

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Elvira Miše Miklavčič

Avtorizacija - primerjava ameriške in srednjeevropske novinarske prakse

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Elvira Miše Miklavčič

Mentor: izr. prof. dr. Marko Milosavljević

Avtorizacija - primerjava ameriške in srednjeevropske novinarske prakse

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Avtorizacija - primerjava ameriške in srednjeevropske novinarske prakse

Avtorizacija, v smislu pregleda besedila intervjuja s strani intervjuvanca, je v Sloveniji navkljub temu, da zanjo ni nobene zakonske podlage, že dolgo ustaljena novinarska praksa. V skladu z njenim pojmovanjem v okviru novinarske etike naj bi služila predvsem verodostojnemu poročanju. Vendar se le-ta v praksi pogosto kaže bodisi kot sredstvo za izvajanje cenzure bodisi kot tisti instrument, ki služi temu, da je linija med novinarstvom in piarom vse bolj zabrisana. Toda čeprav se je o avtorizaciji najpogosteje govorilo v kontekstu srednjeevropske novinarske prakse in politične kulture, je New York Times julija 2012 razkril, da so se predvsem med predsedniško kampanjo tudi v ZDA redno pojavljale zahteve politikov, da pred objavo pregledajo in popravijo svoje izjave. Avtorizacija ima pri uveljavljanju novinarske avtonomnosti pomembno vlogo, zato sem se želela v tej diplomski nalogi osredotočiti na raziskavo, ali različna zgodovinska dejstva in različne politične kulture posameznih držav vplivajo tudi na oblikovanje različnih novinarskih standardov v teh državah, oziroma ali je avtorizacija bolj kot pokazatelj politične regulacije medijev v resnici pokazatelj novinarske logike, ki sledi cilju – ugajati.

Ključne besede: avtorizacija, cenzura, novinarska etika, politična kultura.

Authorisation – a Comparison of American and Central European Journalistic Practice

Authorisation seen as a review of interview wording made by an interviewee is a long-established journalistic practice in Slovenia, despite the fact that there is no statutory basis for that. In accordance with its conception within journalism ethics such authorisation is considered, above all, to serve the purpose of credible reporting. However, in practice, it is often characterised either as a means of censorship or the instrument that serves the purpose to make the line between journalism and public relations increasingly blurred. Although there has most often been talk of authorisation in the context of Central European journalistic practice and political culture, the New York Times revealed in July 2012 that during the presidential campaign also in the US, in particular, requirements of politicians appeared to review and correct their own statements before being published. Authorisation plays a significant role in exercising journalistic autonomy. Therefore, the focus of this diploma thesis is to make research whether different historical facts and different political cultures of individual countries also have impact on designing different journalistic standards in those countries or the authorisation is - more than an indicator of political regulation of mass media -in fact the indicator of journalistic logic following its goal – to please.

Key words: authorisation, censorship, journalism ethics, political culture.

KAZALO

1 UVOD.....	6
2 POLITIČNA KULTURA IN MEDIJI.....	8
2.1 Ameriški individualizem	8
2.2 Nemčija in politična kultura konsenza.....	9
2.3 Zapuščina komunistične preteklosti.....	10
2.4 Politična nevtralnost in ekonomska stabilnost.....	11
3 AVTORIZACIJA.....	13
3.1 Etične in pravne dileme.....	14
3.1.1 Pragmatičnost.....	14
3.1.2 Vprašanje avtorstva.....	15
3.1.3 Cenzura ali nečimrnost.....	16
4 AVTORIZACIJA IN NOVINARSKI KODEKSI.....	18
4.1 ZDA.....	18
4.2 Slovenija.....	19
4.3 Srednjeevropska praksa.....	20
4.4 Interni kodeksi medijev.....	22
4.4.1 Primer New York Timesa.....	22
4.4.2 Slovenski primeri.....	23

5 ANALIZA PRIMEROV	25
5.1 Žurnal24	25
5.2 Portal Pod črto	27
5.3 Avtorizacija na Poljskem	29
5.4 Nemško prikrojevanje resnice	30
5.5 New York Times	35
6 SKLEPI	37
7 LITERATURA	40

1 UVOD

V Sloveniji je avtorizacija kot pregled besedila intervjuja ali izjav s strani intervjuvanca pred samo objavo že vrsto let del uveljavljene novinarske prakse. Avtorizacijo je v začetnem obdobju samostojne Slovenije predvideval tudi kodeks novinarske etike, toda s sprejetjem novega leta 2002 je bilo to določilo odpravljeno. Žal le na papirju in videti je, da se novinarji v resnici za avtoriziranje besedil intervjujev odločajo vse pogosteje, ne pa redkeje kot bi to pričakovali glede na dana dejstva. Prav ta nesposobnost izkoreninjenja novinarske prakse, za katero v Sloveniji ne obstaja nobena zakonska podlaga, je večkrat sprožila celo javne pomisleke, da gre pri avtorizaciji v resnici za neke vrste podedovano novinarsko prakso iz obdobja nekdanje totalitarne Jugoslavije. Avtorizacija naj bi v skladu z njenim pojmovanjem v okviru novinarske etike služila predvsem verodostojnemu poročanju, a se v praksi pogosto kaže bodisi kot sredstvo za izvajanje cenzure bodisi kot tisti instrument, ki služi temu, da je linija med novinarstvom in piarom vse bolj zabrisana.

Toda Slovenija ni osamljen primer države, v kateri je bila avtorizacija vseskozi razumljena kot novinarski standard, skratka primer dobre novinarske prakse. Poznajo jo tudi v drugih srednjeevropskih državah in kot je bilo leta 2012 razkrito v ameriškem New York Timesu, očitno tudi v ZDA.

Pričujoče diplomsko delo se bo tako v prvi vrsti ukvarjalo predvsem s samo pojavnostjo avtorizacije, njeno razširjenostjo na področju Srednje Evrope in ZDA in razlogi za njen obstoj.

Pri tem velja opozoriti, da sem se pri geografskem razumevanju pojma Srednje Evrope omejila na države, ki jih v Srednjo Evropo prištevajo The World Factbook (2009), Encyclopaedia Britannica in Brockhaus Enzyklopädie (1998). Te države so: Slovenija, Madžarska, Avstrija, Švica, Nemčija, Poljska, Češka in Slovaška.

V diplomskem delu bom poskušala odgovoriti tudi na dve temeljni raziskovalni vprašanji:

1. *Ali so različne zgodovine in različne politične kulture povezane z uveljavljanjem različnih novinarskih standardov?*
2. *Ali je avtorizacija bolj kot pokazatelj politične regulacije medijev v resnici pokazatelj novinarske logike, ki sledi cilju ugajati?*

Diplomsko delo je tako v grobem razdeljeno na dva dela, teoretični in praktični. Teoretični del zajema dve poglavji. V prvem se osredotočam na definicijo in primerjavo političnih kultur in zgodovinskih dejstev v obravnavanih državah ter na samo opredelitev pojma avtorizacija. Praktični del obsega prav tako dve poglavji. Eno je namenjeno primerjavi in analizi kodeksov novinarske etike, ki obravnavajo avtorizacijo. Posebno poglavje je namenjeno tudi analizi praktičnih primerov intervjujev in avtorizacij v različnih medijih obravnavanih držav. V teoretičnem delu bom uporabila predvsem deskriptivne metode, v okviru praktičnega dela pa metode raziskave.

Z metodo deskripcije bom tako predvsem teoretično opisala zgodovinske značilnosti in značilnosti politične kulture v ZDA in v Srednji Evropi. Teoretično bom opisala tudi značilnosti oziroma vlogo medijev v ameriški in srednjeevropski družbi, njihovo regulacijo ter opredelila pojem avtorizacije.

S komparativno metodo bom primerjala teoretične značilnosti med posameznimi državami, vključno z analizo in primerjavo veljavnih kodeksov novinarske etike v teh državah. Analizirala bom tudi praktične primere avtorizacije intervjujev in izjav v različnih medijih.

Z metodo kompilacije bom v sklepu povzela opazovanja in oblikovala lastna stališča in sklepe.

V okviru analitičnega pristopa bom uporabila induktivno sklepanje, saj bom na temeljih posameznih primerov oblikovala lastne sklepe.

2 POLITIČNA KULTURA IN MEDIJI

Politično kulturo si lahko predstavljamo kot neke vrste politično osebnost naroda. Sestavljajo jo globoko zakoreninjene in uveljavljene politične lastnosti, značilne za določeno družbo. Politična kultura tako upošteva stališča, vrednote in prepričanja, ki jih imajo ljudje o političnem sistemu, vključno s predpostavko o tem, kako učinkovito deluje aktualna vlada. Politolog W. Lance Bennett je pri tem uporabil zanimivo primerjavo in politično kulturo primerjal z lečami na očalih – politična kultura torej ni tisto, kar vidimo, temveč tisto, s čimer gledamo. (Ekström in Tolson 2013, 229)

Toda politična kultura ni nujno orientirana na celotno državo ali družbo. Lahko gre zgolj za različne posamične skupine znotraj države, ki so vzpostavile samosvoje politične kulture. Ruth Lane tako denimo poudarja, da je politična kultura sicer res sestavljena iz številnih skupnih temeljnih prepričanj, toda pomembno je, da imajo ta prepričanja politične posledice. Po njenem mnenju je politična kultura tista, ki določa, kako se bodo posamezniki v družbi politično odzvali. Tudi v interakciji s političnimi voditelji. (Lane 1992, 364–365)

Politične kulture se da seveda tudi naučiti in pri tem je zelo očitna dejanska in potencialna vloga medijev. Mediji so tisti, ki prenašajo politično kulturo iz ene generacije v drugo. In tisti, ki omogočajo hitro širjenje novih idej v družbi in s tem tudi možnost hitrejših sprememb v politični kulturi. Tega so se državni voditelji in drugi pomembni vodilni kadri ter njihovi svetovalci od nekdaj zavedali. V različnih družbah in v različnih političnih sistemih.

2.1 Ameriški individualizem

Kot ugotavlja Tadej Ian, je ameriška politična kultura politična kultura mitologiziranega individualizma. O tem po njegovem mnenju pričajo ne le obnašanje in sporočila ameriških množičnih medijev, institucij ter politikov, temveč tudi relevantni politični oziroma politološki teksti od začetka nastajanja ameriške nacije do danes. (Ian 2000, 925) Kot še navaja Ian, individualizem posameznikov v ZDA tako najmočneje izpričuje ostro nasprotovanje povečevanju voditeljev in zavračanje morebitnih omejitev zaradi kakršnegakoli apriornega pristajanja na kakršnokoli enakost vseh posameznikov. (Ian

2000, 932) Seveda pa med pomembnimi značilnostmi ameriške politične kulture najdemo tudi druge elemente, kot so recimo politično prepričanje, vrednote, politična toleranca, vladavina prava, patriotizem, kapitalistične ekonomske vrednote in z ustavo zagotovljene svoboščine, kot je denimo svoboda govora.

Večina množičnih medijev v ZDA je v zasebni lasti, kar jim omogoča občutno, ne pa tudi absolutno svobodo pred vladnim nadzorom. Časopise in revije pred vmešavanjem vlade štiti v ustavi določen prvi amandma. Leta 1971 je Nixonova administracija v New York Timesu in Washington Postu poskušala preprečiti objavo t. i. Papirjev iz Pentagona, a je Vrhovno sodišče zavrnilo zahtevo po blokadi publikacij, z utemeljitvijo, da gre za kršitev svobode tiska. (Cliffs Notes 2016)

2.2 Nemčija in kultura konsenza

Nemčija ima dolgo politično tradicijo. Čeprav je bila ta v obdobju, ko je bila država razdeljena na dve državi, prekinjena, je bil prehod ob združitvi Vzhodne in Zahodne Nemčije v novo skupno državo leta 1990 uspešen. Nemčija si je ob tem z ustavo zagotovila politično stabilnost in legitimnost. Nacionalni ponos je v Nemčiji še vedno razmeroma nizek, saj so ljudje zaradi nekdanje nacistične preteklosti previdni v izražanju nacionalnih čustev. Nemški državljani se v veliki meri redno udeležujejo volitev (volilna udeležba pogosto presega 70 odstotkov), manj pa jih zanima aktivno vključevanje v politiko. Nemci zelo cenijo tudi državo blaginje, niso jim pa po godu vladni ukrepi za njeno vzdrževanje. Nemška konsenzualna politična kultura tako pogosto vodi tudi v slepo ulico oziroma do tega, da nekateri zakoni zaradi zahtevanega soglasja niso sprejeti. Ker je utemeljena na soglasju, je tudi razmeroma homogena, a še vedno omogoča tudi aktivni obstoj subkultur. Že razlikovanje po verski pripadnosti pokaže, da imajo protestanti, katoliki in ateisti med seboj po navadi različne politične in ideološke poglede. (Germany: A Structural Analysis 2016)

Lahko bi dejali, da je bilo zaradi katastrofične zgodovine in kolapsa nacistične diktature ter njenega propagandnega medijskega sistema leto 1945 za Nemčijo in nemške medije dobesedno leto nič. Povojna Nemčija je bila tako v skladu z določili potsdamske konference razdeljena na štiri območja pod okupacijo zmagovalcev – Sovjetske zveze,

ZDA, Združenega kraljestva in Francije. V njihovi domeni so bili narejeni tudi prvi koraki pri vzpostavljanju nove medijske strukture in ustanavljanju novih tiskanih medijev na področju Nemčije. Z izjemo Bilda tako večina uveljavljenih nemških časopisov in revij izhaja prav iz tega obdobja. Mediji so sprva delovali pod kontrolo zaveznikov, postopoma pa prešli v nemške roke. Leta 1949 je bila sprejeta ustava, ki je v svojem 5. členu zagotavljala svobodo tiska in prepoved vsakršne cenzure. Leta 1956 pa je bil ustanovljen tudi Nemški tiskovni svet - Deutscher Presserat, katerega namen je zavzemanje za svobodo tiska in varovanje ugleda nemških medijev. Tiskovni svet deluje na podlagi svojega statuta, novinarskega kodeksa, smernic za izdajatelje in novinarje ter pravil, ki se nanašajo na pritožbene postopke. (Kelly in drugi 2004, 84–86)

2.3 Zapuščina komunistične preteklosti

Skupni imenovalec večine obravnavanih držav Srednje Evrope, torej Slovenije, Slovaške, Češke, Madžarske in Poljske, je tudi podobna kulturno-zgodovinska in politična preteklost. Omenjene države je sicer v preteklosti bistveno zaznamovalo obdobje komunizma, toda kot navaja Matevž Tomšič, je za nekatere od omenjenih držav in njihove sedanje razmere pomembna tudi predkomunistična tradicija, ki se je v določeni meri ohranila tudi v obdobju komunizma, po padcu komunizma pa odigrala pomembno vlogo v sferi družbenega dogajanja. Države t. i. vzhodne-srednje Evrope so bile del habsburškega oziroma nekatere pozneje tudi del avstro-ogrskega imperija. Stopnja industrializiranosti je bila v teh državah nizka, prevladovalo je večinoma kmečko prebivalstvo, meščanski sloj je bil maloštevilen. Pomembno vlogo je imela v teh družbah katoliška cerkev. Prebivalstvo je bilo pasivno in vdano oblasti, zaradi česar se je v teh državah izoblikoval podložniški tip politične kulture. (Tomšič 2002, 137–145) Podložniški tip politične kulture, katerega v svoji tipologizaciji poleg parohialne in participativne politične kulture navajata tudi Almond in Verba (1963) pa je značilen tudi za politično kulturo (post)komunističnih držav. Flere in Kirbiš poudarjata, da gre pri tem za politično kulturo, ki je v svojem bistvu nedemokratična, ena od njenih bistvenih značilnosti pa je tudi obstoj jasno določene hierarhije in enosmeren tok vpliva od političnega vrha do družbene baze ter pasivnost državljanov v odnosu do politične elite. Osrednjo vlogo v tovrstnih postkomunističnih kulturah igrajo predvsem podložniške

vrednotne usmeritve, kot so avtoritarnost in podredljivost zunanji avtoriteti, agresija do podrejenih, nagrajevanje poslušnosti in kaznovanje neposlušnosti. (Flere in Kirbiš 2011)

Čeprav imajo evropske postkomunistične države tudi v kontekstu zagotavljanja medijske svobode svoje specifike, se denimo v poročilu Ekonomska svoboda sveta (2015), ki ga izdaja ameriška nevladna organizacija Freedom House, uvrščajo na razmeroma visoka mesta na lestvici, kar pomeni, da je v teh državah vendarle razmeroma visoka stopnja ekonomske in posledično tudi medijske svobode. Slovenija se sicer v poročilih Freedom House praviloma vedno uvršča na sam vrh nekdanjih socialističnih držav, zanimivo pa je, da se v skladu z zadnjim poročilom ni najbolje odrezala prav v kategoriji neodvisnosti medijev, v kateri je z oceno 2,25 zasedla med primerljivimi državami četrto mesto. Precej zaskrbljujoče je tudi stanje na Madžarskem. Potem ko se je ta država leta 2006 uvrstila na 10. mesto lestvice, je po nekaj letih zdrsnila na neverjetno 64. mesto. Na Madžarskem so vse pogostejše tudi razprave o medijski cenzuri, eden od najbolj dvoumnih tamkajšnjih medijskih predpisov pa je t. i. princip objektivne odgovornosti, po katerem so novinarji kazensko odgovorni za vsakršne neresnične navedbe, tudi če gre samo za korektno povzemanje tujih izjav. Drugo pereče vprašanje so tožbe, s katerimi se borijo novinarji zaradi razkritja zaupnih državnih dokumentov.

2.4 Politična nevtralnost in ekonomska stabilnost

Danes lahko sicer v kontekstu politične kulture Avstrijo in Švico kaj hitro postavimo pod skupno streho, a ni bilo vedno tako. Avstrija je bila vse do leta 1918 imperij in velesila, medtem ko se je Švica svojim ambicijam po širitvi ozemlja in statusu velesile odpovedala že stoletja nazaj. Habsburška monarhija se je tudi relativno pozno industrializirala, medtem ko se je to v Švici zgodilo veliko prej, država pa je visoko gospodarsko rast dosegala s svojo izvozno politiko. Švica je znana tudi po tem, da v nekaterih delih sedanje države neposredno demokracijo uveljavlja že od leta 1291, ko je bila ustanovljena Stara Švicarska konfederacija, v Avstriji je prava demokracija zaživela šele po letu 1945. Toda navkljub omenjenim raznolikostim je danes med njima tudi veliko podobnosti. Obe veljata za ene od najbolj stabilnih in uspešnih evropskih držav. Tudi na mednarodnem prizorišču ohranjata status stalne nevtralnosti in se tako izogibata

konfliktom. Švica je danes večjezična in multikulturna država, katere nacionalna identiteta je zgrajena predvsem na temeljih federalizma, demokracije in vojaške nevtralnosti. Pomemben vidik švicarske nacionalne identitete je tudi ekonomska uspešnost in materialna blaginja. Švica se je že pred drugo svetovno vojno soočala s problemom ksenofobije in rasizma, v časih, ko se država sooča z vse večjim številom ekonomskih migrantov, pa postajajo ti problemi še toliko bolj izraziti. Precej negativen odnos do narodnostnih manjšin in ekonomskih priseljencev je mogoče zaznati tudi v Avstriji, kar tudi sicer pomembno zaznamuje politično kulturo v Avstriji. (Eatwell 2002, 14–28)

Pestro je tudi na področju avstrijske medijske politike. Večje število zasebnih radijskih postaj je v Avstriji zaživelole šele aprila 1998. Močan vpliv politike se čuti predvsem na državni televiziji ORF, sicer pa je bila avstrijska medijska politika v zadnjem obdobju osredotočena predvsem na povečanje števila zasebnih medijev. (Kelly in drugi 2004, 11–13) Posebnost na področju medijev v Švici je predvsem v tem, da obstaja veliko regionalnih medijev, zaradi jezikovnih posebnosti pa nacionalnih medijev pravzaprav ni. Tudi število tiskanih medijev je v primerjavi z ostalimi evropskimi državami bistveno višje.

3 AVTORIZACIJA

Avtorizacija, kot končni pregled besedila intervjuja s strani intervjuvanca in njegovo dovoljenje za objavo je v slovenskem novinarstvu, pa tudi ponekod drugod po Evropi, znana in razmeroma pogosto uveljavljana praksa pretežno tiskanih medijev. Kljub temu avtorizacija kot uradni novinarski termin ne obstaja. Gre pravzaprav za poimenovanje, ki se je uveljavilo skozi novinarsko prakso, kmalu pa postalo splošno sprejeto tudi v širši javnosti. Tudi novinarski kodeksi, ki posredno govorijo o avtorizaciji, o njej večinoma govorijo v opisni obliki, v povezavi z intervjujem.

V Slovarju slovenskega knjižnega jezika tako denimo za besedo *avtorizacija* najdemo razlago: uradno dovoljenje; potrdilo, pooblastilo. (Slovar slovenskega knjižnega jezika 2000) Tovrstna razlaga je za avtorizacijo, o kateri govorimo v novinarstvu seveda neprimerna, saj zanjo ne obstaja nikakršna zakonska podlaga, zaradi katere bi lahko govorili o uradnem dovoljenju oziroma o nečem, kar je za novinarje zakonsko obvezujoče. Ali bo novinar dal besedilo intervjuja v avtorizacijo, je tako v večini primerov odvisno predvsem od njegovega internega dogovora s sogovornikom. Lahko se tudi zgodi, da sogovornik sodelovanje z novinarjem pogojuje prav z zahtevo po avtorizaciji. Kot navajata Repanšek in Zatlerjeva, pomeni avtorizacija samo preverjanje dejstev, nikakor pa ne tudi vsebinskega spreminjanja enkrat podanih izjav. (Repnšek in Zatler 2000) Toda novinarska praksa je žal pogosto pokazala, da se lahko tudi tovrstno preverjanje dejstev kaj hitro sprevrže v grobe posege v besedilo, spreminjanje in brisanje že podanih izjav. Je temu krivo intervjuvančevo napačno razumevanje avtorizacije in si tako, nevede, da s tem posega v novinarjevo avtonomnost, ob pregledu besedila privošči spreminjanje izjav ali celo pisanje popolnoma novih odgovorov? Gre pri vsem skupaj preprosto za novinarjevo pretirano ustrežljivost in popustljivost, še posebej, če gre za eminentnega sogovornika? Ali pa morda za tovrstnimi pretiranimi posegi v besedilo stojijo tudi zahteve in interesi služb za odnose z javnostmi, ki skrbijo za intervjuvančevo javno podobo, politični interesi, uveljavljena praksa iz časov prejšnjega nedemokratskega političnega sistema?

3.1 Etične in pravne dileme

Novinarji tiskanih medijev, ki pri svojem delu pogosto delajo intervjuje, slej kot prej tudi na lastni koži izkusijo vse prednosti in slabosti zahteve po avtorizaciji napisanega intervjuja. Dati novinarsko besedilo v pregled in odobritev osebi, ki ni vsaj novinarjev neposredno nadrejeni sodelavec oziroma urednik, za novinarja po navadi ne pomeni ničesar pretirano dobrega. Najpogostejše težave, ki se pri tem pojavijo, so v prvi vrsti vezane na časovno dimenzijo, saj so tovrstni pregledi običajno precej zamudni, v novinarskem delovnem procesu pa šteje vsaka minuta, kaj šele ura ali dan. Toda, če se je novinar pred, med ali neposredno po koncu intervjuja s sogovornikom dogovoril, da bo besedilo avtorizirano, je prav, da se tovrstnega ustnega dogovora tudi drži. V primeru, da se novinar pred avtorizacijo s svojim sogovornikom temeljiteje ne pogovori o tem, kaj avtorizacija pravzaprav pomeni, pa se lahko zgodi tudi to, da bo intervjuvanec ob avtorizaciji napisal popolnoma novo besedilo in s tem grobo posegel v njegovo novinarsko avtonomnost.

Avtorizacija novinarskega intervjuja se tako pogosto enači bodisi s cenzuro bodisi z nezaupanjem sogovornika v novinarjevo resnicoljubnost. Polerjeva (1997, 158) celo meni, da avtorizacija v resnici pomeni dodaten »ukrep« v prizadevanju za resnicoljubnost, ki je popolna dolžnost. Kaj naj bi to pravzaprav pomenilo v praksi? Da bo novinar, ki ve, da bo ob koncu pisanja intervju dal v avtorizacijo, ob poslušanju in prepisovanju posnetega pogovora bolj dosleden kot bi bil sicer? Ali, da si zaradi avtorizacije ne bo kar sam izmislil odgovorov? Seveda lahko vse skupaj pogledamo tudi z drugega zornega kota in v spremenjenem avtoriziranem intervjuju vidimo odgovore, ki se bistveno razlikujejo od posnetka. V tem primeru bi avtorizacijo seveda težko razumeli kot »dodaten ukrep v prizadevanju za resnicoljubnost«, saj je njena funkcija kvečjemu v službi potvarjanja resnice.

3.1.1 Pragmatičnost

Vprašanje, ki se na tem mestu poraja, je, čemu neki se potemtakem novinarji celo prostovoljno odločajo za to, da intervjuje vendarle dajo v avtorizacijo. Ob predpostavki, da avtorizacija tudi v praksi pomeni zgolj in samo preverjanje točnosti navedb, v smislu

pravilnega zapisa imen, točnega navajanja številk ali popravka drugih »tehničnih napak«, je lahko celo v obojestransko korist in v interesu tako novinarja kot tudi njegovega sogovornika. Če smo še bolj novinarsko preračunljivi, pridemo tudi do ugotovitve, da se lahko z avtorizacijo pred nezaželenimi nevšečnostmi po objavi intervjuja zaščiti tudi novinar, saj tako ob morebitni poznejši burni reakciji javnosti na intervju avtomatično odpadejo vsi sogovornikovi že večkrat slišani diskreditacijski izgovori, češ da novinar nečesa ni pravilno razumel oziroma da je sogovornika napačno povzel. Toda kot pravi Strentz (1989, 90–92), »če novinar ne more intervjuvati ljudi in opazovati dogodkov ter o njih verodostojno poročati, potem bi bilo morda primerneje, da ta oseba sploh ne bi bila novinar. Novinar naj ne prelaga bremena odgovornosti na sogovornika.«

3.1.2 Vprašanje avtorstva

Drugi razlog, zakaj naj bi novinar, tudi če mu to ni najbolj v interesu, vendarle dal intervju v avtorizacijo, tiči v pravni interpretaciji avtorstva intervjuja. Intervju lahko namreč razumemo tudi kot soavtorstvo novinarja in njegovega sogovornika.

Da je intervju avtorsko delo, je izrecno navedeno v doktrinah Schricher/Loewenheim Par. 2 tc. 57 in Trampuž/Oman/Zupančič str. 35, 146. Da gre pri intervjuju lahko za soavtorstvo spraševalca in intervjuvanca, je prav tako priznано v doktrini: Schricker/Melichar Par. 49 tc. 4. Zakon o avtorski in sorodnih pravicah v 5. členu opredeljuje avtorska dela kot individualne avtorske stvaritve s področja književnosti, znanosti in umetnosti, ki so na kakršen koli način izražene. Zakon med primeri avtorskih del na prvem mestu navaja govorjena dela, ki so avtorska dela, če so izpolnjeni pogoji iz prvega odstavka tega člena. Tako bi lahko intervju opredelili kot avtorsko delo, če dosega ustrezno stopnjo ustvarjalnosti. (Repanšek in Zatler 2000)

V skladu s tovrstno interpretacijo lahko sicer novinar do sogovornika kot soavtorja čuti neke vrste moralno obvezo, zakonske podlage za to, da bi zaradi tega moral intervju pred objavo dati v obvezno avtorizacijo, pa kljub temu ni. V primeru, da gre zgolj za

krajše izjave sogovornika oziroma pogovor, ki bi mu težko pripisali kakšno bistveno stopnjo ustvarjalnosti, pa seveda tudi ta interpretacija odpade.

3.1.3 Cenzura ali nečimrnost

Novinarji, ki delujejo v demokratičnih sistemih, se praviloma pri svojem delu ne bi smeli soočati z brezpogojno ali celo z zakonom zahtevano avtorizacijo. Če se, potem lahko že govorimo o neke vrste cenzuri.

Kljub temu se marsikateri od njih znajde v položaju, ko mora proti svoji volji privoliti na sogovornikove zahteve po avtorizaciji. Običajno gre v tem primeru za sogovornika, za katerega velja razmeroma velik medijski interes, najsi bo to znan politik, športnik, zabavljač, kulturnik ali katera druga znana oseba, ki si lahko zaradi politične moči, ugleda ali popularnosti v interakciji z mediji privošči raznorazne muhaste zahteve, novinarji in medijske hiše pa jih pridno izpolnjujejo v zameno za ekskluzivne ali vsaj zelo odmevne intervjuje. V teoriji ima novinar vedno pravico ne privoliti na tovrstno pogojevanje intervjuja, iz prakse pa vemo, da svobodne izbire v večini primerov pravzaprav nima. Včasih se tudi zgodi, da to izbiro ima, a se ji je pripravljen odreči oziroma privoliti na kakršnekoli pogoje, samo da dobi priložnost, da lahko naredi intervju s pomembnim, uglednim ali celo medijsko razvpitim sogovornikom.

Dogaja se tudi, da zahteve po avtorizaciji, s katero je pogojen intervju, novinarjem ne sporoči potencialni sogovornik osebno, temveč njegova služba za odnose z javnostmi. Predstavniki za odnose z javnostmi se pogosto tudi sam udeležijo intervjuja, si med pogovorom vse skrbno beležijo ali celo snemajo, na koncu pa lastnoročno poskrbijo tudi za avtorizacijo. Čeprav je prisotnost tretje osebe na intervjuju lahko moteča, se za prisotnost tretjih oseb na intervjuju zelo pogosto odločajo prav politiki, še najraje v času predvolilne kampanje, ko lahko vsaka nepremišljeno javno izrečena beseda usodno vpliva na volilni rezultat. Strokovnjaki za odnose z javnostmi sicer v svojih navodilih o tem, kako uspešno izpeljati medijski intervju, zahteve po avtorizaciji ne omenjajo. Zavedajo se, da bi z avtorizacijo na kratki rok sicer dosegli svoj namen, a se hkrati na dolgi rok slabo zapisali pri novinarju oziroma njegovem mediju. Ben Silverman, kolumnist PR Fuel, tako denimo v svojih napotkih s področja odnosov z javnostmi, v

prispevku o tem, kako čim boljše izpeljati medijski intervju, bralcem med drugim svetuje, naj pred objavo ne zahtevajo vpogleda v novinarjev članek oziroma intervju. Pri tem opozarja, da imajo nekateri mediji glede tega zelo strogo določena pravila. Po njegovem mnenju s tovrstno zahtevo novinarju sporočajo, da mu ne zaupajo. Silverman izrecno opozarja tudi na to, da so tovrstne zahteve zaradi kratkih rokov oddajanja člankov zelo nepraktične. (Silverman 2016)

V družbah z visoko razvito poklicno etiko se predstavniki za odnose z javnostmi tovrstnih napotkov seveda držijo, v Sloveniji pa je videti, da je logika razmišljanja predstavnikov za odnose z javnostmi prav nasprotna. Avtorizacijo običajno omenijo že ob prvih dogovarjanjih za intervju, ki seveda potekajo prek njih in ne neposredno s potencialnim sogovornikom. Če se intervju fotografira, pogosto zahtevajo celo avtorizacijo slik, ki bodo objavljene. Kot dobri poznavalci novinarskega dela in navsezadnje tudi kot zgledni predstavniki svojega poklica, bi lahko novinarju stopili naproti do te mere, da bi za avtorizacijo poskrbeli v najkrajšem možnem času, v pregledano besedilo pa vnesli zgolj minimalne in nujne popravke. A to je prej izjema kot pravilo. Ker zelo dobro vedo kdaj posamezna uredništva zaključujejo z redakcijo, se dogaja, da, še posebej, če so pri avtorizaciji občutno pretiravali s posegom v prvotno besedilo, uberejo drugo pot. Popravljen besedilo vrnejo novinarju tik pred zdajci in računajo na to, da bodo zaradi časovne stiske vsi njihovi posegi v besedilu intervjuja preprosto upoštevani.

4 AVTORIZACIJA IN NOVINARSKI KODEKSI

Sočasno z razvojem novinarstva so svoj razvoj doživeli tudi kodeksi novinarske etike. Kot navaja J. C. Jones, so bile etične norme v novinarskem poklicu prvič kodificirane v zgodnjih dvajsetih letih prejšnjega stoletja. Leta 1918 je bil v Franciji sprejet *Charte des devoirs professionnels des journalistes français*, leta 1923 pa so v Ameriki razglasili tudi *Codes of Ethics of the American Society of Newspaper Editors*. Kot še ugotavlja Jones, je bilo vsem kodeksom skupno to, da so v prvi vrsti želeli pred neodgovorno ali propagandno rabo medijev zaščititi tiste, ki jim je komuniciranje namenjeno. Kodeksi so pred ponižujočim in neodgovornim ravnanjem ali ravnanjem v nasprotju z lastno vestjo varovali tudi zaposlene v komunikacijski industriji, hkrati pa so omogočali tudi odprte kanale komuniciranja – navzgor in navzdol. Novinarjem so tako omogočili prosti dostop do informacij, državljanom pa možnost, da s pomočjo medijev izrazijo svoje mnenje o stvareh, ki so bile opravljene v njihovem imenu. (Jones 1980, 38–48)

Čeprav je od sprejetja prvih kodeksov novinarske etike minilo že skoraj sto let, se potreba po urejanju razmer na področju profesionalnega novinarstva ni prav nič zmanjšala. Z razvojem tehnologije, ekonomsko krizo in splošno krizo zaupanja v medije, je tovrstno zagotavljanje profesionalnih novinarskih standardov postalo nuja. Večina kodeksov, ki jih poznamo danes, je bila tako sprejetih prostovoljno, v okviru novinarske profesije. Kljub temu pa je tudi iz posameznih določil kodeksov moč razbrati, v kakšnih družbeno-političnih razmerah so nastajali. V tem smislu je lahko zelo zgovoren tudi podatek, katere od držav so v svoje kodekse novinarske etike vnesle tudi določilo o obstoju novinarske avtorizacije. Za razumevanje našega problema raziskave je seveda pomembno tudi to, na kakšen način je v tem primeru avtorizacija pravzaprav definirana – zgolj kot priporočilo ali kot obveza.

4.1 ZDA

Ameriški novinarji so, tudi glede na to, v kakšnem mediju delujejo, včlanjeni v različna profesionalna novinarska združenja, še vedno pa najbolj znano združenje, ki tudi številčno zajema največ novinarjev, ostaja Združenje poklicnih novinarjev (*Society of Professional Journalists – SPJ*). Združenje, ki obstaja že vse od leta 1909, je najprej za svoje delovanje leta 1926 prevzelo kodeks Ameriškega društva časopisnih urednikov.

Lastni kodeks so sprejeli šele leta 1973 in ga pozneje tudi večkrat dopolnjevali. Kodeks, kakršen je trenutno v veljavi, je bil sprejet na nacionalni konvenciji septembra 1996 in velja za dober kodeks, po katerem se zgledujejo tudi marsikatera druga novinarska združenja po svetu. Toda ne v tem ne v katerem drugem ameriškem kodeksu novinarske etike ne najdemo določil, ki bi neposredno ali posredno govorila o avtorizaciji intervjuja. Pozornost je usmerjena na druga področja novinarskega delovanja. Člani Združenja poklicnih novinarjev tako verjamejo, da je obveščenost javnosti predhodnica pravice in osnova demokracije. Naloga novinarjev pa je, da podpirajo ta dva cilja tako, da iščejo resnico in podajajo pošteno in celotno sliko dogodkov in zadev. Vestni novinarji vseh vrst medijev in področij stremijo k temu, da služijo javnosti z natančnostjo in poštenostjo. Profesionalna neoporečnost pa je temelj kredibilnosti novinarja. (Združenje poklicnih novinarjev 2014)

4.2 Slovenija

V samostojni Sloveniji je bil vse do leta 2002 v veljavi Kodeks novinarjev Republike Slovenije, ki ga je leta 1991 sprejelo Društvo novinarjev Slovenije, v smernici 2.4 pa je med drugim določal: »Intervju je novinarsko neoporečen, ko je prizadeti odobril končno verzijo. V primerih, ko avtorizacija časovno ni mogoča, mora intervjuvanec nedvomno vedeti, da bodo njegove izjave objavljene v obliki intervjuja. Ustni ali pisni intervju v takih okoliščinah ni zgolj vest, marveč avtorskoppravno zaščiteno delo, zlasti kadar je besedilo oblikovano v obliki navedb.« (Društvo novinarjev Slovenije 1991)

Čeprav tako spisana smernica pojma avtorizacije ni definirala, je jasno, da novinarju izvršitev avtorizacije nalaga kot neke vrste obvezo, saj bi v nasprotnem primeru zavestno kršil novinarski kodeks. Kodeks bi po tej logiki novinar kršil tudi v primeru, če bi naredil odličen intervju in v njem sogovornika pripravil do tega, da pove več kot je sprva nameraval ali pa morda celo priznal svojo odgovornost ali krivdo za kakšno dejanje. Kolikšna je verjetnost, da se bo sogovornik ob avtorizaciji strinjal s tem, da v intervjuju ostanejo tudi navedbe, ki mu lahko uničijo kariero? Bo zato sicer odličen intervju novinarsko oporečen?

Snovalci tako nelogično spisanega slovenskega novinarskega kodeksa naj bi se pri njegovem nastajanju zgledovali po nemškem, toda v slednjem je zahteva po avtorizaciji nekoliko drugače formulirana in dopušča možnost, da je lahko intervju novinarsko neoporečen tudi brez avtorizacije.

Društvo novinarjev Slovenije je leta 2002 sprejelo nov novinarski kodeks, v katerem zgoraj omenjenih smernic o avtorizaciji ni več. (Društvo novinarjev Slovenije 2002). Medijski strokovnjaki so spremembo pozdravili. Milosavljević je denimo ob tem zapisal, da je bil že skrajni čas, da se je ukinila avtorizacija intervjuja, kakršno je zahteval kodeks Društva novinarjev Slovenije. Določilo o avtorizaciji je bilo po njegovih besedah nepopolno, nedorečeno in ponižujoče za novinarja. Tistemu, ki daje intervju, je podeljevalo absolutno moč in nadzor nad tem, kar bo objavljeno, medtem ko je novinarja degradiralo v izpolnjevalca vseh zahtev in muh intervjuvanca. Poleg tega je bilo diskriminatorno do novinarjev, ki delajo v tiskanih medijih. (Milosavljević 2002)

Leta 2010 je Društvo novinarjev Slovenije ponovno sprejelo nov kodeks. Tudi v tej različici ni nobenih določil o avtorizaciji intervjuja. Sloveniji tako že dobrih 14 let ne obstaja noben nacionalni kodeks novinarske etike, kaj šele medijski zakon, ki bi novinarje zavezoval k temu, da morajo intervju dati v avtorizacijo. Tako je v teoriji. V praksi pa v resnici še vedno živijo določila starega kodeksa, sprejetega leta 1991.

4.3 Srednjeevropska praksa

V nasprotju z anglosaško novinarsko tradicijo, za katero je nesprejemljivo, da se od novinarja zahteva, da intervju avtorizira, je na področju Srednje Evrope uveljavljena popolnoma drugačna novinarska praksa. Med obravnavanimi državami tako poleg Slovenije najdemo le še tri države, ki v svojih aktualnih novinarskih kodeksih ne omenjajo avtorizacije intervjuja. To so: Avstrija, Češka in Švica. In če sklepamo na primeru Sloveniji, tudi to, da takšnega določila v njihovih kodeksih ne najdemo, še ne pomeni nujno tudi tega, da se v teh državah avtorizacija novinarskih intervjujev ne izvaja.

Etični kodeks slovaškega sindikata novinarjev denimo že v prvem poglavju, ki se nanaša na novinarjev odnos do javnosti, določa, da novinar ne sme objaviti intervjuja,

če oseba, s katero se je pogovarjal, tega ne želi. Prav tako mora soglašati tudi s tem, da bo intervjuvancu, če bo ta to želel, dal v avtorizacijo besedilo intervjuja. (Slovaški sindikat novinarjev 2011)

Poljski etični kodeks (Poljsko novinarsko združenje 1991) v poglavju, ki se nanaša na novinarjev odnos do sogovornika in naslovnike, med drugim določa: Sogovorniki bi morali biti obveščeni o tem, na kakšen način bo uporabljena njihova izjava. Avtorizacijo za uporabo danih informacij je treba zahtevati v primeru, ko sogovornik izrazi takšno željo. Izjave otrok so lahko uporabljene samo z odobritvijo njihovih staršev ali skrbnika.

Nemški novinarski kodeks (Nemški tiskovni svet 2013) v smernici, ki se nanaša na intervju, med drugim pravi, da je intervju v vsakem primeru novinarsko neoporečen, če ga je pred tem avtoriziral intervjuvanec ali njegov pooblaščenec. Pod posebnim časovnim pritiskom je neoporečno objaviti tudi izjave v neavtorizirani obliki, če je udeležencem intervjuja jasno, da so izjave namenjene dobesedni in smiselni objavi. Novinarji jih morajo kot take tudi vselej označiti.

Tudi Etični kodeks nacionalnega združenja madžarskih novinarjev v poglavju o varstvu osebnosti precej natančno določa pogoje o izvedbi intervjuja. Tako med drugim določa, da gre za kršitev novinarske etike, če so bile izjave intervjuvanca bistveno spremenjene brez njegovega soglasja ali če v izjavah niso bile upoštevane spremembe, za katere je zaprosil intervjuvanec. V skladu z omenjenim kodeksom ima intervjuvanec tudi pravico, da določi pogoje, pod katerimi bo potekal intervju, a se ta določba ne sme razlagati kot kršitev uredniške svobode. Če intervjuvanec tovrstnih pogojev ni vnaprej postavil, so lahko naknadno upoštevani le v posebnih primerih. V skladu z madžarskim etičnim kodeksom novinar pred objavo predstavi članek ali besedilo posnetega materiala intervjuvancu ali udeležencu v programu samo, če je ta to od njega zahteval. Kodeks poudarja tudi, da je namen tovrstne prakse lahko izključno odprava dejanskih napak v besedilu.

4.4 Interni kodeksi medijev

Navkljub razmeroma dobrim mehanizmom medijske samoregulacije, ki so jih tekom let razvili v Evropi in v ZDA, pa se v zadnjem obdobju vse več medijskih hiš odloča tudi za uvedbo internih novinarskih kodeksov. Razlog za njihovo uvedbo po navadi tiči v konfliktu interesov, iz vsebine tovrstnih internih kodeksov pa je kaj hitro razvidno, da nekateri od njih obravnavajo podobne teme kot etični kodeksi profesionalnih novinarskih združenj. Nas je v tem primeru zanimalo predvsem, ali se tovrstni kodeksi ukvarjajo tudi z vprašanjem avtorizacije intervjuja.

4.4.1 Primer New York Timesa

Časopis New York Times je že leta 1999 za svoje novinarje in urednike izdal podroben seznam pravil, namenjenih predvsem zagotavljanju ustreznih novinarskih standardov. Gre za interni pravilnik, znan pod imenom Guidelines on Our Integrity (New York Times 1999), v njem pa v razdelku o citiranju med drugim poudarjajo, da je pomembno, da se tudi njihovi bralci zavedajo, da gre pri vseh izjavah, ki jih časopis navaja med narekovaji, za dobesedne navedbe. New York Times se namreč z olupševanjem izjav oziroma čiščenjem neprimernih besed iz njih ne ukvarja. Če novinar oceni, da določena izjava ni vsebinsko ali slovnično primerna za dobesedno citiranje, jo lahko v članku tudi parafrazira. Tega v intervjuju seveda ne more storiti.

New York Times je poleg že omenjenega Guidelines on Our Integrity leta 2004 izdal tudi prenovljeni etični kodeks Ethical Journalism; Code of Conduct for the News and Editorial Department. Kodeks, ki obsega 54 strani, zelo natančno določa, kako se morajo ravnati uredniki in novinarji v različnih okoliščinah, vključno z javnim življenjem in zasebnimi finančnimi naložbami. Namen kodeksa je predvsem ohranjati integriteto časopisa, z vprašanjem izvedbe intervjuja ali avtorizacije se ne ukvarja. (New York Times 2004)

Julija 2012 je novinar New York Timesa Jeremy Peters na primeru predsedniške kampanje Baracka Obame razkril, da je tudi v ZDA avtoriziranje izjav postalo vse pogostejša praksa. Afero, ki je ob tem izbruhnila, bomo podrobneje analizirali v

naslednjem poglavju, je pa bila ključnega pomena za to, da se je New York Times odločil, da svojim novinarjem poleg že znanega Guidelines on Our Integrity doda še nekaj jasnih napotkov glede avtorizacije. Zapis z naslovom Guidelines on 'quote approval' tako novinarjem New York Timesa izrecno prepoveduje, da svojim sogovornikom dajejo v naknadno avtorizacijo njihove izjave ali kar cele intervjuje. Izjav ne smejo v avtorizacijo pošiljati niti tiskovnim predstavnikom svojih sogovornikov. V primeru, da intervjuvanec sodelovanje pogojuje s poznejšim pregledom intervjuja, pa morajo novinarji takšno sodelovanje zavrniti. (Beaujon 2012)

4.4.2 Slovenski primeri

Po vzoru tujih medijev se za svoje interne pravilnike oziroma etične kodekse odloča tudi vedno več slovenskih medijev. Nekateri od njih imajo tudi določila, ki se nanašajo na vprašanje avtorizacije.

Časnik Finance je Kodeks novinarjev časnika Finance z internimi pravili finančnega novinarstva sprejel 25. februarja 2005. Kot je navedeno, kodeks upošteva svetovno priznana etična merila novinarskega poročanja, zakon o medijih, zakon o trgu vrednostnih papirjev in direktivo EU o trgovanju z notranjimi informacijami in tržni manipulaciji. Kodeks v točki 7 jasno določa tudi: »Intervjuji, objavljeni v časniku Finance, so lahko na željo intervjuvanca avtorizirani, vendar ta svojih izjav vsebinsko ne sme spreminjati. Izjave v člankih in anketah so avtorizirane le izjemoma. Vir ima pravico do avtorizacije le svoje izjave, ki je vsebinsko ne sme spreminjati.« (Finance 2005)

Vprašanje avtorizacije obravnava tudi Kodeks delovanja spletnega portala Pod črto. Kot je pojasnjeno v uvodu, deluje portal po omenjenem kodeksu zaradi preprečevanja zlorab medija oziroma v izogib poročanju, ki bi povzročilo negativne posledice za tiste, ki si jih ne zaslužijo. Določila o avtorizaciji najdemo v 16. in 17. členu kodeksa.

16. Novinar lahko v avtorizacijo na zahtevo osebe da le osnutek članka, ki ima obliko intervjuja. Ostale oblike avtorizacije niso mogoče.

17. Novinar mora osebi jasno povedati, da bo v primeru avtorizacije intervjuja brez izjem upošteval le popravke, ki so bili podani zaradi navajanja napačnih dejstev. Stilistične popravke oziroma umik ali dodajanje določenih izjav izvede novinar po lastni odločitvi in k popravku ni zavezan. S tem dejstvom mora novinar seznaniti osebo, ko slednja zahteva avtorizacijo. (Pod črto 2015)

Svoj kodeks, imenovan Kodeks novinarjev Žurnala24, ima tudi spletni časopis Žurnal24. Sprejet je bil julija 2014, v njem pa med drugim najdemo tudi to določilo: »Sogovorniku mora novinar jasno povedati, ali ga sprašuje "on the record" ali "off the record". V prvem primeru ga lahko navaja kot vir in ga zaradi objavljenih navedb seveda ni treba ščititi. V drugem primeru ga je dolžan ščititi kot svoj vir. Avtorizacija izjav ali intervjujev ni obvezna.« (Žurnal24 2012)

5 ANALIZA PRIMEROV

V času nekdanje Jugoslavije, ko so novinarji veljali za družbenopolitične delavce, so tudi slovenski novinarji svoje intervjuje brezpogojno oddajali v avtorizacijo. Ta praksa se je očitno prenesla tudi v novo državo, saj je avtorizacijo, kot smo že ugotovili, v svojih smernicah predvideval tudi novinarski kodeks, sprejet leta 1991. Avtorizacija intervjujev je ostala ustaljena praksa večine slovenskih novinarjev tudi po spremembi kodeksa leta 2002. Slovenski novinarji se zaradi zahtevane avtorizacije pri svojem delu pogosto srečujejo z različnimi zapleti, a le redki primeri so tudi javno izpostavljeni.

Za tovrstne zaplete niso imuni niti novinarji drugih srednjeevropskih držav. Podobno novinarsko prakso kot v Sloveniji namreč najdemo tudi v drugih srednjeevropskih postkomunističnih državah. Pa vendar bi zahtevo po avtorizaciji težko označili izključno za pritiklino nekdanjih svinčenih časov. Videti je namreč, da je danes avtorizacija bolj kot v službi politike v službi kapitala. To še kako dobro vedo prav nemški novinarji, ki se iz dneva v dan srečujejo z vedno bolj absurdnimi primeri avtorizacij novinarskih intervjujev. Vse pogosteje tako zaradi zapletov pri avtorizacijah v nemških časopisih namesto intervjujev objavljajo prazen prostor ali besedilo v katerem je vidno označen ob avtorizaciji izbrisan oziroma cenzuriran del besedila. Tudi Američani so bili šokirani, ko so leta 2012 zvedeli, da so avtorizacijam vse pogosteje podvrženi tudi ameriški novinarji. Odločili so se, da zadevo zatrejo v kali. Naknadno avtoriziranje izjav s strani politikov so ostro obsodili in celo prepovedali.

5.1 Žurnal24

Intervju z Janezom Janšo v časopisu Žurnal24 junija 2011 je pravzaprav eden od redkih primerov zapleta pri avtorizaciji intervjuja, ki je bil v Sloveniji kadarkoli javno obelodanjen. Kljub temu je bila celotna zgodba za poznavalce razmer v slovenskem novinarstvu prej klasična kot pa ekskluzivna. Novinarki sta naredili intervju s politikom in se vnaprej dogovorili za avtorizacijo. Končen obseg intervjuja je bil za objavo preobsežen, zato sta ga novinarki prilagodili objavi v časopisu, kar v bistvu ni nič nenavadnega, saj se s podobnimi težavami srečujejo v domala vseh medij. Toda politik se je odločil, da tovrstne okrnjene različice intervjuja brez dodatnih pripisov ne bo

avtoriziral. Novinarki sta vztrajali, da v časopisu ne bosta objavili intervjuja s pripisi, ki jih politik na intervjuju v živo ni izrekel. Časopis je iz celotnega zapleta ustvaril medijsko afero in na svoji spletni strani objavil obe različici intervjuja. (glej Sliko 5.1)

Slika 5.1: Avtorizirana in neavtorizirana različica intervjuja na Žurnal24

NASLOVNICA SLOVENIJA SVET KRONIKA ŠPORT MAGAZIN ZDRAVJE

Mandatar bo, tudi če bo Urška proti

Janez Janša. Ob vztrajnem padanju zaupanja v politiko opozicijski vodja ne deli mnenja, da ni alternative. To menda produciramo mediji. Pripravljen je sestiti na mandatarski stol.

Maja Kalan, Manca Borko / Ljubljana 18. 6. 2011, 06:00

f 0 t 0 G+1 0 Pin it Natisnite



Janez Janša (Foto: Anže Petkovšek)

Janez Janša naposled, po večurnih pogajanjih, ni dal soglasja k objavi intervjuja, kot ste ga prebrali, ker nismo želeli objaviti njegovih pripisov k odgovorom, ki jih v pogovoru z novinarkama ni podal. Celotno različico intervjuja, ki jo je odobril, si lahko preberete na spletu.

Intervju, ki ga pravkar berete, je bil objavljen v današnjem Žurnalu in zanj Janša ni želel dati avtorizacije. Na spletu smo objavili tudi avtorizirano različico intervjuja, v kateri so dodani pripisi k odgovorom, ki jih v pogovoru z novinarkama ni podal. Slednjo, daljšo različico, si lahko preberete na tem mestu.

Je Slovenija v politični ali koalicijski krizi?

Vir: Žurnal 24 (2011).

Hkrati so se razplamtele tudi številne razprave o tem ali je avtorizacija novinarski standard ali ne. Ironično pri vsem skupaj je, da je imel vsak od vpletenih v to zgodbo po svoje prav. Leta 2011 v Sloveniji že zdavnaj ni bil več v veljavi novinarski kodeks v skladu s katerim bi morali novinarji svoje intervjuje pošiljati v avtorizacijo. Novinarki bi se lahko na to dejstvo sklicevali že ob prvih dogovorih za intervju. Časopis bi potem morda ostal brez zelenega intervjuja, a to je pač cena, ki bi jo mediji morali biti pripravljeni plačati v zameno za svojo avtonomnost. Namreč, v primeru, da se novinar s svojim sogovornikom predhodno dogovori za avtorizacijo, se je tovrstnega dogovora dolžen tudi držati. Ob privolitvi v avtorizacijo je vsekakor pametno tudi jasno opredeliti, kakšne posege v besedilo naj bi avtorizacija sploh obsegala. Ob tem je zanimiv tudi podatek, da se je Žurnal24 navkljub zgoraj opisanim zapletom z avtorizacijo ob sprejemanju svojega internega kodeksa tri leta pozneje odločil, da možnost avtorizacije vendarle obdrži. Napisali so namreč, da avtorizacija izjav ali intervjujev ni obvezna, ne pa tudi tega, kaj naj bi ta avtorizacija obsegala.

5.2 Portal Pod črto

O tem kako daleč v nespoštovanju novinarskega poklica gredo lahko državni uradniki in predstavniki za odnose z javnostmi zelo zgovorno priča primer spletnega medija Pod črto. (glej Sliko 5.2) Ta je februarja 2015 za potrebe pisanja raziskovalnega članka ministrstvo za zdravje zaprosil za pogovor s predstavnico ministrstva, na temo anomalij v slovenskem zdravstvu. Po že dogovorjenem terminu je Majda Hostnik, predstavnica za odnose z javnostjo v kabinetu ministrice za zdravje Milojke Kolar Celarc, želela novinarje spletnega portala Pod črto prepričati, da ji še pred objavo članka v odobritev posredujejo izjave, ki jih bodo pridobili v intervjuju. Ministrstvo za zdravje je namreč uvedlo poseben postopek za odobritev objav v medijih. Predstavniki za odnose z javnostjo ministrstva za zdravje tako pogovore z ministrom ali ostalimi zaposlenimi omogočijo le tistim novinarjem, ki privolijo v to, da jim bodo v članku navedene izjave ministra ali ostalih zaposlenih še pred objavo posredovali v branje in odobritev oziroma v avtorizacijo. Na njihovo pojasnilo, da bi bilo to med drugim tudi v nasprotju z internim kodeksom portala Pod črto, pa so z ministrstva dobili še bolj absurden odgovor: »Naša pravila so nad vašimi.« (Voh Boštic 2015) Omenjeni primer je sporen z

več vidikov, navsezadnje tudi z vidika opravljanja službe odnosov z javnostmi, katere poslanstvo nikakor ni izvajanje cenzure v medijih. Skrb vzbujajoče pa ni v tem primeru le ravnanje ministrstva, temveč tudi njihova trditev, da novinarji drugih medijskih hiš brez težav privolijo v tovrstno avtorizacijo člankov pred objavo. V primeru, da bi se takšna praksa razširila tudi na druge državne urade, novinarji pa bi to mirno sprejeli, bi to lahko pomenilo tudi zaton objektivnega in neodvisnega novinarstva in vladavino državne cenzure.

Slika 5.2: Portal Pod črto in zahteva Ministrstva za zdravje po avtorizaciji



Medij za neodvisno novinarstvo podcrto.si

TEMA: MEDIJI Članek, 25. 2. 2015 2 komentarja

Ministrstvo za zdravje z zahtevami po avtorizaciji cenzurira medije

Minister in zaposleni novinarjem ne dajejo izjav, če novinarji še pred objavo članka napisanih izjav ne pokažejo oziroma dajo v odobritev predstavnikom ministrstva za odnose z javnostjo.

Anže Voh Boštic



Vir: Pod črto (2015).

5.3 Poljske afere

V družbi, obremenjeni z nadzorom in medijsko manipulacijo, avtorizacija očitno ni le sredstvo za naknadno olepševanje izjav in spreminjanje dejstev, pač pa tudi priročen izgovor. Tudi za nekdanjega poljskega zunanjega ministra Radosława Sikorskega. Ta je oktobra 2014 v intervjuju za ameriški politični časopis *Politico* podal kar nekaj šokantnih izjav. Med drugim je izjavil tudi to, da je ruski predsednik Vladimir Putin že leta 2008, za časa obiska premiera Donalda Tuska v Moskvi, predlagal razdelitev Ukrajine med Poljsko in Rusijo.

Gre za navedbo, ki je tako na Poljskem kot tudi v Rusiji in Ukrajini sprožila burne reakcije, Sikorski pa je ob tem v svoj zagovor lahko dejal le, da intervju ni bil avtoriziran in da so bile nekatere njegove besede pretirano interpretirane. (glej Sliko 5.3)

Slika 5.3: Poljski politik Radosław Sikorski se izgovarja na avtorizacijo

The screenshot shows the Radio Poland website interface. At the top, there is a navigation bar with the 'RADIO POLAND' logo, a 'LISTEN LIVE' button, and a search bar. Below the navigation bar, there are links for 'News', 'Radio', 'Most Popular', 'About Us', and 'Contact Us'. The main content area features a news article with the headline 'Sikorski: 'I did not authorize Politico interview'' and a sub-headline 'Radosław Sikorski has appeared to disown some of the explosive comments he made to an American magazine about how President Putin suggested partitioning Ukraine with Poland's help.' A photograph of Radosław Sikorski is displayed. To the right of the article, there are social media sharing options for Facebook, Twitter, RSS, and Podcast. Below these are sections for 'Featured Radio' with two items: 'BALANCE :: No trading on Sunday?' and 'CENTRAL EUROPE TODAY :: 71. UNGA - cha ...'. A 'Most Popular' section lists several news items, and a 'Radio Shorts' section features 'HIGH NOTE :: Festival of Baroque Operas'.

Vir: Radio Poland (2014).

Novinar Politica Ben Judah, ki je s Sicorskim naredil intervju, je vse skupaj komentiral zgolj z besedami, da sploh ne razume o čem neki Sicorski govori in da v ZDA pač ni v navadi, da se intervjuji avtorizirajo. Ob tem velja omeniti tudi podatek, da je Sicorski pravzaprav nekdanji novinar, poročen s kolumnistko Washington Posta. Sodeč po njegovem izgovarjanju na avtorizacijo pa lahko sklepamo, da se je, navkljub dolgoletnemu življenju v tujini, predvsem v veliki Britaniji, hitro nalezl poljskih novinarskih standardov.

Na Poljskem naj bi tudi sicer zahteve po avtorizaciji intervjuja postale kar ustaljena praksa. Po pisanju Andrewa Kuretha za Poland Today, ima tovrstna praksa slab vpliv na tamkajšnje medije in bralcem ne daje nobenih relevantnih informacij. Sam se tako spominja kar nekaj primerov, ko mu je avtorizacija uničila zares dober članek. Navede tudi primer, ko je intervjuval pomembnega poslovneža in mu ob koncu intervjuja poslal v avtorizacijo besedilo. Sogovornik mu je poslala nazaj pregledano besedilo z vnesenimi minimalnimi popravki. Isto besedilo je nato želela videti tudi njegova agencija za odnose z javnostmi, ki pa je iz omenjenega intervjuja umaknila kar cele stavke. (Kureth 2014)

5.4 Nemško prikrojevanje resnice

V Nemčiji ima avtorizacija, podobno kot v kateri drugi srednjeevropski državi, dolgo, več desetletij trajajočo in trdno zakoreninjeno tradicijo. Prvi, ki je že davnega leta 1958 začel s tovrstno prakso, je bil Der Spiegel, ki je tako kmalu postal znan po svojih avtoriziranih intervjujih. Dobri nameni, utemeljeni na etičnih principih, so se kaj kmalu izjalovili in avtorizacije so postale predvsem prirejanje in spreminjanje že zapisanih dejstev. Po zaslugi določil novinarskega kodeksa se je ta novinarska praksa prenesla na domala vse tiskane nemške medije, ki so avtorizacijo in vse, kar sodi zraven, pač sprejeli kot dejstvo. To je običajno pomenilo tudi to, da so novinarji in medijske hiše tudi vse težave, do katerih je prihajalo pri avtoriziranju intervjujev, razumeli kot nekaj samoumevnega in jih niso obešali na veliki zvon. Vsaj do sedaj ne. A videti je, da so tudi v Nemčiji stvari ušle izpod nadzora. Tisto, kar je bilo morda še do nedavnega videti kot zgolj nedolžen pregled besedila in popravilo manjših napak, se je z leti sprevrglo v maratonsko več ur ali celo dni trajajoče pisanje popravkov, obračanje besed, brisanje že

izrečenih in napisanih stavkov in pisanje novih, s povsem drugačno vsebino. Avtorizacija je postala predmet medijske manipulacije, vse pogosteje pa tudi nekaj, s čimer sogovorniki in agencije za odnose z javnostmi že vnaprej pogojujejo sodelovanje.

Januarja 2016 je v Nemčiji in celo izven njenih meja vendarle zakrožila zgodba o tem, kako so nemški finančni minister Wolfgang Schäuble in njegovi predstavniki za odnose z javnostmi debelih 66 ur avtorizirali intervju za *Süddeutsche Zeitung*. Zadnje popravke, v katerih naj bi popravili zgolj eno samo besedo, so poslali le tri ure pred odhodom intervjuja v tiskarno. (Gammelin 2016) Novinarjem je prekipelo in na medmrežju so se kmalu pojavile številne najbolj bizarne zgodbe, povezane z avtorizacijami intervjujev. Novinarji so si bili hitro enotni, da je treba tiraniji avtorizacije končno narediti konec. Markus Hesselmann, urednik spletnega *Tagesspiegel*, je na Facebooku zapisal, da je to pomemben korak naprej, da se o tem začne tudi javno razpravljati. Večina bralcev namreč ne ve ničesar o tovrstnih jezikovnih igrinah, s katerimi se soočajo novinarji. Po njegovem mnenju je naslednji korak ukinitve avtorizacije.

Sicer pa je bilo v zadnjih nekaj letih v nemških medijih javno izpostavljenih že kar nekaj primerov intervjujev, v katerih so bili pogovori po avtorizaciji v celoti predelani. Najbolj je zagotovo bodel v oči intervju z generalnim sekretarjem SDP Olafom Scholzem, jeseni 2003. (glej Sliko 5.4) Časopis se je odločil intervju javno objaviti v obliki iz katere je popolnoma razvidno za kako grobe posege v besedilo je v resnici šlo pri avtorizaciji.

Slika 5.4: Cenzurirani intervju z Olafom Scholzom v die Tageszeitung



Weil der damalige SPD-Generalsekretär Olaf Scholz alle seine Interviewantworten umschrieb, strich sie die taz gleich ganz. (Bild: ddp/Michael Kappeler)

INTERVIEW-AUTORISIERUNG

IM KONTROLLWAHN

Nicht oft verdienen Interviews noch diese Bezeichnung. Selbst einzelne Zitate werden häufig geändert oder gestrichen. Diese Art der Zensur konterkariert den Sinn journalistischer Fragen und den hiesigen Pressekodex. Der Presserat spricht von einer "Pervertierung" der Autorisierungspraxis, aber nichts ändert sich.

Vir: Journalist Online (2008).

Na podoben način, torej s počrnelimi deli ob avtorizaciji spremenjenega oziroma brisanega besedila, so leta 2003 na problem avtorizacije in to kako v resnici delujejo sodobni mediji, opozorili tudi v kulturnem magazinu U_mag. V tovrstni obliki objavljen intervju z igralko Hannah Herzsprung, ki si je ob avtorizaciji privoščila nekoliko preveč svobode, je javnost sprva šokiral, a kmalu je sledila še vrsta podobnih pričevanj drugih medijev.

Slika 5.4: Po avtorizaciji povsem predelan intervju v reviji U_mag

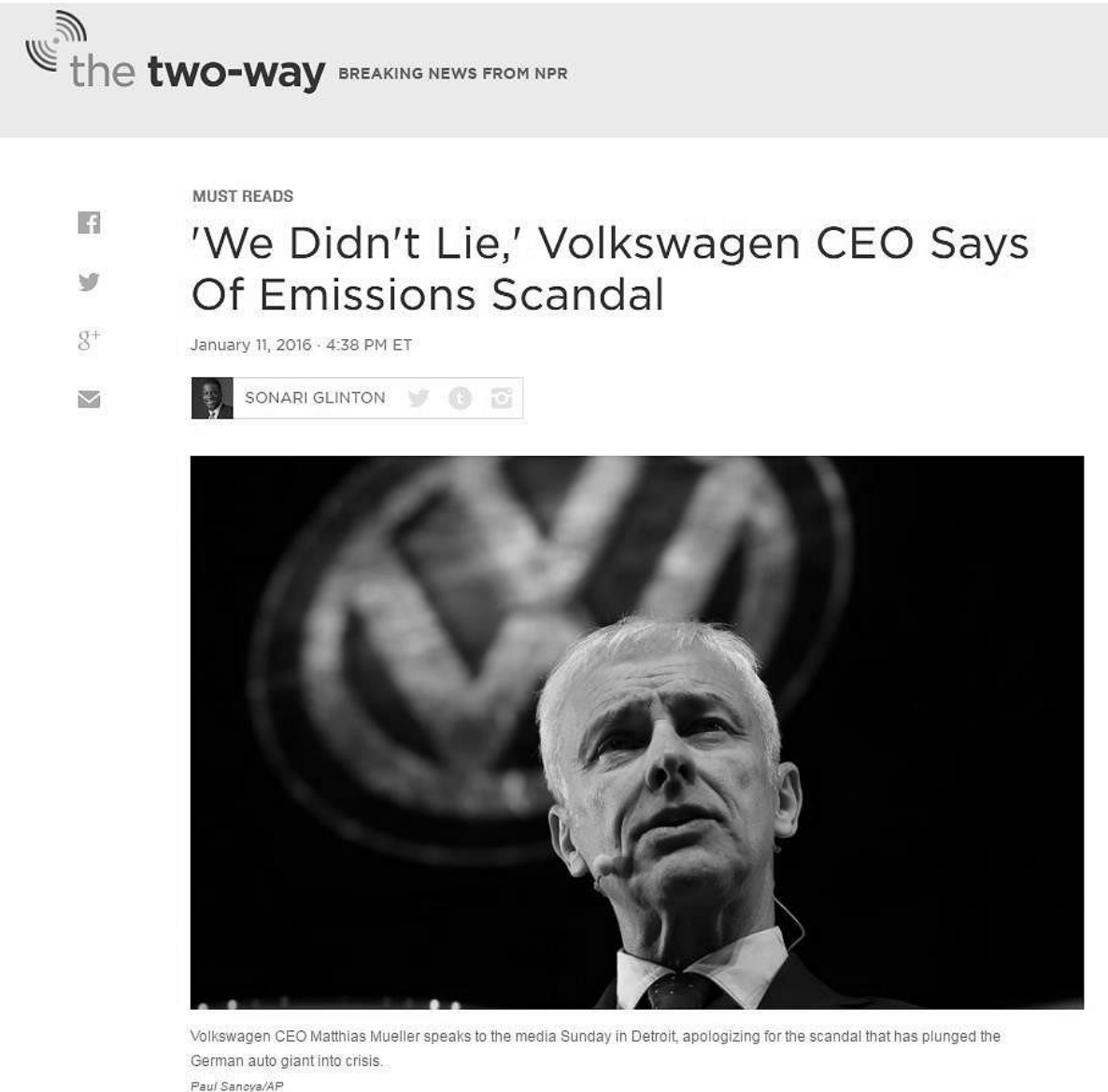


Vir: Deutsche Welle (2007).

Največji nemški medijski absurd, povezan z avtorizacijo, pa se pravzaprav ni zgodil na nemških tleh, temveč v ZDA. Tja je namreč januarja 2016 odpotoval direktor Volkswagna Matthias Müller, da bi na radijski postaji NPR ameriški javnosti osebno pojasnil afero s prirejanjem emisij dizelskih agregatov. Toda namesto da bi se na vprašanje novinarja posul s pepelom in priznal krivdo, je Müller dejal, da pri Volkswagnu niso lagali in da je bila za vse skupaj kriva tehnična napaka. (glej Sliko 5.6) Na to se je takoj odzval Volkswagnov oddelek za odnose z javnostmi in zaprosil radijsko postajo, da posname nov intervju. To se je tudi zgodilo in naslednji dan se je Müller v radijskem intervjuju najprej opravičil za izjavo, ki jo je podal dan prej, nato pa še priznal krivdo Volkswagna. Ker ima radijski medij drugačne zakonitosti kot tiskani, svoje izjave seveda ni mogel dokončno izbrisati ali jo pred objavo skupaj s svojimi svetovalci preurediti. Način, kako so se Volkswagnovi strokovnjaki za odnose z javnostmi odzvali na intervju in ga na vsak način hoteli umakniti iz javnosti, pa v veliki meri spominja na siceršnjo prakso z novinarskimi avtorizacijami. Omenjeni primer je

lahko tudi dobra primerjava in šola vsem, ki si domišljajo, da lahko v tiskanih intervjujih brez vsakršnih omejitev spreminjajo zapisana dejstva. Če bi zanje veljala enaka pravila kot pri intervjujih na radijskih postajah, bi spreminjanje izjav v javnosti bilo videti nekoliko drugače. Medij bi najprej objavil prvo različico intervjuja, nato pa bi posneli in objavil še drugo, v kateri si je sogovornik očitno premislil glede navajanja določenih dejstev. Javnost bi tako lahko dobila realno podobo celotnega dogajanja.

Slika 5.6: Matthias Müller in njegova dva radijska poskusa intervjuja




the two-way BREAKING NEWS FROM NPR


MUST READS

[f](#) [t](#) [g+](#) [✉](#)

'We Didn't Lie,' Volkswagen CEO Says Of Emissions Scandal

January 11, 2016 · 4:38 PM ET

 SONARI GLINTON [t](#) [t](#) [i](#)



Volkswagen CEO Matthias Mueller speaks to the media Sunday in Detroit, apologizing for the scandal that has plunged the German auto giant into crisis. *Paul Sanzys/AP*

Vir: NPR (2016).

5.4 New York Times

Sredi julija 2012, na vrhuncu predsedniške kampanje, je ameriško javnost presenetil zapis novinarja New York Timesa Jeremyja Petersa, v katerem je brez dlake na jeziku razkril, katere medijske hiše dajejo ob pisanju člankov politikom v naknadno avtorizacijo njihove izjave. (glej Sliko 5.7) Zapis je pravzaprav bolj kot širšo ameriško javnost pretresel medijsko srenjo, saj so bili na Petersonovem seznamu sami ugledni ameriški mediji, poleg Bloomberga, Washington Posta, Vanity Faira in Reutersa tudi New York Times. Novinarji vseh navedenih medijskih hiš, ki so v tistem obdobju pokrivali predsedniško predvolilno kampanjo, naj bi, po navedbah Petersa, pri svojem delu pristali na pogoje avtoriziranja izjav pred objavo. To je bil hkrati tudi edini način, da so sploh lahko prišli do na videz bolj ekskluzivnih informacij v času poročanja o predvolilni kampanji. Tako Eric Fehrnstrom, svetovalec kampanje takratnega ameriškega republikanskega predsedniškega kandidata Mitta Romneyja kot tudi David Plouffe, svetovalec predsednika Baracka Obame, naj bi bila pri tem zelo dosledna in neizprosna. Novinarji so tako pred objavo pridno pošiljali svoje zapiske službam za stike z javnostjo, nazaj pa dobili suhoparne izjave, iz katerih je bilo črtano vse, kar je bilo prej v njih zanimivega. Pogosto se je odgovor službe za odnose z javnostjo glasil tudi: »Predsednik ne dovoli objave.« (Peters 2012)

Za razliko od Evrope, kjer se tudi ob razkritju bolj šokantnih posegov v novinarsko avtonomijo ne zgodi praktično nič, se je ameriška novinarska srenja na Petersonove zapise odzvala nadvse hitro in odločno. Uredniki omenjenih časopisov so brez izjem tovrstno ravnanje novinarjev označili za neprimerno in takoj sprejeli številne ukrepe proti zaježitvi tovrstne novinarske prakse. Avtorizacija izjav pred objavo ostaja tako za ameriške novinarske standarde brezpogojno nedopustna. Čeprav je tovrstno razkritje nekoliko razbilo mit o ameriškem neodvisnem novinarstvu, je lahko tudi za srednjeevropske novinarske razmere zelo poučno, kako so se na tovrstno razkritje odzvali ameriški medijski strokovnjaki in uredniki. Nobenega dvoma ni, da bi lahko tudi oni v avtorizaciji izjav prepoznali mnoge pozitivne lastnosti, a dejstvo je, da je tovrstno novinarsko prakso težko zaježiti, ko se enkrat razbohoti. Mediji so tudi sicer že vse preveč podvrženi agresivnemu prikritemu oglaševanju in poplavi sporočil za javnost. Če bodo sporočila za javnost v medijih nadomestila celo intervjuje, kaj nam potem sploh še ostane od medijev?

Slika 5.7: Razkritje New York Timesa

SECTIONS HOME SEARCH

The New York Times

Forum Offers Preview of Hillary Clinton and Donald Trump Presidential Debate


Here's What You Missed in the Presidential Forum

Donald Trump Vows to Bolster Nation's Military Capacities

POLITICS

Latest Word on the Trail? I Take It Back

By JEREMY W. PETERS | JULY 15, 2012



Even top campaign officials like Eric Fehrnstrom, left, a Romney adviser, and David Plouffe, a senior White House adviser, foreground at right, insist at times on approval of their quotations.

Yana Paskova for The New York Times, left; Stephen Crowley/The New York Times

The quotations come back redacted, stripped of colorful metaphors, colloquial language and anything even mildly provocative.

They are sent by e-mail from the Obama headquarters in Chicago to reporters who have interviewed campaign officials under one major condition: the press office has veto power over what statements can be quoted and attributed by name.

Vir: New York Times (2012).

6 SKLEPI

»Novinarstvo je objavljanje tistega, česar drugi noče, da je objavljeno: vse ostalo je piar.« George Orwell

Živimo v časih, ki jih na globalni ravni zaznamuje vesplošna kriza vrednot in posledično tudi nezaupanje v medije. Zato je vprašanje etičnih in novinarskih standardov na tej točki morda pomembnejše kot kadarkoli prej v zgodovini svetovnega novinarstva. Gre za vprašanje, ki bi lahko na dolgi rok usodno odločalo tudi o nadaljnjem obstoju novinarske profesije, kakršno smo poznali do zdaj.

Tudi vprašanje obstoja avtorizacije novinarskega intervjuja, s katerim sem se ukvarjala v svojem diplomskem delu, je v tem kontekstu zgolj na prvi pogled banalno, v resnici pa še kako pomembno. Gre namreč za novinarski standard, ki se je v praksi obdržal predvsem zaradi svoje etične konotacije. Kakšen standard je to postal danes, ko mediji pokajo po šivih od prenasičenosti s pseudoinformacijami, ki nam jih na vidne in nevidne načine vsakodnevno v velikanskih dozah servirajo takšni in drugačni strokovnjaki za medijske manipulacije, predstavniki za odnose z javnostmi, spin doktorji? Lepo, a hkrati naivno je verjeti, da je avtorizacija še vedno namenjena resnicoljubnosti in da ni postala le še eden od mnogih instrumentov, namenjenih medijskim manipulacijam.

Je torej avtorizacija bolj kot pokazatelj politične regulacije medijev v resnici pokazatelj novinarske logike, ki sledi cilju ugajati?

Avtorizacija naj bi v tehničnem smislu pomenila izključno pregled besedila intervjuja ali izjav pred objavo. Toda v praksi, kot je razvidno tudi iz obravnavanih praktičnih primerov v tem diplomskem delu, je avtorizacija lahko še vse kaj drugega. Postala je sredstvo spretnega manipuliranja z mediji s strani vseh, ki se želijo v medijih pojavljati v lepi luči, to pa že dolgo niso samo politiki. So tudi gospodarstveniki, kulturniki, športniki, celo zdravniki. Včasih za to poskrbijo sami, včasih pa to »umazano delo« prepustijo strokovnjakom, ki so za to plačani. Težava, do katere tukaj prihaja, pa pravzaprav niso agencije in službe za odnose z javnostmi, ki prav z avtorizacijo vse pogosteje pogojujejo dostop do kakršnihkoli informacij. Težava je v medijih in v novinarjih, ki na tovrstne pogoje pristajajo, češ še vedno je bolje priti do filtriranih

informacij kot do nobenih informacij. Še večja težava je lahko v tem kontekstu tudi novinarska nečimrnost in pripravljenost, da se za poceni in razmeroma nezapleten dostop do cenzuriranih informacij odpovedo lastni avtonomnosti. Malo je v tem smislu medijev, kakršen je spletni portal Pod črto, katerega primer med drugim analiziram v svojem delu. Malo je medijev, ki bi se, ko bi imeli na izbiro dve izbiri - poklekniti pred virom informacij, ki zahteva avtorizacijo ali ostati načelen in brez informacij, izbrali slednjo.

V Sloveniji je dolgo veljalo tudi prepričanje, da je avtorizacija, še posebej, če jo zahtevajo politiki, praksa, ki izhaja še iz nekdanjih komunističnih časov. Toda avtorizacijo danes poznajo domala po celem svetu in vedno večji problem postaja tudi v ZDA. Zato je bilo smiselno se na tem mestu vprašati tudi:

Ali so različne zgodovine in različne politične kulture povezane z uveljavljanjem različnih novinarskih standardov?

Naj si pri odgovoru na to moje raziskovalno vprašanje izposodim misel politologa Lancea Bennetta, ki je politično kulturo primerjal z lečami na očalih, s čimer je želel poudariti, da politična kultura ni tisto, kar vidimo, temveč tisto, s čimer gledamo. V avtorizaciji ali kateremkoli drugem novinarskem standardu ne gre iskati značilnosti ali elementov, ki bi jih lahko uvrstili v to ali ono politično kulturo ali celo politični sistem. Lahko pa z različnimi očali različnih političnih kultur pogledamo na te standarde. Avtorizacijo tako danes najdemo v domala vseh družbah, zato ne moremo trditi, da je neposredna zapuščina določenega političnega sistema ali politične kulture. Pomembno pa je, kako in s kakšnimi očali bomo gledali na ta pojav. Ga bomo mirno sprejeli ali se borili za njegovo odpravo?

Nemčija, v kateri se je, kot ugotavljam v pričujočem delu, denimo uveljavila politična kultura konsenza, ima vedno večje težave z avtorizacijo v tiskanih medijih. Toda družba, v kateri so bili po vojni celo mediji ustanovljeni v soglasju z zavezniki, še vedno, tudi ko je govora o avtorizaciji, išče konsenz. Kot neke vrste med novinarjem in njegovim intervjuvancem razume tudi samo avtorizacijo. Seveda za ceno avtonomnosti novinarstva.

Slovenija se je, podobno kot tudi druge postsocialistične države, znašla v začaranem krogu t. i. podložniške politične kulture, za katero je značilna tudi pasivnost v odnosu do političnih elit. In na takšen način, s takšnimi očali politične kulture, gleda tudi na vprašanje avtorizacije – pasivno. Seveda se nam je pri tem nekaj svitalo, da z avtorizacijo ni vse v najlepšem redu in smo jo hitro umaknili iz kodeksa novinarske etike ter tako morda pridobili kakšno plus točko ob ocenjevanju indeksa medijske svobode, a kaj, ko smo še vedno preveč pasivni, da bi tisto, kar smo udejanjili na papirju, udejanjili tudi v praksi.

Seveda se težave z avtorizacijo pojavljajo tudi v ZDA. To je navsezadnje razkril tudi članek v New York Timesu julija 2012. Toda za razliko od srednjeevropskih držav, ki večinoma ohranjajo do avtorizacije neverjetno toleranco in se ne odzovejo, niti ko v javnost pridejo absurdni primeri le-te, so mediji v ZDA takoj, ko so se pojavili javni zapisi o tem, da odgovorni za stike z javnostjo novinarjem pogojujejo dostop do informacij z avtorizacijo, zavzeli kritično držo. Še več, celo v svoje interne pravilnike delovanj so takoj vnesli določila, ki novinarjem prepovedujejo, da pristajajo na pogoje avtorizacije. Če nekdo torej intervju pogojuje z avtorizacijo, intervjuja preprosto ni. Seveda gre pri tem za politično kulturo, ki osebne svoboščine in medijsko svobodo, vsaj na formalni ravni, postavlja na prvo mesto. Kaj se dogaja v ozadju pa je že drugo vprašanje.

Kljub temu bi se lahko Slovenija in Nemčija v tem smislu občasno zgledovali po ZDA in na problem avtorizacije pogledali z drugačnimi očali. Politična kultura namreč ni nekaj nespremenljivega. Da se je tudi naučiti ali pa jo celo spremeniti. Največjo vlogo in odgovornost pri tem, da lahko na določen pojav pogledamo tudi z drugimi očali, pa imajo prav mediji. V kontekstu problema avtorizacije je tako njihova usoda izključno v njihovih lastnih rokah.

7 LITERATURA

1. Almond, Gabriel A. in Sidney Verba. 1963. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.
2. Beaujon, Andrew. 2012. The New York Times bans quote approval. *Poynter*, 20. september. Dostopno prek: <http://www.poynter.org/2012/the-new-york-times-bans-quote-approval/189170> (3. marec 2016).
3. Cliffs Notes. 2016. *The Structure of the Mass Media and Government Regulation*. Dostopno prek: <https://www.cliffsnotes.com/study-guides/american-government/the-mass-media/the-structure-of-the-mass-media-and-government-regulation> (5. marec 2016).
4. *Deutsche Welle*. 2007. German Journalism Practice Raises Censorship Question, 22. februar. Dostopno prek: <http://www.dw.com/en/german-journalism-practice-raises-censorship-question/a-2360210> (3. marec 2016).
5. Društvo novinarjev Slovenije. 1991. *Kodeks novinarjev Republike Slovenije*. Ljubljana: Društvo novinarjev Slovenije.
6. 2002. *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: http://razsodisce.org/kodeks_ns.html (1. februar 2016).
7. 2010. *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: http://razsodisce.org/kodeks_ns_txt.html (1. februar 2016).
8. Društvo profesionalnih novinarjev (SPJ). 2014. *Etični kodeks*. Dostopno prek: <http://www.spj.org/ethicscode.asp> (1. februar 2016).
9. Eatwell, Roger, ur. 2002. *European political cultures Conflict or convergence?* New York: Routledge.
10. Ekström, Mats in Andrew Tolson, ur. 2013. *Media Talk and Political Elections in Europe and America*. New York: Palgrave Macmillan.
11. *Finance*. 2005. Kodeks novinarjev časnika Finance z internimi pravili finančnega novinarstva, 3. maj. Dostopno prek: <http://www.finance.si/kodeks> (3. marec 2016).
12. Flere, Sergej in Andrej Kirbiš. 2011. Podložniška politična kultura v postkomunističnih družbah: primerjalna študija postjugoslovanskih študentov. *Družboslovne razprave XXVII* (66): 45–66.

13. Freedom House. 2015. *Ekonomska svoboda sveta: letno poročilo*. Ljubljana: Visio Institut.
14. Gammelin, Cerstin. 2016. Wie das Interview mit Finanzminister Schäuble ablief. *Süddeutsche Zeitung*, 16. januar.
Dostopno prek: <http://www.sueddeutsche.de/politik/fluechtlingspolitik-schaeuble-stuetzt-kurs-der-kanzlerin-1.2821033> (3. marec 2016).
15. Germany: A Structural Analysis. 2016. *Political Culture*. Dostopno prek: <http://germanystructuralanalysis.weebly.com/political-culture.html> (4. februar 2016).
16. Ian, Tadej. 2000. Razvoj politične kulture v ZDA. *Teorija in praksa* (5): 925–938.
17. *Journalist Online*. 2008. Im Kontrollwahn, 1. julij. Dostopno prek: <http://www.journalist.de/ratgeber/handwerk-beruf/tipps-fuer-den-berufsalltag/im-kontrollwahn-interview-autorisierung.html> (5. marec 2016).
18. Jones, C. Clement. 1980. *Mass media codes of ethics and councils : a comparative international study on professional standards*. Paris: Unesco.
19. Kelly, Mary J., Gianpietro Mazzoleni in Denis Mc Quail, ur. 2004. *The Media in Europe – the Euromedia Handbook*. London: Sage Publications.
20. Kureth, Andrew. 2014. Quote authorisation and press freedom. *Poland today*, 27. oktober. Dostopno prek: <http://poland-today.pl/portal/opinion/opinion-quote-authorisation-and-press-freedom> (4. marec 2016).
21. Lane, Ruth. 1992. Political Culture: Residual Category or General Theory? *Comparative Political Studies* (25): 362–387.
22. Milosavljević, Marko. 2002. Zakaj je dobro, da je ukinjena avtorizacija intervjuja? *Medijska preža*(15). Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/15/etika> (10. avgust 2015).
23. Nacionalno združenje madžarskih novinarjev. 1994. *Etični kodeks nacionalnega združenja madžarskih novinarjev*. Dostopno prek: http://ethicnet.uta.fi/hungary/ethical_code_of_the_national_association_of_hungarian_journalists (1. februar 2016).
24. Nemški tiskovni svet. 2013. *Nemški novinarski kodeks*. Dostopno prek: http://ethicnet.uta.fi/germany/german_press_code (1. februar 2016).

25. *New York Times*. 1999. Guidelines on Our Integrity, 3. maj. Dostopno prek: <http://www.nytco.com/wp-content/uploads/Guidelines-on-Integrity.pdf> (1. februar 2016).
26. 2004. Ethical Journalism, 3. Maj. Dostopno prek: New York: New York Times.
27. 2015. Latest Word on the Trail? I Take It Back, 15. julij. Dostopno prek: <http://www.nytimes.com/2012/07/16/us/politics/latest-word-on-the-campaign-trail-i-take-it-back.html> (3. marec 2016).
28. NPR. 2016. 'We Didn't Lie,' Volkswagen CEO Says Of Emissions Scandal. Dostopno prek: <http://www.npr.org/sections/thetwo-way/2016/01/11/462682378/we-didnt-lie-volkswagen-ceo-says-of-emissions-scandal> (3. marec 2016).
29. Peters, Jeremy W. 2012. Latest Word on the Trail? I Take It Back. *New York Times*, 15. julij. Dostopno prek: <http://www.nytimes.com/2012/07/16/us/politics/latest-word-on-the-campaign-trail-i-take-it-back.html> (3. marec 2016).
30. Pod črto. 2015. *Kodeks delovanja Pod črto*. Dostopno prek: <https://podcrto.si/kodeks-delovanja> (5. marec 2016).
31. 2015. *Ministrstvo za zdravje z zahtevami po avtorizaciji cenzurira medije*. Pod črto, 25. februar. Dostopno prek: <https://podcrto.si/ministrstvo-za-zdravje-z-zahtevami-po-avtorizaciji-cenzurira-medije> (5. marec 2016).
32. Poler, Melita. 1997. *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.
33. Poljsko novinarsko združenje. 1991. *Poljski Kodeks novinarske etike*. Dostopno prek: http://ethicnet.uta.fi/poland/the_code_of_journalistic_ethics (1. februar 2016).
34. Radio Poland. 2014. Sikorski: I did not authorize Politico interview, 21. oktober. Dostopno prek: <http://www.thenews.pl/1/10/Artykul/184872,Sikorski-I-did-not-authorize-Politico-interview> (2. februar 2016).
35. Repanšek, Jaka in Simona Zatler. 2000. Intervjuvanec lahko preverja le natančnost. *Medijska preža* (8). Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/08/intervju> (5. Marec 2016).

36. Silverman, Ben. 2016. *Public Relations Basics: Mastering the Media Interview*. Dostopno prek: <http://www.ereleases.com/pr-fuel/public-relations-basics-mastering-the-media-interview> (3. marec 2016).
37. Slovaški sindikat novinarjev. 2011. *Etični kodeks slovaškega sindikata novinarjev*. Dostopno prek: http://ethicnet.uta.fi/slovakia/the_code_of_ethics_of_the_slovak_syndicate_of_journalists (1. februar 2016).
38. Strentz, Herbert. 1989. *News reporters and news sources*. Iowa: Iowa State University press.
39. Tomšič, Matevž. 2002. *Politična stabilnost v novih demokracijah*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
40. Voh Boštic, Anže. 2015. *Ministrstvo za zdravje z zahtevami po avtorizaciji cenzurira medije*, 25. februar. Dostopno prek: <https://podcrto.si/ministrstvo-za-zdravje-z-zahtevami-po-avtorizaciji-cenzurira-medije> (5. marec 2016).
41. *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. 2000. Dostopno prek: <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html> (15. januar 2016).
42. Žurnal24. 2011. *Mandatar bo, tudi če bo Urška proti*. Žurnal24, 18. junij. Dostopno prek: <http://www.zurnal24.si/mandatar-bo-tudi-ce-bo-urska-proti-clanek-126782> (3. marec 2016).
43. 2012. *Kodeks novinarjev Žurnala24*. Dostopno prek: <http://www.zurnal24.si/kodeks> (5. marec 2016).