

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Polona Rupnik

**Senzacionalizem kot stilno vprašanje –  
primer Dela, Dnevnika in Slovenskih novic**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Polona Rupnik  
Mentorica: red. prof. dr. Monika Kalin Golob

**Senzacionalizem kot stilno vprašanje –  
primer Dela, Dnevnika in Slovenskih novic**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Iskrena hvala red. prof. dr. Moniki Kalin Golob za mentorstvo  
ter Niki in Brunu za potrpežljivost, podporo in posluh.

## **Senzacionalizem kot stilno vprašanje – primer Dela, Dnevnika in Slovenskih novic**

Meje med senzacionalističnim in kakovostnim tiskom se vse bolj zabrisujejo. V diplomskem delu smo razčlenili razvoj senzacionalističnega tiska pri nas in v svetu ter opredelili njegove značilnosti. Iskali smo tudi značilnosti kakovostnega tiska. Delo temelji na primerjalni analizi prispevkov na isto temo, objavljenih v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah med 4. 3. 2006 in 11. 3. 2006 ter med 28. 5. 2016 in 4. 6. 2016. Ugotavljali smo, koliko se je v zadnjih desetih letih spremenila podoba obravnavanih slovenskih dnevnikov in koliko ti v bori za bralce posegajo po prvinah, značilnih za senzacionalistični tisk. Analiza je pokazala, da bistvenih odstopanj med leti ni. Pri čemer predstavnika kakovostnega tiska, Delo in Dnevnik, več stavita na vizualni vtis in bralčevo pozornost pridobivata z objavo več in večjih fotografij ter drugih grafičnih elementov, vztrajata pa pri kakovostnejši vsebini in pristopu. Število prispevkov na isto temo je z leti naraslo, prav tako področji, v katera spadajo. Večina naslovov ima še vedno poimenovalno-informativno funkcijo, število aktualizmov, kot pokazateljev senzacionalističnega v tisku, je upadlo, prav tako njihova pestrost.

**Ključne besede:** senzacionalistični, kakovostni tisk, funkcije naslovov, jezikovnostilne značilnosti besedil, aktualizmi

## **Sensationalism as an issue of style – examples of Slovenian daily newspapers Delo, Dnevnik and Slovenske novice**

The boundaries between sensational news and quality press have become ever more blurred. The submitted thesis analyzes the development of the sensational news in Slovenia and abroad, and defines its characteristics. The thesis further studies characteristics of the quality press. Results based on a comparative analysis of articles on the same topic published in Delo, in Dnevnik and in Slovenske novice between March 3 2006 and March 11 2006, and later on between May 28 2016 and June 4 2016, depict the extent to which the image of the afore mentioned Slovenian dailies has changed in the last decade and highlight how and when the elements typical of the sensational press have been applied in each of them for sole purpose of attracting more readers. The analysis concludes that there is no substantial difference between the two time periods. Representatives of the quality press – Delo and Dnevnik – have been paying ever more attention to the visual elements – publishing more and bigger photos combined with other graphic elements, still both insist on contents and approach of a higher quality.

As for all three dailies, the number of posts on the same piece of news has increased over the years, so has the number of fields these posts cover. Most titles still hold the defining-informative function; the number of topicalities as an indicator of the sensationalism in the press has declined, same goes for their diversity.

**Keywords:** sensationalistic, high-quality press, function of a title, language characteristics of texts, topicalities

## KAZALO

<b>1 UVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>2 DEFINICIJE KLJUČNIH POJMOV .....</b>	<b>11</b>
2.1 Senzacionalizem .....	11
2.2 Senzacionalistična družba .....	12
2.3 Senzacionalistično novinarstvo .....	12
<b>3 POJAV SENZACIONALISTIČNEGA TISKA V SVETU .....</b>	<b>14</b>
3.1 Tisk za en peni .....	14
3.2 Rumeni tisk .....	15
3.3 Jazz novinarstvo .....	16
<b>4 RAZVOJ SENZACIONALISTIČNEGA TISKA V SLOVENIJI .....</b>	<b>18</b>
<b>5 SENZACIONALISTIČNI VS. KAKOVOSTNI TISK .....</b>	<b>21</b>
5.1 Značilnosti senzacionalističnega tiska .....	21
5.2 Značilnosti kakovostnega tiska .....	26
<b>6 SENZACIONALIZEM IN STILISTIKA .....</b>	<b>28</b>
<b>7 ANALIZA SLOVENSkih DNEVNIKOV DELO, DNEVNIK IN SLOVENSKE NOVICE .....</b>	<b>30</b>
7.1 Predstavitev analiziranih dnevnikov .....	30
7.2 Vizualni vtis .....	31
7.3 Analiza vsebine .....	33
7.4 Pojavnost prispevkov na isto temo po rubrikah .....	39
7.5 Jezikovnostilna analiza prispevkov .....	42
7.5.1 Analiza naslovov.....	43
7.5.2 Aktualizmi v prispevkih .....	47
7.5.3 Primerjava aktualizmov v dnevnikih med letoma 2006 in 2016.....	58
7.5.4 Študija primera.....	60
<b>8 ZAKLJUČEK.....</b>	<b>66</b>
<b>9 LITERATURA.....</b>	<b>70</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 4.1: Doseg enega izvoda časopisa v obravnavanih obdobjih.....	20
Tabela 5.1: Glavne značilnosti popularnih in kvalitetnih časopisov.....	27
Tabela 7.1: Razdelitev prispevkov po področjih v Delu.....	33
Tabela 7.2: Razdelitev prispevkov po področjih v Dnevniku.....	34
Tabela 7.3: Razdelitev prispevkov po področjih v Slovenskih novicah.....	35
Tabela 7.4: Razdelitev prispevkov po področjih v Delu.....	36
Tabela 7.5: Razdelitev prispevkov po področjih v Dnevniku.....	37
Tabela 7.6: Razdelitev prispevkov po področjih v Slovenskih novicah.....	38
Tabela 7.7: Razdelitev naslovov po funkciji v Delu leta 2006.....	43
Tabela 7.8: Razdelitev naslovov po funkciji v Dnevniku leta 2006.....	43
Tabela 7.9: Razdelitev naslovov po funkciji v Slovenskih novicah leta 2006.....	44
Tabela 7.10: Razdelitev naslovov po funkciji v Delo leta 2016.....	44
Tabela 7.11: Razdelitev naslovov po funkciji v Dnevniku leta 2016.....	44
Tabela 7.12: Razdelitev naslovov po funkciji v Slovenske novice leta 2016.....	45
Tabela 7.13: Primerjava funkcij naslovov v Delu.....	46
Tabela 7.14: Primerjava funkcij naslovov v Dnevniku.....	46
Tabela 7.15: Primerjava funkcij naslovov v Slovenskih novicah.....	46
Tabela 7.16: Tropi in figure v prispevkih v Delu leta 2006.....	48
Tabela 7.17: Zaznamovane besede v prispevkih v Delu leta 2006.....	48
Tabela 7.18: Tropi in figure v prispevkih v Dnevniku leta 2006.....	50
Tabela 7.19: Zaznamovane besede v prispevkih v Dnevniku leta 2006.....	50
Tabela 7.20: Tropi in figure v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2006.....	52
Tabela 7.21: Zaznamovane besede v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2006.....	52
Tabela 7.22: Tropi in figure v prispevkih v Delu leta 2016.....	54
Tabela 7.23: Zaznamovane besede v prispevkih v Delu leta 2016.....	54
Tabela 7.24: Tropi in figure v prispevkih v Dnevniku leta 2016.....	55
Tabela 7.25: Zaznamovane besede v prispevkih v Dnevniku leta 2016.....	56
Tabela 7.26: Tropi in figure v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2016.....	57
Tabela 7.27: Zaznamovane besede v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2016.....	57

## KAZALO GRAFOV

Graf 7.1: Prikaz skupnih tem v obravnavanih letih v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah.....	39
Graf 7.2: Število področij analiziranih prispevkov na isto temo v obravnavanih obdobjih....	40
Graf 7.3: Prikaz področjih analiziranih prispevkov na isto temo v letu 2006.....	40
Graf 7.4: Prikaz področjih analiziranih prispevkov na isto temo v letu 2016.....	41
Graf 7.5: Število aktualizmov v Delu leta 2006.....	47
Graf 7.6: Število aktualizmov v Dnevniku leta 2006.....	49
Graf 7.7: Število aktualizmov v Slovenskih novicah leta 2006.....	51
Graf 7.8: Število aktualizmov v Delu leta 2016.....	53
Graf 7.9: Število aktualizmov v Dnevniku leta 2016.....	55
Graf 7.10: Število aktualizmov v Slovenskih novica leta 2016.....	56
Graf 7.11: Število aktualizmov v Delu med letoma 2006 in 2016.....	58
Graf 7.12: Število aktualizmov v Dnevniku med letoma 2006 in 2016.....	59
Graf 7.13: Število aktualizmov v Slovenskih novicah med letoma 2006 in 2016.....	59

## 1 UVOD

*Je prijatelj in hkrati tihi vladar množic, znan pod imenom Tabloid. Da, tisti priliznjeni gospod s pisano kravato, ki po ves dan kot radar striže z ušesi in vanje ujete škandale še isto noč spravlja na papir. Ne iz zamere, od tega živi. V skrajnem primeru zna iz muhe narediti nosoroga ali senzacijo iz nedeljskega dremeža. Skratka, gospod pozna vabo, ki privablja roje beroče javnosti in z njo – kdo bi mu zameril – denar.*  
(Gogala 1997, 36)

Novinar Matija Grah (Grah 2004, 22) je v svojem članku v Sobotni prilogi zapisal, da se »resni slovenski dnevniki vse bolj nagibajo v smeri rumenega tiska«. Nekoč jasno opredeljene meje med kvalitetnim tiskom na eni in rumenim tiskom oziroma tabloidi na drugi strani postajajo vse bolj zabrisane. Ne gre toliko za to, da bi rumeni tisk prevzemal lastnosti kvalitetnega tiska, ampak poteka obratni proces. »Resni časniki prevzemajo metode in prijeme, ki so še donedavna bili karakterizirajoča lastnost rumenega tiska« (Grah 2004, 22). Omenjena meja med obema vrstama časnikov je začela izginjati s komercializacijo tiska. Vsebina kvalitetnih časopisov se je popularizirala, v njih je vse več novic z zabavno vsebino (Erjavec 1997, 80).

Razlog za vse večji razmah senzacionalizma je preprost – denar. Vsak dan se že tako veliki množici časopisov in revij pridruži kakšen nov. Med njimi se bije boj, kako pritegniti čim več bralcev in oglaševalcev, ki prinašajo denar. Rešitev je senzacionalistični način poročanja, ki – poenostavljeno rečeno – bralce privablja že s svojo zunanjo podobo. Veliki kričeči in udarni naslovi ter barvne fotografije kar kličejo po nakupu.

Rojstni kraj rumenega ali senzacionalističnega tiska so Združene države Amerike. Za prelomnico štejemo leto 1833, ko je Benjamin Day začel izdajati dnevnik The New York Sun. Prispevki so bili kratki, jezik preprost, fotografij veliko, naslovi udarni. »Časnika se je takoj oprijel vzdevek penny press, ker je stal samo en penny« (Grah 2004, 22). Strip Yellow Kid, ki ga je v rumeni barvi objavljala newyorški tabloidni Sun, pa naj bi bil kriv za sintagmo yellow press oziroma rumeni tisk, ki jo uporabljamo kot sopomenko besedi tabloidno (ICK 2005, 16).



Slovenija je prvi tabloid dobila šele sredi osemdesetih let prejšnjega stoletja. Prvi tovrstni časopis pri nas je bil mariborski Kaj. Izhajati je začel leta 1984, najprej kot tabloid, kasneje kot informativno-zabavni časnik (Kalin Golob in Poler Kovačič 2005, 290).

Nacionalna raziskava branosti, ki jo vsako leto naredijo pristopniki k NRB in raziskovalna agencija Ipsos, je pokazala, da so že vrsto let najbolj bran dnevnik pri nas Slovenske novice. Sledijo jim Delo, Svet24, Dnevnik, Večer, Finance, Primorske novice in Ekipa SN (SOZ 2016).

V diplomskem delu se bom osredotočila na tri osrednje slovenske dnevnike, ki se uvrščajo tudi med najbolj brane, to so Delo, Dnevnik in Slovenske novice. Preverjala bom, ali je res, da slovenski dnevniki v borbi za bralce/večjo naklado vedno bolj uporabljajo senzacionalistično poročanje. Zanimalo me bo, ali se je način poročanja v zadnjih letih kaj spremenil.

Cilj diplomskega dela je pokazati, s kakšnimi strategijami jezikovne izbire avtorji prispevajo k senzacionalističnemu učinku novinarskih besedil. S primerjalno-besedilno analizo bomo poskušali ugotoviti jezikovne in stilne razlike med kakovostnimi in tabloidnimi prispevki ter definirati tista jezikovna sredstva, ki prispevajo k senzacionalističnemu učinku.

Potrditi ali ovreči bomo poskušali naslednje hipoteze:

1. Obstajajo jezikovna sredstva, ki zaradi svojih konotacij ali vsebinskih, pomenskih teženj v določenih poročevalskih besedilih povzročajo senzacionalistični učinek.
2. Kakovostni dnevniki se vse bolj zatekajo k vizualni podobi rumenih časopisov, vztrajajo pa pri kakovostnejši vsebini in pristopu.
3. Delo še vedno najbolj zadostuje kriterijem kakovostnih časopisov.

V prvem, teoretičnem delu bom pregledala obstoječo literaturo. Opredelila bom, kaj je senzacionalizem, senzacija, senzacionalistična družba in senzacionalistično novinarstvo. Dotaknila se bom pojava senzacionalističnega tiska na tujem in pri nas, razdelala vizualne in vsebinske značilnosti senzacionalističnega in kakovostnega tiska. Opredelila bom, kaj je stil in katere so tiste stilne prvine, ki kažejo na senzacionalizem. V drugem, empiričnem delu pa

bom analizirala novinarska besedila na isto temo, ki so bila objavljena v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah ter jih med seboj primerjala.

Analizirala bom članke iz dveh različnih časovnih obdobjih, in sicer teden dni leta 2006 in teden dni leta 2016. Na ta način bom ugotovila, koliko se je način poročanja v obravnavanih treh dnevnikih v zadnjih desetih letih spremenil in ali drži, da se slovenski dnevniki vse bolj zatekajo k senzacionalističnemu načinu poročanja.

## 2 DEFINICIJE KLJUČNIH POJMOV

### 2.1 Senzacionalizem

V Velikem slovarju tujk (2002, 1040) je senzacionalizem opredeljen kot iskanje senzacij, vzbujanje razburjenja, govoric v javnosti in kot senzacionalen način pisanja. Slovar slovenskega knjižnega jezika navaja še primere za uporabo tega termina, in sicer izogibati se senzacionalizmu, senzacionalizem v tisku, tekmovanje se je izrodilo v senzacionalizem (SSKJ 2002, 1209).

Monika Kalin Golob in Melita Polet Kovačič (2005, 291) pravita, da je »pri stilistiki o senzacionalizmu smotrno govoriti le kot o posledici posebne rabe jezikovnih sredstev, kar pomeni, da je hotena oblika naslavljanja, upovedovanja in strukturiranja, s katero se želi doseči konkretni učinek, npr. boljša prodaja časopisa.« Korošec (1993, 1231) temu dodaja, da senzacionalizem »s stališča stilistike poročevalstva pomeni napačno uporabo jezikovnih sredstev«, s stališča novinarske etike pa njeno sistematično kršenje. Senzacionalizem – tako Korošec (1998, 150–151) – je torej le lastnost, ki »pomeni ločnico med rumenim in resnim časopisom«, ali kot pravi Breda Luthar (1995, 18), da je »konstrukcija senzacionalnega univerzalna lastnost tabloidov«.

Senzacionalizem izhaja iz beseda senzacija, ki je latinskega izvora (*sensatio*), v psihologiji pa pomeni zaznavo oziroma čutno zaznavo, kar nastane v zavesti kot posledica čutnega dožemanja. Pomembna sta predvsem dva pomena, ki pravita, da je senzacija (Veliki slovar tujk 2002, 1040; Verbinc 1974, 644):

- močen vtis, pozornost, ki ga povzroči v javnosti kak dogodek, ali
- zanimiv, razburljiv dogodek, ki povzroči razburjenje, govorice v javnosti.

Senzacija je prvotno pomenila zgolj zaznavo. Danes pa, tako Türcke, od vseh informacij, ki nas dnevno bombardirajo z vseh strani, zaznamo samo še tiste, ki prav posebej izstopajo. Torej je senzacija danes tisto, kar »zaznavo vrže iz njenih uhojenih poti«. »Prav v spremembi pomena besede senzacija od »zaznavanje« do »zaznavanje izjemnega« tiči uničujoča sodba: tisto, kar se ne prebije iz množice ponujenega, ne zasluži, da bi bilo zaznano« (Türcke 1995, 13).

Iz senzacije izhajata tudi pridevnika *senzacionalen* in *senzacionalističen*. Slovar slovenskega knjižnega jezika pridevnik senzacionalen opredeli kot tisti, ki vzbuja pozornost, vznemirjenje, govorice v javnosti. Ekspresivno pa senzacionalen pomeni izredno, zelo dobro. Sinonim za senzacionalen je senzacionalističen. Senzacionalističen je torej tisti, ki vzbuja razburjenje, govorice v javnosti (SSKJ 2002, 1209).

## **2.2 Senzacionalistična družba**

Z razmahom senzacionalizma je tudi družba postala senzacionalistična. To v svojem članku Senzacionalistična družba opisuje Christoph Türcke, ki pravi, da so zanjo pomembni dogodki, ki so »neprimerno bolj zgodovinski kot vsa tako imenovana srečanja na vrhu in razni sporazumi« (Türcke 1995, 13–14).

Kakšni so ti dogodki? Kaj se mora zgoditi, da bo dovolj pomembno za senzacionalistično družbo? Velik šok je povzročil Benettonov plakat, ki prikazuje okrvavljena oblačila bosanskega vojaka, ki so ga ustrelili Srbi. Vedno pogosteje beremo o gorečih hišah, strmoglavljenju letal, zajetih talcih, umorih, bombnih napadih, posilstvih. Ker zaradi množice dogodkov, ki se »dnevno potegujejo za našo zaznavo«, postajamo vedno bolj otopeli, imuni, potrebujemo šok. Šok, ki ga ustvari senzacija. »Ker pa se ta izčrpava, se lahko ohranja samo s stopnjevanjem, zato mora vedno intenzivneje delovati na naše občutke« (Türcke 1995, 16–17).

Kot v svojem članku ugotavlja Türcke, senzacionalistična družba »ni nikakršna nova paradigma, temveč najnovejša podoba že povsem postarane kapitalistične družbe« (Türcke 1995, 18).

## **2.3 Senzacionalistično novinarstvo**

Namen senzacionalističnega novinarstva je pritegniti bralca, ga šokirati. To naredi s svojimi vsebinskimi in vizualnimi značilnostmi. Kot ugotavlja Jernejčičeva (2004, 11), senzacionalistično novinarstvo vključuje značilnosti senzacionalističnih novic.

Po mnenju Donalda L. Fergusona je novica vse od novinarske konference, prometne nesreče, rojstva, poroke, smrti, naravne nesreče do delovanja vlade, uničevanja okolja, takšnih in drugačnih reform in vremena. Ker je družba v 20. stoletju postala bolj kompleksna in sofisticirana, se je narava novic spremenila. Novinarji še vedno pišejo oziroma poročajo o aktualnih dogodkih, seveda glede na pomembnost in oddaljenost, a vse več pozornosti namenjajo življenju bogatih in slavnih, modi, zdravju, umetnosti, rekreaciji, spolnosti, filmu in glasbi (Ferguson 1993, 56–58). Podobno definicijo novice zapiše tudi Danuta Reah (1998, 4–5), ki je mnenja, da je novica nova informacija o nekem aktualnem dogodku. Ta definicija pa je preohlapna, saj vemo, da je vse, kar se zgodi kjerkoli na svetu dogodek, od urednika in uredniške politike medija pa je odvisno, katere novice bo vključil in katerih ne. Predvsem bodo izbrali tiste, ki bodo zanimive za bralce. Da bi pritegnili kar čim širši krog ljudi, bodo objavili kakšno senzacionalistično novico. Ta je napisana z namenom, da bi bila senzacija, išče stvari, ki bi bile senzacija, pri pisanju si avtor nemalokrat pomaga celo z lažmi, napihnjenimi dejstvi in pretiravanjem (Jernejčič 2004, 10). Pisci senzacionalističnih novic v ospredje postavljajo družbeno nerelevantne teme, ki temeljijo na čustvih, v ozadje pa potiskajo pomembnejše teme. Enake značilnosti kot pri senzacionalističnem novinarstvu in novicah najdemo tudi pri senzacionalističnem tisku.

### 3 POJAV SENZACIONALISTIČNEGA TISKA V SVETU

Delitev na »zabavlaški in politični tisk« oziroma na »novinarstvo, ki sledi idealu zgodbe« in na »novinarstvo, ki sledi idealu aktualnosti, informacije in argumentacije, povezujemo z dvema pomembnima obdobjema v zgodovini tiska« (Luthar 1998, 9). V tridesetih letih 19. stoletja se s pojavom penny pressa oziroma dnevnikov za en peni v Združenih državah Amerike in pouper pressa ali kot pravi Lutharjeva, tiska za reveže v Veliki Britaniji začne prva faza transformacije ljudske kulture v popularno kulturo. Drugo obdobje, šestdeseta leta 19. stoletja, pa zaznamuje dokončna modernizacija ljudske kulture. To obdobje se je začelo s pojavom rumenega tiska v Združenih državah Amerike in Veliki Britaniji (Luthar 1998, 10–11). Omenjeni obdobji sta pomembni za razvoj popularnega komercialnega tiska, kot ga poznamo danes.

#### 3.1 Tisk za en peni

Prvi časnik za en peni je 3. septembra 1833 ustanovil ameriški tiskar Benjamin Day. Poimenoval ga je The New York Sun in mu postavil šestkrat nižjo ceno. Prej so časopisi stali šest penijev (Luthar 1998, 14). Razliko med prodajno in proizvodno ceno izvoda časopisa je časopis pokrival z denarjem od prodanega oglaševalskega prostora (Briggs in Burke 2005, 364). The New York Sun oziroma Day je moral za razliko od prejšnjih, dražjih časopisov, ki so ljudi seznanjali s politiko in ladijskimi novicami, svoje bralce, ki so bili komajda pismeni, najprej spremeniti v časopisno občinstvo, saj prej niso brali časopisov. The New York Sun je bil prvi ameriški časopis, ki so ga začeli prodajati na ulicah (Luthar 1998, 14–15).

Časopis je obsegal štiri strani, v njem pa so objavljali anekdote, lokalne novice, kriminalne zgodbe in naravne nesreče (Ferguson 1993, 13). Vsebina je torej temeljila na ganljivkah, bolj poznanih kot »human interest story«, ki so bile posebnost Suna (Emery in Emery 1988, 117). V tridesetih letih 19. stoletja so postale pomemben del vsebine tiska za en peni (Belajec 1999, 3). Časopis, ki je bil namenjen neizobraženim ljudem, si je prizadeval biti čim bolj senzacionalen. To je bila, kot pravita Emery in Emery (1988, 115–119), le faza v razvoju, saj so po časopisu hitro začeli posegati tudi ljudje iz drugih slojev. Ker so bili avtorji besedil v boju za čim večjo naklado pripravljeni prirediti resnico, so se standardi močno znižali.

Razvoj tiska za reveže oziroma pouper pressa v Veliki Britaniji in drugih evropskih državah je povezan s političnim sporočilom in osvobajanjem tiska izpod državnega nadzora. Pouper press je bil radikalni levičarski tisk. Ti časopisi so izhajali zelo neredno. Pojavljali so se predvsem ob kakšnih pomembnih dogodkih. Svoje radikalno levičarstvo so posredovali preko ganljivk in zabavnih vsebin. Teme so črpali iz popularne ljudske kulture, tradicije pratik in almanahov. Tovrstni časopisi so bili večinoma ilegalni, saj je bil vsakodnevni tisk zaradi visokih davkov na vsak tiskan izvod, oglas in na časopisni papir drag. Omejen je bi tudi v nakladi in zato stvar elitnega bralstva (Luthar 1998, 16–17).

Če so radikalni levičarski časopisi izhajali neredno, so bili nedeljski časopisi njihovo nasprotje. Ti so, tako Lutharjeva (1998, 17–18), bralstvo navadili na »stalno povpraševanje po standardiziranih izdelkih«. Nedeljskim časopisom je uspelo radikalno politiko združiti s senzacionalističnimi novicami in ganljivkami. Prav zaradi tega so postajali vedno bolj popularni.

### **3.2 Rumeni tisk**

Rumeni tisk je svoj popolni razcvet doživel v zadnjem desetletju 19. stoletja. Pri uveljavljanju tako imenovanega »novega žurnalizma« (Luthar 1998, 12) so glavno vlogo odigrali socialna in ekonomska neodvisnost ter rezultati industrializacije in globalizacije. Za številne priseljence so časopisi predstavljali »edini način spoznavanja z jezikom« (Jernejčič 2004, 6), zato ni nič nenavadnega, da so bile preproste vsebine zelo priljubljene.

Rumenemu tisku pravimo tudi tabloidni,<sup>1</sup> senzacionalistični, bulvarski, revolverski tisk, skratka »tisk, ki mu ni (bilo) mar za splošno obveščenost, temveč le za napihovanje senzacij« (Meršol 1985, 48). Takšnih časopisov pa je vedno več.

---

<sup>1</sup> Besedo tabloid si je izmislil Američan Henry Wellcom, ki pa ni imel nikakršne zveze s tiskom. Pri ustanavljanju podjetja sta s prijateljem iskala ustrezno besedo za zelo stisnjeno tableto. Spomnila sta se na besedo tableta. V angleščini tablet pomeni majhno mizo. Tako si je Wellcom izmislil besedo tabloid, kar pomeni »imeti obliko nečesa ali podobnost nečemu«. Besedo tabloid je uporabljal tudi za fotokemikalije in čaj. Konec 19. stoletja so začeli besedo tabloid uporabljati za vse, kar je bilo stisnjeno oziroma kompresirano. Eden takih primerov je bil Daily Mail, miniaturni časopis, ki se je leta 1896 pojavil z geslom »en peni vreden časopis za pol penija«. Omenjeni časopis je bil »pionir vseh sodobnih tabloidov«. Posebno pozornost je namenjal preprosto napisanim zgodbam, športu in življenjskim temam. Besedo tabloid so uporabljali tudi v drugih zvezah, kot na primer tabloidna opera, tabloidna melodrama. Beseda je dobila »sekundarni pomen stisnjene oblike ali mere nečesa«. Tabloidi že dolgo niso več v rabi za majhne tablete. Danes označujejo samo majhne priljubljene časopise, »razen v primerih maskiranih »velikih« časopisov« (Kastelic 2005, 39).

Časnika, ki zaznamujeta obdobje razcveta rumenega tiska, sta Pulitzerjev New York World in Hearstov New York Journal. Oba sta se od ostalih močno razlikovala. V boju za bralce sta pisala vse bolj senzacionalistično, predvsem pa sta o vsem, o čemer sta pisala, močno pretiravala. Hearsta se je prijel vzdevek »oče rumenega novinarstva, saj je vede objavljaj popolne izmišljotine« (Kastelic 2005, 39). Novinarji so pri pisanju dali prednost senzaciji in so popolnoma pozabili na informacijo. Postali so neetični in neodgovorni (Ferguson 1993, 15).

Kot piše Lutharjeva, »mit o izvoru pojma rumeni tisk« pravi, da ga je prvič uporabil Charles Dana, lastnik The New York Suna, v »moralni vojni« proti Worldu in Journalu. Izraz so povzeli po rumeni barvi, s katero so od leta 1890 tiskali The Yellow Kid, Rumenega dečka, v nedeljski izdaji Pulitzerjevega Worlda. Nedolgo za njim je strip začel objavljati še Journal, saj je Hearstu uspelo prevzeti Worldovega ilustratorja stripa in s tem tudi maskoto. Pulitzer je moral nato poiskati drugega ilustratorja. Časopisa sta bila v nenehni vojni za bralce, za naklado (Luthar 1998, 22–23). Od tu pojem rumeni časopis, »slabšalno imenovan tudi novinarstvo brez duše« (Emery in Emery 1988, 227).

Za oba časnika je značilna vsiljivost, vulgarnost, neodgovoren senzacionalizem, hujskaštvo. »Sta nekakšna prototipa vizualne govorice, personalizacije, človeških zgodb in infozabave« (Luthar 1998, 23). Pulitzerjev World je predstavljal tako imenovani »use-paper«, namesto »newspaper«. Šlo je pravzaprav za napotke za urbano življenje. Spremenila se je tudi sama podoba časopisa, ne samo način poročanja in teme. Velikost strani se je zmanjšala, da so ljudje časopis lahko brali na avtobusu, pojavili so se veliki naslovi, fotografije (Luthar 1998, 22).

Enako hitro in vplivno, čeprav ne tako množično, se je razvijal tudi kvalitetni tisk. V New Yorku je »visoko publicistiko« predstavljal New York Times, v Angliji pa Times (Luthar 1998, 22).

### **3.3 Jazz novinarstvo**

Emery in Emery (1998, 323) po prvem valu senzacionalizma, torej po tisku za en peni in rumenem tisku, omenjata še en val senzacionalizma, ki je sledil v dvajsetih letih prejšnjega stoletja. Torej v času, ko se časopisi soočajo z vse večjo konkurenco radia in kina. Tovrstno



novinarstvo, ki je zaznamovalo drugi val senzacionalizma, sta poimenovala »jazz novinarstvo«. Kot pravi Lutharjeva, je šele v tem obdobju objektivnost postala publicistični pojem. Tabloidni format in »fotografska prezentacija« (Luthar 1998, 34) sta prignana še dlje kot v čas Pulitzerjevega in Hearstovega vzpona. Za jazz novinarstvo je bilo značilno interpretativno poročanje (Luthar 1998, 7–8).

Vizualna podoba je postajala vse bolj pomembna, fotografij je bilo vedno več. Te so postale novice same po sebi. Fotografije so imele že od samega začetka negativen prizvok. Pomenile so senzacionalistično, manjvredno novinarstvo. Pozornost so vzbujali z velikimi, barvnimi naslovi, povzetki, temami, ki so v ospredje postavljale vsakdanje življenje ljudi. Jezik je bil preprost in ni upošteval tradicionalne slovnice. Bil je prilagojen manj in neizobraženim množicam (Jernejčič 1999, 8).

Spremembe so začeli uvajati tudi kvalitetni časopis (Jernejčič 1999, 8). Čeprav razlike med kvalitetnim in rumenim tiskom obstajajo, pa je kvalitetni tisk prisiljen vse pogosteje posegati po značilnostih senzacionalizma. Predvsem se to vidi po vizualni podobi kvalitetnih časopisov, manj pri vsebini, saj jih večina še vedno vztraja pri kakovostnejši vsebini in kakovostnejšem pristopu (Milosavljevič 2005, 38).

#### 4 RAZVOJ SENZACIONALISTIČNEGA TISKA V SLOVENIJI

Ko so v tridesetih letih 19. stoletja v Združenih državah Amerike in Veliki Britaniji nastajali popularni časopisi za en peni, jim slovenski časopisi niso bili prav nič podobni (Luthar 1998, 31). Za primer vzemimo ameriška *World in Journal* ter slovenska *Slovenec* in *Slovenski narod*. Ko sta prva dva bralce privabljala z udarnimi, mastnimi naslovi in velikimi fotografijami, je bila podoba drugih dveh še vedno povsem klasična. Nekaj prostora so namenili uvodniku, nekaj podlistku, novice dneva niso poznali, vizualni del časnikov je bil povsem postranska stvar ustvarjanja (Luthar 1998, 31).

Lutharjeva (1995, 24) je mnenja, da bi morali »korenine rumenega žurnalizma v Sloveniji iskati v staroslovenski publicistiki«. Na to nas napeljejo lokalne novice v *Slovcu*, vodilnem klerikalnem časopisu. Te lahko primerjamo z upovedovanjem znanih Slovenk in Slovencev v današnjih tabloidih. Kot primer Lutharjeva navede novico, ki je bila v *Slovcu* objavljena 4. decembra 1873 (Luthar 1995, 25–26).

*Slovensko gledalište je bilo, kakor slišimo, v ponedeljek prav polno, igralci in publika se je baje izvrstno zabavala. To se nam namreč pripoveduje. Naš poročevalec ni bil v gledališču, ker ni tako bogat, da bi mogel pet goldinarjev plačati za ložo, vodstvo slovenskega gledališta pa ni bilo toliko vljudno, da bi mu priskrbelo sedež. To brezobzirnost vodstva je tim bolj graje vredna, ker se celo nemškimi poročevalcem za sedež skrbi. Dokler se stvar ne vredi, bomo o predstavah dramskega društva popolnoma molčali. Če je društvu prav, nam je tudi.*

Ob pregledu časopisov tistega časa ugotovimo, da je bil »vizualni del popolnoma obrobni del ustvarjanja časnika« (Luthar 1998, 32). S časnikarsko obliko so posamezne novice, komentarji in poročila začeli dobivati tudi naslove. V tem času se je namreč spremenila tipologija časnikov. Kljub temu pa *Slovenec* še vedno ni nobene novice izpostavil kot novice dneva, torej kot pomembnejšo od drugih, ampak so bili vsi naslovi enaki, enakovredno poudarjeni. Naslovi so bili opisni in ne interpretativni (Luthar 1998, 32).

Zasuk pri temah za poročanje je povzročil razvoj filma. Ljudi je vse bolj zanimalo zvezdniško življenje, sočne zgodbe o zvezdnicah in zvezdnikih in njihovih navadah. Tako imenovani trač je postajal vse bolj zanimiv. S tehnološkim razvojem v tridesetih letih 20. stoletja se

začne razvijati tudi nova vrsta reportaže – fotoreportaža. S tem se v ospredje postavi vizualno funkcijo časnikov, ki je bila prej potisnjena povsem na obrobje zanimanja. Pojavita se novi področji zanimanja – šport in športni zvezdniki (Amon 1996, 143–144).

»Začetek druge svetovne vojne in povojna socialistična ureditev sta prekinila komercialno obdobje slovenskega tiska in pojav popularnega dnevnega tiska, ki na Slovenskem izide šele na začetku 90. let 20. stoletja« (Erjavec v Jernejčič 2004, 33).

Komercializacija tiska in ukinitve državnih subvencij (to je posledica uvajanja novih tržnih mehanizmov) je v postsocialističnih državah povzročila velike spremembe. Ker je slovenski trg majhen, so se morali slovenski časopisi v boju s konkurenco komercializirati. Slovensko novinarstvo se je komercializiralo na prelomu 20. stoletja (Erjavec 1999, 39). Komercializacija tiska je prinesla kopico novih časopisov (Jernejčič 2004, 35). Ti so postajali vse bolj odvisni od oglaševalskega denarja in usmerjeni k dobičku (Erjavec 1995, 65).

Kot piše Korošec (1993, 1230), je namesto tako imenovanega novega žurnalizma, ki bi »lahko bil popestritev in požlahtitev slovenske publicistike, /.../ skozi vrata prišel še edini člen manjkajočega poročevalstva – senzacionalizem«.

Za ponazoritev trditve, da so senzacionalizmu podlegli tudi »resni« časopisi, kot so Delo, Dnevnik, Jana in drugi, je »Primer Trobec« iz ne izrazito tržnega obdobja 1979–1984. O šestkratnem morilcu žensk, dvakrat obsojenem na smrt in po številnih sojenjih obsojenem na dvajset let zapora, je pisalo osem slovenskih listov. Naslovi kot so *Sežgana trupla v krušni peči*, *Ustreliti ga ali ne ustreliti?* in besedila, katerih avtorji so natančno opisali Trobčeva dajanja bo bili senzacionalizem, kakršnega slovenska javnost do takrat ni bila vajena. (Korošec 1998, 151).

Nove družbene razmere po slovenski osamosvojitvi so povzročile spremembe tudi v medijih v Sloveniji. Zаметki rumenega tiska v nekdanji skupni državi Jugoslaviji, katerega predstavnik je bil Kaj, so se »ustalili v slovenskem dnevniku Slovenske novice« (Kalin Golob 2004b, 51).

Preobrat, po katerem prvenstveno informativno vlogo medijev nadomesti zabava oziroma infozabava, se je pripetil nekje v drugi tretjini devetdesetih let prejšnjega stoletja, pravi Andraž Zorko, direktor medijskih raziskav v agenciji Cati (Grah 2004, 22). Nekje do sredine

devetdesetih let so prevladovale politične in gospodarske teme. To se je kazalo v branosti resnih dnevnikov, med katere spadajo trije slovenski splošoinformativni dnevnik – Delo, Dnevnik in Večer. Do sredine septembra leta 2005, ko začne izhajati Direkt, je branje edinega slovenskega tabloidnega dnevnika Slovenskih novice močno zaostajalo. Potem pa so se Slovenske novice zavihtele nad resne dnevnike (Grah 2004, 22).

To je vsekakor zgovoren podatek, ki kaže na to, da senzacionalistično poročanje iz dneva v dan dobiva na veljavi. Dokaz so podatki nacionalne raziskave branosti. Povprečen doseg Slovenskih novice je bil leta 2006 21-odstoten, kar pomeni, da ga je v roke vzelo 359.000 bralcev. Slovenskim novicam po dosegu sledi Delo z 11,9-odstotka ali s 203.000 bralci, najmanjši doseg med obravnavanimi dnevniki ima Dnevnik, in sicer 9,5-odstotnega, kar pomeni, da je en izvod prebralo 162.000 bralcev (Nacionalna raziskava branosti 2016).

Doseg Dela, Dnevnika in Slovenskih novice se je v zadnjih desetih letih zmanjšal (glej Tabela 4.1). Ker smo za analizo poleg leta 2006 vzeli tudi leto 2016, pogledajmo, kakšnem je bil doseg omenjenih dnevnikov v zadnjih nacionalni raziskavi branosti. Predstavljena je bila januarja 2016, podatki pa veljajo za leto 2015. Povprečen doseg Slovenskih novice je bil v preteklem letu 18,8-odstoten, kar pomeni, da ga je v roke vzelo 314.000 bralcev. Sledi Delo z 8,5-odstotka ali s 141.000 bralci, najmanjši doseg med obravnavanimi dnevniki pa ima Dnevnik, in sicer 5,9-odstotnega oziroma 98.000 bralcev (OZS 2016).

**Tabela 4.1: Doseg enega izvoda časopisa v obravnavanih obdobjih**

Časopis	Doseg enega izvoda		Sprememba
	2006	2016	
Delo	11,9	8,5	-3,4
Dnevnik	9,5	5,9	-3,6
Slovenske novice	21,0	18,8	-2,2

Vir: NRB in OZS (2016)

## 5 SENZACIONALISTIČNI VS. KAKOVOSTNI TISK

Ločnic med resnim in rumenim tiskom je obilo, čeprav se nekatere premeščajo, druge zabrisujejo, tretje izginjajo. Karmen Erjavec (1997, 57) opredeljuje tri glavne komponente, po katerih se kvalitetni časopisi ločijo od tabloidnih. Te so: format, uredniška politika in jezik.

V nadaljevanju bomo podrobneje predstavili vizualne in vsebinske značilnosti senzacionalističnega in kakovostnega tiska.

### 5.1 Značilnosti senzacionalističnega tiska

Prva razločevalna lastnost, po kateri se tabloidni tisk loči od kvalitetnega, je *format časopisa*. Za rumene časopise je značilen manjši A3-format, na katerem so tiskani vsi slovenski dnevnik, z izjemo Dela, ki še vedno ohranja format kvalitetnega časopisa. (Erjavec 1997, 57).

Naslovna stran senzacionalističnega časopisa je videti kot poster. Na njej prevladujejo *fotografije*, ki zavzemajo veliko več prostora kot na prvih straneh kakovostnih časopisov. Naslovi so udarni in napovedujejo najpomembnejše zgodbe (Becker 1992, 139).

Številne velike, barvne fotografije ne krasijo samo prvih strani, pač pa jih najdemo domala na vsaki strani. So sestavni del rumenega tiska. Na njih lahko najdemo tudi napol gola, če ne že povsem gola dekleta (Erjavec 1997, 57).

Fotografija se je razvila v 30., 40. letih devetnajstega stoletja (Cohen 2000, 71). Karin E. Backer pravi, da je razvoj fotografije v Združenih državah Amerike pospešil razvoj senzacionalizma. Fotografirali so predvsem različne dogodke in znane osebe, a to na – tako Beckerjeva – banalen, plehek in opolzek način. Oseba in dogodek sta bila pri fotografiranju povsem nepomembna, pomemben je bil način, kako je fotografija nastala. V bralcu je morala vzbuditi čustva. To lastnost je fotografija obdržala vse do danes. Pri bralcih so največ zanimanja deležne fotografije, ki prikazujejo znane ljudi (športnike, igralce, pevce, politike ...) v njihovem domačem okolju z družino, saj se lahko z njimi poistovetijo. Dajejo jim občutek, da so takšni kot oni (Becker 1992, 40–41).

Poznamo dve vrsti fotografij: take, ki pomen dobijo šele potem, ko so umeščene v kontekst, in take, ki so že na prvi pogled dramatične in pretresljive. Fotografije naj bi služile kot podpora zgodbi, a so to vlogo v senzacionalističnem tisku že zdavnaj izgubile. Tu namreč fotografije pripovedujejo zgodbo, tekst je le dopolnilo, podpora (Belajec 1999, 11). Fotografija tabloidom omogoča zlorabo časopisne kredibilnosti. Prav zaradi tega razloga, fotografijo težko opredelimo kot medij kvalitetnih novic (Becker 1992, 40).

Naslednji pomemben vizualni element tabloidnega tiska so *naslovi*. Pravzaprav ne samo tabloidnega, saj imajo naslove vsi časopisi, se pa ti med seboj razlikujejo. Pomemben je predvsem njihov namen, ali informirati ali pritegniti pozornost. Tabloidni tisk v ospredje postavlja slednjo funkcijo. Reah (1998, 13) pravi, da je naslov pomemben del teksta z določeno obliko, vsebino in strukturo. Predstavljal naj bi povzetek zgodbe in hkrati privabil bralce k branju. Najobsežnejšo definicijo naslovov podaja Korošec. Ta pravi (1998, 46), da je časopisni naslov »iz ene ali več besed in znakov tvorjeno stavčno ali nestavčno sporočilo, ki napoveduje in se vsebinsko nanaša na praviloma eno, od drugih besedil grafično ločeno, vsaj iz ene stavčne povedi sestojече besedilo ali besedilno enoto, tako da je tudi sam grafično ločen od tega besedila, in ima poimenovalno-informativno, ali informativno-stališčno, ali pozivno-pridobivalno funkcijo«.

V tabloidnem tisku naj bi predvsem prevladovali naslovi z informativno-stališčno funkcijo. Ti naslovi sicer bralcu ponudijo informacijo o vsebini besedila, toda »izrazito izstopa vrednotenje te vsebine, stališče avtorja« (Korošec 1998, 49).

Korošec (1998, 150) senzacionalistični časopisni naslov opredeljuje kot hoteno obliko naslavljanja in je zanj pojav, ki ločuje kvalitetni tisk od senzacionalističnega. Tovrstni naslovi se nanašajo na vznemirljive izseke iz realnosti, ali pa omogočajo takšno konotacijo. Novinarji za pritegnitev pozornosti tako v naslovih kot tudi v samem besedilu uporabljajo stilne prvine, s katerimi želijo doseči, da bi bralci posegli po časopisu. Naslovi so tako postali sredstvo pritegovanja k nakupu (Kalin Golob 2004a, 75).

Ker je senzacionalizem širši pojem, in ker v naslovih in besedilih najdemo jezikovna sredstva, ki ne odražajo pomembnosti sporočila, in ker je lahko senzacionalistično tudi samo besedilo, Korošec pravi, da je pametneje govoriti o hiperboličnih naslovih kot senzacionalističnih. O

slednjih lahko govorimo samo kot o »možni posledici hiperboličnih naslovov«<sup>2</sup> (Korošec 1998, 150–153). Hiperboličnost se pogosto gradi z dvoumnostjo, ki se potem v besedilu sicer razreši, vendar gre vseeno za prevaro (Kalin Golob 2004a, 76).

Senzacionalistični naslovi pogosto vključujejo besede kot so umor, skrivnostno izginotje, škandal, besede povezane s spolnostjo in besede, rabljene v prenesenem pomenu. Pogosta je tudi uporaba primernikov in presežnikov (Golob 2003, 23).

Naslov je le eden od elementov časopisnega besedila, ki pa je močno povezan z drugimi elementi, predvsem fotografijo.

Glavni namen senzacionalističnega tiska je pritegniti bralca, da bo v roke vzel časopis, zato je tudi njegova vsebina temu primerna. Rumeni tisk posega predvsem po vsebinah, ki se nanašajo na kriminal, katastrofe, škandale, konflikte, govornice o slavnih ljudeh, vladne probleme, napihujejo gospodarske težave ali jih predstavljajo enostransko. Skratka, vsebino napolnijo z emocijo (Golob 2003, 23).

Zgodi se, da kvalitetni in senzacionalistični tisk poročata o istih temah, vendar slednji to naredi na povsem drugačen način. Osredotoča se na tiste podrobnosti, ki so jih drugi potisnili v ozadje. Zato ne preseneča, da je bilo velikokrat rečeno, da so zgodbe senzacionalističnega tiska v interesu »človeškega« in ne v javnem interesu, čeprav kot pravi Connell (1992, 73–74), obstaja nek »gentlementski« sporazum o tem, kaj lahko napišemo in česa ne, ga tabloidi vztrajno kršijo. Zgodbe pripovedujejo z moraliziranjem.

Zgodbe v senzacionalističnem tisku so napisane zelo črno-belo. Novinar v zgodbi na eno stran postavi dobre in nedolžne ljudi, na drugo slabe in nepoštene. Največkrat se novinar v zgodbi poistoveti z nedolžnimi in tako nam poleg tega, kaj se je zgodilo, ponuja tudi sodbo. Moralne sodbe, čustva, posegi v intimo in nesreče ljudi dajejo vtis dramatičnosti, ki je potrebna za senzacionalistično zgodbo (Jernejčič 1999, 14–15).

---

<sup>2</sup> Pri hiperboličnih naslovih obstaja povezava med naslovom in besedilom, izbor jezikovnih sredstev pa je tak, da izkrivlja resničnost vsebine. Ponavadi to naredi tako, da enemu delu sporočila večjo težo kot drugemu (Korošec 1998, 153).

Temeljni značilnosti tabloidizacije množičnih občil sta »personalizacija in melodramatski okvir, ki temelji na drami, konfliktu, osebnostih in čustvih«, pravi Marko Milosavljevič (2003, 14).

Po Birdovi (1998, 44–45) je prava nevarnost tabloidizacije ta, da personalizacija postaja edini način za pripovedovanje zgodb in da te zgodbe postajajo same po sebi vedno bolj nepovezane. Za personalizacijo velja, da vključuje posameznike v novičarsko zgodbo, poudarek je na posamezniku in njegovih emocijah, na ljudeh, njihovih občutjih in reakcijah (Gripsrud 1992, 84–85). Pomeni torej vpletenost avtorja v dogodek. S tem pa, tako Lutharjeva (1998b, 10), zgodbe ne pripoveduje več na objektivni, temveč na subjektivni način.

Avtor besedila z interpretativno funkcijo ni nevtralni posrednik informacij, saj je v besedilu prisoten s svojimi mnenji, ocenami, interpretacijami, pri obravnavi predmeta je subjektivno naravnani in angažiran (Košir 1988, 41–42). Besedilo samo pa mora imeti povezovalno nit in kratke stavke. »Pisec uporablja tako imenovani »bright style«, ki je značilen za popularne dnevnikarje. Zanj je značilna uporaba kratkih stavkov, empiričnih besed kot denimo *morati* in *hoteti*, naslov bralce vabi k branju celotnega teksta. V njem lahko zasledimo besede, kot so *skrivnost, tragedija, komedija, drama, človeško, škandal, šokantno ...*« (Lemanieu v Erjavec 1995, 40).

Dolgo je veljalo, da se poročevalska besedila osredotočajo na pomembne posameznike, njihov odgovoren položaj ali delo. V zadnjih letih se je to spremenilo, personaliziralo. Opazen je premik k navadnim, neizstopajočim osebam. »Konvencija personalne pripovedi je začela vstopati v diskurz novic« (Connell 1998, 13).

Senzacionalistični tisk postaja vse bolj perverzen, čim več je podrobnosti tem bolj je zgodba zanimiva. Zaskrbljujoče je, pravi Colin Sparks (v Connell 1998, 17), da tovrstno dojemanje osebnega ustvarja okvir, znotraj katerega socialni red predstavijo kot transparenten.

Ko novinarji tabloidov poročajo o kriminalu, spolnosti, nesrečah, tudi športu, je pomembno, da vzbudijo čustva. Naloga senzacionalističnega tiska je torej, tako Bob Franklin (v Connell 1998, 17), vzbujanje emocij in ne informiranje oziroma ponujanje razlag ali analiz nečesa. Drugačnega mnenja je Colin Sparks, ki pravi, da senzacionalistični tisk sicer ponuja neko razlago, bolj vprašljiva pa je narava te razlage (v Connell 1998, 17–29) in dodaja, da zgodbe v



omenjenem tisku ni nujno, da so že same po sebi osebne in šokantne, vendar jih kot take predstavljajo.

Časopisi so morali zaradi prihoda elektronskih medijev bralcem ponuditi nekaj več kot zgolj informacije, če so hoteli biti aktualni. V človeške zgodbe so tako poleg osebnih izkušenj posameznikov vključili še dramatičnost. »Personalizacija in dramatičnost sta dve ločeni značilnosti senzacionalističnega poročanja, ki pa se med seboj prepletata in dopolnjujeta« (Jernejčič 2004, 55).

Poudarek pri dramatičnosti je na čustvih. Tradicionalna, melodramatična uporaba spektakularnega in senzacionalističnega je začinjena z nasilnimi učinki. Te lahko najdemo tudi v današnjem rumenem tisku. »Čeprav je bila melodrama v filmu, na televiziji, v gledališču in literaturi predstavljena kot fikcija in s tem razumljena kot »ne empirično resnična« za občinstvo, pa melodramatična predstavitev sveta v popularnem tisku zagovarja resnico«. Klasični melodramatični teksti predstavljajo posameznike, ki poosebljajo določene moralne vrednote (Gripsrud 1992, 87–91). Melodrame – tako Stevie Neale – zaznamujejo »nenapovedani dogodki, naključja, zamujena srečanja, nenadni obrati, razodetja in rešitve v zadnjem trenutku in se zaključijo s pomočjo *deus ex machina*«<sup>3</sup>. Melodramatična pripoved vključuje »nenehna presenečenja, senzacionalistične obrate«, stalno kršenje vzpostavljene smeri dogodkov, »preobrate, ki jemljejo sapo« (Neale v Vidmar 2001, 62). Največ zgodb z dramatičnim nabojem lahko najdemo prav v popularnem tisku, saj bralci po njih najraje posegajo.

Za pripovednost velja enako kot za dramatičnost in personalizacijo – prevladuje v rumenem tisku. Tovrstne zgodbe, ki imajo uvod, dramatični zaplet in razplet z moralnim naukom, lahko najpogosteje najdemo v Slovenskih novicah (Kalin Golob 2007, 169–176).

---

<sup>3</sup> *Deus ex machina* pomeni nepričakovan in neverjeten poseg kake osebe ali sile, ki povzroči preobrat ali razplet v zadnjem trenutku (Veliki slovar tujk 2002, 204).

## 5.2 Značilnosti kakovostnega tiska

Definicija Mance Košir se nanaša na novinarsko prakso kakovostnega tiska (1988, 19).

*Časopisno novinarsko besedilo je po interpretaciji enopomenska pisna jezikovna in grafična celota v množično komunikacijskem dejanju, katere funkcija je ažurno sporočanje o aktualnih dogodkih (pojavih) družbeno konstruirane stvarnosti tako, kakor so se ti dogodki zgodili v okviru kolektivnih mehanizmov percepcije, z določitvijo kraja, časa in nosilca(cev) dogajanja, ki morajo pripadati skupnemu referencialnemu univerzumu sporočevalca in naslovnika«.*

Za kakovostni tisk je značilen širokolistni, A2-format. Ne izhajajo pa vsi kakovostni časopisi v omenjenem formatu. V Sloveniji ga ohranja samo še Delo.

Kakovostni dnevnik bralcem ponujajo informacije o javnih zadevah. Novice so namenjene manjšemu številu bralcev, ki pa so visoko izobraženi in pripadajo višjim, tudi privilegiranim družbenim skupinam (Erjavec 1997, 50).

Besedila v kakovostnem tisku imajo pretežno informativno funkcijo, za katero je značilna »brezosebnost, nepristranskost, distanca, odsotnost nagovora prek uporabe druge osebe (ti), zgoščen stil pisanja, časovna omejenost, nabitost z informacijami ter odsotnost in nevtralnost avtorja« (Milosavljevič 2004, 65).

Celoten pristop kakovostnega tiska je povsem drugačen kot pri popularnem. Kakovostni časopisi ne gradijo na senzacionalizmu, čustvih, pač pa bralcu ponujajo dejstva, ideje in interpretacije. Bralcu dajejo občutek, da je dobil zgoščen pogled o aktualnem dnevnem dogajanju in njegovo analizo. Pisci se svojega dela lotevajo resno, spoštujejo bralčevo inteligenco in znanje. »Pravi« kvalitetni časopisi se izogibajo velikim, udarnim naslovom in fotografijam in raje več prostora namenijo prispevkom. Ti so namenjeni bralcem, ki jih zanima politika, ekonomija, sociala, umetnost, tudi zunanje zadeve. Novice so namenjen informiranju, ne zabavi, predstavljajo dejstva, ne fikcije in ne vsebujejo govoric. Objavljene novice temeljijo na strokovni presoji, kaj je v interesu javnosti in kaj ni, ne pa v interesu oglaševalcev, ki jih zanima samo dobiček (Erjavec 1997, 52–58).

Glavne značilnosti popularnih (senzacionalističnih) in kakovostnih časopisov so prikazane v spodnji tabeli.

**Tabela 5.1: Glavne značilnosti popularnih in kvalitetnih časopisov**

<b>ZNAČILNOSTI</b>	<b>POPULARNI ČASOPISI</b>	<b>KVALITETNI ČASOPISI</b>
<b>FORMAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manjši, tabloidni A3-format</li> <li>• velike, barvne fotografije</li> <li>• veliki, poudarjeni naslovi</li> <li>• fotografije na pol golih ali povsem golih deklet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• velik, A2-format ali t. i. broadsheet</li> </ul>
<b>UREDNIŠKA VSEBINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zabava, šport, seks</li> <li>• senzacionalne in emocionalne personalizirane novice</li> <li>• veliko mnenjskih komentarjev</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• politika, gospodarstvo, mednarodni odnosi, socialna vprašanja, kultura, izobraževanje, znanost, veliko zunanjepolitičnih novic</li> <li>• jasno ločevanje dejstev in mnenj, informacije iz ozadja dogodkov, analize in interpretacije mnenj</li> <li>• v člankih ni senzacionalističnega naboja</li> </ul>
<b>JEZIK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neformalen, pogovorni jezik, hujskaški besednjak</li> <li>• nepopolni stavki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formalen</li> <li>• visoke zahteve pri kakovosti pisanja</li> </ul>

Vir: Erjavec 1997, 57

## 6 SENZACIONALIZEM IN STILISTIKA

Po osamosvojitvi Slovenije, torej po letu 1991 se je s »spremembo družbenopolitičnega položaja ob demokratizaciji družbe pojavila demokratizacija medijev« (Kalin Golob, Poler Kovačič 2005, 289) in prinesla še demokratizacijo jezika. S tem so prvine, ki so nekoč veljale za »del ozko zasebnega, celo zgolj kavarniškega kroga, vstopile v javna knjižna besedila in ob stilnih majejo tudi žanrske norme poročevalskih besedil« (Kalin Golob 2004a, 77).

Korošec (1998, 151–152) kot »izrazito značilnost senzacionalističnega tiska navaja izbor besed«. Te se nanašajo na vznemirljive izseke iz realnosti ali pa takšno konotacijo omogočajo. Pisci pogosto uporabljajo besede kot so *umor, škandal, ubiti, grob, grozovitost, skrivnostno izginotje, besede povezane s spolnostjo, besede v prenesenem pomenu, značilna je tudi uporaba primernikov in presežnikov*.

V senzacionalističnem tisku so naslovi stilno najbolj opazna kategorija, vendar je tudi za besedila značilna »posebna zgradba, izbor pogovornih prvin, ne le besednih, ampak tudi skladenjskih« (Kalin Golob in Poler Kovačič 2005, 291).

Ločimo dve vrsti poročevalskih besedil. Tista, ki informirajo in naznanjajo, so poročevalna besedila, tista, ki razlagajo in razčlenjujejo ter vrednotijo in prepričujejo, pa so presojevalna poročevalska besedila. Vsa se uresničujejo v knjižnem jeziku. Avtorji presojevalnih poročevalskih besedil uporabljajo še (Kalin Golob 2003, 231; Kalin Golob in Poler Kovačič, 2005, 293–295):

- zaznamovana, tudi ekspresivna jezikovna sredstva, ki jih Korošec imenuje aktualizmi,
- časovno in čustveno zaznamovane besede, kot so ekspresivni izrazi, arhaizmi, historizmi, neologizmi, hapaksi,
- stalne besedne zveze, trope, figure,
- ločila, ki gradijo vrednotenje in vključujejo bralca v dopolnjevanje neizrečenega,
- pogosti so pridevniki in ob glagolu prislovi, ki jih avtorji uporabljajo za vrednotenje,
- ironija, cinizem,
- ustvarjanje dialoga,
- izbor neknjižnih prvin,

- pastavčni vložki.

Z omenjenimi jezikovnimi sredstvi pisec gradi psevdointimni jezik, za katerega Lutharjeva pravi, da »gradi iluzijo konsenza glede osnovnih predpostavk družbenega življenja, ki se tiče teme besedila« (Kalin Golob 2003, 239).

Omenili smo že, da pisci senzacionalističnih besedil dogodke, o katerih poročajo, velikokrat napihnejo ali pa o njem zapišejo celo kakšno neresnico. Če je pisec bil na kraju dogodka, o njem piše kot o dejstvu, če pa ga tam ni bilo ali informacij ni preveril, se mora sklicevati na druge vire. Korošec (1998, 202–203) piše, da se »nezanesljivost pri sklicevanju izkazuje kot domneva, neuradnost, nedokazanost o dogodku in stanju. Na jezikovni ravni se nezanesljivost izraža morfemsko in besedno«. Za morfemsko izražanje negotovosti uporabljamo poročevalski stilem *naj bi + deležnik na l*. Ta členkovna zveza je omejena izključno na poročevalstvo, je torej značilna samo za funkcijsko zvrst, saj je v pogovornem jeziku ne najdemo. V njem pa nastopa besedno izražanje negotovosti. To izražamo z besedami, kot so *morda, menda, najbrž* in *deležnikom na l* ali samo besedno z *menda, baje* (Korošec 1998, 37–39).

Morfemsko ali besedno izražanje negotovosti je zelo pogosto predvsem pri poročanju o kriminalnih dejanjih, ki so bila storjena, storilec pa krivde še niso dokazali (Korošec 1998, 40).

## **7 ANALIZA SLOVENSКИH DNEVNIKOV DELO, DNEVNIK IN SLOVENSKE NOVICE**

V Sloveniji imamo 8 dnevnikov, prav toliko smo jih imeli leta 2006. Pred desetimi leti smo lahko brali Delo, Dnevnik, Primorske novice, Večer, dva tabloidna dnevnika Slovenske novica in Direkt ter športni dnevnik Ekpa. Med tem časom je Direkt nehal izhajati, dnevnikom pa se je namesto njega pridružil Svet24.

Za analizo smo med osmimi slovenskimi dnevniki izbrali tri, in sicer Delo, Dnevnik in Slovenske novice. Najprej bomo predstavili omenjene publikacije in nato analizirali vse vidike senzacionalističnega tiska. Predstavili bomo vizualne in vsebinske značilnosti analiziranih dnevnikov leta 2006 in 2016. Predvsem nas bo zanimalo, katere teme obravnavajo in jim namenjajo največ prostora. Izpostavili bomo tiste teme, ki so bile objavljene v vseh treh dnevnikih. Analizo bomo osredotočili na jezikovno analizo besedil in izpostavili tiste stilne prvine, ki imajo senzacionalistični učinek.

### **7.1 Predstavitev analiziranih dnevnikov**

#### **Delo**

Štiri leta po združitvi podjetij Slovenski poročevalec, Tiskarna Slovenskega poročevalca in Tovariš v Časopisno založniško podjetje Slovenski poročevalec začne izhajati časopis Delo. Prvi izvod je med bralce prišel 1. maja leta 1959. Časnik je nastal kot rezultat združitve časnikov Slovenski poročevalec in Ljudska pravica. Sprva je Delo izhajalo v dveh izdajah s prilogama Najdihojca in program RTV. Leta 1967 je začelo Delo izhajati že v šestih pokrajinskih izdajah, istega leta pa je prvič izšla Sobotna priloga. Leta 1980 je Delo doseglo naklado več kot 100 tisoč izvodov in bilo za Politiko drugi najbolj prodajan časopis na območju nekdanje države. Leta 2008 je Delo po pol stoletja izhajanja prvič izšlo v zoženem formatu. Časopis je danes v razprti obliki ožji za osem centimetrov. Istega leta je Delo odpravilo osem izdaj (večerno in sedem regionalnih) ter začelo izhajati zgolj v eni izdaji s krajevnimi stranmi v svojem snopiču (Delo, d. o. o. 2016).

Danes delo izhaja v nakladi okrog 43 tisoč izvodov in ima več prilog. Izdaja ga Časopisna hiša Delo. V. d. odgovornega urednika je Gregor Knafelc.

## **Dnevnik**

Prva številka Ljubljanskega dnevnika je izide 2. junija 1951. Ustanovitelj Ljubljanskega dnevnika, predhodnika današnjega časnika Dnevnik, je bila Osvobodilna fronta Slovenije. Prva številka je imela šest strani. Ljubljanski dnevnik je v naslednjih petdesetih letih zrasel v enega osrednjih slovenskih tiskanih medijev – v splošnoinformativni časnik Dnevnik. Po desetih letih časopis dobi nov, zmanjšan format. V naslednjih dvajsetih letih, torej v letih med 1961 in 1991 se iz Ljubljanski dnevnik preimenuje v Dnevnik, pa v Neodvisni dnevnik in spet v Dnevnik, a tokrat z zeleno piko na i. V njem objavijo tudi prve barvne fotografije. 30. september 2002, leto po svoji 50-letnici, Dnevnik izide v novi, sodobni grafični podobi. Grafično podobo, takšno, kot jo ima danes, je dobil leta 2012 (Dnevnik, d. d. 2016). Dnevnik danes izhaja v nakladi 26 tisoč izvodov in ima več prilog. Izdaja ga Dnevnik družba medijskih vsebin. Odgovorni urednik je Miran Lesjak.

## **Slovenske novice**

Slovenske novice so prvi slovenski tabloid. Izhajati so začele na začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. »Decembra 1991 je takratni odgovorni urednik Dela Tit Doberšek k sebi poklical Delovega dopisnika z Dolenjske Marjana Bauerja in mu ponudil urejanje Slovenskih Novic« (Grah 2004, 22). Te so takrat izhajale že dobro leto dni, vendar se med bralci niso prijele. Do današnje podobe so jih pripeljale šele izkušnje. Že od samega začetka je časopis natisnjen v barvah (Erjavec 1997, 175).

Slovenske novice danes izhajajo v nakladi okrog 75 tisoč izvodov in imajo več prilog. Izdaja jih Časopisna hiša Delo. Odgovorni urednik je Bojan Budja.

## **7.2 Vizualni vtis**

V tem podpoglavju bomo analizirali izgled časopisov in kako so se ti v zadnjih letih spremenili. Osredotočili se bomo na v teoretičnem delu zapisane vizualne značilnosti senzacionalističnega in kakovostnega tiska. Pozorni bomo na format publikacije, velikost in razporeditev fotografij ter velikost naslovov.

*Delo* izhaja na A2-formatu, ki pa so ga, kot smo že pri predstavitvi časopisa Dela zapisali, leta 2008 spremenili oziroma zožili za 8 centimetrov v njegovi razprti obliki. Velikost naslovov je pri vseh besedilih enaka in se tudi v zadnjih 10 letih ni spremenila. Prispevki so razdeljeni na naslovje, vodilo in besedilo. Največja opazna vizualna sprememba pri tej publikaciji so

fotografije, ki jih je v primerjavi z letom 2006 več in večje so. Praviloma ni nosilne teme rubrik brez fotografije. To novost opazimo že na naslovnici. S fotografijo, ki obsega skoraj polovico strani, v vsaki ediciji izpostavijo določeno temo. Stalnica prve strani je tudi karikatura, ki na ilustrativen in zabaven način napove temo, ki jo bomo našli v notranjosti časopisa. Po večini gre za resne teme s političnega in gospodarskega področja. Delo je že leta 2006 informativno vrednost besedil dopolnjevalo z grafi in tabelami. Opazili smo, da je teh v letu 2016 bistveno več, dopolnili pa so jih še z dovršenimi infografikami. Na ta način bralec na hiter in enostaven način pride do vseh pomembnih informacij, ne da bi prispevek sploh prebral.

*Dnevnik* izhaja na A3-formatu in ga z leti ni spremenil. So pa premenili celostno grafično podobo. Leta 2006 je bil zaščitni znak dnevnika črn napis z zeleno piko na i. Zeleni barvi sledimo od prave do zadnje strani. Videz naslovne strani je barvit. Stalnica na naslovnici je karikatura. Prispevki so sestavljeni iz naslovja in besedila. Vsi naslovi niso enako veliki, ampak je njihova velikost odvisna od pomembnosti teme. Nosilne prispevke po rubrikah od ostalih ločimo prav po velikosti naslovov in fotografijah, ki dopolnjujejo besedilo. Danes je naslovna stran Dnevnika bistveno drugačna, kot je bila pred desetimi leti. Najopaznejša sprememba je tipografija črk naslova časopisa in samih besedil. Iz črne barve so prešli na rdečo in povsem opustili zeleno piko. Rdeča barva je nosilna barva časopisa. Z njo so zapisane vse izpostavitve in pomembne izjave. Čeprav so naslovi nosilnih prispevkov še vedno nekoliko večji od naslovov ostalih besedil, pa tako opazne razlike, kot je bila pred desetimi leti, ni več. Fotografij je več, so večje in tudi vse v barvah. Leta 2006 smo zasledili objave več črno-belih fotografij. Vizualna značilnost Dnevnika so grafi in tabele, katerih število pa se z leti ni dosti spremenilo.

Tako kot *Dnevnik* tudi *Slovenske novice* izhajajo na A3-formatu. Naslovna strani časopisa je videti kot poster. Je barvita, nepregledna, besedila je malo, fotografij veliko. V zadnjem desetletju se celostna grafična podoba časopisa ni dosti spremenila. Najopaznejša razlika je ta, da danes v publikaciji ne najdemo več t. i. nalepk čez naslove ali čeznaslovov, kot jih imenuje Kalin Golobova (2005, 294). So pa zato naslovi neenakih velikosti in barviti. Prevladujeta črna in rdeča barva. Naslovje vsebuje tudi grafične elemente. Fotografij je veliko. Na njih prevladujejo ljudje, simboličnih fotografij je zelo malo. Karikatura je stalnica zadnje strani časopisa.



### 7.3 Analiza vsebine

Analize vsebine smo se lotili tako, da smo pregledali vse izvode Dela, Dnevnika in Slovenskih novic od 4. do 11. marca 2006 in od 28. maja do 4. junija 2016 in za podrobnejšo analizo izbrali iz vsakega leta po en dan, in sicer 10. 3. 2006 in 1. junij 2016. Objavljene prispevke smo razdelili po področjih, ki jih pokrivajo – politika, gospodarstvo, družbene teme, kamor smo uvrstili teme kot so sociala, zdravstvo, šolstvo, okolje, promet ipd., kultura, šport, kronika, zabava/razvedrilo in zgodbe običajnih ljudi.

**Tabela 7.1: Razdelitev prispevkov po področjih v Delu**

<b>DELO, 10. marec 2006</b>	
<b>Politika</b>	stranke o ustanovitvi pokrajini, izvolitev J. Kacina za predsednika stranke, SD z vlado o reformah, kongres sindikatov, o uvedbi davka na nepremičnine, sprejemanje zakonodaje o zaposlovanju, vlada ukinja Urad RS za civilno letalstvo, odnosi med ZDA, Rusijo in Iranom, poljski predsednik na obisku v Berlinu, Solana o črnogorskem referendumu, odnosi s Palestinci
<b>Gospodarstvo</b>	preoblikovanje Elektra Ljubljana, dogajanje v Jutranjki, BDP v letu 2005, cenitev Triglava, stavka nemškega javnega sektorja, dajatve za kitajske in vietnamske čevlje, spletke v Volkswagnu, razvoj informacijskih tehnologij, E.ON o prevzemu Endese, vzajemni skladi, stanje na kapitalskih trgih
<b>Družbene teme</b>	raziskava ustreznosti mlečnih izdelkov, vdovske pokojnine, denacionalizacija blejskega otoka, kadrovske menjave na PN, beg možganov iz KC, plače sodnikov, plazi na Goriškem, turizem v Bovcu, odvozi smeti v Piranu, preprečevanje raka, podor ob Bači, okvara oddajnika na Stolu, plinski terminal, dražja cestnina, maoizem na pohodu, v italijanskih medijih o fojbah, o človekovih pravicah
<b>Kultura</b>	Retrospektiva J. Napotnika, prvi film z Bachovo glasbo, koncert pianista Lang Langa, pogovor z duetom Silence, snemanje celovečerca Rodoljub, 55 let SLG Celje, razstava dejavnikov, ki ustvarjajo okolje

<b>Šport</b>	zmaga Petre Majdič, Isinbajeva v boju za svetovni rekord, biatlonci uspešni na Pokljuki, gimnastična dvorana, o slovenski smučarji, formula 1, Isakovičeva v Berlinu, MSP v umetnostnem drsanju, košarka, derbi Jesenice-Alfa, Nemci v ligi prvakov izgubili v Italiji
<b>Kronika</b>	Auerja izpustili iz zapora, obsodba zaradi posredovanja pri prostituciji, tožba Žurnala, ropi v samopostrežnih trgovinah, rop Ljubljanačana
<b>Zabava/razvedrilo</b>	/
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	/

Vir: Delo, 10. 3. 2006

**Tabela 7.2: Razdelitev prispevkov po področjih v Dnevniku**

<b>DNEVNIK, 10. marec 2006</b>	
<b>Politika</b>	plačna reforma, ZDA: slovenska vlada vpliva na medije, pokojninski zakon, Drnovšek na obisku v Izraelu, Španija: prosti pretok delovne sile, razprtije v LDS
<b>Gospodarstvo</b>	prodaja deleža v NLB, o EU bankah, nasveti pri sklepanju pogodb, poslovanje Spar Slovenija, DARS o gradnji avtocest, Helios kupil tovarno v Rusiji, ideja o ustanoviti nacionalnega centra za razvoj kreativnega razmišljanja, razprtije v Cinkarni Celje, nakup delnic Iskre, v Interevropi razrešili finančnika, prve težave Googla
<b>Družbene teme</b>	človekove pravice, o ribištvu, brezposelnost, zelena knjiga o energetiki, denacionalizacija blejskega otoka, plinski terminal, plaz v Podbrdu, obvoznica v MB, rušitev Šumija, propadanje objektov, reševanje problematike starejših v Ljubljani, izlet na goro Oljka, ocene avtomobilov
<b>Kultura</b>	podelitev nagrad v NUK Zagreb, razstava I. Napotnika, arabski film o Jezusu Kristusu, izid knjige Prvih osem let, Center in Galerija P74, menjava oken v Pokrajinskem muzeju
<b>Šport</b>	Zmaga Petre Majdič, uspeh biatloncev na Pokljuki, Italijani v ligi prvakov premagali Nemce, roket, formula 1

<b>Kronika</b>	nepravilnosti v primeru Plut, tožba Žurnala, Auer spet na prostosti, rop v Veliki Britaniji
<b>Zabava/razvedrilo</b>	o priimkih (Erjavec, primer Karla Erjavca), objave iz preteklih let, gola Sharon Stone, Kylie Minogue o raku, Siddharta v projektu Svetovalnica za varno vožnjo
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	žrtve min na smučanju v Kranjski gori

Vir: Dnevnik, 10. 3. 2006

**Tabela 7.3: Razdelitev prispevkov po področjih v Slovenskih novicah**

<b>SLOVENSKE NOVICE, 10. marec 2006</b>	
<b>Politika</b>	/
<b>Gospodarstvo</b>	poslovni uspeh Spar Slovenija
<b>Družbene teme</b>	nadzor nad sodniki, razvijanje možganskih spretnosti, skrb za zdravo hrbtenico, pranje bolnišničnega perila, gensko spremenjena hrana
<b>Kultura</b>	/
<b>Šport</b>	zmaga Petre Majdič, v Sloveniji imamo samo štiri nogometne šampione, poškodovani Boštjan Cesar, formula 1 – dirka v Bahrajnu
<b>Kronika</b>	sodba majorju Ladislavu Trohi, zaprli Casiraghija, umor Ljubljankanke, rop bencinskega servisa za Bežigradom, strelski obračun v Krškem dobil epilog, ruski državljani spolno zlorabljal pastorko, sodišče razveljavilo sodbo proti Auerju, Američanka ustrelila svojo vnukinjo
<b>Zabava/razvedrilo</b>	natečaj za najlepše velikonočne pirhe, astro novice, luna in ženska moč, nadnaravni pojavi in videnje duhov, majevska zapuščina, Gwineth Paltrow z režiserskim prvencem, pevka Corinne Bailey Rae napovedala izid albuma, Lou Reed v Ljubljani, skupni nastop Oliverja Dragojevića in Lojzeta Slaka, Pearl Jam z novo pesmijo, skupina Coldplay z natečajem do videoposnetkov koncerta
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	predstavitev lastnika farme iz Podgrada, katerega prašiči so se okužili z virusom

Vir: Slovenske novice, 10. 3. 2006

Razporeditev prispevkov po področjih, objavljenih leta 2006 nam pokaže, da je Delo tisti slovenski dnevnik, katerega osnova naloga je bralca informirati in seznaniti z aktualnim dogajanjem doma in v svetu. Na resen način obravnava predvsem politične, gospodarske in družbene teme, sledijo šport in kronika, medtem ko tem s področja zabave/razvedrila in zgodb običajnih ljudi nismo zasledili. Popolno nasprotje Delu so Slovenske novice, kjer političnih in gospodarskih tem skorajda ni. Če jih v časopisu že objavijo, so to le kratke novice. Prevladujejo pa teme s področja športa, kronike in zabave/razvedrila. Nekaj je tudi zgodb običajnih ljudi. Časopis Dnevnik je tisti slovenski dnevnik, v katerem zasledimo prispevke s prav vseh v tabelah opredeljenih področij (glej Tabele 7.1, 7.2, 7.3).

**Tabela 7.4: Razdelitev prispevkov po področjih v Delu**

<b>DELO, 2016</b>	
<b>Politika</b>	sprejemanje družinskega zakonika, politično dogajanje v Avstriji, zelena politika v Sloveniji, gibanje zelenih v Franciji, sporazum med EU in Ankaro, politiki o turškem genocidu nad Armenci
<b>Gospodarstvo</b>	gospodarsko okrevanje in rast BDP, zmanjševanje zadolževanja v Nemčiji, o izvoznikih, rast gradbeništva v Sloveniji, Triglav razdelili dividende, nadzorniki v Luki Koper, kdo bo gradil drugo cev predora Karavanke
<b>Družbene teme</b>	Švica odpira najdaljši železniški predor, krčenje delavskih pravic, kakšna bo Slovenija leta 2041, varovanje okolja – ekološki odtis, odmera dohodnine, mestni vinograd, kino v Tivoliju, obletnica predora Karavanke, odprava arhitekturnih ovir za splete in slabovidne, protest proti turistom v Španiji, o jeziku in kletvicah v njem, obletnica reaktorja Triga
<b>Kultura</b>	predstavitev kulturnih znamenitosti Avstrije, arhitekturni bienale, razstava anonimnega grafitarja, Kino Otok, poletno dogajanje v Avditorju Portorož
<b>Šport</b>	košarkarska tekma med Heliosom in Zlatorogom, prijateljska nogometna tekma s Švedsko, rokomet: Slovenke proti Hrvatim, amatersko boksarsko prvenstvo, Roland Garros, gimnastičarka Teja Belak na EP, Marija Šestak končala kariero
<b>Kronika</b>	umoril očima in pustil sporočilo, afera tehnični pregledi,

	nezakonito odpuščanje v vrtcu
<b>Zabava/razvedrilo</b>	/
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	življenje na visokogorskih kmetijah

Vir: Delo, 1. 6. 2016

**Tabela 7.5: Razdelitev prispevkov po področjih v Dnevniku**

<b>DNEVNIK, 2016</b>	
<b>Politika</b>	sprejemanje družinskega zakonika, sprenevedanje Janeza Janše, predčasne volitve na Hrvaškem, francoska vlada o zakonu o delu
<b>Gospodarstvo</b>	gospodarska rast in BDP, Dana z novo podobo, razrešitev uprave Hranilnice Lon, Mercator o selitvi uprave
<b>Družbene teme</b>	švica z najdaljšim železniškim predorom na svetu, izračun dohodnine, nova kanalizacija reševanje Toma Križnarja, projekt Medena, denarna pomoč študentom, zastonj parkirišča za občinarje, helikopterska nujna medicinska pomoč, premalo parkirišč za avtodome, projekt Zelemenjava, parcele v kampih, festival Zdravja
<b>Kultura</b>	poletni program na ljubljanskem gradu, pogovor z režiserjem filma Jagnje, pogovor s skupino S.A.R.S., slovenski filmski center
<b>Šport</b>	košarkarska tekma med Heliosom in Zlatorogom, nov smučarski center v Velenju, pred nogometno tekmo Olimpija-Maribor, kvalifikacije za EP v rokometu, namizni tenis, pred začetkom Eura 2016
<b>Kronika</b>	umoril očima in napisal pismo, afera tehnični pregledi, sojenje parohu Boškoviću, sojenje odvetnici Andreji Šifrer, napadel brata in ga poškodoval, odpuščeni toži ljubljansko univerzo
<b>Zabava/razvedrilo</b>	z objavo posnetkov penisa do denarja, David Getta napisal pesem za Euro 2016
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	srečanje maturantov 1940/1941

Vir: Dnevnik, 1. 6. 2016

**Tabela 7.6: Razdelitev prispevkov po področjih v Slovenskih novicah**

<b>SLOVENSKE NOVICE, 2016</b>	
<b>Politika</b>	/
<b>Gospodarstvo</b>	/
<b>Družbene teme</b>	rušenje Roga, oglarska kopa in zbiranje donatorskih sredstev, motoristi v Portorožu, praznovanje gasilcev, ocene avtomobilov, novi modeli traktorjev in motorjev, predstavitev mladinskega klimatskega zdravilišča in terapije s konji
<b>Kultura</b>	/
<b>Šport</b>	pred nogometno tekmo s Turčijo, Jokić novi kapetan slovenske nogometne reprezentance
<b>Kronika</b>	umoril očima in pustil sporočilo, iščejo fanta, ki sta ga starša za kazen pustila v gozdu, zakuril pred lopo in padel v plamene, sojenje odvetnici A. Šifrer, zagorelo 30 panjev čebel, prodaja mamil, rodila v zaporu in skrila truplo, ubil ženo, zabodel brata, nesreča na avtocesti, pokol v Venezueli
<b>Zabava/razvedrilo</b>	astronovice, o čakrah, energija doma, ajurvedski rituali, Keri Russell in Matthew Rhys imata otroka, Gwen Stefani se je zaročila
<b>Zgodbe običajnih ljudi</b>	zgodba o katrci, zgodba babice, ki je vnukove fotografije obesila po vsem stanovanju

Vir: Slovenske novice, 1. 6. 2016

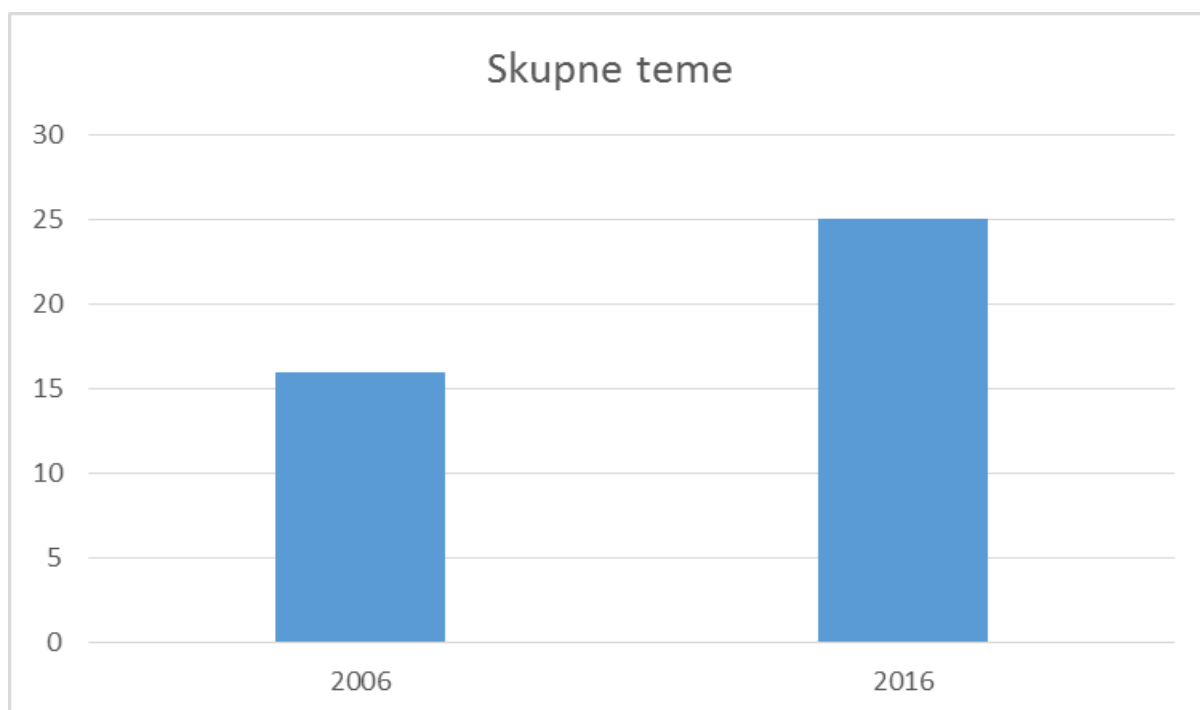
Razdelitev prispevkov po področjih za leto 2016 je pokazala, da v zadnjih desetih letih večjih sprememb pri poročanju ni bilo. V Dnevniku bralcem še vedno ponujajo tako resne teme kot lahkotnejše vsebine. Ugotovili smo, da tudi v Delu objavijo zgodbe, ki govorijo o običajnih ljudeh, v Slovenskih novicah pa zasledimo več novic s politično vsebino. Čeprav to ni razvidno iz zgornjih tabel, pa bo to pokazala analiza prispevkov na isto temo v obravnavanih edicijah Dela, Dnevnika in Slovenskih novic (glej Tabele 7.4, 7.5, 7.6).

## 7.4 Pojavnost prispevkov na isto temo po rubrikah

Za lažje ugotavljanje, kakšne stilne prvine uporabljajo izbrani dnevniki za poročanje o različnih dogodkih in na kakšen način o njih poročajo, smo med analiziranimi edicijami izbrali tiste prispevke, ki so obravnavali isto tematiko.

V obravnavanih obdobjih smo našli 123 prispevkov na isto temo, 48 leta 2006 in 75 leta 2016. To je 16 skupnih tem leta 2006 in 25 skupnih tem leta 2016 (glej Graf 7.1).

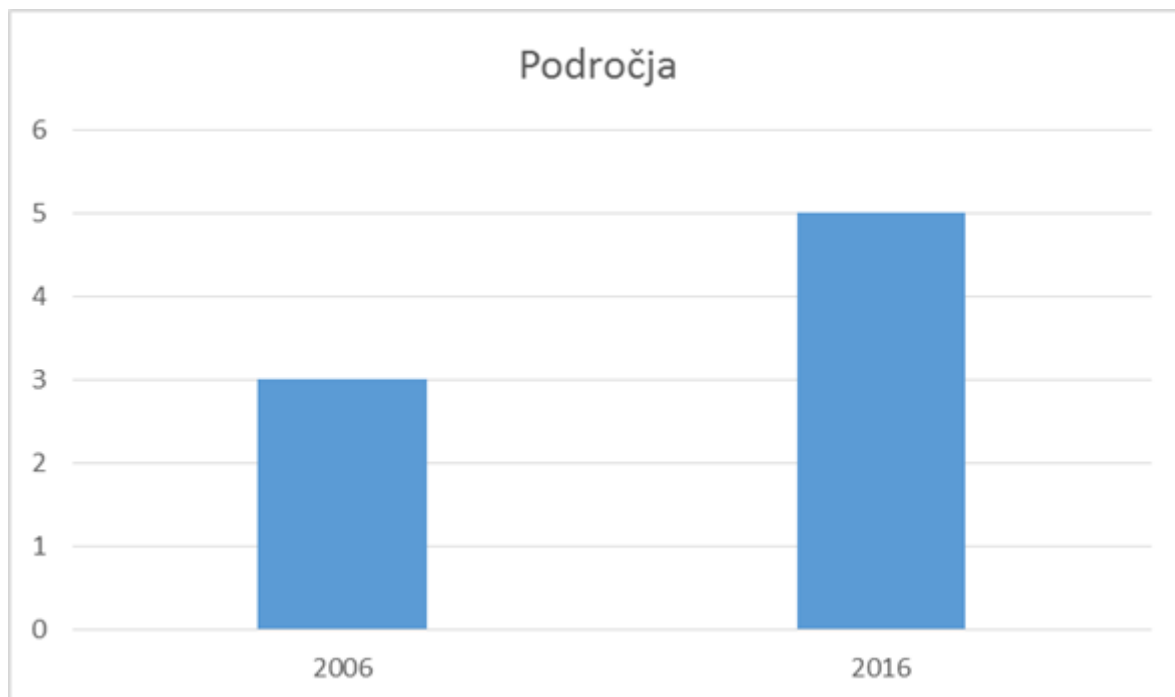
**Graf 7.1: Prikaz števila skupnih tem v obravnavanih letih v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah.**



Vir: Delo, Dnevnik in Slovenske novice, 2006 in 2016

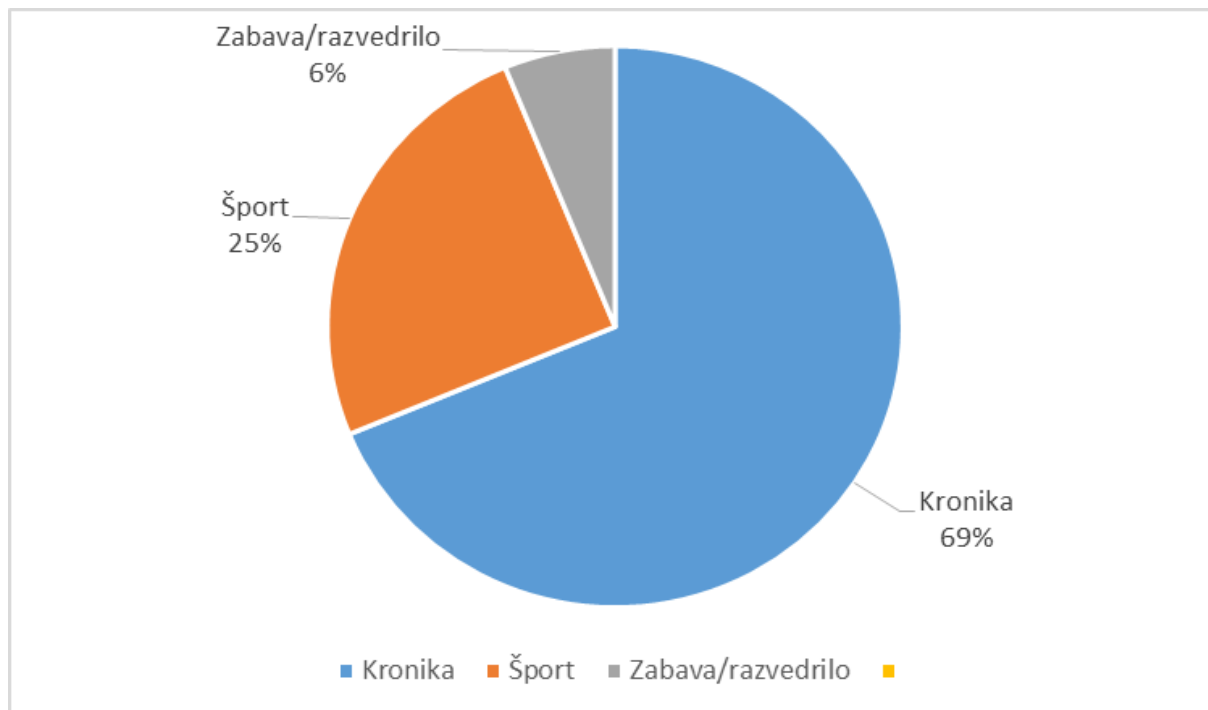
V nadaljevanju smo skupne teme razvrstili po področjih, kot smo to naredili pri analizi celotnih edicij. Pri družbenih temah nas je zanimalo še, ali gre za novice iz lokalnega okolja, torej iz Slovenije, ali tujine (glej Graf 7.2).

**Graf 7.2: Število področij analiziranih prispevkov na isto temo v obravnavanem obdobju**



Vir: Delo, Dnevnik in Slovenske novice, 2006 in 2016

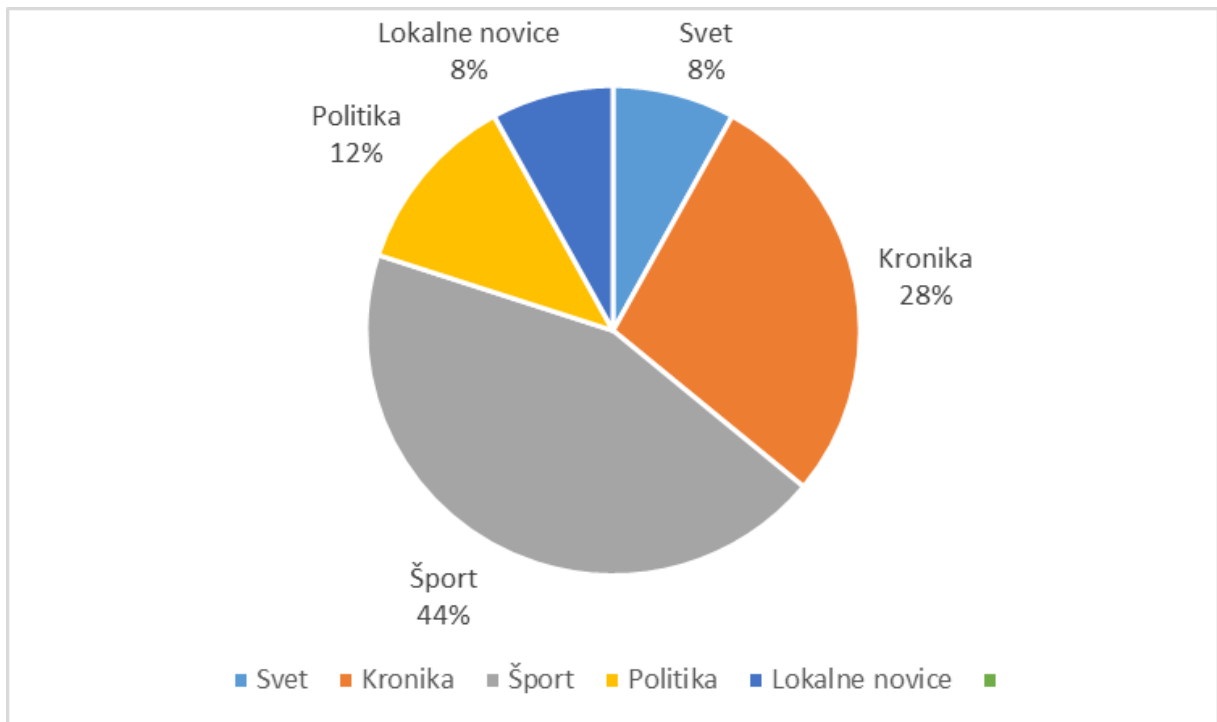
**Graf 7.3: Prikaz področij analiziranih prispevkov na isto temo v letu 2006**



Vir: Delo, Dnevnik, Slovenske novice, 4. 3.–11. 3. 2006



**Graf 7.4: Prikaz področij analiziranih prispevkov na isto temo v letu 2016**



Vir: Delo, Dnevnik in Slovenske novice, 28. 5.–4. 6. 2016

Ugotovili smo, da je bilo število prispevkov, ki obravnavajo isto temo, objavljenih v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah, leta 2006 manj kot danes. Obravnavali so večinoma lahkotnejše teme s področja kriminala (kronika), športa in zabave oziroma razvedrila. Deset let kasneje, leta 2016 je člankov na isto temo v obravnavanih dnevnikih več, in sicer za 36 odstotkov. Področja obravnave pa so kriminal (kronika), šport, politika, lokalne novice in novice iz tujine (svet) (glej Grafe 7.3, 7.4).

## 7.5 Jezikovnostilna analiza prispevkov

Kalin Golobova in Poler Kovačičeva (2005, 291) ugotavljata, da se meje med kakovostnim in senzacionalističnim tiskom zabrisujejo z izbiro novic, njihovo predstavitvijo in naslovi. Kalin Golobova (2003, 231) pravi, da se časopisna besedila berejo preko naslovja in je to pomembno za pridobitev k nadaljnjemu branju. Po Korošču (1998, 50) je »naslovje najizrazitejša časopisna poročevalska kategorija. Tvorijo jo nadnaslov, veliki naslov, podnaslovi in sinopsis«.

Namen senzacionalističnega tiska je pritegnitev k branju, zato je za to zvrst tiska značilna uporaba aktualizmov. Avtomatizem je tisto, kar nastane z aktualizacijo (Korošec 1998, 16). Po Korošču (1998, 16) je aktualizacija »nova, sveža, posebna in nenavadna uporaba jezikovnih sredstev za doseg posebnega učinka. Je sredstvo, s katerim tvorec besedila išče pot k naslovniku, navezuje stik z njegovim izkustvenim svetom, da bi sprožil njegovo razumsko in čustveno dejavnost«.

Za jezikovnostilno analizo prispevkov bomo uporabili Koroščevo klasifikacijo funkcij naslovov (Korošec 1998, 48–49) in aktualizmov (Korošec 1998, 17–28). Pri analizi se bomo oprli tudi na klasifikacijo jezikovnih prvin, ki jih uporabljajo avtorji presojevalnih poročevalskih besedil (Kalin Golob 2003, 231, Kalin Golob, Poler Kovačič 2005, 293–295). V prispevkih bomo iskali zaznamovana, tudi ekspresivna jezikovna sredstva, po Koroščevo aktualizme, npr. časovno in čustveno zaznamovane besede, stalne besedne zveze oziroma frazeme, trope in figure, ločila, ki gradijo vrednotenje in vključujejo bralca v dopolnjevanje neizrečenega, ustvarjanje dialoga, neknjižne prvine.

Za analizo smo izbrali 14 tem, za vsak analizirani dan po eno. Pregledali smo 42 prispevkov. Najprej bomo naslove prispevkov razdelili glede na njihovo funkcijo in primerjali, koliko jih najdemo v posameznem dnevniku. Primerjavo bomo naredili tudi med letoma 2006 in 2016. V nadaljevanju se bomo posvetili besedilom. V njih bomo iskali aktualizme. Primerjali bomo njihovo količino in funkcijo med časopisi Delo, Dnevnik in Slovenske novice in preverili, ali se je njihova uporaba z leti kaj spremenila.

### 7.5.1 Analiza naslovov

Korošec (1998, 48–49) loči tri funkcije naslovov, in sicer poimenovalno-informativno, informativno-stališčno in pozivno-pridobivalno funkcijo. Naslovi s poimenovalno-informativno funkcijo »besedilo označujejo, poimenujejo temo oziroma vsebino besedila. V večini teh naslovov sta združeni poimenovalnost in informativnost, praviloma pa je ena v ospredju«. Naslovi z informativno-stališčno funkcijo bralca »sicer informirajo o vsebini besedila in ga tudi poimenujejo, toda izrazito izstopa vrednotenje vsebine, stališče avtorja«. Tretja, pozivno-pridobivalna funkcija naslovov je pogosto pravo nasprotje informativni, »jo naravnost zanika, tako da o vsebini ne pove nič in s tem skuša bralca pridobiti za branje ostalega besedila. Sicer pa naslovi s to funkcijo neredko vsebujejo prvine informativne funkcije, prekriva jih stališčna, v njej pa se kaže še avtorjeva zahteva, poziv uredništva«.

Analizirali smo 42 naslovov, 21 za leto 2006 in 21 za leto 2016, in jih v tabele razvrstili glede na to, v katerem časopisu so bili objavljeni in kakšno funkcijo imajo (glej Tabele 7.7, 7.8, 7.9, 7.10, 7.11, 7.12).

**Tabela 7.7: Razdelitev naslovov po funkciji v Delu leta 2006**

<b>DELO, 2006</b>	
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Poimenovalno-informativna	3
Informativno-stališčna	3
Pozivno-pridobivalna	1

Vir: Delo 2006

**Tabela 7.8: Razdelitev naslovov po funkciji v Dnevniku leta 2006**

<b>DNEVNIK, 2006</b>	
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Poimenovalno-informativna	3
Informativno-stališčna	1
Pozivno-pridobivalna	3

Vir: Dnevnik 2006

**Tabela 7.9: Razdelitev naslovov po funkciji v Slovenskih novicah leta 2006**

<b>SLOVENSKE NOVICE, 2006</b>	
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Poimenovalno-informativna	2
Informativno-stališčna	4
Pozivno-pridobivalna	1

Vir: Slovenske novice 2006

Največ naslovov s poimenovalno-informativno funkcijo smo zasledili v Delu (*V Celju v bloku našli mrtva stanovalca, Stanovalca je zadušil monoksid, Po sojenju se je znesel nad fotoaparatom*) in Dnevniku (*Dvojna smrt v sedmem nadstropju, Smrt v požaru v nekdanji gostilni, Fotoaparat se je razletel na kose*), kar je povsem pričakovano, saj se oba dnevnika uvrščata med kakovostni tisk, njegova prvenstvena naloga pa je bralce informirati. Pričakovano je bilo najmanj naslovov s to funkcijo v Slovenskih novicah (*Ob mrtvem dekletu naredil samomor, Poštarja našli v Kranju*). V tem dnevniku smo zasledili največ naslovov z informativno-stališčno funkcijo (*Samotarski Dore se je zadušil, Fotograf Novic brutalno napaden, Zašprintala je na vrh, Pištola pretiho počila*). Naslovov s pozivno-pridobivalno funkcijo je bilo največ v časniku Dnevnik (*Zlatorog izgubil nedolžnost, Poštarjevih sladkih pet dni, Napaka postala dobitek na lotu*).

**Tabela 7.10: Razdelitev naslovov po funkciji v Delu leta 2016**

<b>DELO, 2016</b>	
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Poimenovalno-informativna	3
Informativno-stališčna	4
Pozivno-pridobivalna	0

Vir: Delo 2016

**Tabela 7.11: Razdelitev naslovov po funkciji v Dnevniku leta 2016**

<b>DNEVNIK, 2016</b>	
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Poimenovalno-informativna	5
Informativno-stališčna	2

Pozivno-pridobivalna	0
----------------------	---

Vir: Dnevnik 2016

**Tabela 7.12: Razdelitev naslovov po funkciji v Slovenskih novicah leta 2016**

SLOVENSKE NOVICE, 2016	
FUNKCIJA	ŠTEVILO
Poimenovalno-informativna	3
Informativno-stališčna	4
Pozivno-pridobivalna	0

Vir: Slovenske novice 2016

Analiza naslovov v obravnavanih dnevnikih za leto 2016 je pokazala, da je Dnevnik tisti časopis, v katerem najdemo največ naslovov s poimenovalno-informativno funkcijo (*Reševanje humanitarca Križnarja iz južnosudanskega zapora, Gajser znova najhitrejši, Očima 15-krat zabodel in ga zadušil, napisal pismo in pobegnil na Obalo, Američane obnorel nogomet, ki se že kosa s košarko in hokejem, Čeferinu podpora raste, Katanec jo izgublja*). Delo in Slovenske novice sta si povsem enako razdelila število naslovov s poimenovalno-informativno (Delo: *Intenzivna diplomatska akcija reševanja Toma Križnarja, Lažno potrdili ustreznost vozila za prevoz nevarnih snovi, Slovenija nad Turke kot Manchester United*; Slovenske novice: *Za izpustitev Križnarja, S podkupninami dobil še eno plačo, Tudi proti turkom agresivno in pogumno*) in informativno-stališčno funkcijo (Delo: *Gajser z nastopom za čisto desetko vrnil udarec, Po sledi izjave Karla Erjavca, da državo vodi nedorasel dveletnik, Surovo umoril očima in pustil sporočilom, Messi papirje samo podpisuje*; Slovenske novice: *Gajser pokoril Španijo, Erjavec udaril po koaliciji, Je bil prišteven, ko je umoril očeta?, Bo Messiju le uspelo zmagati z Argentino?*). Čeprav je prvenstvena naloga avtorjev v Delu še vedno bralca informirati, pa se močno kaže težnja po pritegniti v branju, saj naslovi niso več nevtralni, ampak se v njih že kaže prisotnost avtorja. Naslovov s pozivno-pridobivalno funkcijo nismo zasledili v nobenem od dnevnikov.

Za lažjo primerjavo spodnje tabele prikazujejo število naslovov s posamezno funkcijo za obe obravnavani leti (glej Tabele 7.13, 7.14, 7.15).

**Tabela 7.13: Primerjava funkcij naslovov v Delu**

<b>DELO</b>		
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>	
	<b>2006</b>	<b>2016</b>
Poimenovalno-informativna	3	3
Informativno-stališčna	3	4
Pozivno-pridobivalna	1	0

Vir: Delo 2006 in 2016

**Tabela 7.14: Primerjava funkcij naslovov v Dnevniku**

<b>DNEVNIK</b>		
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>	
	<b>2006</b>	<b>2016</b>
Poimenovalno-informativna	3	5
Informativno-stališčna	1	2
Pozivno-pridobivalna	3	0

Vir: Dnevnik 2006 in 2016

**Tabela 7.15: Primerjava funkcij naslovov v Slovenskih novicah**

<b>SLOVENSKE NOVICE</b>		
<b>FUNKCIJA</b>	<b>ŠTEVILO</b>	
	<b>2006</b>	<b>2016</b>
Poimenovalno-informativna	2	3
Informativno-stališčna	4	4
Pozivno-pridobivalna	1	0

Vir: Slovenske novice 2006 in 2016

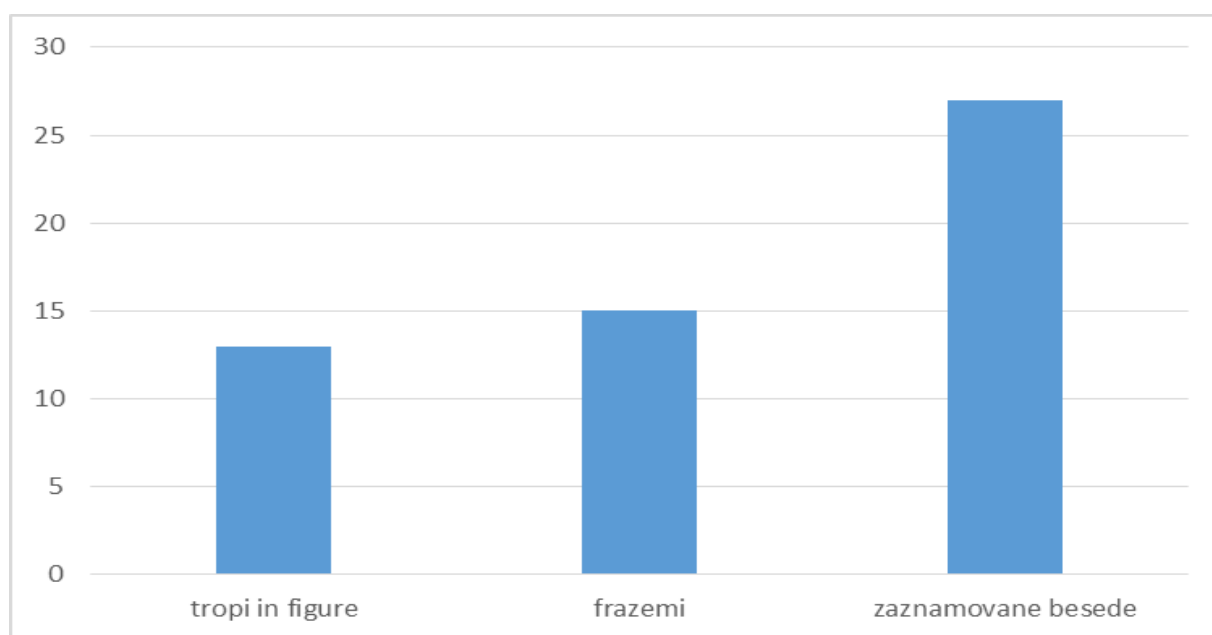
Večjih odstopanj med posameznimi dnevniki in posameznimi leti ni. Najopaznejša je razlika pri Dnevniku v prid naslovom s poimenovalno-informativno funkcijo, saj se je njihovo število

skoraj podvojilo, naslovov s pozivno-pridobivalno funkcijo pa v leto 2016 nismo našli, medtem ko jih je bilo v tem časopisu pred desetimi leti največ. Ker nas je zanimalo, zakaj takšno ujemanje pri naslovih v Delu in Slovenskih novicah, čeprav imamo prvega za kakovostni časopis, drugega pa za tabloidnega, smo pregledali še avtorje prispevkov. Oba dnevnika izdaja ista založniška hiša. Pri nekaterih besedilih objavljenih v Delu in Slovenskih novicah na isto temo smo namreč zasledili uporabo istih stilnih prvih v enakih kontekstih, zato smo sklepali da so prispevki v enem in drugem dnevniku delo istega avtorja. Ugotovili smo, da so avtorji prispevkov različni.

### 7.5.2 Aktualizmi v prispevkih

Po Korošcu (1998, 12) so poročevalska besedila dveh zvrsti: tista, katerih prvenstvena naloga je informirati oziroma prenesti sporočilo, in tista, ki »v iskanju stika z naslovnikom gradijo na vplivanjskih, apelnih in vrednotilnih sporočanjških nalogah«. »Glavno stilno nasprotje med obema je izraženo z nastopanjem specifičnih stilnih sredstev«, ki jih imenujemo avtomatizacija in aktualizacija (Korošec 1998, 12). Če je namen pisca prispevkov vpliv na bralca oziroma pritegnitev k branju, potem je smotrna uporaba aktualizmov. V analiziranih besedilih bomo iskali količino aktualizmov in njihovo funkcijo. Aktualizme smo razvrstili v tri skupine: tropi in figure, frazemi in zaznamovane besede.

Graf 7.5: Število aktualizmov v Delu leta 2006



Vir: Delo 2006

V obravnavanih prispevkih časopisa Delo za leto 2006 smo našli 55 aktualizmov. 13 primerov je tropov in figur, 15 frazemov in 27 zaznamovanih besed in besednih zvez (glej Graf 7.5, Tabela 7.16, 7.17).

**Tabela 7.16: Tropi in figure v prispevkih v Delu leta 2006**

DELO, 2006	
TROPI IN FIGURE	ŠTEVILO
Metafora	2
Metonimija	6
Poosebite	2
Perifraza	1
Primerica	1
Evfemizem	1

Vir: Delo 2006

Veliko aktualizmov v besedilih je tropov. Med njimi smo v Delu našli največ primerov metonimij (*Zlatorog potrebuje nove čarovnike, izgubiti v celjskem rokometnem hramu, je jasno, da je še vedno motor moštva, v katerem ima; je junija lani po devetih letih ždenje za rešetkami prišel na prostost*). Sledijo metafore (*jim je nasproti stala ekipa z najdaljšo klopjo v Evropi, primerjava med kubansko-španskim »bikom« Rolandom Uriosom ter M. M in G. K je pokazala*) in poosebitve (*Zlatorog, selekcija sveta zbrana v dresih Ciudad Real*) ter perifraza (*evropsko najbolj konkurenčni slovenski proizvod*), primerica (*ducat golov /.../ pa ni le odtenek, ampak dobršen del barvnega spektra*) in evfemizem (*si je ime »sposodil«* od /.../). Po številu tropi in figure zasedajo tretje mesto med aktualizmi. Mednje Korošec (1998, 19) šteje tudi besede, ki so v Slovarju slovenskega knjižnega jezika označene s čustvenimi in časovnimi kvalifikatorji. Teh smo med vsemi aktualizmi v Delu zasledili največ.

**Tabela 7.17: Zaznamovane besede v prispevkih v Delu leta 2006**

DELO, 2006	
ZAZNAMOVANE BESEDE	ŠTEVILO
Ekspresivne besede	21
Publicistične besede	2
Pogovorne besede	2
Žargonske besede	2

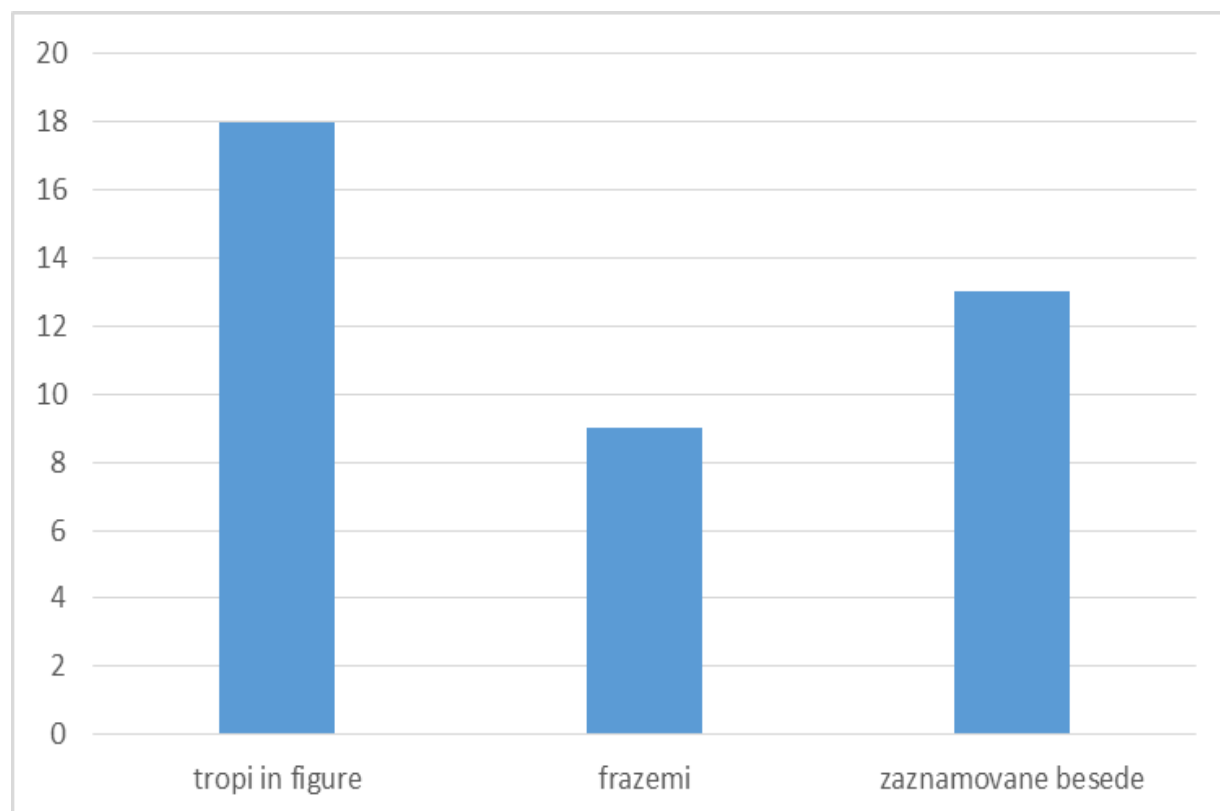


Daleč največ je besed, ki so označene s stilnoplastnim kvalifikatorjem ekspresivno (*veliki trenutek, polom dveh favoritov, pobožne želje, evropska smetana, tekmeču znižati letov, grenak priokus, požvižgati se*), sledijo publicistične (botrovati), pogovorne (*za loškega Matica, kupčkati*) in žargonske (*odvzeti močno orožje*) besede. Žargonske besede so bile uporabljene v prispevkih o športu.

Frazemi so, tako Kalin Golobova (2007, 177) »posebej zanimiva stilna kategorija, so lahko razumljivi, navezujejo se na bralčev izkustveni svet in sprožajo čustven odziv«. V Delu smo našli 15 primerov (*pasti – padla je dvorana Zlatorog, izgubiti sled, biti živ in zdrav, priti prepozno – pomoč je prišla prepozno, biti pisan na kožo, imeti zvrhano vrečo nečesa, sreča se je nasmehnila*).

V prispevkih, objavljenih v Dnevniku v obravnavanem obdobju leta 2006, je bilo aktualizmov 40. 18 primerov tropov in figur, 9 frazemov in 13 zaznamovanih besed in besednih zvez (glej Graf 7.6, Tabela 7.18, Tabela 7.19).

**Graf 7.6: Število aktualizmov v Dnevniku leta 2006**



Vir: Dnevnik 2006

**Tabela 7.18: Tropi in figure v prispevkih v Dnevniku leta 2006**

DNEVNIK, 2006	
TROPi IN FIGURE	ŠTEVILO
Metafora	6
Metonimija	5
Poosebitev	2
Vzklik	1
Primera	1
Ponavljjanje	2
Aposiopeza	1

Vir: Dnevnik 2006

Tropi in figure v Dnevniku so bolj raznolike. Poleg metafor (*na krilih vratarja so ujeli, zadnji žarek upanja je posijal, napaka je postala dobitok na lotu*) in metonimij (*se je celjski stroj ustavil, so morali podpisati premierno kapitulacijo, obračun z roko pravice*), ki so najpogostejše, smo našli še primere poosebitev (*Zlatorog*) in ponavljanj (*ne vem, res ne vem*) ter vzklik (*Noro!*), primero (*hodili s šampanjcem za kraljico, kot sedem palčkov za sneguljčico*) in aposiopezo (*kljub temu, da je pred sejo višjega sodišča skušal pomočiti vrata razpravne dvorane ...*).

Po količini tropom in figuram sledi zaznamovana leksika. Našteli smo jih trinajst. Gre zgolj za ekspresivne (*premagale so jo solze, ujeli stik, je bil nerešljiva uganka, z »lepotno napako«, si je prisluzil, je eksplodiral*) in pogovorne (*Gianni za Jani Brajkovič, kot se šika*) besede.

**Tabela 7.19: Zaznamovane besede v prispevkih v Dnevniku leta 2006**

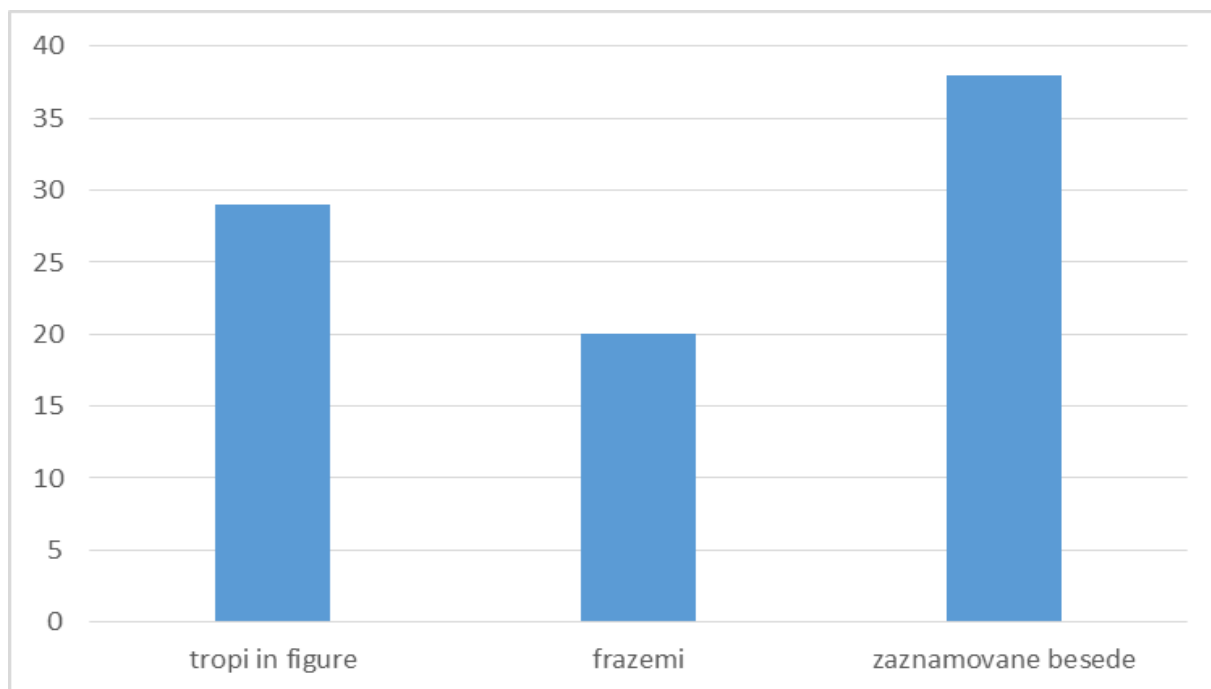
DNEVNIK, 2006	
ZAZNAMOVANE BESEDE	ŠTEVILO
Ekspresivne besede	8
Pogovorne besede	5

Vir: Dnevnik 2006

Dnevnik je tisti časopis, v katerem smo našli najmanj frazemov. Našteli smo jih devet. Izpostavimo jih le nekaj, in sicer *biti športnik od glave do peta, spraviti na kolena, pritisniti na plin, skočiti na Obalo, širiti glas, biti pika na i*.

Po pričakovanjih je bilo največ aktualizmov v Slovenskih novicah. Našli smo jih 87, od tega 29 tropov in figur, 20 frazemov in 38 zaznamovanih leksemov (glej Graf 7.7, Tabela 7.20, Tabela 7.21).

**Graf 7.7: Število aktualizmov v Slovenskih novicah leta 2006**



Vir: Slovenske novice 2006

Presenetilo nas je visoko število tropov in figur ter njihova raznolikost. Zanje je značilen večji intelektualni napor pri branju, zato bi jih več kot v Slovenskih novicah pričakovali v Delu, saj so njegovi bralci praviloma ljudje z višjo izobrazbo, Slovenske novice pa so nasprotno namenjen manj zahtevnemu občinstvu.

Med tropi in figurami so najpogostejše metonimije (*vitez vesele podobe, španski konkvistadorji so bili pijani od zmage, požar v vrhnjem nadstropju nekdanj cvetočega gostišča, po torinskih mukah je Majdičeva občutila zadovoljstvo*) in metafore (*tudi Ciudad real je premagal blišč zlata pivskega raja, potem, ko je zakorakal v osvojene sobane celjskega kneza, šlo je samo še navzdol, do krutega konca v torkovem jutru, začela je šprint svojega življenja*), sledijo ironija (*se jim je zasmilil*), perifraza (*dobrodušni samotar*) ter ponavljanje (*ure in ure po tem*), evfemizem (*si je sposodil od /.../*) in poosebitev (*Zlatorog*).

**Tabela 7.20: Tropi in figure v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2006**

<b>SLOVENSKE NOVICE, 2006</b>	
<b>TROPI IN FIGURE</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Metafora	10
Metonimija	12
Ponavljjanje	1
Perifraza	2
Ironija	2
Evfemizem	1
Poosebitev	1

Vir: Slovenske novice 2006

**Tabela 7.21: Zaznamovane besede v prispevkih v Slovenskih novicah leta 2006**

<b>SLOVENSKE NOVICE, 2006</b>	
<b>ZAZNAMOVANE BESEDE</b>	<b>ŠTEVILO</b>
Ekspresivne besede	29
Publicistične besede	1
Knjižne besede	2
Pogovorne besede	4
Arhaične besede	1
Vulgarne besede	1

Vir: Slovenske novice 2006

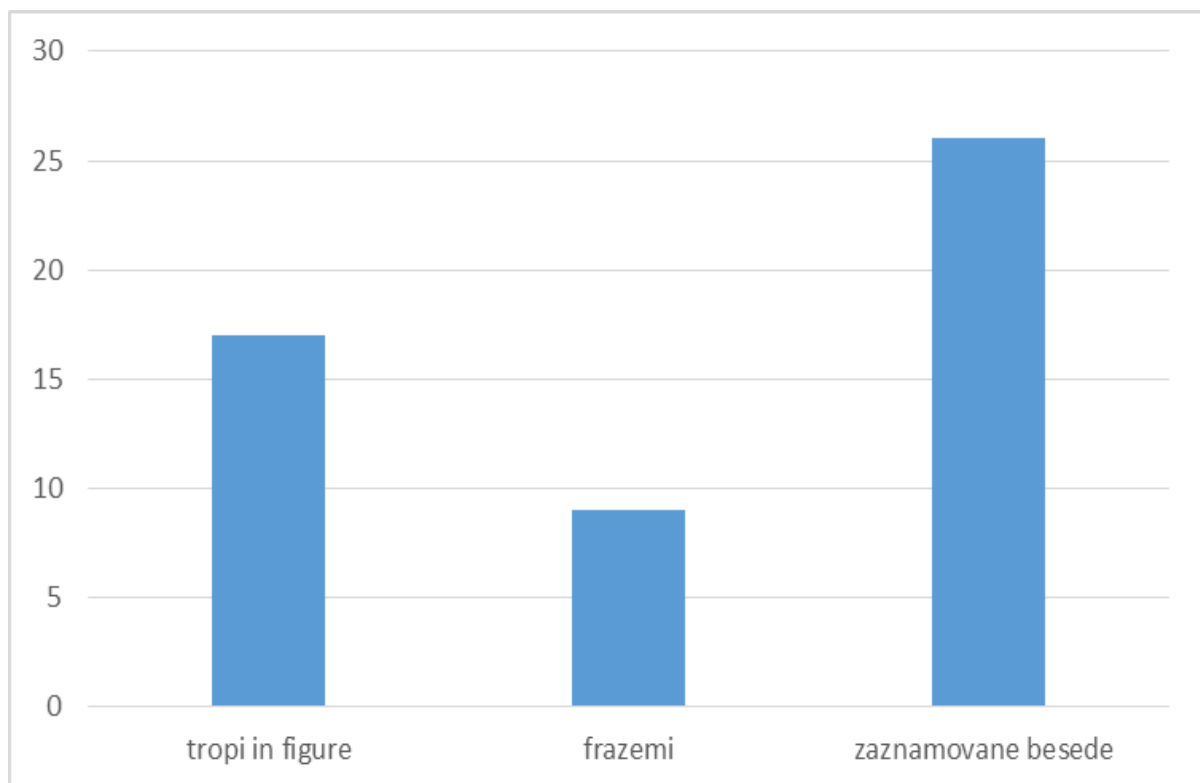
Raznolike so tudi zaznamovane besede in besedne zveze. Zasedili smo primere ekspresivnih besed (*silovito pospešila, je planil nad, je izdaval, izbrano besedišče, bojno poslanstvo, ljudsko rajanje, kraljevska zmaga, padec Zlatoroga, osvajalci, od obleganja utrujena branilci, srčno braniti, dokopati se do /.../, viseti z vrvjo okrog vratu*). Teh je največ. Na drugem mestu so pogovorne (*bicikel*) besede, sledijo knjižne (*domala, prijateljevati*) besede ter publicistične (*pogovori so se dotikali*), arhaične (*sovrag*) in vulgarne (*poscal vrata*) besede. Našli smo še neologizem *zlokleta*, ki se nanaša na dvorano, v kateri so igrali rokometiši.

Frazemov smo v Slovenskih novicah našli 20. Če jih izpostavimo le nekaj: *iti na kolena, biti boj z mlini na veter, zapisati črno na belem, obrniti hrbet, izgubiti sled, naviti ušesa, prekrižati pot, poklekniti*.

Poiskali smo tudi aktualizme v izbranih prispevkih v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah, objavljenih v letu 2016 ter ugotavljali njihovo število in funkcijo.

V Delu smo našli 52 aktualizmov: 17 tropov in figur, 9 frazemov in 26 zaznamovanih besed (glej Graf 7.8, Tabela 7.22, Tabela 7.23).

**Graf 7.8: Število aktualizmov v Delu leta 2016**



Vir: Delo 2016

Med tropi in figurami prevladujejo metonimije (*najstniški fenomen je na vseh devetih dirkah prve polovice sezone stal na stopničkah, državo vodi nedorasel dvoletnik, so padle delnice Kostarike, ker se je poškodoval vratar Keylor Navas, je zapustil jato Rok Kronaveter, ki so ga izdale stranske vezi*), sledijo metafore (*ko bodo ugasile medijske luči, se bo videlo, da je*

Cerar pravzaprav nag, kaj ima skupnega poker nogometašev) in ironija (slovi po svojih domislicah).

**Tabela 7.22: Tropi in figure v Delu leta 2016**

DELO, 2016	
TROPI IN FIGURE	ŠTEVILO
Metafora	6
Metonimija	10
Ironija	1

Vir: Delo 2016

Najmanj smo našli frazemov (*postati drugi dom, vrniti udarec, ostati odprtih ust, ostati praznih rok, zgrabiti z obema rokama, priti na uho*), največ pa zaznamovanih prvin. Na prvem mestu so ekspresivne (*brutalen urnik, ohladiti glave, surovo vzeti življenje, silovito udariti, nizkotni nagibi, njihovo početje, mnogo grenkih izkušenj*) besede, sledijo žargonske (*skozi pregled »spustiti«, osmoljenec, klasična »desetka«*) ter starinske (*spisati*) in žaljive (*crkni*).

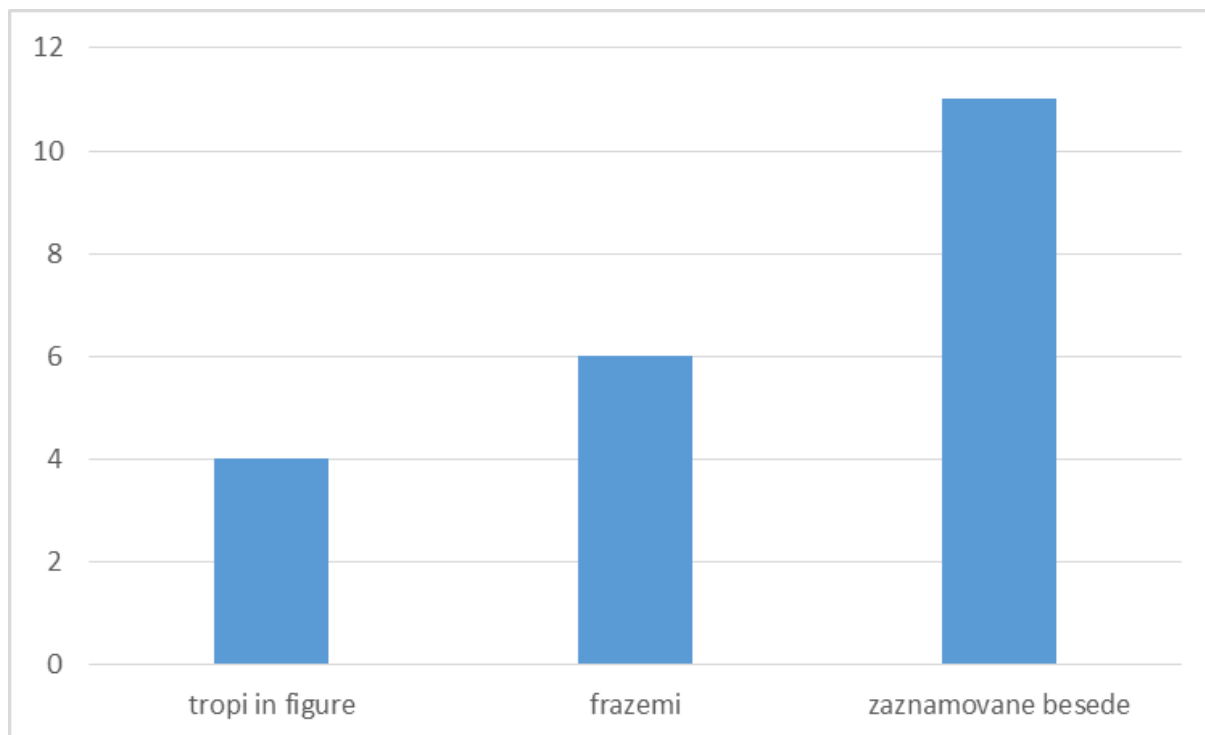
**Tabela 7.23: Zaznamovane besede v Delu v 2016**

DELO, 2016	
ZAZNAMOVANE BESEDE	ŠTEVILO
Ekspresivne besede	20
Starinske besede	1
Žaljive besede	1
Žargonske besede	4

Vir: Delo 2006

Dnevnik je tisti analizirani slovenski dnevnik, v katerem smo našli najmanj aktualizmov. Našteli smo jih 21, od tega štiri trope in figure, šest frazemov in 11 zaznamovanih prvin (glej Graf 7.9, Tabela 7.24, Tabela 7.25).

**Graf 7.9: Število aktualizmov v Dnevniku leta 2016**



Vir: Dnevnik 2016

**Tabela 7.24: Tropi in figure v Dnevniku leta 2016**

DNEVNIK, 2016	
TROPI IN FIGURE	ŠTEVILO
Metonimija	1
Ironija	2
Zamolck	1

Vir: Dnevnik 2016

Med tropi in figurami smo zasledili le metonimijo (*prejeli so podkupnine /.../ enako so neprividipravi počeli tudi tokrat*), ironijo (*humanitarca*) in zamolk (*ali se šteje za naslednico Zveze komunistov, socialdemokracije ...*). Med frazemi omenimo naslednje: *kosati se, nikjer ne piše, priti na uho, biti zgovoren dokaz*. Velike raznolikosti ni niti pri zaznamovanih besedah. Našli smo ekspresivne (*nizkotni nagibi, nesrečnež, opraviti krvavo delo, preobrazba Josipa Iličića*), publicistične (*vsebine lahko našli tako z /.../*) in citatno besedo (*»soccer«*).

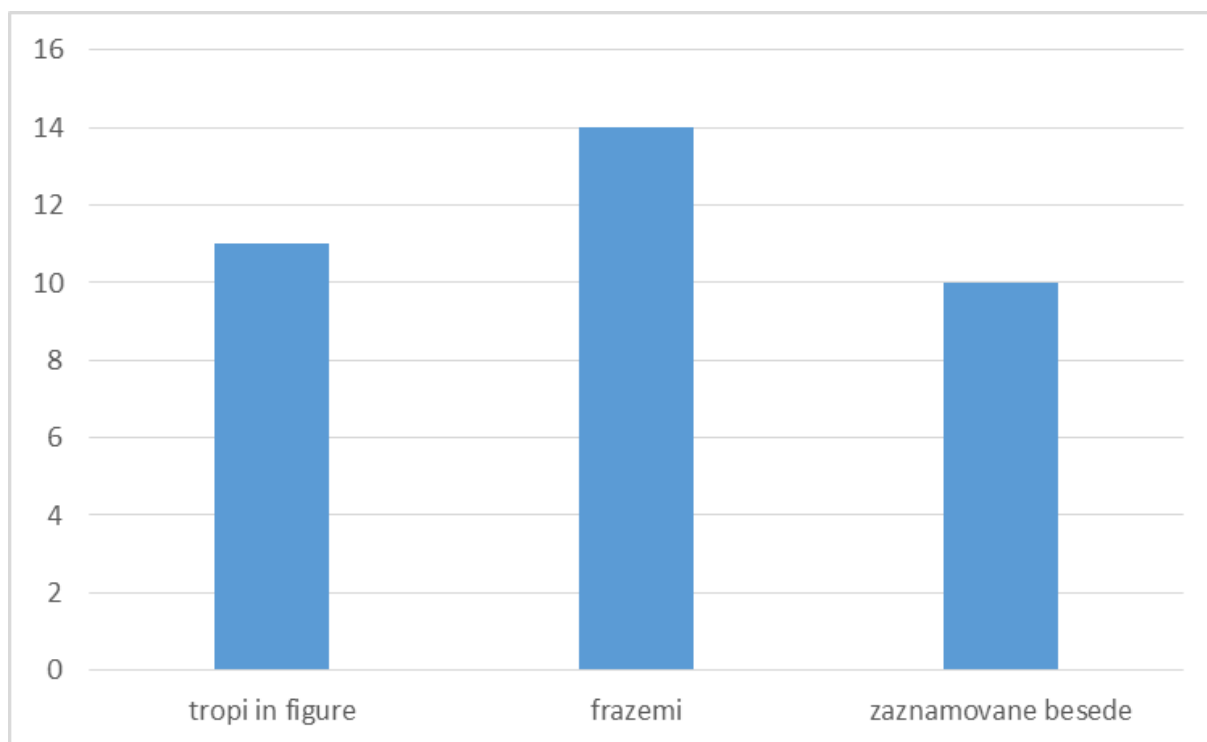
Tabela 7.25: Zaznamovane besede v Dnevniku leta 2016

DNEVNIK, 2016	
ZAZNAMOVANE BESEDE	ŠTEVILO
Ekspresivne besede	7
Publicistične besede	3
Tuje besede	1

Vir: Dnevnik 2016

Število aktualizmov, ki smo jih našli v Slovenskih novicah, je 35. Največ je frazemov. Teh je 14. Sledijo tropi in figure. Našteli smo jih 11. Zaznamovanih prvin je najmanj, in sicer 10 (glej Graf 7.10, Tabela 7.26, Tabela 7.27).

Graf 7.10: Število aktualizmov v Slovenskih novicah leta 2016



Vir: Slovenske novice 2016

Med frazemi, ki jih je največ, izpostavimo le nekatere, in sicer *biti slaba popotnica, resnici na ljubo, izgubiti stik z realnostjo, izučiti – nekaterih nikoli ne izuči, hlače se tresejo, igrati se z življenjem, čutiti posledice udarcev, služiti kruh, prilepiti obliž na bojne rane*. Zasedili smo pet različnih primerov tropov in figur. Pričakovano največ je metonimij (*Fatih Terim ima zdaj že tretji mandat, tokrat je šef od avgusta 2013, kriminalistična preiskava, med katero so možje*



*postave*), sledijo metafora (*na motoristični dirki razreda MXGP so se ta točke borili gladiatorji na dveh kolesih*), primera (*nismo kameleoni, stojimo za svojim programom*), oksimoron (*slajše skrbi*) in poosebitev (*vikingi*).

**Tabela 7.26: Tropi in figure v Slovenskih novicah leta 2016**

SLOVENSKE NOVICE, 2016	
TROPI IN FIGURE	ŠTEVILO
Metafora	1
Metonimija	7
Primera	1
Oksimoron	1
Poosebitev	1

Vir: Slovenske novice 2016

**Tabela 7.27: Zaznamovane besede v Slovenskih novicah leta 2016**

SLOVENSKE NOVICE, 2016	
ZAZNAMOVANE BESEDE	ŠTEVILO
Ekspresivne besede	7
Žargonske besede	3

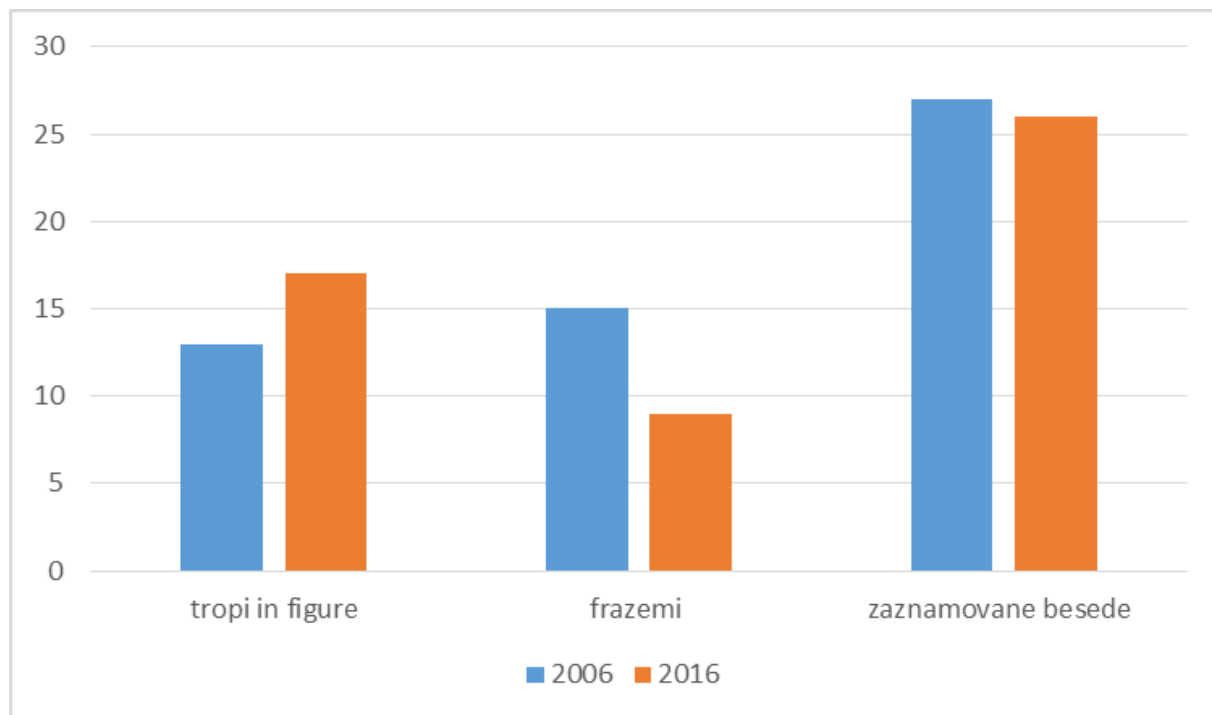
Vir: Slovenske novice 2016

Zaznamovanih prvin smo našli 10. Med njimi prevladujejo tiste s stilnoplastnim kvalifikatorjem ekspresivno (*peklenke skupine, očitati, brutalno pretepsti, udaril po koaliciji*) in žargonske (*dvojec, iztržek, zabiti zadetek*).

### 7.5.3 Primerjava aktualizmov v dnevnikih med letoma 2006 in 2016

Analiza aktualizmov v dnevnikih Delo, Dnevnik in Slovenske novice med letoma 2006 in 2016 je pokazala, da se uporaba aktualizmov, ki smo jih razdelili na trope in figure, frazeme in zaznamovane besede oziroma besedne zveze ni bistveno spremenila. Najmanj sprememb smo opazili pri Delu, sledi Dnevnik, največ jih je pri Slovenskih novicah.

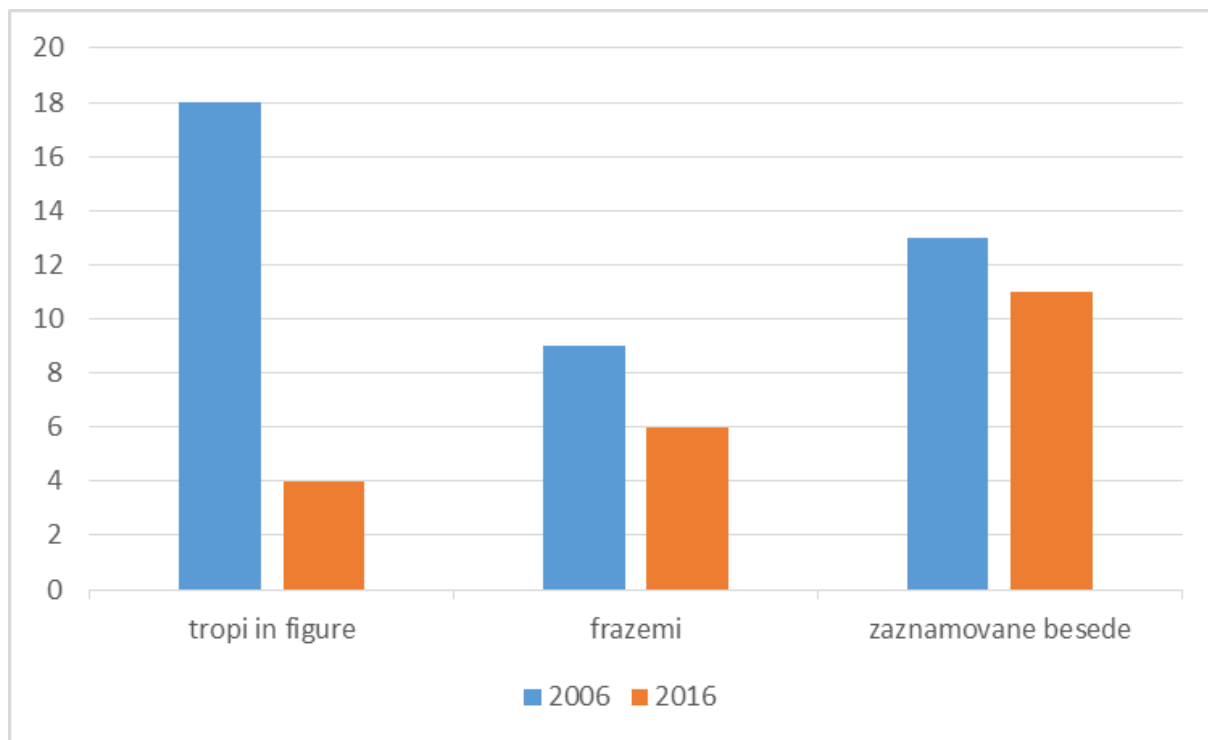
Graf 7.11: Primerjava aktualizmov v Delu med letoma 2006 in 2016



Vir: Delo 2006 in 2016

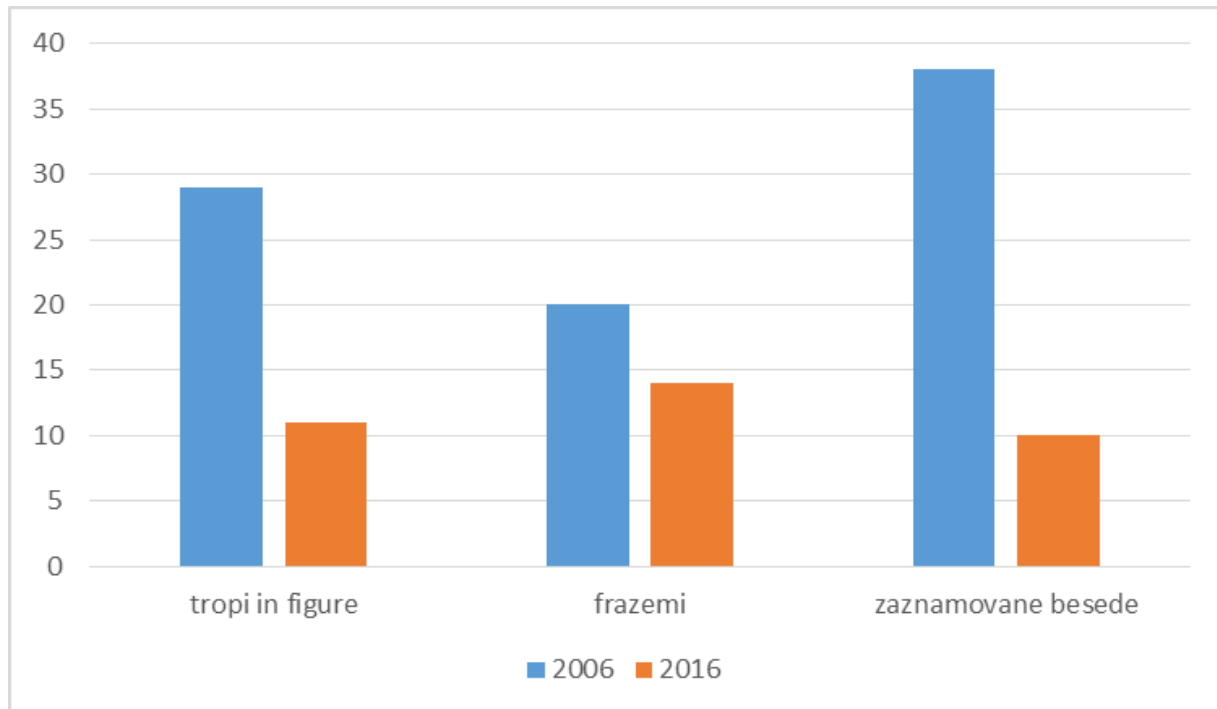
Število aktualizmov se pri Delu v zadnjih desetih letih praktično ni spremenilo. Manjšanje uporabe sicer je, a je zanemarljivo. Predvsem je opazna manjša raznovrstnost tropov in figur. Če smo jih leta 2006 našli šest različnih, so leta 2016 samo še trije. So manj zahtevni za razumevanje in ne zahtevajo velikega intelektualnega napora, tudi frazemi in zaznamovana leksika so lažje razumljivi (glej Graf 7.11).

**Graf 7.12: Primerjava aktualizmov v Dnevniku med letoma 2006 in 2016**



Vir: Dnevnik 2006 in 2016

**Graf 7.13: Primerjava aktualizmov v Slovenskih novicah med letoma 2006 in 2016**



Vir: Slovenske novice 2006 in 2016

Število aktualizmov v Dnevniku se je v desetih letih skoraj razpolovilo. Največji padec je pri tropih in figurah. V analiziranih prispevkih v letu 2016 smo našli samo štiri primere. Glede na

padec uporabe tropov in figur je povsem pričakovano, da se je tudi njihova raznovrstnost razpolovila. V letu 2016 smo našli samo še primere metonimije, ironije in zamolka (glej Graf 7.12).

Velik je padec uporabe aktualizmov v Slovenskih novicah. Analiza je pokazala, da jih je za 60 odstotkov manj. Število frazemov se ni bistveno spremenilo, najopaznejše razlike so pri tropih in figurah ter zaznamovanih prvinah. Tako kot pri Delu in Dnevniku gre tudi pri Slovenskih novicah za uporabo siromašnejšega nabora tropov in figur ter zaznamovane leksike. Jih pa v tem časopisu še vedno uporabijo največ (glej Graf 7.13), kar je glede na klasifikacijo Slovenskih novic kot tabloidnega dnevnika povsem pričakovano.

Padec zaznamovanih prvin v vseh treh obravnavanih dnevnikih lahko pojasnimo s tem, da smo analizirali prispevke na isto temo. Teh je glede na obseg vseh objavljenih prispevkov izredno malo. Gre za poročevalska besedila, katerih prvenstvena naloga je bralca informirati. Prispevki so kratki, kar avtorjem ne dopušča veliko prostora za kreativnost in navajajo zgolj dejstva. Korošec (1998, 15–28) pa aktualizme definira kot vrednotenje, izražanje stališč, poenostavitev in poživitev besedila. Tropi in figure ter zaznamovane besede, ki smo jih našli, so bili predvsem v besedilih z lahkotnejšo vsebino, kot so šport in kriminaliteta.

Kržišnikova (2001, 30) pravi, da so frazemi v medijih pogosti in to zato, »ker so za sprotno rabo takoj pri roki, že narejeni, a še vedno dovolj ekspresivni, da so v tekstu markirani. To pojasni, zakaj njihovo število med leti 2006 in 2016 ostaja skoraj enako.

#### **7.5.4 Študija primera**

Za študijo primera smo vzeli po eno zgodbo iz leta 2006 in eno iz leta 2016. V prvem primeru prispevki govorijo o rokometni tekmi med kluboma Pivovarna Laška in Ciudad Real. Prispevki so bili v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah objavljeni 6. 3. 2006. V drugem primeru je tema umor očima. Prispevki so bili v analiziranih dnevnikih objavljeni 1. 6. 2016.

Ker se, kot pravi Kalin Golobova (2003, 231), časopisna besedila berejo preko naslovja in je to pomembno za pridobitev k nadaljnjemu branju, bomo najprej analizirali naslovje. v

nadaljevanju se bomo posvetili besedilom. Pogledali bomo njihovo zgradbo in poiskali aktualizme v njih.

### **Naslovje**

**Delo:** *Rokomet: Ciudad Real pokazal, koliko so Celjani oddaljeni od evropskega vrha* (nadnaslov). *Zlatorog potrebuje nove čarovnike* (veliki naslov). *Vsega dobrega je enkrat konec in po 804 dneh nepremagljivosti je padla tudi dvorana Zlatorog. Zdržala je 14 evropskih tekem, na 15. jo je na kolena spravila selekcija sveta zbrana v dresih Ciudad Reala. Ta je pred dvema letoma že izgubila v celjski rokometnem hramu, v katerem je več kot 6000 navijačev pričakovalo še eno čudežno predstavo svojih ljubljencev. A ti so bili tokrat povsem brez možnosti za uvrstitev v polfinale, na katerega so bili »pivovarji« abonirani v zadnjem desetletju. Gladkost njihovega četrtfinalnega izpada pa je sprožila zle slutnje, da bodo uvrstitve med najboljšo četverico brez višjih vložkov v prihodnje zgolj pobožne želje* (sinopsis).

**Dnevnika:** *Zlatorog izgubil nedolžnost* (veliki naslov). *Rokometaši Celja Pivovarne Laško so izgubili tudi povratno tekmo lige prvakov proti Ciudad Realu* (podnaslov).

**Slovenske novice:** *Vitez vesele podobe* (nadnaslov). *Na kolena pred Don Kihota!* (veliki naslov). *Celjska knežja deželja je po padcu Zlatoroga morala rokometno poklekniti pred kastiljsko krono – Osvajalci so bili bolje izurjeni, predvsem pa bogatejši – Utrdba pivskega raja pred tem sploh še ni klonila pred sovragom* (podnaslovni sklop).

Nadnaslov v Delu bi lahko opredelili kot veliki tematski nadnaslov. Gre za veliki nadnaslov z ugotovitvenim nastopom. Naslov je prav tako enodelni glagolski stavek, torej glagolski naslov s poimenovalno-informativno funkcijo. Bralca pritegne z uporabo publicističnega izraza *oddaljeni od evropskega vrha*, s katerim avtor nakaže na poraz slovenskega rokometnega kluba. Naslov ima informativno-stališčno funkcijo. V njem avtor uporabi posebitev *Zlatorog* (mišljena je dvorana Zlatorog) in metonimijo *nove čarovnike*, s katerimi misli dobre igralce, ki bodo klubu pomagali do zmage. Avtor v sinopsisu čustveni učinek ustvarja z uporabo frazemov in več zaznamovanih prvin. Zasedili smo frazema *padla je dvorana Zlatorog* in *spraviti na kolena*, me tropi in figurami metonimijo *rokometni hram* in posebitev *selekcija sveta zbrana v dresih Ciudad Reala*, zaznamovanimi prvinami pa *čudežna predstava*, *ljubljenici*, *sprožiti zle slutnje*, *pobožne želje* (ekspresivno) in *pivovarni* (žargon).

Naslov prispevka v Dnevniku ima informativno-stališčno funkcijo. Avtor k branju vabi z uporabo tropov in figur, in sicer poosebitve *Zlatorog* in metonimije *izgubil nedolžnost*. Podnaslov je enodelni glagolski stavek.

V Slovenskih novicah bralca k branju pritegnejo že z nadnaslovom, za katerega so uporabili kar metonimijo *vitez vesele podobe*, s katero označijo Don Kihota. Z uporabo besed in besednih zvez, ki jih uvrščamo med aktualizme, nadaljujejo v naslovu, ki ima pozivno-pridobivalno funkcijo. Avtor je uporabil neglagolski klicajni naslov. Z ločilom opozarja na njegovo čustveno prizadetost, ker so domači rokometasi izgubili. V njem najdemo tako frazeme kot trope, in sicer *na kolena* (frazem) in *Don Kihot* (poosebitev). Čustvena napetost se iz naslova prenese v podnaslovni sklop in bralca ne pusti stran od časopisa. To dosežejo z uporabo aktualizmov – tropov ter zaznamovanih besede in besednih zvez: *padec Zlatoroga* (metafora), *utrdba pivskega raja* (metafora) *ter rokometno poklekniti pred kastiljsko krono, osvajalci so bili bolj izurjeni* (ekspresivno) in *sovrage* (arhaizem).

Prispevki nam že na prvi pogled obljublajo, da bodo pripovedovali vsak svojo zgodbo. Medtem ko Delo in Dnevnik sledita »poročevalskim okoliščinam, ki na prvo mesto postavljajo poročevalsko reakcijo na dogodek« (Kalin Golob 2007, 174) in nam na sicer ne povsem nevtralen način, kar bomo videli iz aktualizmov, ki jih uporabijo posamezni avtorji, predstavita dogajanje v celjski dvorani, pa nas Slovenske novice s svojo zgodbo popeljejo v čas španskih osvajalcev in o sami tekmi povejo malo. Rokometno tekmo primerjajo z vojaškim bojiščem. Razen izjav igralcev in trenerjev, je celotno besedilo nabito s čustvi, da bi bralca pritegnilo. Lahko bi rekli, da gre že za pretiravanje. Besedilo so opremili z veliko fotografijami, ki so že same po sebi dovolj informativne in ne bi potrebovale podnapisa, a so ga vseeno dodali. Vsi podnapisi vsebujejo aktualizme. V Delu in Dnevniku so besedilo opremili zgolj z eno fotografijo z visoko informativno vrednostjo in nevtralnimi podnapisi, brez zaznamovanih besed in besednih zvez. Vsi prispevki vsebujejo izjave igralcev, trenerjev in ostalega osebja, v Dnevniku besedilo dopolnijo z anketo o izidu tekme.

Največ aktualizmov smo našli v prispevku, objavljenem v Slovenskih novicah, sledi Delo, najmanj jih je bilo v Dnevniku. Gre za primer, v katerem je bilo med vsemi analiziranimi prispevki daleč največ aktualizmov. V Slovenskih novicah so za pritegnitev k branju uporabili trope in figure: *blišč zlata pivskega raja* (metafora), *španski konkvistadorji* (metonimija), *odkorakal v osvojene sobane celjskega kneza* (metafora), *plačanci kraljevega mesta*

(metonimija), *bogate mošnje s cekini* (metonimija), *udaril se je brat na beloruskega brata* (metafora), *kastiljski cvet* (metonimija), *ubožni plemič iz La Manče je na konju Rosinantu v spremstvu okrogloličnega oprode Sanča Panse svoji dami Dulcineji izbojeval veliko zmago* (primera), frazeme *boj z mlino na veter*, *črno na belem zapisano*, *sreča je obrnila hrbet* in zaznamovane lekseme *vdajati se domišljijam*, *neutrudljivo spodkopavati branike*, *od obleganja utrujeni branilci*, *vino, ki jim je veselo teklo po grlu*, *pijani od zmage*, *srčno braniti trdnjavo*, *bojno poslanstvo*, *kastiljska država cveti*, *ljudsko rajanje*, *kraljeva zmaga*, *grenkoba zavojevanih* (ekspresivno).

V Delu so uporabljeni aktualizmi *živci so zasenčili njegovo mojstrstvo*, *najdaljša klop v Evropi*, *so jim lahko kos*, *evropska smetana*, *pasti v vodo*, prebiti se v ospredje, ni več prostora za »romantiko«, *tekmecu zvišali letov* (ekspresivno), *odvzeti zadnje močno orožje* (žargon), *kloniti* (publicistično), tropi v obliki metonimij *motor moštva*, *kubansko-španski »bik«*, *bombarder*, primere *Ducat golov /.../ pa ni le odtonek*, *ampak dobršen del barvnega spektra* in perifraze *evropsko najbolj konkurenčni slovenski proizvod*. V Dnevniku je avtor uporabil trope in figure: *na krilih vratarja* (metafora), *se je celjski stroj ustavil* (metonimija), *padali iz napake v napako* (ponavljanje), *zadnji žarek upanja* (metafora), *tujška legija iz Ciudad Reala* (metonimija), *podpisati premierno kapitulacijo* (metonimija), frazema *spraviti na kolena* in *pritisnila na plin* ter zaznamovane prvine *ujeli stik*, *je bil nerešljiva uganka*, z »lepotno napako« (ekspresivno).

## Naslovje

**Delo:** *Surovo umoril očima in pustil sporočilo* (veliki naslov). *Ni priznal. Janez Žurga naj bi iz maščevalnosti očima Dušana Stražiščarja silovito udaril, 15-krat zabodel in zadušil* (podnaslov). *Prepričanje, da je bil očim nasilen, ljubosumje, sovraštvo in številne zamere so bile po oceni tožilstva povod, da je 17. decembra lani 25-letni Janez Žurga surovo vzela življenje svojemu očimu Dušanu Stražiščarju. Umor iz nizkotnih nagibov, odvzem motornega vozila in tatvina so kazniva dejanja, zaradi katerih je zdaj sedel na zatožno klop* (sinopsis).

**Dnevnik:** *Umor* (nadaslov). *Očima 15-krat zabodel in ga zadušil, napisal pismo in pobegnil na Obalo* (veliki naslov). *Janez Žurga na predobravnavnem naroku ni priznal očitka tožilstva, da je decembra lani na Rakeku iz nizkotnih nagibov, predvsem maščevanja, umoril svojega 61-letnega očima Dušana Stražiščarja. Obtoženi, ki ima psihične težave, naj bi bil v usodnem trenutku bistveno zmanjšano prišteven* (sinopsis).

**Slovenske novice:** *Je bil prišteven, ko je umoril očima?* (Veliki naslov). *Izgleda, da sem naredil to, pravi Janez Žurga, obtožen umora. Dušana Stražiščarja je 15-krat zabodel in zadušil z blazinama* (podnaslovni sklop).

Delov veliki naslov ima informativno-stališčno funkcijo. V njem izstopa izbor pridevnika *surov* (*surovo umoriti*), ki je nezaznamovan, ampak njegov pomen kaže na nasilje. Uporaba jezikovnih sredstev, s katerimi avtor spodbuja čustveni učinek, se nadaljuje v nevezanem enojnem podnaslovu, in sicer z uporabo ekspresivne besede *silovito* (*silovito udariti*) ter sicer nezaznamovanima besedama *zabosti* in *zadušiti*, ki pa imata negativen prizvok in v povedi jasno kažeta na nasilje. Avtor že v podnaslovu za morfemsko izražanje negotovosti uporabi poročevalski stilem *naj bi + deležnik na l*. V sinopsisu najdemo še ekspresivno besedno zvezo *vzeti življenje*, ki jo pisec še stopnjuje s pridevnikom *surov*. Dnevnik obravnava temo začne s tematskim nadnaslovom, ki nam pove, za kakšno kaznivo dejanje gre. Tega še dodatno obrazložijo v velikem naslovu. Za to uporabijo glagola *zabosti* in *zadušiti*, ki izražata nasilje. V sinopsisu najdemo še poročevalski stilem za morfemsko izražanje negotovosti in ekspresivno besedno zvezo *nizkotni nagibi*. Slovenske novice imajo najkrajše naslovje. S pravim vprašajnim naslovom se avtor sprašuje in nakazuje na psihično stanje obdolženca (*Je bil prišteven, ko je umoril očima?*). Ta v podnaslovnem sklopu odgovarja in tako naslovje ustvarja dialog (*menda sem to naredil*). Z izborom besede *izgleda* obdolženec sam izraža dvom glede svojega dejanja.

## **Besedilo**

V Slovenskih novicah tudi besedilo gradijo na dialogu, predvsem med obdolžencem in sodnikom. Dobesedni navedki so rdeča nit celotnega besedila. Z njimi ustvarjajo čustveno napetost. Stavki so kratki. Pri navajanju virov so nedosledni, saj ne vemo, kdo je vir informacij in za koga gre (*po naših informacijah, priče so izpovedale ...*). Avtor v besedilo vstopa z aktualizmi, opisom razlogov za kriminalno dejanje, predstavitevijo ozadja dogodka. Fotografij je glede na dolžino besedila veliko. Za razliko od Slovenskih novica, Delo in Dnevnik zgodbo gradita po principu obrnjene piramide. Stavki so daljši, skladenjsko bolj zahtevni. Zaradi omejenosti s prostorom in podaje čim večje količine informacij, je veliko podrednih in prirednih stavkov. Pri navajanju virov so dosledni. Poleg izjav obdolženca, zasledimo že izjave obdolženčeve polsestre in policije. Fotografij je v Delu več kot v Dnevniku.



V Delu glede na dolžino naslovja in ostalo besedilo aktualizmov ni veliko, našli smo frazem *iz ust slišati*, pa zaznamovane besede in besedne zveze *izkristalizirati*, *tragedija*, *silovito udariti*, *žrtev*, *nizkotni nagibi*, *nakopati si očitek* ter nezaznamovano besedo *zločin*, ki čustveni učinek in ekspresivnost doseže s pridevnikom *surov*. Avtor je uporabil še nizko besedo *crkniti*. V Dnevniku smo našli še manj aktualizmov, kot v Delu. Ti so *nizkotni nagibi*, *nesrečnež in opraviti krvavo delo*. Poleg ekspresivne besedne zveze *nizkotni nagibi*, ki smo jo omenili že pri Delu in Dnevniku, v Slovenskih novicah zasledimo še *očitati mu*, *brutalno pretepti* ter dve frazema *resnici na ljubo* in *zgubiti stik z realnosti*.

Prispevki v vseh treh obravnavanih dnevnikih uporabljajo poročevalski stile *naj bi + deležnik na -l* za morfemsko in v Slovenskih novicah še *menda* in *bojda* za besedno izražanje negotovosti. Glede na tematiko gre za povsem pravilno rabo, saj »je morfemsko in besedno izražanje negotovosti zelo pogosto pri poročanju o kriminalnih dejanjih, ki so bila storjena, storilcem pa krivde še niso dokazali« (Korošec 1998, 40).

## 8 ZAKLJUČEK

**Za nas je pomembnejša od Ropovega obiska pri papežu punčka, ki se nekje na Štajerskem izgubi na poti iz šole domov in o kateri boste v drugem časopisu lahko prebrali le majhno notico na robu črne kronike. Čeprav zadnje čase ta punčka postaja vse manj skrita tudi pri drugih dnevnikih in se počasi pomika po časopisnih straneh vse bolj naprej ter tu in tam pokuka tudi že z naslovne strani.**  
**(Bauer v Grah 2004, 22)**

V diplomskem delu Senzacionalizem kot stilno vprašanje – primer Dela, Dnevnika in Slovenskih novic smo se spraševali o vizualnih in vsebinskih razlikah med kakovostnim in senzacionalističnim tiskom ter jih s pomočjo strokovne literature tudi opredelili.

Razhajanja med njima lahko strnemo v tri točke: format, uredniška vsebina ter jezik in jezikovna sredstva, ki jih uporabljajo. Na eni strani imamo senzacionalistični tisk z manjšim formatom, z več fotografijami, na njih so večinoma ljudje, njihova področja obravnave so predvsem teme s področja kronike, kot so ropi, umori, nesreče ..., šport in dosežki športnikov, zabava in novice iz sveta znanih ljudi. Političnih in gospodarskih tem skoraj ne obravnavajo. Če so že predmet njihove obravnave, jim namenijo le malo prostora. Po navadi gre le za novice brez fotografije. Avtor v besedilo vstopa z uporabo stilno zaznamovanih jezikovnih sredstev. Na drugi strani imamo kakovostni tisk tiskan v večjem formatu, katerega področje zanimanja so predvsem politične, gospodarske in družbene teme. Njihovo informativno vrednost podkrepijo s fotografijami, grafi, tabelami in t. i. infografikami. Jezik je formalen, stilno zaznamovanih jezikovnih sredstev, ki bi na bralca imele čustveni učinek, je malo.

Kalin Golobova in Poler Kovačičeva (2005, 291) ugotavljata, da se meje med kakovostnim in senzacionalističnim tiskom zabrisujejo z izbiro novic, njihovo predstavitvijo in naslovi. V empirični del smo zato zajeli tiste prispevke, ki so bili v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah objavljeni na isto temo. V obdobju od 4. do 11. marca 2006 in od 28. maja do 4. junija 2016 smo jih našli 132, 48 leta 2006 in 75 leta 2016.

Ker je Kalin Golobova (2003, 231) mnenja, da se časopisna besedila berejo preko naslovja in je to pomembno za pridobitev k nadaljnjemu branju, smo najprej analizirali naslove

prispevkov. Ugotovili smo, da bistvenih odstopanj ni. Na podlagi analize bi lahko trdili, da avtorji prispevkov v ospredje postavljajo nalogo po informiranosti bralca. Število naslovov s poimenovalno-informativno funkcijo, za katere velja, da »besedilo označujejo in poimenujejo temo oziroma vsebino besedila« (Korošec 1998, 48), se je povišalo. Analizirali smo 42 naslovov, 21 za leto 2006 in 21 za leto 2016. S poimenovalno-informativno funkcijo jih je bilo leta 2006 8, leta 2016 pa 11. Predvsem je opazen porast naslovov s to funkcijo v Dnevniku, kjer ta funkcija prevladuje nad poimenovalno-informativno, ki »bralca sicer informirajo o vsebini besedila in ga tudi poimenujejo, toda izrazito izstopa vrednotenje vsebine, stališče avtorja« (Korošec, 1998, 48–49). Takih naslovov je bilo največ v Delu in Slovenskih novicah. Da je informirati bralca osrednja naloga dnevnikov, dokazujemo tudi s tem, da med analiziranimi naslovi v letu 2016 ni niti enega s pozivno-pridobivalno funkcijo, ki je, kot pravi Korošec (1998, 49) pravo nasprotje informativni.

Avtorji ne privabljajo k branju le z naslovi. Senzacionalizem se z uporabo aktualizmov uresničuje tudi v besedilih. Zato smo poleg naslovov naredili še jezikovnostilno analizo besedil. V njih smo iskali količino zaznamovanih jezikovnih sredstev in njihovo funkcijo.

Ugotovili smo, da avtorji manj posegajo po zaznamovanih jezikovnih sredstvih. Najmanjša razlika v količini uporabljenih aktualizmov v zadnji desetih letih je pri časopisu Delo, največja pa pri Slovenskih novicah.

Rezultate utemeljujemo s tem, da smo v analizo zajeli prispevke, ki so bili v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah objavljeni na isto temo. Teh glede na količino vsak dan objavljenih prispevkov ni veliko, 48 leta 2006 in 75 leta 2016. To je 16 oziroma 25 skupnih tem. Tudi področja, ki jih pokrivajo, so bolj raznolika, niso pa to zgodbe z naslovnice, v katerih bi pričakovali več jezikovnih sredstev za pritegnitev k branju, ampak na prvo mesto postavljajo »poročevalsko reakcijo na dogodek« (Kalin Golob 2007, 174). Prispevki niso žanrsko raznoliki. Zasedili smo predvsem vesti in poročila ter razširjena poročila. Prispevki po večini sledijo principu narobe obrnjene piramide.

Ne samo da se je količina aktualizmov zmanjšala, tudi njihova raznovrstnost je siromašnejša. Predvsem opazna razlika je pri uporabi tropov in figur, saj se je njihova količina več kot prepolovila. Izjema je le Delo, kjer je število tropov in figur naraslo. Glede na to, da je Delo predstavnik resnega tiska, to ni presenetljivo, saj tropi in figure spadajo med tista jezikovna

sredstva, ki od bralca zahtevajo večji intelektualni napor. Torej so v kakovostnem tisku pričakovana.

Čeprav ima po predstavljeni teoriji format kakovostnega časopisa le Delo, to ne pomeni, da je naš edini kakovostni časopis. Pogledati moramo širše in formo primerjati z vsebino. Trdimo lahko, da čeprav se kakovostni dnevnik, v našem primeru Delo in Dnevnik, vse bolj zatekajo k vizualni podobi rumenih časopisov (večje in več fotografij, grafi, infografike, grafično ločene izjave in izpostavitve, karikature ...) pa vztrajajo pri kakovostnejši vsebini in pristopu.

Jezikovnostilna analiza besedil je pokazala, da pri sprejemanju zaključkov ne smemo upoštevati samo funkcije naslovov ter števila in funkcije aktualizmov, ampak moramo pri tem upoštevati tudi dolžino besedila in področje, v katero spada. Šele na tej osnovi lahko določimo, pri katerem dnevniku največ posegajo po jezikovnih prvinah, s katerimi pri bralcu dosega čustveni učinek.

Najmanj aktualizmov smo tako leta 2006 kot 2016 našli v Dnevniku (40 oziroma 21). Leta 2006 jih je bilo največ v Slovenskih novicah (87), sledilo je Delo (55). Analiza za leto 2016 je pokazala drugačno sliko. Največ aktualizmov je bilo v Delu (52), sledile so Slovenske novice (35). Tropi in figure so tiste zaznamovane jezikovne prvine, ki v Delu poživljajo besedilo in od bralca zahtevajo večji intelektualni napor.

Avtorji imajo skoraj vedno na voljo možnost izbire. Izbirajo lahko med nezaznamovanimi in zaznamovanimi jezikovnimi sredstvi. Ko izberejo slednje namesto prvih, to pomeni »sredstvo avtorjevega vrednotenja upovedane vsebine« (Kalin Golob 2004c, 704). Glede na količino najdenih aktualizmov v obravnavanih dnevnikih, trdimo, da se želja po informiranju iz naslovov prenaša v besedila. Ker smo analizirali besedila na isto temo, je to pričakovano. V kolikor bi natančneje obravnavali vsa besedila v časopisih, bi bil rezultat drugače.

Analizirani prispevki so razmeroma kratki, večinoma pisani po principu obrnjene piramide. Metz (v Leban 2005, 43) poudarja, da »je v današnjem času, ko je čas zlato, najbolj uporabna značilnost obrnjene piramide prav njena najpomembnejša značilnost, da si informacije v tem modelu sledijo od najbolj do najmanj pomembne. S tem bralcem prihrani čas, ki bi ga sicer porabil za branje in izločanje pomembnih informacij.«

Dobljene rezultate, ki kažejo na to, da v prispevkih prevladuje informativna funkcija in težnja po večji kakovosti, bi lahko povezali tudi z vse večjim vplivom funkcije spletnega novinarstva in naraščajočo uporabo spleta, ki »največ novinarske prakse črpa prav iz tiska, saj gre v obeh primerih za pisano besedo« (Jurišič 2007, 11). Bralci si namreč želijo čim prej priti do čim več informacij. Zato so dnevniki postavili svoje spletne strani in vsebine prenesli nanje. Vse v želji, da bi pridobili čim več bralcev. Drugi dejavnik, za katerega predpostavljamo, da ima vpliva na uporabo zaznamovanih jezikovnih sredstev v besedilih in naslovih, je iskanje po ključnih besedah. »Ključne besede so fraze, za katere predvidevamo, da jih bodo uporabniki vnašali v iskalnik« (Nišavić 2014, 31) predstavljajo pa tematiko besedil. Če bi denimo članke iskali z aktualizmi kot ključnimi besedami, zadetkov ne bi bilo.

Kljub prepričanju, da se časopisi v borbi za bralce vse bolj zatekajo k senzacionalizmu, analiza prispevkov na isto temo v Delu, Dnevniku in Slovenskih novicah tega ni pokazala. Morda bi veljalo razmisliti o analizi vseh besedil v obravnavanih dnevnikih in jih med seboj primerjati.

## 9 LITERATURA

1. Amon, Smilja. 1996. *Tisk in politika v Jugoslaviji (1918–1941)*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
2. Becker, Karin E. 1992. Photojournalism and the Tabloid Press. V *Journalism and popular culture*, ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 130–151. London: Sage Publications.
3. Belajec, Lilian. 1999. *Senzacionalizem v sodobnem slovenskem tisku*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
4. Bird, Elizabeth S. 1998. News we can use: an audience perspective on the tabloidisation of news in the United States. *The Public* 5 (3): 33–48.
5. Briggs, Asa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev. Od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Sophia.
6. Cohen, Daniel. 2000. *Yellow journalism: scandal, sensationalism and gossip in the media*. Brookfield: Twenty-First Century Books.
7. Connell, Ian. 1992. Personalities in the Popular Media. V *Journalism and popular culture*, ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 64–83. London: Sage publications.
8. --- 1998. Mistaken identities: tabloid and broadsheet news discourse. *The Public* 5 (3): 11–29.
9. *Delo, d. o. o.* Dostopno prek: <http://delo.si> (28. april 2016).
10. *Delo*. 2006a. Analizirano besedilo dnevnika (4. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
11. --- 2006b. Analizirano besedilo dnevnika (6. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
12. --- 2006c. Analizirano besedilo dnevnika (7. marec). Ljubljana: Delo, d. d.

13. --- 2006č. Analizirano besedilo dnevnika (8. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
14. --- 2006d. Analizirano besedilo dnevnika (9. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
15. --- 2006e. Analizirano besedilo dnevnika (10. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
16. --- 2006f. Analizirano besedilo dnevnika (11. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
17. --- 2016g. Analizirano besedilo dnevnika (28. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
18. --- 2016h. Analizirano besedilo dnevnika (30. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
19. --- 2016i. Analizirano besedilo dnevnika (31. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
20. --- 2016j. Analizirano besedilo dnevnika (1. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
21. --- 2016k. Analizirano besedilo dnevnika (2. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
22. --- 2016l. Analizirano besedilo dnevnika (3. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
23. --- 2016m. Analizirano besedilo dnevnika (4. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
24. *Dnevnik, d. d.* Dostopno prek: <http://dnevnik.si> (28. april 2016).
25. *Dnevnik. 2006a.* Analizirano besedilo Dnevnika (4. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
26. --- 2006a. Analizirano besedilo Dnevnika (6. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
27. --- 2006b. Analizirano besedilo Dnevnika (7. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
28. --- 2006c. Analizirano besedilo Dnevnika (8. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
29. --- 2006č. Analizirano besedilo Dnevnika (9. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
30. --- 2006d. Analizirano besedilo Dnevnika (10. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
31. --- 2006e. Analizirano besedilo Dnevnika (11. marec). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
32. --- 2016f. Analizirano besedilo Dnevnika (28. maj). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
33. --- 2016g. Analizirano besedilo Dnevnika (30. maj). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
34. --- 2016h. Analizirano besedilo Dnevnika (31. maj). Ljubljana: Dnevnik, d. d.

35. --- 2016i. Analizirano besedilo Dnevnika (1. junij). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
36. --- 2016j. Analizirano besedilo Dnevnika (2. junij). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
37. --- 2016k. Analizirano besedilo Dnevnika (3. junij). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
38. --- 2016l. Analizirano besedilo Dnevnika (4. junij). Ljubljana: Dnevnik, d. d.
39. Emery, Michael C. in Edwin Emery. 1988. *The press and America: an interpretive history of the mass media*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
40. Erjavec, Karmen. 1995. *Tisk na pragu 21. stoletja*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
41. --- 1997. *Change and Continuity of the Press System in Slovenia*. Doktorska disertacija. Salzburg: University of Salzburg.
42. --- 1998. *Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka*. Ljubljana: Jutro.
43. --- 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
44. Ferguson, Donald L. 1993. *Journalism today!* Lincolnwood: National Textbook Company.
45. Gogala, Viljem. 1997. Služabnik in vladar. *Sobotna priloga* 212 (13. september).
46. Golob, Urša. 2003. *Vdor v zasebnost v primeru tragedij in nesreč*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
47. Grah, Mitja. 2004. Vse bolj porumeneli časopisni papir: slovenski dnevni tisk na razpotju. *Sobotna priloga* 7 (10. januar).
48. Gripsrud, Jostein. 1992. The Aesthetics and politics of Melodrama. V *Journalism and popular culture*, ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 84–94. London: Sage Publications.



49. Inštitut za civilizacijo in kulturo. 2005. *Resno in rumeno: tabloidizacija tiskanih medijev v Sloveniji*. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.
50. Jernejčič, Andreja. 1999. *Senzacionalizem v novinarstvu in Kodeks novinarjev Slovenije*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
51. --- 2004. *Senzacionalistično novinarstvo*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
52. Jurišič, Ana. 2007. *Spletno novinarstvo: spreminjanje novičarskih praks in norm*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
53. Kalin Golob, Monika. 2003. Stil in novinarski škandal. *Teorija in praksa* 40 (2): 229–244.
54. --- 2004a. Novinarski jezik in stil: kaj vemo in česa ne. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 69–81. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
55. --- 2004b. Moderno in modro v publicističnem spletu vplivanja ter stilu slovenskih novinarskih besedil. V *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*, ur. Marko Stabej, 48–57. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
56. --- 2004c. Moč jezika – izbor dejstev in besed. *Teorija in praksa* 41 (3-4): 703–711.
57. --- 2007. Zgodba s prve strani: jezikoslovna analiza. *Slavistična revija* 55 (1/2): 169–180.
58. --- in Melita Poler Kovačič. 2005. Med novinarskim stilom in etiko: senzacionalizem brez meja. *Družboslovne raziskave* 21 (49/50): 289–300.
59. Kastelic, Brane. 2005. Kolikšno moškost ima Jude Low. *Dnevnik – Zelena pika* 253 (17. september).

60. Korošec, Tomo. 1993. Odras sodobnih političnih sprememb v jeziku slovenskega časopisja. *Teorija in praksa* 30 (11–12): 1226–1232.
61. --- 1994. O stilu in stilistiki slovenskega poročevalstva. V *Seminar slovenskega jezika, literature in kulture* (27. 6.–16. 7. 1994), ur. Martina Oražen, 287–297. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
62. --- 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
63. --- 2004. Stilistika poročevalstva – španska vas. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 17–30. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
64. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
65. Kržišnik, Erika. 2001. Funkcija ekspresivnih jezikovnih sredstev v medijih. V *Prvo slovensko-hrvaško slavistično srečanje. Zbornik referatov s Prvega slovensko-hrvaškega srečanja v Novigradu*, ur. Vesna Požgaj Haži, 29–32. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
66. Leban, Tina. 2005. Žanri vestičarske vrste, običajno poročilo in anketa v dnevnem časopisju. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 32–68. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
67. Luthar, Breda. 1995. *Popularni tisk in preoblikovanje javnega prostora*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
68. --- 1998a. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
69. --- 1998b. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute.
70. Meršol, Mitja. 1985. *Sedma sila*. Ljubljana: Delavska enotnost.

71. Milosavljevič, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
72. --- 2004. Novinarski žanri in vrste v sodobnem slovenskem novinarstvu: novinarska zgodba. V *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*, ur. Marko Stabej, 58–66. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
73. --- 2005. Resni časopisi propadli, tabloidi uspevajo: dinamičnost naj bi zadovoljila instant bralca. *Dnevnik – Zelena pika* (17. september).
74. *Nacionalna raziskava branosti*. Dostopno prek: <http://www.nrb.info> (15. maj 2016)
75. Nišavič, Gregor. 2014. *Postopki izboljšanja vidljivosti spletnih mest na spletnih iskalnikih*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
76. Reah, Danuta. 1998. *The Language of Newspapers*. Routledge: London and New York.
77. *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. 2002. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
78. *Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ)*. Dostopno prek: <http://soz.si> (15. maj 2016)
79. *Slovenske novice*. 2006a. Analizirano besedilo dnevnika (4. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
80. --- 2006b. Analizirano besedilo dnevnika (6. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
81. --- 2006c. Analizirano besedilo dnevnika (7. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
82. --- 2006č. Analizirano besedilo dnevnika (8. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
83. --- 2006d. Analizirano besedilo dnevnika (9. marec). Ljubljana: Delo, d. d.

84. --- 2006e. Analizirano besedilo dnevnika (10. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
85. --- 2006f. Analizirano besedilo dnevnika (11. marec). Ljubljana: Delo, d. d.
86. --- 2016g. Analizirano besedilo dnevnika (28. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
87. --- 2016h. Analizirano besedilo dnevnika (30. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
88. --- 2016i. Analizirano besedilo dnevnika (31. maj). Ljubljana: Delo, d. o. o.
89. --- 2016j. Analizirano besedilo dnevnika (1. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
90. --- 2016k. Analizirano besedilo dnevnika (2. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
91. --- 2016l. Analizirano besedilo dnevnika (3. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
92. --- 2016m. Analizirano besedilo dnevnika (4. junij). Ljubljana: Delo, d. o. o.
93. Tavzes, Miloš, ur. 2002. *Veliki slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
94. Türcke, Christoph. 1995. Senzacionalistična družba. *Nova revija, priloga Ampak* 14 (156/157): 13–18.
95. Verbinc, France. 1974. *Slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
96. Vidmar, Ksenija H. 2001. *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

