zabavajo.

Trip je do sedaj izhajal v dveh formatih. Od aprila 2000 do januarja 2002 je imel Trip 16 strani in je izhajal kot samostojna priloga. Po tem datumu se je Trip skrčil na štiri strani in izgubil status samostojne priloge. Pretežen del prispevkov v daljši prilogi

---

<sup>2</sup> V mislih imam predvsem dnevno informativno časopisje.

so kratke novice in poročila novinarjev, pogoste pa so tudi reporterske zgodbe. Poleg večjega števila krajših prispevkov pa Trip običajno vsebuje tudi dva daljša potopisa oziroma reportaži. Prav ta dva prispevka bom v tem delu diplomske naloge podrobneje analizirala, da ugotovim, katere so dežele, ki jih obiskujejo avtorji, ali se določene destinacije pogosteje pojavljajo, so bolj priljubljene med popotniki.

Prav tako iščem odgovore na vprašanja, koliko je oglasnih sporočil v Tripu in ali so ustrezno označena, da gre za oglasno sporočilo. Kakšno je razmerje med komercialno (oglasno) vsebino in informativnimi novinarskimi prispevki? Odgovori na vsa ta vprašanja naj bi bili most do spoznanja, v kolikšni meri reportaža kot novinarski žanr izraža komercializacijo, ali še drugače, kakšna je dejanska povezava med objavljanjem potopisov in reportaž s področja turizma ter sodobnimi tržnimi zakoni, ki se jim podrejajo mediji, da preživijo na trgu ponudbe in povpraševanja.

Priloga Trip vsebuje veliko koristnih napotkov za rekreacijo, potovanja in letovanja, skratka informacije in nasvete za preživljanje prostega časa. Precejšen del priloge tvorijo tudi oglasna sporočila. Običajno so oglasi označeni z napisom ali pa imajo svojo standardno obliko, po kateri jih bralec lahko prepozna kot reklamno sporočilo, pogosti pa so primeri, kjer gre za prikrito oglaševanje. Kot primer navajam prispevek o turistični ponudbi italijanskega jezera Maggiore (glej sliko 6.1).

Ta prispevek močno spominja na turistične vodnike. Novinarka podrobno predstavi turistično infrastrukturo v bližini jezera, še posebej se osredotoči na kulinarčne posebnosti. Prevladujejo praktični napotki za vse morebitne obiskovalce tega zelo turističnega predela Italije, zato bi lahko ta prispevek brez težav vključili v kakšen turistični vodnik, če bi mu dodali še natančne podatke o posameznih predstavljenih turističnih in gastronomskih atrakcijah. Bralec težko razbere (in dejansko tega podatka v članku ni), ali gre za sponzoriran prispevek in kaj od opisanih doživetij je novinarka sama izkusila. Meja med informacijo in oglasom je prikrita.

## Slika 6.1: Prispevek o jezeru Maggiore

Lago Maggiore

# Vedno ponuja razkošje

*Gastronomija, lepi vrtovi in prekrasna pokrajina italijanskega jezera Maggiore so vrhunsko doživetje zlasti zunaj glavne sezone*

Samo želja po samokaznovanju lahko turista privabi k italijanskim jezerom v glavni letni sezoni. Tja je mnogo bolje iti spomladi ali jeseni. Garda blizu Verone je največje in najvzhodnejše od velikih. Zraven je Como, ki je najmanjše, sledijo mu Maggiore in še majhno jezero Orta. Vsako je po svoje lepo, vendar je zame (Sue Style je turistična dopisnica FT) najlepši Maggiore.

Njegov začetek je v Švici, večina pa se razteza v Italiji. Privlačnosti Maggiore je mogoče enostavno strniti: majhno, značilni hoteli, odlična hrana, imenitne tržnice, bleščeča modra voda in zasneženi vrhovi Alp. Vreme, tako kot vedno na območju jezer, je lahko grdo, a tudi če dežuje ali se spusti megla, si lahko brez slabe vesti podaljšate uro, ki ste si jo privoščili za kosilo, ali pa se odpravite v hotel Hotel du Lac in končate poročilo o svojem potovanju.

Predvsem pa je naokoli veliko prelepih vrtov. Ville Taranto v Pallanzi je v tridesetih letih prejšnjega stoletja uredil kapitan Neil McEacharn, podjeten Škot, ki je imel zlate roke za vse, kar je zeleno, in globoko denarnico. Njegov namen je bil ustvariti enega najelegantnejših botaničnih vrtov na svetu.

Zaprte oči in si poskusite pričarati prizor: zeleni bregovi z razklanjenimi listi, sprehajališča s kamelijami, sočne amazonske lilije, njihovi listi so podobni velikanskim servirnim pladnjem s tankimi, navzgor zavihanimi robovi, drevesa, katerih veje segajo skoraj do tal, skoraj omotičen vonj azalej in lilij, gozd iz dreva in brogovite, skozi katerega se vam v daljavi prikažejo s snegom pokriti vrhovi gora.

Zraven Ville Taranto je Villa San Remigio, katere terasaste vrtove so naredili za markiza in njegovo ženo Della Valle di Casanova v sredi-

ni 19. stoletja. Markiz, izobražen pokrajinski slikar in navdušen botanik, je bil močno navezan na arhitekturne učinke nasadov kot tudi na igro svetlobe in sence na listih in vejah dreves.

Kratka vožnja s čolnom vas pripelje do Isola Madre, manjšega od Boromejskih otokov, ki je še vedno v lasti družine Borromeo. Senčna pot vas vodi skozi velikanski nasad rododendrona, na Prato dei Gobbi, Grbavčev travnik, kjer so korenine dreves prave ovire za obiskovalce. Popolnoma beli pavi elegantno jadrajo čez trato. Pri najmanjšem znaku, da jih želite slikati, razprejo svoj prelepi rep in vas spomnijo, da ste vendar v deželi *belle figure* (lepih oblik).

Prenočite lahko v zelo udobnem in privlačnem Albergo Ghiffa v mestu z istim imenom. Lepa lega in odlična italijanska hrana sta zagotovilo, da bo obiskovalec užival v svojem postanku. Če pa se želite za konec tedna skriti v dvoje, si omislite Villa Margherite s 25 sobami v Oggebiu, ki ima vrt s pogledom na jezero. Mestece Cannobio blizu švicarske meje je tudi izvrstno izhodišče za izlete. Tu se lahko odločite za sobo z zajtrkom v majhnem hotelu Pironi v obliki ladje, ki je v predelanem samostanu iz 15. stoletja, ali za sobo s polpenzionom v pred kratkim odprtem hotelu Cannobio. Ne nazadnje je tu še Villa Volpi, predelana neoklasicistična vila s sobami in apartmaji ter prekrasnim vrtom, kjer lahko občudujete več kot 80 vrst kamelij.

### Poskusite, domače je

Potem ko ste si uredili bivanje in si ogledali nekaj vrtov, je čas za prehrano. Il Cortile v kraju Cannero je skrit v stranski ulici nedaleč od pristanišča. Ca'Bianca med Cannero in Cannobio je družinski lokal, ki letos slavi 25-letnico. Tu postrežejo s tradicionalno hrano, vse *fatti in casa* (narejeno doma). Nedaleč od tržnice ob jezeru v Cannobiu je Del Lago, ki je znan po krompirjevih *crispellah* (krompirjevih ocvrtkih), rižoti z žabjimi kraki in grahom ali listu v omaki iz barola (znamenito italijansko rdeče vino). Lo Scalo ponuja tradicionalno piemontsko hrano, bogate sveže testenine (poskusite črno lazanjo iz pokrovač), ribe iz jezera in listo domačih vinskih zakladov.

Ljubitelji vin naj se odpravijo v Casa Bavo, resno klet za prave poznavalce, ki jo vodi Giuseppe Bava, lokalni operni tenor in prvovrsten trgovec z vinom. V prijetni družbi signora Bave lahko duhate, srkate in izpljunete njegove vinske dobrote. Je navdušenec, velik poznavalec in prepričljiv prodajalec svojega odličnega blaga. Cannobio je poln specializiranih trgovinic, ki prodajajo od klobas, ciabatte, svežih testenin, posebnih rižev za različne rižote do nepogrešljivih sušenih paradižnikov in drugih dobrot. Če ste ob jezeru poleti, lahko uživate ob posebnem prazniku hrane Gala del Gusto konec julija in v začetku avgusta.

I. N./FINANCIAL TIMES



LAGO MAGGIORE – Začetek jezera je v Švici, večina pa se razteza v Italiji.



LAGO MAGGIORE – Spomladi in jeseni je v vrtovih najbolj prijetno.

(Delo, 19.4.2006: 26)

### **6.1.1. Dva formata priloge**

Zaradi obsežnega gradiva, Trip je namreč tedenska priloga, ki izhaja pod tem imenom že šest let in pol, sem se odločila, da analizo omejim na obdobje od začetka aprila 2000 do 1. maja 2004. V tem obdobju je priloga Trip doživela največ sprememb. Aprila 2000 se je dotedanja rubrika Turizem preimenovala v Trip in prvič izšla kot samostojna priloga časnika Delo na 16-ih barvnih straneh. Analizo sem zaključila z dnem vstopa Slovenije v Evropsko unijo, 1. maja 2004, dogodkom, ki je močno vplival tudi na razvoj slovenskega turizma.

Samostojna priloga Trip, ki je v tej obliki izhajala do januarja 2002, je bila v celoti v barvnem tisku. Praviloma je imela 16 strani, izhajala pa je enkrat tedensko, in sicer ob četrtnih. Na prehodu v leto 2002 se je priloga oblikovno bistveno spremenila, ne pa toliko vsebinsko. Po tem datumu Trip ni več samostojna priloga, saj je postal del sredine izdaje. Je bistveno krajši, le četrtnina prejšnjega formata, kar pomeni, da ima priloga praviloma štiri strani. Še vedno izhaja enkrat tedensko. Kljub temu da se je skrčila iz običajnih šestnajst na štiri strani, je obdržala večino stalnih rubrik. Manj je prispevkov novinarjev, medtem ko je količina potopisov in reportaž ostala bolj ali manj enaka. Proporcionalno gledano je v krajšem Tripu več oglasov, saj je poleg porasta števila manjših oglasov na prvih treh straneh četrta, torej zadnja stran skoraj v celoti namenjena oglasnim sporočilom.

#### **6.1.1.1. Vsebina daljše priloge Trip**

Na svojih 16-ih straneh je priloga imela običajno naslednje stalne rubrike: *Turistični drobiž*, *Popotniške izkušnje*, *Popotniški nasveti* in *Razgibajmo se*. Na tretji strani je bil praviloma uvodnik urednice Tripa, redno je bila objavljena tudi karikatura. Priloga je vsebovala več krajših novinarskih prispevkov, ki so bili pogosto med seboj tematsko povezani. Velikokrat je bil Trip skoraj v celoti posvečen določeni temi, npr. slovenskih jamam, smučiščem, oceni minule turistične sezone, botaničnim vrtovom itd. Šele nekje na 12. strani se pojavi prvi prispevek bralca oziroma bralke. Običajno so to potopisni, nekoliko redkeje reportažni prispevki, zelo redke so prave reportaže ali potopisi. Temu prispevku praviloma sledi vsaj še en soroden prispevek.

Potopisi in reportaže so opremljeni s slikami, prav tako prispevki novinarjev iz prvega dela priloge. Fotografije namreč opravljajo pomembno poslanstvo. Niso samo lepotni okras, ki privablja bralce, ampak lahko služijo tudi kot dokazno gradivo, da je potopisec res obiskal vse te kraje in srečal ljudi, o katerih piše.

Ob prebiranju vsebine posameznih številk sem ugotovila, da je daljši format Tripa za razliko od krajšega vseboval veliko več prispevkov novinarjev iz uredništva, ki so običajno poročali o domačih dogodkih. Če je bil Trip tematski, potem so bili ti prispevki praviloma vsebinsko povezani. Med temi članki so pogostejše krajše reporterske zgodbe, kratke vesti in poročila.

### **Analiza Tripa številka 85**

Kot primer bom podrobneje predstavila vsebino *številke 85*, ki je izšla 8. novembra 2001. Tri dni pred Martinovim je bila glavna tema priloge vinogradništvo, natančneje vinske preše na Slovenskem. Tej temi se ne ogne tudi karikatura na tretji strani. Na naslednjih štirih straneh se zvrsti pet prispevkov novinarjev na temo vinskih preš. Večinoma gre za reporterske zgodbe o različnih slovenskih pridelovalcih vin. Na sedmi strani se začne rubrika Turistični drobiž, v kateri so zbrane različne novice o turizmu doma in po svetu. Na osmi in deveti strani je prispevek o razkošni turistični križarki po Sredozemlju. Poleg tega prispevka je na tej strani še nadaljevanje rubrike Turistični drobiž ter rubrika Popotniške izkušnje, kjer bralec v kratki reportaži opisuje italijansko mesto Ferrara in svoje vtise, ki jih je doživel med obiskom tega mesta. V tem prispevku je že čutiti komercialno sporočilo – pridite, kupite in uživajte, čeprav se avtor v večji meri osredotoči na svoja osebna doživetja – pozitivna in negativna. Na naslednjih dveh straneh je obsežnejši prispevek preveden iz tujega časopisa ter rubrika Razgibajmo se, ki je namenjena rekreativcem, ki na straneh Tripa dobijo nekaj osnovnih informacij o pomembnejših rekreativnih dogodkih prihajajočega tedna.

Na 12. in 13. strani je objavljen potopisni prispevek bralca s potepanja po Severni Ameriki, opremljen s fotografijami (glej sliko 6.2). Pripoveduje o obisku ameriškega nacionalnega parka Sekvoja. Po definiciji, ki velja za žanr potopis, popotnik »prikazuje predmete okoli sebe, saj je sestavljen iz opisa narave, ljudi in njihovega načina

življenja, iz opisa dogodkov, ki so se zgodili piscu na poti, in opisa popotnikovih razmišljanj.« (Slavković 1981: 305)

Slika 6.2: Uvodni del potopisa Janeza Jakliča

# Rastoč sredi avtoceste bi zaprl tri vozne pasove

General Sherman, soimenjak slavnega vojskovodja iz ameriške državljanske vojne, je največja živa stvar na obličju Zemlje. Gigantska sekvoja ali preprosto veliko drevo ima nesporen primat zaradi svojega volumna. Njena sorodnica obalna sekvoja, ki jo Američani imenujejo rdeči les, je dobrih trideset metrov višja, cipresa Montezuma v mehiški državi Oaxaco ima med drevesi največji obseg, štiri tisoč devetsto let stara pinja v Kaliforniji pa je verjetno najstarejše drevo.

General Sherman dosega samo polovico njene starosti, pa se je večina zapisane človeške zgodovine odvila v času njegove rasti. Za časa Kristusa je bil odraslo drevo, ko pa je Kolumb odkrival njegovo domovino, je štel častitljivih dva tisoč let. ZDA so v primerjavi z njim nastale šele včeraj.

Brez primerjav si razsežnosti velikanov težko predstavljamo. Visok je kot sedemindvajsetnadstropni blok. Če bi rasel sredi avtoceste, bi zaprl tri vozne pasove. njegovo

bilijonkrat več, kot je tehtalo seme, iz katerega je drevo zrastle. Njegova največja veja pa je večja od večine dreves na vzhodni strani Misisipija. Dejstvo, da je velika sekvoja eno najhitreje rastočih dreves, je manj znano. Letni prirastek Generala Shermana je enak osemnajst metrov visokemu drevesu, ki ima premer debla trideset centimetrov. Izmerjene velikanske mere pri taki hitrosti rasti hitro zastarijo, pa vendar.

## Nesmrtniki

»Večina dreves v Sierrri umre zaradi bolezni, gobavosti, napada insektov, toda velikega drevesa ne ogrozi nič, videti je nesmrtno.« Veliki ljubitelj narave in zaščitnik velikanov John Muir je imel delno prav. Skorja sekvoje je debela tudi do pol metra in ne vsebuje smole. Naravni »azbest« zaščiti drevo pred večino gozdnih požarov. Ogrozila bi ga lahko le goreča grmada lesenih odpadkov, nakopi-

nom pa da za popotnico podrasti in odpadkov očiščena, sveže pognojena gozdna tla.

V drevesni skorji in deblu je tudi veliko tanina. Grenka substanca, ki daje velikanom značilno rdečo barvo, uspešno odganja insekte in glive. Močno upočasni razpadanje, tako da se tudi padla drevesa stoletja upirajo času.

Ni znano, da bi katero od sekvoj ugonobila starost. Večina odraslih dreves konča zaradi porušitve. V določenem trenutku plitke korenine, ki jih je odkrila erozija, poškodoval ogenj, razrahljala razmočena tla, ne zdržijo več velikanske teže. Usoden je že rahel pišvetra in mogočnik se brez opozorila zvrne. Njegov smrtni krik odmeva kilometre in kilometre daleč.

Včasih pa ni bilo tako. V zadnjih desetletjih 19. stoletja sta jim gozdarska sekira in žaga pretili s popolnim iztrebljenjem. Krhek les sekvoj ni primeren za gradbeništvo, a so kljub temu največjastnejša bitja Zemlje umirala in po-

(Delo, 8.11.2001: 12)

V besedilu *Rastoč sredi avtoceste bi zaprl tri vozne pasove* avtor opisuje predvsem naravo, ki ima v tem parku zagotovo vso pozornost obiskovalcev, nekoliko manj pa ljudi in dogodke, ki so se mu zgodili na poti. V potopisu lahko zasledimo tudi avtorjeva

občutenja in razmišljanja, vendar v veliko manjšem obsegu kot pa so obsežni opisi mogočnih dreves. *»Sto, sto petdeset korakov in ugledal sem ga v vsej njegovi lepoti. Pred menoj je stal on, velikan med velikani, najmogočnejši med mogočniki.«* Avtor je opisal tudi dogodek, ki je njegov obisk v parku še posebej zaznamoval. *»Petnajst minut čez osem je radijski oddajnik naznanil medvedovo premikanje. Biologinja in pomočnika so ga čez pol ure zasledili in uspavali z izstreljeno injekcijo. Mlahavo telo so naložili na keson tovornjačka in se odpeljali na odmaknjeno območje. Ob devetih in deset minut je Dijana medvedu prestrelila glavo.«*

Jaklič je v tem članku opisal le del svoje poti, saj na koncu že nakaže, da sta s sopotnico nadaljevala svoje potovanje v drug nacionalni park. *»Odhajala sva razpeta med nostalgijo in pričakovanjem. Medveda nisva videla, toda pred nama je bil nacionalni park Yosemite, katerega opis so polnili superlativi.«* Ta potopis nima klasičnega začetka. V uvodu namreč avtor navaja podatke o orjaških sekvojah in ustanovitelju parka iz literature. Šele nekje na sredini prispevka začne avtor z opisom okolice in dogodkov. Do takrat pa lahko bralec le posredno ugotovi, o katerem koticu na Zemlji pripoveduje avtor.

Če se naslonim na opredelitev potopisov po Mateju Šurcu, ki potopise deli v dve skupini - leposlovni in praktični, je Jakličev potopis težko umestiti zgolj v eno skupino, vsekakor pa je prej leposlovni kot praktični. Osebna doživetja in izkušnje avtorja ob srečanju z mogočnimi sekvojami so tisto kar ta potopis prinaša kot nosilno sporočilo in so pomembnejša od podrobnega faktografskega opisa pokrajine in dogodkov, pa čeprav je teh opisov precej in tudi obsežnejši so: *»V drevesni skorji in deblu je tudi veliko tanina. Grenka substanca, ki daje velikanom značilno rdečo barvo, uspešno odganja insekte in glive.«*

Za razliko od tega potopisa je na 14. in 15. strani objavljena potopisna reportaža bralke Mateje Koropec s potepanja po Indiji. Tudi ta bralka ne opisuje svojega celotnega potovanja, pač pa le en kratek izsek s poti. Osrednji del potopisne reportaže sta opisa dveh dogodkov, ki ju je avtorica doživela na potovanju. Prvi je opis obreda, ko Indijci v sveti reki Ganges namakajo svoja telesa, da bi očistili dušo in pridobili delček modrosti indijskega boga Šive. Drugi je pogrebni obred (glej sliko 6.3).



Slika 6.3: Uvodni del reportaže Mateje Koropec

# Zasliši se topotanje nog. Bosih nog.

Majhna drobna postava je prehitela prve žarke sonca. V meglicah polteme se je tam, čisto na vrhu ozke uličice, ki se je za deklico nekam pogreznila, izrisal njen obris. V tišini jutra je enakomerno cingljanje pločevinaste kanglice, ki jo je nosila v roki, skozi mesto odmevalo kot molitev bogov. Šla je po vodo. Za družino. Za čaj. Drobno telesce se je izgubljal v prevelikem rdečem plaščku, na glavi kapa, izpod katere so silili skuštrani nepočesani lasje. Tiho je zdrsnila mimo mene. Izginila je v labirintu ozkih uličic Varanasija. Nekoliko naprej mi pot prestreže suha koščena krava. Zgubljeno je stala sredi ceste. Čakala jutra in življenja, ki ga to vedno prinese. Na stopnicah pritepeni psi. Lenobno so se pretegovali in pogledovali okoli sebe. Nekaj jih je brskalo po kupu svinjarije. Počasi so se odprla vrata hiše. Čez prag je stopil ves krmežljav in pomečkan mladenič. Okoli pasu zavil lungi. Na suhljatih ramenih je visela raztrgana umazana majica.

radižnike in pomaranče zlagajo v visoke piramide. Sedejo. Čakajo. Zasliši se topotanje nog. Bosih nog. V hitrem ritmu je postajalo vse glasnejše. Spremlja ga mrmranje manter, molitev. Na ramenih mož leseno nosilo. Na njem zavil sveženj. Ždel je tam v zraku. Se vil. Za nobeno ceno. Večje žrtvovanje, več možnosti za odrešitev. V mestu, ki je dom boga Šive, stvarnika in pogubnika. Odrešitelja in kaznovalca. Žene do pasu v vodi. Gmota blaga sarijev plava okoli njih. Drobni vzorčki, ki se izgublajo pod gladi-



(Delo, 8.11.2001: 14)

Po definiciji je potopisna reportaža tesno povezana s potopisom, vendar se od njega razlikuje predvsem v tem, da ni usmerjena toliko v opis predmetov, pač pa bolj v opis dogodkov in pojavov, ki jih avtor doživlja na svoji poti. Avtorica ne opisuje narave in predmetov okoli sebe. Bistvo njenega prispevka so ljudje in njihovi običaji. »Drobne koščene, nekatere velike, okrogle. Vzhajajočemu soncu darujejo vrtnice in vodne lilije. V povračilo prosijo za delček njegove veličastnosti in modrosti.« Prispevek je napisan v

stilno obogatenem literarnem jeziku, kar mu daje tudi umetniško vrednost. »*Tavam po labirintu tihih ozkih ulic in iščem življenja. Tudi sama se odločim, da zavijem k reki. Tam, nekoliko višje. Kjer se izpirajo pregrehe. Kjer se vliva življenje. Bilo je živahno, čeprav je sonce šele do dobra odprlo oči.*«

#### **6.1.1.2. Vsebina krajše priloge Trip**

Krajša priloga se je skrčila iz 16 strani le na štiri in temu primerno je bolj skopa tudi vsebina. Je pa obdržala večino od stalnih rubrik in rubriko Splet za popotnike celo dodala. Sorazmerno s skrčenjem formata so krajši tudi prispevki, zlasti osrednji, nosilni prispevek, s katerim se Trip običajno tudi začne. To je največkrat potopis, manj je potopisnih reportaž. Novinarskih prispevkov je v primerjavi z vsebino daljšega formata manj. Običajno so na drugi in tretji strani priloge trije do štirje prispevki vezani na določeno temo. Pogosto je objavljen tudi kakšen krajši članek, preveden iz tujih časnikov.

Proporcionalno gledano je oglasov sedaj veliko več. Zadnja, četrta stran je skoraj v celoti namenjena oglasnim sporočilom. Za razliko od daljšega formata je v krajši prilogi praviloma le eden daljši potopisni prispevek. Ta je običajno razdeljen na dva dela. Prvi, uvodni del je objavljen na naslovni strani Tripa, drugi del (nadaljevanje) pa na zadnji strani. Na tej stran sta praviloma objavljeni tudi dve oglasni sporočili.

#### **Analiza Tripa številka 199**

Priloga je izšla v sredo, 18. februarja 2004, in obsega štiri strani. Na prvi strani je potopisni prispevek bralca Aleksandra Zalarja s potovanja po polinezijskem otoku Bora-Bora. (glej sliko 6.4) V prispevku sta objavljeni dve fotografiji s potovanja. Poleg potopisa so na prvi strani oglasi turističnih agencij. Razmerje med njimi in vsebino je 5:3 v prid oglasov.

Besedilo z naslovom *Legenda o raju na zemlji* na polovici časopisne strani opisuje turistični obisk na polinezijskem otoku Bora-Bora, ki velja za svetovno znano turistično atrakcijo. Avtor prispevka ta otok opiše s samimi superlativi. Že v naslovu privablja z

besedo raj na zemlji in legenda. Pisec podrobno opisuje naravo in ljudi, ki jih srečuje na svojem potovanju.

## Slika 6.4: Prispevek Aleksandra Zalarja

Polinezijski otok Bora-Bora

# Legenda o raju na zemlji

*Kdor želi posneti barvne odtenke lagunskih voda, od mornarsko modre, turkizne ali svetlo zelene, in zelenje bujne tropske vegetacije, ki se pne proti vrhovom gora, ima na otoku Bora-Bora kaj početi*

»Odlična izbira,« je rekel prodajalec v trgovini z mesanim blagom v Vaitapeju, ko sem mu pokazal listek z imenom Emme Terangi. Pomignil je svoji kolegici: »Gospod želi zgoščenko Emme Terangi,« in jo pomentljivo pogledal.

»Vi pa poznate polinezijsko glasbo,« je rekla in iz ozadja trgovine prinesla zgoščenko Emme Terangi.

Ko sem plačal, je prodajalec vprašal: »Kdo vam je napisal njeno ime?«

»Na otoku Moorea sem po naključju zašel na zabavo tamkajšnjega veljaka, kjer so nastopale plesalke in pevke. Spretna glasba polinezijskih otokov v tropski noči in melodije, ki so pričarale legendo o raju na zemlji, so imele ime Emme Terangi; to mi je zadrla ljubezna Tahitičanka, ko sem jo vprašal po avtorici melodij.«

»To so polinezijski šansoni, njihova kraljica pa je Emme Terangi,« mi je rekla in napisala njeno ime.

»Že na Tahitiju in Moorei sem iskal njene šansone, a le pri vas sem jih našel,« sem povedal prodajalcu.

Naumehnil se je: »Le nekaj primerkov imamo zadaj za poznavalce njenih melodij.«

Vesel sem bil, ker me je uvrstil mednje. Sedel sem na kolo in nadaljeval pot po obalni cesti do bungalovskega naselja, kjer smo stanovali.

### Odprite otoka

S kolesom bomo najbolje pregledali otok, smo si rekli in ugotovili, da bo za 30 kilometrov dolgo pot okoli otoka zadostovalo štiri ure z ogledi vred. Ko smo odhajali, je fant, ki je sposojal kolesa, zaskrbjeno pogledal v nebo in rekel: »Deset je že ur.«

»Brez panike,« smo rekli in se odpejli po asfaltni cesti.

Kdor želi posneti barvne odtenke lagunskih voda, od mornarsko modre, turkizne ali svetlo zelene, in zelenje bujne tropske vegetacije, ki se pne proti vrhovom gora, ima tu kaj početi. Ob pogledu na množico otočkov sredi lagunskih vod, ki jih pred valovi Pacifika varuje koralni greben, ki obdaja otok, mora človek ustaviti pedala in občudovati stvaritev narave. Potem opazi na otočkih lesena bungalovska naselja, ki se stapljajo z okolje – skupaj vlivajo otoku nekakšno sproščeno, ki se vidna tudi na ljudeh. Narava jim daje, kar potrebujejo, pesem in ples jih razbremenjuje in to polkažejo tudi prišlekom iz sveta pehanja za denarjem, stresov in hitenja.

Vozimo mimo turističnega naselja, kjer se lesene hišice, skrite v palmovino, zajedajo v plitvo laguno. Steje na lesenih kolih in tvorijo prava naselja sodobnih mostiščarjev. Vklaplajo se v pokrajino in imajo poleg slikovitosti tudi uporabno vrednost, saj voda pod hišico hladi notranjost bungalova. Cesta se dviguje in se spušta v naslednji zaliv, kjer je ribiško naselje: hišice se stiskajo ob bregu, na vodi so na kclih viseči čolni. Ustavimo se, da si ogledamo nenavadne naprave. Čolne drignejo na kole kak meter iz vode in jih apuste, ko jih potrebujejo. Tako ne pogrešajo niti pristanišč niti privezov. To omogoča mirna lagunska voda, kjer nikoli ni večjih valov, ki se razbijajo ob koralnem grebenu.

### Pomoč »reševalne« službe

V opazovanje lepote vdre vskandnost. Francu se pokvari kolo, pedala se vrte v prazno. Napako poskušamo popraviti, a nam ne uspe. Franc mora nazaj peš. To je slaba stran našega kolesarjenja. Z Joletom nadaljujeva raziskovanje otoka. Vulkanska gmota se pne nad cesto. »Dober posnetek bo to,« si rečeva, ko zagledava Franca na novem kolesu.

»Sem vaju ujel,« veselo pravi. Presenečenje je popolno. Moral bi pešati še debelo uro, a je že tu z novim kolesom.

Uživa nad najinim začudenjem, potem pa le pove: »Ni sem še dolgo hodil, ko se je ob meni ustavil kombi: »Je kaj

Otok Bora-Bora ima le 30 km<sup>2</sup> površine in 140 prebivalcev/km<sup>2</sup>. Spada med skupino Zavetnih otokov, ki so del Družbenih otokov Francoske Polinezije, katere sedež je otok Tahiti ali natančneje mesto Papeete na njem. Otok Bora-Bora je od Tahitija oddaljen 260 kilometrov oziroma 45 minut vožnje z letalom Air Tahiti. Je vulkanskega izvora in ga obdaja koralni greben. Letališče je na enem od številnih otokov, ki so v lagunskih vodah in obkrožajo glavni vulkanski otok. Z gliserjem lahko pripluješ do edinega pristanišča na otoku Vaitapeja.



Plesalke prepevajo polinezijske šansone Emme Terangi.

narobe?« je vprašal voznik. »Kolo je pokvarjeno,« sem mu odvrnil. »Bi zamenjal pokvarjeno za novo?« Zamenjala sva kolesi in sem vaju dohitel. Kolo ima številko in ve se, od kod je. »Reševalna« služba pomaga kolesarjem okoli otoka iz takih zagat.«

Skupaj nadaljujemo odkrivanje otoških obal. Cesta se vzpne. Kolesa pustimo na grebenu in se odpravimo proti rtu, ki sega daleč v morje. Prebijamo se po ozki stezi skozi grmičevje, dokler v brezvetrni opoldanski vročini ne zagledamo dveh velikih topov. Drug ob drugem gledata na ožino, edini prehod skozi koralni greben. Med drugo svetovno vojno je bil otok Bora-Bora strateško pomemben, o čemer pričata tudi mogočna topova.

Sence sveti čisto nad nami. Spominim se fanta, ki nam je posojal kolesa in je ob našem odhodu pogledal na uro. Zdalj vemo, kaj je hotel povedati, a ni, ker se je bal za svoj posel. Vozimo v najhujši vročini. Prometa na cesti skoraj ni več. V opoldanski vročini ljudje počivajo, ne pa kolesarijo po razbešenem asfaltu, zaradi katerega je vročina še bolj nemorna. Nazaj ne moremo, še težje naprej. Izza ovinka nas ustavi veter, ki pihva nazproti. Upremo se v pedala, a obrati so vse napornejši. Vaška trgovina ima sokove. To nam da novih moči, da prikollesarimo do konca naše poti, naselja, kjer stanujemo.

### Naselje z dušo

Uživam v hladu, ki prihaja iznad postelje. Raj na zemlji je zdaj postelja in čista majica. Kmali si opomorem in grem na plažo le nekaj korakov od bungalova. Prepustim se modrini



Naselje z dušo

Fotografij Aleksander Zalar

(Delo, 18.2.2004: 9)



je, da takšne prispevke sprejemamo kritično, saj so to plačani oglasi, reklame za turistične agencije.

## **6.2. Kratek pregled vsebine izbranih števil**

Podrobna vsebinska analiza dveh prilog ni dovolj, da bi lahko prišli do pomembnejših zaključkov. V analizo je bilo potrebno vključiti veliko večji vzorec, če smo hoteli dobiti trdnejše argumente v prid naši hipotezi, v kateri trdimo, da so mediji začeli reportaži odpirati prostor zaradi komercialnih interesov. Ker letno izide okoli 50 števil Tripa, sem se odločila, da se omejim le na eno številko mesečno, ki sem jo izbrala naključno. Tako sem na koncu pregledala 49 prilog, od aprila 2000 do maja 2004 vsak mesec po eno.

### **Trip št. 1 (16. marec 2000)**

Prva številka Tripa obsega 16 strani. Ima veliko naslovnico, na drug stran je eno daljše oglasno sporočilo ene izmed turističnih agencij, na tretji stran so objavljeni – kolofon, vsebinsko kazalo, uvodnik urednice in karikatura. Na četrti strani se začnejo tematski prispevki, tema pa je Kolesarstvo. Na šesti in sedmi strani je objavljena reportaža S kolesom v kraljestvo gamsov, na osmi in deveti strani pa je objavljena reporterska zgodba o kolesarki Milki Debeljak ter članek o odprtju turističnega sejma Alpe – Adria. Sledi podroben seznam sodelujočih na sejmu – vse do konca 13. strani. Na 14. in 15. strani je objavljen potopis s potovanja po Maleziji, objavljeni pa so tudi številni manjši oglasi turističnih agencij. Na zadnji, 16. strani, je celostranski oglas agencije Globtour.

### **Trip št. 5 (20. april 2000)**

Prva, druga in tretja stran sta klasični. Na četrti strani je objavljen prispevek novinarja o rezultatih raziskave, kako gostoljubni smo Slovenci do turistov, prav tako so objavljeni številni oglasi, ki se navezujejo na nadaljnje prispevke na temo slovenska zdravilišča. Vseh teh sedem prispevkov je močno reklamnih, saj avtorji navajajo tako cene storitev, kot tudi vse kontaktne številke. Na osmi in deveti strani sta objavljena dva prevedena prispevka. Prvi je potopisna reportaža o Jordaniji, drugi pa je poln nasvetu o

nakupih, obiskih muzejev, gledališč ipd. Na 10. strani je objavljen novinarski prispevek o rekordnem turističnem letu 1999 v Španiji, na 11. strani pa prispevek novinarke Majde Jeglič o dnevu brez avta, ki so ga obeležili v Italiji. Objavljena je zaenkrat še edina rubrika Razgibajmo se, ki je opremljena z veliko reklamo Hervis, ki je očitno sponzor te rubrike. Na 12. in 13. strani je objavljen osrednji prispevek te številke. Gre za potopisno reportažo bralca, ki je del svojih počitnic preživel na grškem otoku Lefkada. Na 14. in 15. strani je objavljen potopis bralca s potovanja po Maroku, ki je opremljen s številnimi barvnimi fotografijami. Na zadnji strani je objavljen velik oglas turistične agencije Kompas.

### **Trip št. 9 (18. maj 2000)**

Na naslovnici je fotografija iz enega izmed tematskih prispevkov o konjih. Tema te številke so jahalne šole in jahalni klubi. Na drugi strani je objavljeno oglasno sporočilo, na tretji strani uvodnik, kolofon in karikatura. Na četrti strani je objavljena rubrika Turistični drobiž in prispevek novinarja o jahalni šoli Lipica. Sledi še pet podobnih prispevkov novinarjev o slovenskih jahalnih šolah. Vsi ti prispevki imajo zraven navedene cene programov in kontaktne številke. Na 9. strani je objavljen prispevek o ponudbi turističnih kmetij v Jamnici – gre za reklamno sporočilo, pod katerim pa je podpisan novinar s kraticami. Nikjer ni posebej navedeno, da je to plačan oglas. Na 10. strani je objavljena rubrika Turistični drobiž, na 11. strani pa prispevek o turistični sezoni 2000 v Črni gori, s poudarkom na obisku Slovencev. Na isti strani je objavljena reklama ene izmed agencij, ki ponuja oddih v Črni gori. Na tej strani je objavljena še rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je potopis s potovanja po Turčiji, na 14. in 15. strani pa reportaža bralke o obisku Lomboka, ki je polna opisov subjektivnih doživetij popotnice. Na zadnji strani je velik reklamni oglas.

### **Trip št. 13 (15. junij 2000)**

Oglasi se pojavijo tudi na naslovnici. Druga in tretja stran sta klasični. Na četrti strani je objavljena rubrika Turistični drobiž ter prispevek novinarke o mladinskem hotelu v Ljubljani. Tema te številke so namreč potovanja za mlade. Vse do 11. strani so objavljeni prispevki novinarjev o mladinskih hotelih, sredstvih prevoza za mlade, o avtoštopu, mladinskih izkaznicah ipd. V vseh teh prispevkih so navedene cene storitev,

kje se da te stvari urediti, najeti. Objavljen je tudi reklamni prispevek za sopotniško centralo Moja pot. Na 11. strani je objavljen prispevek o italijanskih plažah ter rubrika Razgibajmo se. Na isti strani je objavljen oglas ene izmed agencij, ki trži počitnice v Italiji. Na 12. strani je prispevek o mestu Leipzig, na 13. strani je objavljena reportaža bralca o Madeiri. Avtor je vključil tudi številne praktične nasvete za vse, ki bi se odločili za to destinacijo. Prav tako svetuje potovanje z eno izmed turističnih agencij. Na 14. in 15. strani je potopis bralca z obiska pri plemenu Mentavajci. Zadnja stran je v celoti oglasna.

### **Trip št. 17 (13. julij 2000)**

Prve tri strani bom izpustila, ker imajo že ustaljeno podobo. Na četrti strani se začnejo prispevki o adrenalinskih športih v Sloveniji. Gre za šest novinarskih prispevkov, ki vsebujejo tudi cene storitev in podatke o organizatorjih. Na 10. strani je objavljena rubrika Popotniške izkušnje. Na 11. strani sta objavljena dva prevedena članka in rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je reportaža bralca o Bosporju, na 14. strani potopis bralca o počitnicah na jugu Krete. Na zadnjih dveh straneh sta objavljena dva celostranska oglasa.

### **Trip št. 22 (17. avgust 2000)**

Ta številka ima klasično naslovnico, na drugi strani oglasno sporočilo, na tretji strani pa objavljen kolofon, kazalo, uvodnik in karikaturu. Na četrti strani se začnejo tematski prispevki. Tokratna tema so gradovi na Slovenskem. Med temi prispevki so objavljeni tudi številni oglasi o teh gradovih in njihovi ponudbi. Na deveti strani je objavljeno oglasno sporočilo o ponudbi vladnih protokolarnih objektov. Na 11. strani je objavljena kratka reportaža o francoskih gradovih ter rubrika Razgibajmo se. Na 12., 13. in 14. strani je objavljen potopis bralke o avstralskem parku Kakadu, na 15. strani rubrika Turistični drobiž, na zadnji stran pa oglasno sporočilo.

### **Trip št. 26 (14. september 2000)**

Tema tokratne številke so počitnice in organizirane dejavnosti za šoloobvezne otroke. Med temi prispevki je objavljena tudi krajša reportaža novinarke o nekem

dogodku med kratkimi počitnicami v Londonu. Na osmi strani je rubrika Turistični drobiž ter prispevek z naslovom Devet skic doline Loire, ki je zelo podoben turističnem vodiču, saj vsebuje veliko uporabniških nasvetov. Vse več je objavljenih oglasov turističnih agencij in zdravilišč. Na 10 strani sta objavljena dva prevedena članka o avstralskih kulinaričnih specialitetah. Na 11. strani je objavljena še rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je objavljen daljši potopis bralke s počitnic na Hrvaškem, natančneje na Dolgem otoku. Na 14. in 15. strani je objavljena rubrika Popotniške izkušnje, ki vsebuje kratko reportažo bralca. Osrednji del te številke je reportaža bralke s potovanja po zahodu Romunije, ki je opremljena s številnimi barvnimi fotografijami. Zadnja stran je v celoti oglasna.

### **Trip št. 29 (19. oktober 2000)**

Tokratna tema je Ljubljana ter njen dnevni in nočni utrip. Na šesti in sedmi strani so predstavljene nekatere kulturne in turistične atrakcije v prestolnici, na osmi strani je potopisni prispevek o družinskem izletu na ljubljansko obrobje, na deveti strani pa je objavljena reportaža o nočnem življenju mladih v Ljubljani. Na naslednji strani sta objavljeni dve rubriki – Turistični drobiž in Popotniške izkušnje, v kateri sta objavljena dva kratka potopisna prispevka z dveh malezijskih otočkov. Na 11. strani je iz tujega časnika preveden članek o najbolj razkošnih hotelih ter rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je objavljen zanimiv potopis iz himalajske doline Spiti, na 14. in 15. strani pa dva kratka potopisna prispevka – t.i. razglednici s potovanja po Filipinih.

### **Trip št. 34 (23. november 2000)**

Tokratna tema je smučarska sezona in slovenska smučišča. V tej številki je zelo veliko oglasnih sporočil in novinarskih prispevkov, za katere je težko ugotoviti, kdaj ne gre za oglasno sporočilo. Poleg člankov o posameznih slovenskih smučiščih so skorajda na istih straneh objavljeni tudi oglasi za ta ista smučišča in njihovo ponudbo. Skoraj vsak prispevek se konča s kratkim cenikom njihovih storitev. Na 10. strani so objavljene kratke turistične novice v rubriki Turistični drobiž, na 11. strani je objavljen preveden članek o turistični sezoni v Afganistanu ter rubrika Razgibajmo se. Kot običajno sta 12. in 13. stran ter 14. in 15. stran rezervirani za potopisne in reportažne prispevke bralcev. Tudi tokrat brez neke globlje ideje oziroma sporočila. Zadnja stran je v celoti oglasna.



### **Trip št. 37 (14. december 2000)**

Prve tri strani imajo (že) ustaljeno razdelitev. Na četrti strani je rubrika Turistični drobiž ter prvi prispevki na tokratno temo prednovoletna in silvestrska praznovanja in okraševanje. Ti prispevki novinarjev se zvrstijo na petih straneh. Na 9. strani je objavljen prispevek o zimski turistični sezoni na avstrijskem Koroškem. Na isti strani je objavljen velik oglas za smučanje v Avstriji. Na naslednji strani je objavljen intervju s fotografinja National Geographica in rubrika Turistični drobiž, na 11. strani pa rubrika Razgibajmo se. Kot skorajda vedno do sedaj so strani od 12. do 15. rezervirane za potopisne in reportažne prispevke bralcev. Prvi je s potovanja po vaseh pod Kilimandžarom, drugi pa je odlomek iz knjige novinarko Maje Roš Prvi na smučeh z Everesta.

### **Trip št. 42 (18. januar 2001)**

Tema te številke so stare slovenske cerkve. Na to temo je kar osem novinarskih prispevkov, vse do strani osem. Na 10. in 11. strani je objavljen članek o letalu Concord ter rubrika Razgibajmo se. Na 12. strani je objavljen kratek reportažni prispevek o pariškem pokopališču Pere Lachain. Na 13. strani je kratek potopis bralke z obiska Züricha, na 14. strani je reportažni prispevek z izleta v Saharo, na predzadnji strani pa reportaža bralce, ki si je privoščil počitnice na Kapverdskih otokih. Zadnja stran je v celoti namenjena turističnim oglasom.

### **Trip št. 47 (22. februar 2001)**

Tema je primerna času. Od 4. do 12. strani so objavljeni številni prispevki na temo pustnih rajanj po Sloveniji. Gre za kratke novice o pustnih šegah, pripravah na pustne karnevale in pustnih dobrotah. Na 10. strani so objavljene kratke novice v rubriki Turistični drobiž, na 11. strani pa stalna rubrika Razgibajmo se. Na 12. strani sta dva članka novinarjev o križarjenih in igralništvu v Italiji. Na 14. in 15. strani je zelo emocionalna reportaža bralke s potovanja po severu Irana in obiska palače Alamut.

### **Trip št. 50 (15. marec 2001)**

Zanimiva je izbira tokratne teme, ki je v celoti posvečena premogovništvu na Slovenskem. O tem je napisanih šest novinarskih prispevkov. Na deseti strani je objavljen prispevek novinarske Majde Jeglič o razstavi draguljev v Firencah. Daljša prispevka bralcev sta objavljena na 12. in 13. ter 14. in 15. strani. Gre za dva dvostranska prispevka. Prvi je reportažni prispevek o turistični ponudbi na reki Uni v BiH. Drugi pa pripoveduje o družbenih razmerah in kulturnih značilnostih prebivalcev vzdolž reke Ind.

### **Trip št. 55 (19. april 2001)**

Na prvih straneh je objavljenih več prispevkov o slovenskih vodnjakih. Na 10. strani je objavljena rubrika Popotniške izkušnje, v okviru katere je objavljen kratek potopisni prispevek s safarija. Na naslednji strani je iz tujega časnika preveden članek o Thomasu Cooku ter rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je turistični potopis bralca tipa turistične razglednice s počitnic na Azorskem otočju. Na 14. in 15. strani pa reportaža bralca, ki pogosto objavlja svoje prispevke na straneh Tripa, z otoka v Indoneziji.

### **Trip št. 60 (24. maj 2001)**

Tema te številke so letalski prevozi. V skladu s to temo je na 5. strani objavljena rubrika Letalski drobiž, na sedmi strani pa novinarka opisuje svoje negativne izkušnje na letališču pri varnostnem pregledu. Na 10. strani sta v rubriki Popotniške izkušnje objavljena dva zelo kratka potopisna prispevka. Na 12. in 13. strani je dvostranska reportaža bralca o novoletnem praznovanju v Saigону, na 14. in 15. strani pa sta objavljeni zelo poetični in s čustvi nabiti reportaži o obisku Benetk. Zaradi spretno uporabe literarnih jezikovnih sredstev in čustveno nabitega pripovedovanja lahko ti dve reportaži uvrstimo med literarnonovinarske prispevke.

### **Trip št. 67 (28. junij 2001)**

Kot običajno ima tudi ta številka naslovnico, na drugi strani reklamne prispevke turističnih agencij (običajno so to kratke reportaže o neki turistični destinaciji ali nekem

turističnem dogodku) ter na tretji strani uvodnik, kolofon, kratko kazalo in karikaturu. Tema tokratne številke so potovanja z vlakom – značilnost, prednost, slabosti in možnosti, ki jih ponuja. Na 4. in 5. strani so trije prispevki na to temo, ki so opremljeni s številnimi uporabnimi informacijami. Na 6. strani je stalna rubrika Turistični drobiž in dva prispevka o muzejskem vlakcu. Na 7. strani so še reklame turističnih agencij, ki oglašujejo svojo ponudbo. Na 8. in 9. strani je prispevek o spoznavanju slovaških turističnih destinacij s pomočjo vlaka. Poleg tega prispevka je objavljena tudi kratka reportaža o ekološki kmetiji na Korčuli. Na 10. strani je rubrika Turistični drobiž ter prispevek novinarko Majde Jeglič o družinskih turističnih potovanjih in malčkih, kot posebnih turistih. Na tej strani je objavljena še rubrika Popotniške izkušnje, v kateri je običajno objavljena kratka reportaža bralke oziroma bralca. Običajno gre za del nekega potovanja, s pripovedovanjem o tem delu pot pa želi avtor izpostaviti neko svojo izkušnjo, posebno dogodivščino. Na 11. strani je objavljen kratek prispevek, reporterska zgodba o ustanovitelju hotelske verige Hilton, ki je preveden iz tujega časopisa. Poleg tega prispevka, je na 11. strani še stalna rubrika Razgibajmo se. Na 12. strani je potopisna reportaža bralke s potovanja po Pragi. Na 13. strani pa odsek iz popotnega dnevnika Rastka-Rafaela Kozlevčarja, ki je opisal dan v japonskem Kiotu. Na 14. in 15. strani je potopis Tanje Kepa in Andreja Ferlana z naslovom Bila je prava, ne iz polivinilaste vrečke. Avtorja opisujeta svojo dogodivščino s potovanja po Boliviji. Osredotočita se zgolj na izsek s potovanja – pustolovski lov na anakondo. Besedilo je opremljeno s številnimi fotografijami in z dopisom avtorjev, ki opisujeta še nekaj najbolj tipičnih značilnosti Bolivije. Zadnja stran je rezervirana za oglase.

### **Trip št. 70 (19. julij 2001)**

Nič drugače se ne začne ta številka, kot vse njene predhodnice. Zato bom kar takoj skočila na 4. stran, kjer je prvi tematski prispevek. Tema te številke je kovaštvo na slovenskem. Prvi prispevek je zgodba o kovaču Jožetu Drnovšku iz Mojstrane. Na 5. strani je prispevek o umetnostnem kovaču Mihi Krištofu. Na 6. in 7. strani so trije prispevki na to temo, skratka tri zgodbe o slovenskih kovačih. Na 7. strani je stalna rubrika Turistični drobiž. Na 8. strani so oglasi in še dva prispevka o slovenskih kovačih, ki se nadaljujeta še na 9. strani. Na 10. strani je stalna rubrika Turistični drobiž ter prispevek novinarko o najbolj razkošnih italijanskih hotelih. Na 11. strani je preveden članek iz tujega časopisa Financial Times o pestri ponudbi turističnih vodnikov

ter rubrika Razgibajmo se. Na 12., 13. in 14. strani je daljša reportaža bralke, ki je obiskala jogije sekte Nath v Indiji. Reportaža je precej zahtevna za preprostega bralca, ki nima predznanja o verskih sektah v Indiji. Na 14. strani je še nekaj kratkih novic iz rubrike Turistični drobiž. 15. in 16. stran sta v celoti namenjeni oglasom.

### **Trip št. 75 (23. avgust 2001)**

Kot pri ostalih Tripih (daljša verzija) je na prvi strani velika naslovnica, na drugi strani oglasno sporočilo na tretji stran pa uvodnik, kolofon, kazalo in karikatura. Tematski prispevki so na temo slovenski mlini. Na 4. in 5. strani sta dva prispevka. Prvi je o mlinih na Dragonji, drugi pa o dveh mlinih na Celjskem. Na 5. strani spodaj je rubrika Turistični drobiž. Na 6. in 7. strani so predstavljeni trije mlini, in sicer Zupančičev mlin, Kolenkov mlin in Soržev mlin. Na 8. strani so pretežno oglasi ter začetek potopisne reportaže o kolesarjenju po bretanskem otočku Ile de Re, ki se nadaljuje še na 9. strani, kjer je prav tako veliko reklam. Na 10. in 11. strani je daljša reportaža o mestu Edinburgh. Na 11. strani je tradicionalna rubrika Razgibajmo se. Na 12., 13. in del 14. strani je objavljena obsežna reportaža bralke Mateje Koropec o prostovoljcih v sirotišnici v Kalkuti. Na 14. in 15. strani je kratka reportaža o življenju v Maroku, opremljena s številnimi fotografijami avtorja prispevka. Zadnja, 16. stran, je v celoti namenjena oglasom.

### **Trip št. 77 (6. september 2001)**

Kot običajno se začne z veliko naslovnico. Na 2. strani je oglasni prispevek Term Čatež. Na tretji strani je uvodnik urednice, kolofon in kratko kazalo vsebine. Levo spodaj je karikatura. Na 4. strani in 5. strani sta dva prispevka. Prva je potopisna reportaža novinarka Katje Roš z naslovom Kot Robinzon imam svojega Petka, ki govori o prijateljstvu med avtorico in himalajskim nosačem. Drugi prispevek je namenjen počitniškim spominkom oziroma zgodbi avtorja, ki opisuje, kaj vse je prinesel domov s svojih potovanj. Turistični spominki so tudi glavna tema te številke Tripa. Na 6. strani so tri kratke novičke ter dva prispevka na temo spominkov, ki se nadaljujeta še na 7. strani. Na 8. strani so že prve reklame turističnih agencij ter daljši članek Gregorja Preaca o spominkih, ki jih je domov prinesel s svojih potovanj. Članek se nadaljuje še na 9. strani. Na 10. strani je rubrika turistični drobiž in dva večja oglasa. Še vedno se

nadaljujejo prispevki na temo turističnih spominkov. Tokrat je objavljena potopisna reportaža s potepanja po Dominikanski republiki. Na tej strani se začne še en prispevek novinarke Majde Jeglič o priljubljenosti velikih jadrnic v Italiji. Na 11. strani je še rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je daljša reportaža bralca s potepanja po Madagaskarju, ki je bogato opremljena s fotografijami. Ta reportaža je del stalne rubrike Popotniške izkušnje. Na 14. strani je objavljena reportaža bralke o bruhačem vulkanu Etna. Priloga se zaključí z dvema stranema oglasov.

#### **Trip št. 84 (25. oktober 2001)**

Prva, druga in tretja stran sta po obliki enaki kot v prejšnjih prilogah. Na četrti strani je rubrika Turistični drobiž. Poleg rubrike sta na 4. in 5. strani objavljena še prispevka novinarke Katje Roš o gori Batognici in prispevek novinarke o Herkulovem svetišču pri Celju. Na 6. strani se začnejo tematski prispevki. Tokratna tema so slovenski gradovi. Poleg stalne rubrike Turistični drobiž so od 6. do 10. strani objavljeni štiri prispevki novinarjev o razvalinah in obnovi štirih slovenskih gradov. Na 10. in 11. strani je reporterska zgodba o Ferdinandu Golobu, ki je obveslal Jadran. Na 11. strani je še tradicionalna rubrika Razgibajmo se. Na 12. in 13. strani je reportaža bralca o Novi Zelandiji, natančneje o njihovih prebivalcih Maorih. Na 14. in 15. strani je objavljen potopis bralke in bralca s potovanja po Palestini. Zadnja stran je, kot običajno, polna oglasov in reklam.

#### **Trip št. 88 (29. november 2001)**

Naslovnica, na drugi strani je oglasno sporočilo Term Čatež, na tretji strani je objavljeno kratko kazalo vsebine te številke, karikatura, kolofon in uvodnik urednice. Na četrti strani je rubrika Turistični drobiž. Na četrti in peti strani so objavljeni trije tematski prispevki novinarjev na temo starih slovenskih mest oziroma vasi, ki se imenujejo Šmartno. Še trije prispevki na to temo so na šesti in sedmi strani priloge. Objavljena je še rubrika Turistični drobiž. Na osmi in deveti strani je prispevek preveden iz tujega časopisa o smučarski ponudbi v ameriškem Utahu. Prav tako je na tej strani objavljen še preveden članek o težavah turističnih družb in letalskih prevoznikov, v katerih so se znašli po terorističnem napadu 11. septembra. Objavljeni so številni oglasi. Na 10. strani je nadaljevanje rubrike Turistični drobiž. Objavljen je prispevek

novinarke o prazničnih navadah Italijanov v času božičnih praznikov in vplivu 11. septembra na njihove potovalne navade. Objavljen je še prispevek iz tujega časopisa o Ronaldu Amundsenu, ki je bil prvi človek, ki je osvojil južni pol. Na 11. strani je še stalna rubrika Razgibajmo se. Na 12., 13. in 14. strani so objavljene tri reportaže bralke o Etiopiji in folklori tamkajšnjega prebivalstva združene pod imenom Etiopske razglednice. Na 15. strani je objavljena reportaža o Botaničnem vrtu v Zagrebu. Zadnja, 16. stran, je polna oglasov.

### **Trip št. 92 (17. december 2001)**

Priloga Trip ima tako kot večina ostalih številčk daljšega formata 16 strani. Na 1. strani je naslovnica oziroma fotografija čez celo stran. Na drugi strani je oglasni prispevek ene izmed turističnih agencij. Opisana je določena turistična destinacija, ki jo vključujejo v svoji turistični ponudbi. Na 3. strani je kolofon, kratko kazalo in uvodnik urednice priloge Darje Verbič ter karikatura. Na 4., 5. in 6. strani so zbrana mnenja različnih predstavnikov turistične dejavnosti, ki ocenjujejo turistično leto 2001. Na 7. strani je občasna rubrika Popotniški nasveti. Objavljen je članek specialista, ki navaja osnovne zdravstvene napotke za vse, ki se odpravljajo na potovanje. Na 8. strani je stalna rubrika Turistični drobiž s kratkimi novičkami na temo turističnih popustov (posledica 11. septembra). Poleg te rubrike je na tej strani objavljen še prispevek o spremenjenih turističnih navadah Američanov. Članek je preveden iz tujega časopisa, poleg njega pa je na tej strani še en preveden članek o nevarnih turističnih destinacijah. Na 9. strani se nadaljuje rubrika Turistični drobiž. Objavljen je tudi prispevek novinarke Majde Jeglič o Italijanih in njihovih navadah kupovanja daril. Na 10. strani je objavljen prispevek o avstrijski pokrajini Waldviertel. Na tej strani je objavljena tudi rubrika Popotniške izkušnje, v kateri je objavljena reportaža bralke Dela o svojih izkušnjah raftinga na reki Zambezi. Na 11. strani je rubrika Razgibajmo se, ki je v bistvu napoved glavnih (oziroma zbranih) rekreativnih dogodkov, ki se bodo zgodili v prihodnjem tednu. Na 12. in 13. strani je potopisna reportaža o potovanju po Sinajskem polotoku. Na 14. strani je reportaža o mestu Chicago, na 15. strani pa potopis s potovanja po Toskani. Ta potopis je, za razliko od ostalih potopisov in reportaž, poseben, saj je avtor svoja doživetja in pokrajino opisal na zelo literaren in poetičen način. Zadnja, 16. stran, je kot običajno polna reklam.

## ***Sprememba formata – skrajšanje s 16 na 4 strani***

### **Trip št. 93 (9. januar 2002)**

Na prehodu v leto 2002 je priloga Trip spremenila svojo podobo. Iz običajnih 16 strani se je skrčila na štiri. Prav tako ni več samostojna priloga. Ne izhaja več ob četrtkih, pač pa ob sredah. Na prvi strani te številke je potopisna reportaža bralca o obisku Gran Sabane v Venezueli. Ob straneh prispevka so številni oglasi turističnih agencij. Na drugi strani je uvodnik urednice Darje Verbič, karikatura, članek o dokumentu Strategija slovenskega turizma 2001 – 2006 in rubrika Razgibajmo se. Na tretji strani je potopis bralca o brazilski prestolnici Brasilia. Objavljen je še oglasni prispevek o Termah Čatež, vendar ni posebej označeno, da gre za oglasno sporočilo. Poleg teh dveh prispevkov je na tretji strani tudi veliko reklam. Na četrti, zadnji strani, je prispevek o Hubertu Tiggesu, ki je preveden iz tujega časopisa. Objavljen je tudi prispevek novinarke Majde Jeglič o italijanskih muzejih. Pod njima je objavljen članek novinarja Milana Iliča o turističnih značilnostih Vzhodne Tirolske. Na tej strani sta še dve rubriki, Turistični drobiž in Popotniške izkušnje, kjer sta objavljeni dve kratki reportaži bralcev.

### **Trip št. 98 (13. februar 2002)**

Na prvi strani je objavljen potopis bralca s potepanja po Indiji. Drugo polovico strani zasedajo oglasi. Na drugi strani je objavljen uvodnik urednice, stalna rubrika Razgibajmo se, karikatura, članek novinarke o Turistični organizaciji Beograd, stalna rubrika Turistični drobiž, članek novinarke Tripa o turistični ponudbi Črne gore in še en članek novinarke o turistični promociji Hrvaške. Tretja stran je v celoti namenjena predstavitvi sto najboljših idej za letošnje počitnice. Članek je preveden iz tujega časopisa, ponuja pa predvsem svetovno znane in eksotične turistične destinacije. Četrta stran je polna oglasov turističnih agencij.

### **Trip št. 103 (20. marec 2002)**

Ta številka se začne s potopisom bralca o življenju budističnih menihov na Tibetu. To je osrednji prispevek te priloge, ki se nadaljuje še na tretji, zadnji strani priloge Trip.

Na drugi strani ni uvodnika urednice in karikature. Objavljeni sta rubriki Razgibajmo se in Turistični drobiž. Objavljena sta dva članka, prevedena iz tujega časopisa. Prvi o mestu New York, drugi pa o Svenu Hedinu. Poleg teh dveh člankov sta objavljena še dva prispevka novinarjev, in sicer o bosanski turistični ponudbi in o srbskem turizmu. Na zadnji strani se nadaljuje potopis s prve strani. Objavljena so še tri oglasna sporočila turističnih agencij, tokrat označena, da gre za reklamo.

### **Trip št. 107 (17. april 2002)**

Kot običajno, se tudi ta Trip začne s potopisno reportažo, ki se nadaljuje na zadnji strani priloge. Poleg reportaže so na prvi stran številni oglasi. Na drugi stran je uvodnik urednice, karikatura, rubrika Razgibajmo se in trije tematski prispevki. Tokrat je tema turizem in osnovnošolci (turistični podmladki). Na zadnji 12. strani je nadaljevanje potopisne reportaže s 1. strani ter oglasi in tri oglasna sporočila.

### **Trip št. 110 (15. maj 2002)**

Priloga se začne z reportažo o potovanju po Mavretaniji. Pretežni del prve strani so oglasi. Na drugi strani je objavljen uvodnik, karikatura, stalna rubrika Razgibajmo se in še ena običajna rubrika Turistični drobiž. Objavljeni so še trije tematski prispevki, in sicer na temo tehnoloških novosti v turizmu. Na tretji strani sta objavljena dve rubriki – Turistični drobiž in Popotniške izkušnje. V slednji je objavljena reportaža bralke. Objavljena sta še dva prispevka. Prvi je prispevek novinarja o turističnih objektih in turistični ponudbi v Črni gori. Drugi je prispevek preveden iz tujega časopisa o prestolnici Madžarske. Na zadnji strani je nadaljevanje reportaže s prve strani ter številna oglasna sporočila.

### **Trip 114 (12. junij 2002)**

Ta številka se začne z reportažo o obisku živalskega vrta v San Diegu. Na uvodni stran je vedno več oglasov. Na drugi strani je objavljen prispevek novinarja o rezervacijah potovanj prek interneta ter iz tujega časopisa preveden članek o Sredozemlju in severni Evropi. Objavljeni sta še stalni rubriki Razgibajmo se in



Popotniške izkušnje, kjer je objavljena reportaža bralke s potepanja po Libanonu. Na tretji strani je objavljen potopis bralca s potovanja po Južni Ameriki, natančneje Paragvaja. Na zadnji strani se nadaljuje prispevek s prve strani. Kot običajno so objavljeni številni oglasi in tri daljša oglasna sporočila, ki so jih pripravile turistične agencije.

### **Trip št. 118 (10. julij 2002)**

Na prvi strani je reportaža bralca s potovanja po Indiji, ki se nadaljuje še na tretji strani. Na drugi strani so rezultati ankete Ocenjevanje turističnih krajev 2002 ter štirje prispevki o različnih slovenskih turističnih krajih in njihovi ponudbi. Na dnu strani je objavljena še rubrika Turistični drobiž. Na tretji strani se nadaljuje reportaža s 1. strani. Objavljena je še rubrika Razgibajmo se ter nadaljevanje rubrike Turistični drobiž. Na dnu strani sta objavljena dva oglasna prispevka. Na zadnji četrti strani se nadaljuje rubrika Turistični drobiž, preostali del so oglasi.

### **Trip št. 122 (7. avgust 2002)**

Začne se z reportažo bralke s potovanja po otoku Baliu. Na spodnji polovici prve strani so objavljeni številni turistični oglasi. Na drugi strani so objavljeni rezultati ankete Ocenjevanje turističnih krajev 2002. Objavljena sta dva prispevka novinarjev iz uredništva, rubrika Turistični drobiž in Razgibajmo se. Na tretji strani se nadaljuje rubrika Turistični drobiž. Članek novinarke o prestižnih vilah in zanimanju zanje v Italiji ter članek novinarja o turistični ponudbi Madžarske. Kot novost se v Tripu pojavi fotografija s kratkim opisom. Običajno gre za kakšno posebnost z različnih koncev sveta, seveda v povezavi s turizmom. Objavljena je še rubrika Popotniške izkušnje, kjer je objavljena kratka reportaža bralke s potepanja po Limi. Na zadnji, četrti strani se nadaljuje reportaža s 1. strani. Objavljen je zelo zanimiv in kratek potopis z obiska narodnega parka Severni Velebit. Zraven je objavljeno oglasno sporočilo turistične agencije.

***Pojavi se nova rubrika Splet za popotnike***

### **Trip št. 128 (18. september 2002)**

Potopisna reportaža bralca o pirenejski državi Andori. Drugi del prve strani so oglasi. Na drugi strani so končni rezultati ocenjevanja turističnih krajev 2002. Zraven je objavljena karikatura. Na kratko so predstavljeni zmagovalni turistični objekti in turistične prireditve. Na dnu druge strani je objavljena novinarska zgodba o Franju Šarmanu, ki je bil izbran za turistično osebnost leta 2002. Na tretji strani je objavljen članek o Avstriji in tekaških progah, ki je preveden iz tujega časopisa. Objavljen je tudi članek o turističnih zabavah v Italiji, novinarke uredništva. Objavljena je rubrika Razgibajmo se ter rubrika Popotniške izkušnje, kjer je objavljena reportaža bralca o Damasku. Prvič se pojavi rubrika Splet za popotnike. Na zadnji strani je nadaljevanje reportaže s prve strani ter več oglasnih prispevkov in kratkih oglasov.

### **Trip št. 133 (23. oktober 2002)**

Ta številka se začne z reportažo bralca o doživetju počitnic na Sinaju. Več kot polovico časopisne strani zasedajo oglasi. Delež oglasov na prvi stran se intenzivno povečuje iz meseca v mesec. Prostor ostaja le za kratko reportažo ali potopis, pa še tega običajno objavljajo v dveh delih (nadaljevanje je zelo pogosto na zadnji strani). Na drugi strani je uvodnik urednice in karikatura. Objavljen je daljši članek o tem, kaj si tujci mislijo o Sloveniji, ter članek o slovenski turistični borzi, poslovni turistični prireditvi. Objavljene so kratke novice v rubriki Turistični drobiž. Na tretji strani sta objavljeni rubriki Razgibajmo se in Splet za popotnike. Čisto spodaj pa je objavljena potopisna reportaža s potovanja po Novi Mehiki. Objavljen je prispevek novinarke o italijanski kuhinji ter prispevek o hitrem francoskem vlaku TGV, ki je preveden iz tujega časopisa. Objavljena je še večja fotografija s kratkim opisom.

### **Trip št. 135 (6. november 2002)**

Na prvi stran je prvi del reportaže s praznovanja noči čarovnic med geji v San Franciscu. Ostalo so oglasi. Na drug strani je uvodnik urednice in karikatura. Objavljeno je pet prispevkov o slovenskih smučiščih in njihovi pripravljenosti na smučarsko sezono ter stalna rubrika Turistični drobiž. Na tretji strani je prispevek novinarja o kulturni prestolnici Gradcu in gradnji umetnega otoka na reki Muri.

Objavljene so še tri rubrike, tokrat že vse stalne. Rubrika Razgibajmo se, Splet za popotnike in Popotniške izkušnje, kjer je objavljena potopisna reportaža bralca o potovanju z veliko ladjo križarko. Na zadnji strani so objavljeni številni oglasi in oglasna sporočila turističnih agencij.

#### **Trip 141 (18. december 2002)**

Reportaža bralke s potovanja po Zimbabveju. Bralka opisuje dan na tržnici med afriškimi spominki. Podrobneje predstavi tehniko izdelave afriških batikov. Ostalo na tej prvi strani so oglasi in oglasna sporočila. Na drugi strani je uvodnik urednice in karikatura. Rubrika Razgibajmo se ter prispevek novinarja o okrogli mizi, na kateri so strokovnjaki razpravljali o promociji slovenskega turizma. Zbrana so še mnenja strokovnjakov s področja turizma na turističnem forumu. Na tretji stran priloge je članek novinarja o smučarski sezoni v Sarajevu ter prispevek novinarki o palači aristokratske družine Visconti v Milanu. Objavljene so še tri rubrike - Turistični drobiž, Splet za popotnike in rubrika Popotniške izkušnje, v kateri je objavljen potopis bralke s potepa po Rigi. Četrta stran je v celoti namenjena oglasom.

#### **Trip št. 143 (15. januar 2003)**

Na prvi strani je objavljena potopisna reportaža bralca s potovanja po Gambiji. Na drugi strani je uvodnik urednice priloge Darje Verbič, karikatura in več člankov novinarjev o oceni turistične sezone 2002, in sicer v Zgornjem Posočju, Mariboru, Murski Soboti, Beli krajini, na Obali in dveh zdraviliških krajih (Radenci in Moravci). Na tretji strani je objavljen prispevek o Las Vegasu, preveden iz tujega časopisa. Objavljen je članek novinarja o povezav turizma in kriminala. Iz tujega časopisa je preveden še članek o pivovarnah v Kölnu. Gre za kratek potopis, sprehod po mestu in njegovih najbolj znanih pivovarnah. Objavljene so še tri rubrike, Razgibajmo se, Turistični drobiž in Splet za popotnike. Zadnja stran je polna oglasnih sporočil.

#### **Trip št. 147 (12. februar 2003)**

Kot že običajno je na prvi strani objavljena reportaža bralca s smučarskih počitnic sredi Dolomitov. Poleg fotografij je reportaža opremljena tudi s kratkim praktičnim

napotkom oziroma pojasnilom avtorja, ki ima za bralca te reportaže predvsem praktično vrednost (v primeru obiska teh krajev). Na drugi strani je uvodnik urednice, karikatura, stalni rubriki Turistični drobiž in Razgibajmo se ter obsežen intervju z Rokom Klančnikom, direktorjem komuniciranja v Svetovni turistični organizaciji. Na tretji strani je daljši članek o turističnih trendih za leto 2003. Zbrani so opisi najbolj priljubljenih turističnih destinacij, ki veljajo za 'modni hit' tega leta. Objavljena je še rubrika Splet za popotnike. Zadnja stran je, kot običajno, polna oglasov.

### **Trip št. 151 (12. marec 2003)**

Na prvi strani je tokrat objavljena reportaža s festivala limon v Mentonu. Ostali del prve strani (in to pretežno del) so oglasi turističnih agencij. Na drugi strani je uvodnik, karikatura, rubriki Turistični drobiž in Razgibajmo se ter trije članki na temo pohodništva. Na tretji strani je objavljen obsežen članek, preveden z tujega časopisa, o predlogih za počitnice v letu 2003. Gre za predstavitev ponudb turističnih agencij, ki so jih vključile v svoje brošure za poletje 2003. Na kratko je predstavljen drugi del seznama najboljših počitnic, ki ga je sestavil časnik The Sunday Times.

### **Trip 155 (9. april 2003)**

Na prvi strani je le kratek uvod v reportažo bralca s potovanja po Maroku. Ostalo so oglasi, ki jih je vedno več na prvi strani. Na drugi stran je uvodnik urednice, karikatura, rubriki Razgibajmo se in Turistični drobiž ter članek novinarke oziroma pogovor z dvema turističnima predstavnikoma Slovenije v Milanu in na Dunaju. Na tretji strani je objavljen članek, preveden iz tujega časopisa, o turistični ponudbi mesta Toulouse. Objavljeni sta rubriki Turistični drobiž in Splet za popotnike ter posebna rubrika Svetujemo, kjer je objavljeno nekaj napotkov oziroma nasvetov za turiste oz. popotnike. Objavljeni so še trije oglasni prispevki, reklamni članki turističnih agencij. Na zadnji, četrti strani, je nadaljevanje reportaže s prve strani ter številni oglasi.

### **Trip št. 160 (14. maj 2003)**

Oglasi na prvi strani so se razširili čez celotno stran. Ostala je le še fotografija. Ta številka Tripa je namenjena navtičnem turizmu. Na drugi strani je uvodnik urednice,

karikatura in rubrika Navtični drobiž. Objavljena sta še dva prispevka na to temo. Na tretji strani sta dva prispevka novinarjev uredništva o japonskem turizmu in italijanskem kmečkem turizmu. Objavljeni sta še rubriki Razgibajmo se in Splet za popotnike ter rubrika Popotniške izkušnje (potopisna reportaža z otoka Tenerife). Zadnja stran je polna oglasov.

### **Trip št. 164 (11. junij 2003)**

Tudi ta številka ima na prvi strani le fotografijo in ogromno oglasov. Na drugi strani je uvodnik urednice, karikatura, članek o kozjanskem regijskem parku, intervju s turističnim delavcem Borisom Ježino, zgodba o Milanu Deteli, 80-letnemu profesorju in strokovnjaku za gostinstvo in turizem. Na tretji strani je reportaža o največji restavraciji na svetu, imenovani Royal Dragon. Objavljen je članek o italijanskem mestu Padovi, preveden iz tujega časopisa. Majda Jeglič je pripravila članek o načrtih Italijanov glede poletnih počitnic. Objavljene so še rubrike Splet za popotnike, Razgibajmo se in Turistični drobiž.

### **Trip št. 168 (16. julij 2003)**

Reportaža iz naslovnice je sedaj v celoti objavljena na zadnji strani. Na naslovni strani je zgolj ena večja fotografija iz reportaže. Ostali prostor na naslovnici zasedajo oglasi. Na drugi strani je karikatura in rubrika Razgibajmo se. Objavljenih je več kratkih člankov o slovenskih turističnih atrakcijah ter članek oziroma ocena urejenosti malih avtocestnih počivališč. Na tretji strani je objavljena kratka reportaža o slapovih reke Krke, članek novinarke o najdražjih svetovnih prestolnicah, rubrika Turistični drobiž, Splet za popotnike in prispevek iz tujega časopisa o najboljših novih hotelih leta 2003. Na zadnji, četrti strani Tripa je objavljena reportaža bralca in več oglasnih sporočil.

### **Trip št. 172 (13. avgust 2003)**

Na prvi strani priloge Trip je objavljen začetek reportaže s potovanja po južni Tajski, ki se nadaljuje na tretji strani priloge. Ostali prostor na naslovnici zasedajo klasični oglasi turističnih agencij, ki oglašujejo svojo aktualno ponudbo. Na drugi strani priloge je objavljen prispevek novinarke o arheoloških najdiščih pod Krnom. Objavljena je še

kratka reportaža o izletu po Zasavju in prispevek iz tujega časnika o najboljših hotelih leta 2003. Na tej strani sta objavljeni še rubriki Razgibajmo se in Splet za popotnike. Na tretji strani se nadaljuje reportaža s prve strani. Objavljena je še kratka reportaža bralca o dogodku na pakistansko-indijski meji. Ostali del predstavljajo oglasi in daljše oglasno sporočilo Term Palace.

### **Trip št. 177 (17. september 2003)**

Na prvi stran je objavljena večja fotografija iz reportaže, ki je v celoti objavljena na zadnji strani. Ostalo so oglasi turističnih agencij. Na drugi strani je objavljen prispevek novinarke Katje Roš o turistični sezoni na Bovškem. Objavljen je članek o poletni turistični sezoni v Mariboru, članek o turističnem obisku v Kranjski Gori ter trije prispevki na temo slovenskih zdravilišč in njihovih rezultatih poslovanja. Objavljena je še karikatura. Na tretji strani je najprej objavljen članek novinarke uredništva o porokah po italijansko. Iz tujega časopisa je preveden članek o popotniku in potopiscu Ricku Stevesu ter potovanjih, ki jih ponuja. Objavljeno je nadaljevanje seznama najboljših hotelov leta 2003. Objavljeni sta že stalni rubriki Splet za popotnike in Razgibajmo se. Na zadnji strani je reportaža o Mongolcih in lepotah Mongolije ter številni oglasi.

### **Trip št. 181 (15. oktober 2003)**

Tudi ta številka ima na prvi strani le številne oglase in večjo fotografijo iz vodilne reportaže, ki je v celoti objavljena na zadnji, četrti strani priloge. Na drugi strani so objavljeni tematski prispevki, in sicer gre za prispevke novinarjev o delu in pričakovanjih različnih lokalnih turističnih organizacij ter društev. Na tretji strani je članek o prvem odišavljenem hotelu v Italiji, članek iz tujega časopisa o Bretaniji in tri rubrike – Turistični drobiž, Splet za popotnike in Popotniške izkušnje, kjer je objavljen del reportaže s potovanja po Turčiji ob vznožju gore Olimp. Na četrti strani so pretežno oglasi in reportaža s prve strani.

### **Trip št. 185 (12. november 2003)**

Na prvi strani je uvod v reportažo bralke s potovanja po Iranu ter številni oglasi. Na drugi strani je objavljena rubrika Turistični drobiž, karikatura in dva tematska prispevka

na temo vinskih kleti. Objavljen je še prispevek o Brkinih. Na tretji strani je preveden članek o poceni letalskih prevoznikih, kratka novica s sliko o turističnem obisku v Kalkuti, članek novinarka uredništva o italijanskih prehrabnih navadah ter dve rubriki – Razgibajmo se in Popotniške izkušnje, kjer je objavljen potopis bralca s potovanja po Venezueli. Zadnja, četrta stran je namenjena oglasom in nadaljevanju reportaže bralke s potepa po Iranu.

### **Trip št. 190 (17. december 2003)**

Na prvi strani je del reportaže bralca s potovanja po Kavkazu ter oglasi. Na drugi strani je objavljena karikatura, rubrika Turistični drobiž ter pet prispevkov oziroma mnenj slovenskih predstavnikov v petih evropskih državah o minuli turistični sezoni. Na tretji strani je članek Majde Jeglič o obnovi znamenite beneške operne hiše, kratka novica s fotografijo, rubrika Razgibajmo se, Splet za popotnike in Popotniške izkušnje, kjer je objavljena reportaža s počitnic na Kanarskem otočju, natančneje na otoku Gomera. Na zadnji strani je nadaljevanje reportaže s prve strani in oglasna sporočila turističnih agencij.

### **Trip št. 194 (14. januar 2004)**

Na prvi strani je objavljen prvi del potopisne reportaže bralke s potovanja po Peruju. Podoba Tripa se od začetka leta 2002, ko se je skrčila iz 16 na 4 strani, ni skorajda nič spremenila. Logo ostaja isti, prav tako število strani. Praviloma se uvodna reportaža nadaljuje še na zadnji strani. Na drugi strani je uvodnik urednice, rubrika Turistični drobiž, članek novinarka uredništva na temo prepoznavnosti Slovenije v Evropski uniji (1. maja 2004 je Slovenija postala ena izmed članic Evropske unije). Ta tema je bila nekaj mesecev pred vstopom zelo aktualna in predmet številnih političnih debat. Objavljena je karikatura. Zgodba o Lučki Letič, ki je dolgoletna sodelavka Slovenske turistične organizacije. Čisto spodaj na strani je objavljena rubrika Razgibajmo se. Na tretji strani je prispevek o turističnem prebujanju Slovaške, prispevek novinarka o turističnih navadah Italijanov po novoletnih praznikih, rubrika Splet za popotnike, nadaljevanje rubrike Turistični drobiž in rubrika Popotniške izkušnje, ki ni stalna rubrika, se pa pogosto pojavlja. V tej rubriki je običajno objavljen potopis oziroma potopisna reportaža bralca ali bralke o delu poti oziroma nekem dogodku na poti. Na

četrti strani priloge je nadaljevanje uvodne reportaže. Spodaj sta objavljena dva oglasna prispevka turističnih agencij ter številni oglasi z aktualno turistično ponudbo.

### **Trip št. 199 (18. februar 2004)**

Na naslovni strani je objavljena potopisna reportaža bralca, ki je obiskal polinezijski otok Bora-Bora, opremljen z dvema fotografijama. Ostali prostor na strani so številni oglasi. Na drugi strani so uvodnik, karikatura in trije prispevki na temo mladi in turizem. Objavljena je še rubrika Razgibajmo se. Na tretji strani je prispevek novinarja o Irski, o njenem porastu turističnega obiska, predvsem med t.i. popotniki z nahrbtniki. Objavljene so še rubrike Splet za popotnike, Turistični drobiž in Popotniške izkušnje, kjer je objavljen potopis s potovanja po Turčiji. Na četrti strani je objavljen prispevek o črnogorskem turizmu, predvsem o lastnikih in zanimanju za črnogorske hotele. Nadaljuje se še rubrika Turistični drobiž, spodaj na strani pa so objavljeni trije oglasni prispevki.

### **6.3. Potopisi kot turistične razglednice**

Klasična reportaža, literarni potopis in potopisna reportaža zaradi posebnega stila pisanja posegajo na področje literature. Stil upovedovanja je namreč zelo pomembna prvina reportažnih žanrov, ki so primarno novinarska besedila, saj nosijo v sebi tipične prvine novinarskega izražanja, kot so aktualnost izbrane teme, zavezanost novinarja k resnicoljubnosti in s tem povezana preverljivost vsega upovedanega ter novinarjevo objektivno poročanje. Spretni reporterji in potopisci te prvine novinarskega besedila nadgradijo z uporabo umetniškega jezika, zaradi česar prispevek čustveno (emocionalno) vpliva na bralce. In to je tudi del skrivnosti res dobrih potopisov in reportaž, ki pa jih v slovenskem dnevnem časopisju le izjemoma zasledimo. Če jih že, potem so to običajno klasične reportaže o odmevnejših družbenih dogodkih v prilogah tipa Sobotna priloga ali Zelena pika. Več je tistih potopisov ali bolje potopisnih prispevkov, ki ne dosegajo te ravni, saj jim temelj predstavljajo podrobni, bolj faktografski opisi pokrajine in ljudi, medtem ko so doživetja potopisca in njegove spretnosti upovedovanja postavljene na stranski tir. Ti potopisni prispevki ne vsebujejo neke globlje humanistične ideje, pač pa je v njih prevladujoči komercialni interes.



Potopisi bralcem ponujajo zabavne in poučne vsebine. Zaradi podrobnega opisa pokrajine in ljudi spominjajo na t.i. pisane razglednice, ki jih pošiljamo s svojih potovanj svojcem in prijateljem. Običajno na razglednici z nekaj besedami opišemo vreme, bivalni prostor, odnose z domačini in prve vtise, ki jih je na nas naredil nek kraj. Takšnih potopisnih prspjevkov tipa turističnih razglednic je v Tripu veliko, vendar gre trend v smeri zmanjševanja njihovega števila, saj ti 'kvazipotopisci'<sup>3</sup> z bralci ne delijo osebnih izkušenj in ne pišejo kreativno. Takšni potopisi, za razliko od pravih mojstrskih del, ki so postala del literarne zgodovine, ne nosijo v sebi literarnega sporočila in zato ne bodo presegli svojega referenčnega okvirja nastanka. Šele z uresničevanjem estetske funkcije nek potopis preseže svojo časovno razsežnost. »Globina spoznanj, oblikovna popolnost in besedna izraznost prispevajo k temu, da dober potopis preraste svoj časovni okvir in ohrani trajen estetski in kulturnozgodovinski pomen.« (Šmitek 1988: 377)

#### **6.4. Sklepi po analizi vsebine**

Končne ugotovitve analize vsebine 49 številčk priloge Trip lahko razdelim na dva sklopa. Prvi sklop se nanaša na značilnosti reportažnih žanrov, drugi pa na oglaševanje v prilogi Trip. Prvi sklop je tesno povezan z vsebino in izbiro novinarskih žanrov. Oglaševalce zanimajo tisti mediji in njihove vsebine, ki imajo čim večje občinstvo, hkrati pa velja, da turistične agencije za svoje oglase iščejo specifična občinstva. Te jim ponuja Trip, saj prilogo prebirajo predvsem tisti, ki jih kakorkoli zanimajo potovanja in športno-rekreativni dogodki. Uredništvo Tripa je s povabilom bralcem, naj jim pošiljajo zanimive potopise in reportaže s svojih potovanj, poskrbelo, da so prišli do poceni, a hkrati zanimivih vsebin. V uredništvo prihajajo predvsem potopisni prispevki, v katerih avtorji opisujejo svojo pot in izkušnje na poti. Nekaj je objavljenih tudi potopisnih reportaž, čeprav dosti manj kot potopisov. Kot sem že omenila v prejšnjem poglavju, je pravih potopisov in reportaž v Tripu zelo malo. Veliko več je potopisnih in reportažnih prispevkov, glavni razlog za to pa vidim v tem, da bralke in bralci praviloma niso profesionalni potopisci ali reporterji, prav tako imajo na razpolago le eno časopisno stran. Ker so prostorsko omejeni, izberejo tisti del potovanja, ki jim je bil najbolj pri

---

<sup>3</sup> Izraz kvazipotopisci uporabljam le za to, da nakažem, da pri veliki večini potopisnih prispevkov, ki jih zasledimo v prilogi Trip, ne gre za prave, uveljavljene potopisce, ki jim javnost zaupa na besedo, saj so si v svoji karieri že ustvarili ime.

srcu oziroma se jim je zaradi nekega posebnega doživetja vtisnil v spomin. Tisti, ki so spretnejši, v svojih prispevkih izpostavijo lastna doživetja, ki so zanje pomembnejša od suhoparnih opisov pokrajine. V Tripu je precej potopisnih prispevkov, ki so zanimivi prav zaradi osebne izkušnje, ki jo z bralci deli popotnik. Tudi če se določene destinacije ponavljajo celo do take mere, da na primer dva popotnika opisujeta isto mesto, sta si prispevka med seboj močno različna, če avtorja svojo pozornost usmerjata na opis doživetij. Težko bi namreč našli dva človeka, ki bi enako doživljala in si nabirala enake izkušnje. To pa pomeni, da so prav tovrstni, z vtisi in izkušnjami napolnjeni potopisi voda na mlin oglaševalcem. Sedanje reportaže in potopisi v prilogi Trip praviloma ne vsebujejo globljih, humanističnih sporočil, pač pa širijo tržno naravnano idejo – pridite in uživajte.

Na straneh Tripa so pogosto objavljeni potopisni prispevki, v katerih je avtor prekomerno zavezan faktografskemu opisu pokrajine in ljudi. Ti prispevki ostajajo na ravni t.i. praktičnih potopisov, vendar ji je v prilogi Trip vedno manj. Razlog za upad se skriva v vedno bolj zahtevnih bralcih, ki jih je težko zadovoljiti zgolj z izseki iz turističnih vodnikov. Če že imajo potrebo po prebiranju vodnikov, potem jo bodo najpogosteje zadovoljil tako, da si bodo vodnik o željeni deželi kupili ali sposodili, ne bodo pa tega iskali v dnevnem časopisju. Drugi razlog vidim v zanimanju oglaševalcev za takšne prispevke, ki bodo zanimivi, atraktivni in predvsem pozitivno usmerjeni, skratka prispevke, ki se berejo in ki posredno tudi oglašujejo turistično dejavnost.

Že smo pri drugem sklopu. Priloga je zanimiva predvsem za oglaševalce s področja turizma, zelo redko se namreč na teh straneh pojavijo oglasi drugih oglaševalcev. Od leta 2000 količina oglasov v Tripu narašča. Turistični oglaševalci so potrebovali množična občila za objavo svojih oglasov. Mesečniki s potopisno vsebino niso bili dovolj, oglaševalci so namreč potrebovali tedenski prostor, v katerem bodo lahko objavljali svoje najaktualnejše ponudbe, ki se v času turistične sezone spreminjajo iz dneva v dan. Mediji so jim poskušali zagotoviti čim številčnejše občinstvo. Delo je aprila 2000 razširil tedanjo prilogo Turizem v samostojno prilogo Trip in s tem oglaševalcem ponudil nov oglaševalski prostor z novo razširjeno ciljno publiko. Z zabavnimi in lahkotnimi vsebinami so pritegnili predvsem tiste bralce, ki v svojem vsakdanu tudi (in predvsem) prek dnevnega časopisja iščejo nove načine sprostitve. Z objavami potopisov pretežno mladih popotnikov in izbiro bolj eksotičnih turističnih

destinacij so pritegnili predvsem tiste bralce, ki so tudi največji potrošniki turističnih potovanj. To so dijaki, študentje in tisti, ki potujejo zaradi izobrazbe ali službe. Priloga je imela barvni tisk, z velikimi barvnimi fotografijami in temami, ki so po svoji vsebini sproščujoče in privlačne za vse skupine naslovnikov. Skratka, leta 2000 se je s prilogo Trip pojavil za turistične oglaševalce pomemben oglasni prostor. Priloga se je povpraševanju oglaševalcev zelo prilagodila, s svojimi vsebinami, ki jih prispevajo bralke in bralci, pa odraža okus ciljne publike.

Ob izidu aprila leta 2000 je bila zadnja stran Tripa v celoti namenjena oglasom. Na drugi strani, takoj za naslovnico, je bilo v obliki novinarskega članka objavljeno daljše oglasno sporočilo (včasih tudi dve sporočili). Oglasi na naslovnici in znotraj posameznih strani so bili redki. Količina oglasov se je povečala še istega leta. Več je bilo predvsem oglasov na naslovnici priloge in med posameznimi novinarskimi prispevki. Na začetku leta 2002 se je priloga skrčila s 16 na 4 strani, količina oglasov je kljub okrnjeni vsebini ostala ista. V zdajšnjem formatu ima Trip na naslovni strani pretežno oglase. Dogaja se celo, da je prva stran v celoti namenjena oglasom. Večinoma pa je razmerje med oglasi in vsebino 5:3 v prid oglasov. Tudi v krajšem Tripu je zadnja stran v celoti rezervirana za oglase. Praviloma so objavljena tri daljša oglasna sporočila turističnih agencij in številni manjši oglasi. Vedno več je oglasov tudi med objavljenimi prispevki novinarjev znotraj priloge. Takšno posredno oglaševanje je vprašljivo in ni v skladu z novinarsko etiko, zato bi ga bilo potrebno ustrezno regulirati.

Praviloma vsaka priloga Trip vsebuje dva potopisna ali reportažna prispevka (včasih je tudi samo eden, včasih so celo trije), ki jih v uredništvo Tripa pošiljajo bralci. Objavljenih je tudi več krajših prispevkov, ki pa so običajno med seboj tematsko povezani in so delo novinarjev iz uredništva, ali pa so prevedeni iz tujega časopisa. Več kot dve tretjini vseh daljših prispevkov v Tripu so potopisni prispevki. Sledijo jim reportažni prispevki, le redko pa so objavljeni pravi potopisi in reportaže.<sup>4</sup> Trenutno so potopisni prispevki med vsemi slovenskimi dnevniki najpogosteje zastopani v Delovi prilogi Trip. Kljub temu, da v slovenskih dnevnikih zadnja leta narašča zanimanje za

---

<sup>4</sup> Pod poimenovanjem pravi potopisi in prave reportaže imam v mislih tiste potopise in reportaže, ki nosijo v sebi neko osebno sporočilo in angažma potopisca ali reporterja, so napisane s pomočjo literarnih jezikovnih sredstev in so delo že uveljavljenih avtorjev, ki jim bralci zaupajo na besedo. Takšne reportaže Koširjeva imenuje tudi klasične reportaže, medtem ko Merljak Zdovčeva prave potopise poimenuje kot literarne potopise.

objavo potopisnih in reportažnih prispevkov, pa sta reportaža in potopis še vedno pogostejša na straneh posebnih mesečnikov s potopisnimi vsebinami. V teh revijah je namreč manj prostorske in časovne omejitve za avtorje, prav tako so te revije že v osnovi namenjene specifični javnosti, ki pričakuje določene tipe prispevkov. Običajno so avtorji reportaž in potopisov novinarji ali zunanji sodelavci uredništva, ki so razvili svoj osebni stil pisanja.

Ob spremembi formata priloge januarja 2002 se je skrčila vsebina priloge na štiri strani. Odpadle so tiste vsebine, ki so bile delo novinarjev iz uredništva in so se tematsko povezovale v posamezni številki. Razlog se skriva v premajhnem interesu oglaševalcev za članke o Slovencih in slovenski kulturni dediščini. Oglaševalce zanimajo tiste vsebine, ki privabljajo bralce. Zato so v prilogi Trip ostali zabavni potopisi in reportaže z lahkotnejšo vsebino ter takrat že stalne rubrike Turistični drobiž, Popotniške izkušnje in Razgibajmo se, ki imajo za bralce predvsem uporabno vrednost.

V izbranem obdobju sta se zgodila dva pomembna dogodka, ki sta imela močan vpliv tudi na turistične navade Slovencev. Prvi je bil teroristični napad na ZDA 11. septembra 2001, ki je za nekaj časa spremenil tudi slovenske potovalne navade. Prav tako je prišlo do spremembe vsebine potopisnih prispevkov. Ti prispevki so se po padcu ameriških dvojčkov bolj usmerili na tiste dežele, ki naj bi bile varnejše pred teroristi. Več je bilo potopisov iz evropskih držav. Zaradi poostrenih varnostnih ukrepov na letališčih in ranljivostjo letalskega prevoza pred morebitnimi terorističnimi napadi, so se na oglasnih straneh pojavljale ponudbe za potovanja z alternativnimi prevoznimi sredstvi. Več je bilo uporabniških prispevkov, ki so vsebovali napotke za turiste, ki potujejo v ZDA. Po treh mesecih so se zadeve začele počasi umirjati. Spet so bili v ospredju potopisi iz bolj eksotičnih dežel, zelo intenzivno pa je bilo oglaševanje letalskih vozovnic, saj je njihova cena po 11. septembru močno padla. Drugi dogodek je pomembno vplival bolj ali manj le na Slovence. 1. maja 2004 je namreč Slovenija postala enakopravna članica Evropske unije, kar je s seboj prineslo odprtje meja in večjo ter predvsem lažjo mobilnost Slovencev. Slovenski kulturni prostor je (formalno) postal del evropskega prostora, to pa je posledično vplivalo tudi na spremembo potovalnih navad Slovencev.

Potopisni in reportažni prispevki imajo svoje ustaljeno mesto v prilogi Trip. Dokler bo Delo s svojimi vsebinami zagotavljal dovolj veliko občinstvo za oglaševalce, potem bo priloga ohranila svoje štiri strani. Se pa delež oglasov povečuje tudi do take mere, da so posamezne strani v celoti zapolnjene z oglasnimi vsebinami.

## 7. ZAKLJUČEK

S padcem t.i. železne zavese in moderno komunikacijsko tehnologijo konec 80-ih let je proces globalizacije dobil pomemben zagon. Prišlo je do spremembe družbenega sistema. Globalizacija je uveljavila kapitalizem kot prevladujoč svetovni sistem in odprla meje za kapital. Proces globalizacije je zajel tudi medije, ki so se morali v zelo kratkem času čim bolj prilagoditi zahtevam trga, če niso hoteli izgubiti svojega položaja na medijskem trgu. Bralcem so poskušali ponuditi čim več informacij o svetu, a se je kmalu izkazalo, da so tovrstne vsebine drage, zato so lastniki medijskih hiš svoj medijski prostor zapolnjevali s cenejšo, manj kvalitetno in bolj lahkotno vsebino. Podobno se je dogajalo tudi na Delu, konkretnije v prilogi Trip. Prispevke novinarjev so zamenjali s potopisnimi in reportažnimi prispevki bralcev, veliko je objavljenih tudi agencijskih novic. Vsebine so manj kvalitetne, saj so pisci večinoma laiki, so pa bolj zabavne in zanimive za bralce. Oglaševalci so se namreč zanimali za tiste medije, ki so imeli velike naklade. Da pa so le-ti privabili čim več bralcev, so jim ponujali zabavne vsebine. Zaradi interesov oglaševalcev se je zanimanje za objavo reportaž in potopisov povečalo tudi v dnevnem tisku. Sodobni mediji so začeli objavljati reportažne in potopisne prispevke, saj so bralci pokazali interes zanje. Kjer je interes je občinstvo, kjer je občinstvo so oglaševalci. Ni zaman trditev, da je denar sveta vladar. Naslovniki teh prispevkov so potencialni potrošniki. Več kot ima nek medij bralcev, bolj bo zanimiv za oglaševalce. Več bo zanimanja s strani oglaševalcev, več denarja bo imelo podjetje. Več bo dobička, kvalitetnejše novinarje, ki bodo pisali kvalitetnejše prispevke, bodo lahko zaposlili. V praksi te stvari ne gredo točno v tem sosledju, saj so apetiti po dobičku močnejši od želja po kvalitetnejših vsebinah. Zato se uredniki odločajo ter objavljajo zabavne, lahkotne in predvsem cenejše vsebine, ki (zaenkrat še) pritegnejo bralce.

Tedenska priloga Trip je v veliki večini odvisna od oglaševalcev. Količina oglasov narašča, velika večina le-teh pa je vezana na turizem. Gre za zelo močno vsebinsko povezavo med potopisi in reportažami ter oglasnimi vsebinami. Slovenci že od nekdaj radi potujemo, interes za potovanja pa se v zadnjih letih še povečuje. V Tripu lahko vsi, ki se zanimajo za potovanja in rekreacijo, najdejo veliko uporabnih informacij. Te turistične informacije se intenzivno prepletajo s komercialnimi. Oglasi, ki se vsebinsko navezujejo na objavljene prispevke, imajo namreč večjo prepričevalno moč. Takšni

primeri v Tripu niso redki, saj se velikokrat dogaja, da je v isti številki objavljen potopisni prispevek o neki turistični točki in reklama turistične agencije, ki v svoji ponudbi vključuje omenjeno destinacijo. Sodobni mediji so reportaži in potopisu odprli prostor šele, ko se je celotna slovenska javnost obrnila h kapitalizmu. Takrat so za oglaševalce postali zanimivi reportažni in potopisni prispevki, v katerih prevladuje komercialna intencija. Konec 80-ih let je globalizacija zajela tudi naš prostor, ki se je začel odpirati. Ljudje smo postali bolj mobilni in vpliv globalnih medijev, ki širijo naša obzorja, se je še povečal. Večji je bil interes za potovanja, s tem pa se je odprl trg za ponudnike turističnih storitev, ki so potrebovali prostor za oglaševanje.

V drugem delu naloge sem vsebinsko analizirala 49 prilog, kar predstavlja četrtno vseh objavljenih prilog v obdobju od aprila 2000 do aprila 2004. Priloge sem izbirala po ključu vsak mesec (le) eno, zato da sem lahko ugotovila spreminjanje vsebine priloge skozi čas. S tem sem lahko določila sezonsko ponavljanje določenih tem. Po mojem mnenju je to dovolj reprezentativen vzorec, da lahko podam trdne argumente v podporo zastavljeni hipotezi, da se pod navidezno krinko informacij o novih krajih, ljudeh in popotniških izkušnjah v potopisnih in reportažnih prispevkih, ki jih zasledimo na straneh Tripa, skriva komercialni interes, ki je celo prevladujoči. Pravih reportaž in potopisov, ki v sebi nosijo neko globlje sporočilo in so delo uveljavljenih ter verodostojnih avtorjev, v prilogi Trip (z redkimi izjemami) ni. Kadar pa so takšni prispevki objavljeni, potem zanje velja, da so napisani v skladu z značilnostmi literarnega novinarstva in jih lahko uvrstimo med literarnonovinarska besedila. V njih namreč reporterji uporabljajo literarne oblike za poročanje o resničnih dogodkih in ljudeh, z glavnim namenom, da bi pri naslovnikih vzbudili estetski doživljaj. Takšni prispevki prihajajo izpod peres izkušenih in uveljavljenih reporterjev, kakršna sta na primer Zvone Šeruga in alpinist Nejc Zaplotnik, ki pa večino svojih reportaž objavita v knjigi. Zaradi prostorske in časovne stiske ter seveda finančnega vidika so takšne kvalitetne reportaže in potopisi v slovenskih dnevnikih le redko objavljeni.

## 8. VIRI IN LITERATURA:

- Amon, Smilja (1974): *Ustroj reportaže v luči raziskovanj teorije novinarstva in literarne teorije*, Magistrska naloga, Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Ažman, Renata (1989): *Konstitutivne prvine reportaže*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Bašič Hrvatini, Sandra (2001): *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Burnett, John. in Moriarty Sandra E. (1998): *Introduction to Marketing Communication*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Cencelj, Kaja (2005): *Novinarska zgodba na Slovenskem: primer Ervin Hladnik Milharčič*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Connery, Thomas B. (1992): *A Sourcebook of American Literary Journalism*. Westport: Greenwood Press.
- Filipović, Irena (2004): *Literarno novinarstvo*, Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Gradišnik, Branko (2004): *Strogo zaupno po Siciliji*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Habegger, Larry ter James in Sean O'Reilly (2002) ur.: *Svet je odprta knjiga*. Tržič: Učila International.
- Hazard, Paul (1959): *Kriza evropske zavesti (1689–1715)*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Kepić, Mateja (2002): *Motivacija Slovencev za turistična potovanja*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Kerrane, Kevin in Ben Yagoda, ur. (1997): *The Art of Fact: A Historical Anthology of Literary Journalism*. New York: Scribner.
- Kline, Miro (2001): Zbrano gradivo za predmet integrirano tržno komuniciranje. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kos, Janko (2001): *Literarna teorija*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.



- Kranjec, Matjaž (1978): *Razvoj potopisne reportaže na slovenskem v letih 1848-1918 s teoretično opredelitvijo reportaže*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
- Lah, Andrijan (1999): *Vse strani sveta*. Ljubljana: Založba Rokus.
- Milosavljevič, Marko (2003): *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Novak, Nace (2001): *Potopisna reportaža: pri Slovencih v malgaškem gozdu*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ocvirk, Anton (1978): *Literarni leksikon*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnost.
- Poler, M. in Karmen Erjavec, ur. (2005): *Uvod v novinarske študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Royal, Cindy (2000): *The Future of Literary Journalism on the Internet*. Austn: University of Texas.
- Sims, Norman (1995): *Literary Journalism*. New York: Ballantine Books.
- Slavković, Dušan (1981): *Biti novinar*. Beograd.
- Šeruga, Zvone (1996): *Indijanci brez perja*. Ljubljana: Samozaložba.
- Šmitek, Zmago (1988): *Poti do obzorja*. Ljubljana: Založba Borec.
- Šurc, Matej (1989): *Reportažni žanri v slovenskem dnevniku Delo*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
- Vreg, France (2004): *Feljton*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Zadnikar, Gita (2005): *Resno in rumeno*. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.
- Žižek, Katja (2006): *Med novinarskim in literarnim pisanjem – analiza portreta in reportaže*. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Weber, Ronald (1980): *The Literature of Fact*. Athens: Ohio University Press.
- Wellek, Rene in Justin Warren : *Theory of Literature*.
- Williams, Keith (1997): *Post/Modern Documentary: Orwell, Agee and the new Reportage*. V: *Rewriting the thirties: modernism and after*. London: Longman.
- Wolfe, Tom (1973/1996): *The new journalism*. London: Picador.