

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Srdič

# **Medijska reprezentacija ptičje gripe**

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana, 2006

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Srdič

mentorica: doc. dr. Karmen Erjavec

# **Medijska reprezentacija ptičje gripe**

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana, 2006

## MEDIJSKA REPREZENTACIJA PTIČJE GRIPE

Pričujoče delo obravnava medijsko reprezentacijo virusnega obolenja ptic, poimenovanega ptičja gripa, v slovenskem prostoru. Njegov namen je ugotoviti, na kakšen način so slovenski mediji reprezentirali ptičjo gripo ter v kakšni obliki so bili v prispevkih zastopani ljudje in živali. Pri tem obravnava diskurze, ki so jih mediji uporabljali pri poročanju o ptičji gripi, in ugotavlja, kako so bili reprezentirani dogodki, povezani z njo. Za analizo medijskih izjav, podob in tekstov o ptičji gripi uporablja analizo diskurza in na podlagi tipičnih primerov razčleni vzorce reprezentacije, ki so se v obravnavanih tekstih najpogosteje pojavljali. Analiza pokaže, da je v poročanju o ptičji gripi prevladovala negativna reprezentacija, povezana s težnjo po konfliktnosti poročanja, ki je v času sodobnih množičnih medijev postala eden od pomembnejših novičarskih faktorjev. Ključna ugotovitev pričujočega dela je, da je slovenska televizija v primeru pojava virusa v državi konstruirala moralno paniko, ki se je odražala v vsesplošnem strahu ljudi pred divjimi pticami, pa tudi v izogibanju hrane perutninskega izvora.

**Ključne besede:** ptičja gripa, moralna panika, televizijsko novinarstvo

## MEDIA REPRESENTATION OF AVIAN FLU

The following wording treats media representation of a virus disease named avian flu in Slovenia. Its main purpose is to find out how Slovenian media represented avian flu and in what ways they made people and birds appear in this matter. It deals with discourses of reporting about avian flu and related events. Through discourse analysis it analyses media texts and images. On the basis of typical examples it indicates the most frequent patterns of representation. The analysis shows that avian flu was mostly represented in a negative way, which can be connected to the will of media to report about conflicts. The key ascertainment is that Slovenian television constructed moral panics when dealing with the virus in the state. That phenomenon was apparent in general fear of wild birds and in avoiding fowl.

**Key words:** avian flu, moral panics, television journalism

# Kazalo

Uvod.....	5
1. Ptičja gripa.....	7
2. Reprezentacija .....	10
2.1 Trije teoretični pristopi k reprezentaciji.....	11
2.2 Semiotika .....	12
2.3 Foucaultova teorija diskurza .....	13
2.4 Diskurz.....	14
3. Mediji in moralna panika.....	16
4. Televizijske novice .....	17
5. <i>Dnevnik</i> in <i>24 ur</i> o ptičji gripi.....	19
5.1 Analizirani program.....	19
5.1.1 <i>Dnevnik</i> .....	19
5.1.2 <i>24 ur</i> .....	20
5.2 Metodologija: kritična diskurzivna analiza .....	23
5.3 Vloga televizijske slike .....	25
5.4 Reprezentacija ptičje gripe.....	26
5.4.1 Skupnost v nevarnosti – ptičja gripa kot grožnja človeštvu .....	28
5.4.1.1 Strah med ljudmi .....	31
5.4.1.2 Svarila strokovnjakov in oblasti .....	32
5.4.2 Ptičja gripa kot vzrok ogromne gospodarske škode .....	33
5.4.2.1 »Toplotno obdelana perutnina je varna« .....	34
5.4.3 Personifikacija – ptičja gripa kot vzrok za propad malega človeka ..	35
5.4.4 Konfliktnost – iskanje krivca za pojav ptičje gripe v Sloveniji.....	37
5.4.5 Viktimizacija – ptice kot žrtve ptičje gripe .....	40
5.4.6 Relativizacija – ptičja gripa kot »nadloga z minimalnim učinkom« ..	41
6. Moralna panika .....	42
7. Sklep .....	45
8. Viri in literatura .....	47

## Uvod

Virusne pandemije so v svojih nastankih, podobno kot vojne, v svetu vselej izzivale strah pred neznanim. Zaradi podatkov o številu mrtvih, ki jih je pokosilo virusno obolenje, so se ljudem porajala vprašanja o minljivosti, o življenju in smrti, o nemoči. V dobi informacijske tehnologije in komunikacij se ta strah še hitreje širi. K temu v veliki meri pripomorejo tudi sodobni množični mediji, ki v borbi za občinstvo, ki prinaša oglaševalce in s tem denar, raje kot pozitivne objavljajo negativne novice, pri tem pa jih predstavljajo tako, da so na videz še hujši, še bolj dramatični in še bolj negativni. Ptičjo gripo bi težko opisali kot nekaj pozitivnega, zato je bila za medije po vsem svetu zagotovo zelo zanimiva.

Aviarna influenza ali ptičja gripa je nalezljivo, človeški gripi podobno virusno obolenje, ki lahko prizadene vse vrste ptic, ob neposrednem stiku z obolelimi živalmi pa se lahko prenese tudi na človeka. Znani so le redki primeri okužbe z virusom pri ljudeh, pri tistih, ki so zboleli, pa se je večinoma kazala z blagimi znaki prehodnega značaja. Okužba z visokopatogeno različico virusa aviarne influence lahko v redkih primerih pri človeku povzroči tudi smrt (Vurs 2005).

V dnevih po zastrašujoči novici, da se je z virusom ptičje gripe okužil labod v Sloveniji, v državi ni bilo časopisa, radia ali televizije, ki ne bi poročala o morebitnih grozljivih posledicah ptičje gripe. Medije so preplavljala navodila oblasti državljanom, kako ravnati s pticami, če jih zagledajo v naravi: nikakor naj se jih ne dotikajo, ne hranijo, izogibajo naj se njihovim iztrebkom, domačih živali naj ne spuščajo v njihovo bližino. V lekarnah je zmanjkovalo tamifluja, zdravila proti običajni gripi, za katerega nikoli niso dokazali, da pomaga tudi pri simptomih ptičje gripe pri človeku. Ljudi je postalo še toliko bolj strah, ko so znanstveniki ugotovili, da gre za virus, podoben tistemu, ki je povzročil epidemijo španske gripe, ta pa je pomorila več deset milijonov ljudi. Nova epidemija, ki so jo napovedovali številni strokovnjaki, bi utegnila zaradi večje mobilnosti svetovnega prebivalstva, bolj razvite tehnologije in transporta ter urbanizacije, ki je povzročila visoko koncentracijo prebivalcev na majhnih geografskih območjih, pomeniti še toliko večjo katastrofo.

Zato je osrednji namen diplomske naloge ugotoviti, na kakšne načine je slovenska televizija reprezentirala pojav ptičje gripe v Sloveniji. Osredotočili se bomo na osrednji informativni oddaji na Televiziji Slovenija in Pop Tv, *Dnevnik* in *24 ur*.

Vsebino obeh oddaj, torej zvok in sliko, bomo analizirali v smislu medijske reprezentacije. Za interpretacijo televizijskih prispevkov bomo uporabili analizo diskurza, ki bo omogočila interpretativen vpogled v medijska besedila omenjenih oddaj. Teza diplomske naloge je, da sta *Dnevnik* in *24 ur* konstruirala moralno paniko.

*Dnevnik* in *24 ur* sta o pojavu prvič poročala konec leta 2003, ko se je bolezen pojavila v Južni Koreji. Osnovna teza naše naloge je, da sta obe televizijski informativni oddaji konstruirali moralno paniko, ki je bila časovno omejena na pojav ptičje gripe v Sloveniji. O virusu sta sicer najverjetneje poročali tudi v času, ko se ta še ni pojavil pri pticah v Sloveniji, pa tudi potem ko se v državi ni več pojavljal, vendar bistveno manj intenzivno.

V nalogi bomo najprej opredelili teoretska izhodišča. Prvo poglavje bomo posvetili ptičji gripi kot virusnemu obolenju perutnine, ki se pod posebnimi pogoji lahko prenese tudi na ljudi. Opisali bomo njene značilnosti in ugotovili, kako lahko okužba s ptičjo gripo prizadene perjad in kako ljudi. V drugem poglavju bomo predstavili koncept reprezentacije, pri katerem bomo sledili Hallovim utemeljitvam (2004), in diskurza, kjer se bomo opirali predvsem na dediščino Foucaulta (1991) in Fiskeja (1987). Nato bomo opisali vlogo in pomen televizijskih novic v sodobni družbi ter predstavili osrednji dnevnoinformativni oddaji, ki sta naš vir analize, *Dnevnik* in *24 ur*. V drugem delu pa bomo predstavili rezultate analize medijske reprezentacije ptičje gripe v obeh oddajah.

# 1. Ptičja gripa

Visokopatogena ptičja gripa z izvirnim nazivom 'ptičja kuga' je bila prvič prepoznana kot nalezljiva bolezen ptic in perutnine leta 1878 v Italiji (Werner, Harder 2006). Virus influenza A, podoben ptičji gripi, pa je človeštvo spoznalo v začetku 20. stoletja, ko je povzročil najhujšo pandemijo med ljudmi dotlej. V letih 1918 in 1919 je zaradi virusa, ki so ga kasneje poimenovali aviarna influenza, v obliki podtipa H1N1, v manj kot šestih mesecih umrlo od 20 do 40, po nekaterih ocenah celo do 100 milijonov ljudi. Pandemija, ki so jo poimenovali španska gripa, je v slabi polovici leta pokončala več ljudi kot prva svetovna vojna v štirih letih bojev (Dolenc 2005).

Španski gripi sta sledili še dve večji pandemiji. Zaradi azijske gripe v obliki virusa podtipa H2N2 je leta 1957 umrlo do štiri milijone ljudi, devet let kasneje pa je v Hongkongu izbruhnila pandemija virusa podtipa H3N2 in pokončala do milijon ljudi.

Visokopatogena aviarna influenza, bolj znana pod imenom ptičja gripa ali kokošja kuga, se je znova pojavila konec leta 1997, ko je v kitajskem mestu Hongkong zaradi virusa podtipa H5N1 umrlo šest od osemnajstih okuženih ljudi.

Veterinarska uprava Republike Slovenije (v nadaljevanju Vurs), ki deluje v okviru ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, je 21. oktobra 2005 na svojih spletnih straneh objavila obvestilo za lastnike perutnine, v katerem je javnost seznanila z nekaterimi značilnostmi ptičje gripe. V obvestilu je zapisano, da je aviarna influenza ali ptičja gripa zelo nalezljiva virusna bolezen, ki lahko prizadene vse vrste ptic in se izraža na različne načine, odvisne od patogenosti virusa in vrste ptic. Obolenje so razdelili na dve obliki, in sicer nizkopatogeno influenco z blagimi posledicami ter zelo patogeno obliko, ki povzroča visoko obolevnost in tudi do 100-odstotno smrtnost. V primeru prve se pri pticah pojavijo blaga obolenja dihal, depresija ali padec nesnosti. Zelo patogena oblika virusa pa po navedbah Vursa poleg omenjenih blažjih znakov pri perutnini povzroča še pomanjkanje apetita, živčne motnje, otekline, modro obarvanost nog, podbradkov ali grebena, izcedek iz oči, kašljanje, kihanje in drisko. Prav tako, navaja obvestilo, se lahko pojavi nenadna smrt perutnine, ne da bi jo napovedali klinični znaki obolevnosti. Bolezen se lahko pojavi že nekaj ur po okužbi, inkubacijska doba pa lahko traja tudi do tri tedne. Obvestilo še navaja, da v času pred pojavom bolezenskih znakov okužene živali s svojimi izločki (iztrebki, izcedki iz oči) že izločajo virus.

Domače ptice so po navedbah Vursa na splošno zelo dovzetne za bolezen, divje ptice pa so običajno naravno odporne, zato predstavljajo naravni rezervoar teh virusov in so lahko vir okužbe za domačo perutnino. Podobno ugotavljata Werner in Harder (2006):

*»Nosilke cele vrste različnih virusov gripe podtipa A, so divje vodne ptice, posebej pripadnice reda Anseriformes (race in gosi) in Charadriiformes (galebi in obalske ptice) in zaradi tega najverjetneje predstavljajo naravni rezervoar vseh virusov gripe A (Webster 1992, Fouchier 2003, Krauss 2004, Widjaja 2004). Čeprav obstaja mnenje, da so vse ptičje vrste občutljive, so nekatere zvrsti domače perutnine – kokoši, purani, pegatke, prepelice in fazani še posebej občutljive na posledice okužbe.«*

Kot so zapisali na Vursu, ljudje redko zbolijo za aviarno influenco. Tudi Werner in Harder (prav tam) pišeta, da je prenos virusov ptičje gripe, ki povzročajo klinično prepoznavno bolezen, zelo redek pojav in da je realno število dokumentirano obolelih majhno, »čeprav v zadnjih letih narašča«. Če pa se to zgodi, so znaki bolezni običajno blagi, stanje pa je prehodnega značaja. Kljub temu je Vurs opozoril, da je okužba z zelo patogeno različico virusa lahko tudi za ljudi smrtno nevarna. Ravno zaradi tega, so zapisali, »se namenja bolezni velika pozornost in se po svetu stalno izvajajo ukrepi z namenom, da bi se izognili izbruhom aviarne influence, oziroma da bi bolezen izkoreninili čimprej po pojavu bolezni pri perutnini ali drugih pticah«. V obvestilu Vursa je navedeno tudi, da so na virus najbolj občutljivi purani, kokoši in noji.

V opisu prenosa in širjenja bolezni na Vursu zapišejo, da za vnos virusa ni nujno potreben stik domače perutnine z divjimi pticami. Okužijo se lahko tudi preko iztrebkov okuženih divjih ptic, ki jih lahko v jato prinesejo tudi ljudje. Možen vir okužbe po navedbah Vursa predstavljajo tudi površinske vode, okužene z virusom aviarne influence, še posebej za perutnino, ki ima dostop do takšnih voda. V jati se lahko virus širi s stikom med živalmi ali preko opreme in skrbnikov živali. V obvestilu tako ugotavljajo, da se bolezen prenaša z »obolelimi živalmi, njihovimi iztrebki, surovim mesom in jajci, vir okužbe pa sta lahko tudi okužena voda in krma«. Med rejniškimi kmetijami pa se gripa po navedbah Vursa širi predvsem z mehanskim



prenosom okuženih iztrebkov, v katerih je virus prisoten v velikih koncentracijah in tudi dalj časa obstojen.

Vurs je zato rejcem in ostalim imetnikom perutnine priporočila, naj zagotovijo neoporečno pitno vodo in krmo za živali, naj skrbijo za higienske razmere, omejujejo nepotrebne stike ljudi in živali s svojimi jatami perutnine, spremljajo zdravstveno stanje svoje perutnine, omejijo dostop svoje jate do površinskih voda in zagotovijo krmljenje ter napajanje perutnine v zaprtih prostorih.

Kot pišeta Werner in Harder, ni dokazov, da bi termično obdelano perutninsko meso ali perutninski izdelki predstavljali vir okužbe za ljudi z virusi azijskega rodu H5N1. Svetovna zdravstvena organizacija, ki so ji sledile tudi nacionalne zdravstvene organizacije, je kot splošno pravilo priporočila temeljito termično obdelavo mesa, na način, da se meso v vseh notranjih delih segreje na temperaturo 70°C. »Na tej temperaturi se virusi gripe inaktivirajo, torej z virusom H5N1 okuženo surovo meso postane varno perutninsko meso« (Werner, Harder 2006).

## 2. Reprezentacija

V prejšnjem poglavju smo opredelili ptičjo gripo in ugotovili, kakšen je lahko njen vpliv na živali, pa tudi ljudi. V naslednjem poglavju se bomo posvetili reprezentaciji, pri čemer nas zanimajo različni pristopi k obravnavi reprezentacije, podrobneje pa si bomo ogledali tudi diskurz in diskurzivne prakse.

Ko govorimo o reprezentaciji, ponavadi mislimo na način predstavitve nečesa drugim ljudem. Stuart Hall (2004: 35) ugotavlja, da je reprezentacija sicer ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomeni in si jih izmenjujejo, da pa proces še zdaleč ni preprost ali nezapleten. Reprezentacija je torej del procesa, v katerem nastajajo pomeni in s katerim pripadniki določene kulture uporabljajo jezik za produkcijo pomenov. Pri tem se pomeni v vsaki socialni interakciji nenehno producirajo in izmenjujejo. Mediji imajo bistveno vlogo pri proizvajanju pomenov, s svojimi interpretacijami in izbori dogodkov pa tudi pomembno vplivajo na mnenje, vedenje in obnašanje ljudi.

Hall ugotavlja, da obstajata dva sistema reprezentacije, ki sta med seboj povezana. Prvi, ki skozi povezave med ljudmi, predmeti, dogodki itd. omogoča ustvarjanje pomena, je sistem t. i. miselnih reprezentacij, drugi pa je jezik. V prvem »vsakovrstni predmeti, ljudje in dogodki korelirajo z vrsto konceptov oziroma duševnih reprezentacij, ki jih imamo v glavi« (Hall 2004: 37). Gre za sistem, ki je sestavljen iz različnih načinov razvrščanja in organizacije konceptov. Ti so razporejeni v različne klasifikacijske sisteme, zato lahko odnose med njimi organiziramo in prilagajamo; tako lahko na primer ugotavljamo vzročnost pojavov ali zaporedja, v katerih si koncepti sledijo. Naši konceptualni zemljevidi so vsaj okvirno enaki, zato si svet lahko razlagamo na podobne načine in smo sposobni komunicirati ter tako lahko zgradimo skupno kulturo pomenov (Hall 2004: 38). Toda, kot ugotavlja Hall, zgolj skupni konceptualni zemljevidi niso dovolj, saj si moramo koncepte tudi izmenjevati.

Tu nastopi jezik, ki kot drugi sistem reprezentacije omogoči pretvarjanje misli oziroma konceptov v besede, zvoke ali podobe. Jezik sestavlja organizirani sistem znakov in je lahko »katerikoli zvok, beseda, podoba ali predmet, ki funkcionira kot znak in ki je skupaj z drugimi znaki organiziran v nek sistem, ki lahko vsebuje in izraža pomen« (Hall 2004: 39). Za proizvodnjo pomena v jeziku je bistvena povezava

med znaki, koncepti in stvarmi; proces, ki te tri elemente povezuje, pa Hall imenuje reprezentacija.

Koncept reprezentacije torej povezuje pomen in jezik s kulturo, vprašanje pa je, kako to počne. Kako ljudje, ki pripadajo isti kulturi, imajo zato podoben konceptualni zemljevid in govorijo isti jezik, vedo, da določena kombinacija črk ali zvokov označuje določeno stvar? Hall ugotavlja, da smo ljudje tisti, ki s pomočjo sistema reprezentacije konstituiramo in utrjujemo pomene, da se nam sčasoma zazdijo naravni in neizogibni. Konstituiramo jih s pomočjo koda, ki nam pove, s katero besedo oziroma zaporedjem črk označiti določen koncept. Kod nam na primer pove, da v območju našega konceptualnega zemljevida za označevanje hiše uporabljamo črke h, i, š, a urejene v določenem zaporedju; in da moramo, če je na semaforju rdeča luč, ustaviti. Tudi v obratni smeri nam kodi sporočajo, katere koncepte predstavljajo določeni znaki. Sistema in konvencij reprezentacije se ljudje naučijo sčasoma, prav tako »kodom svojega jezika in kulture, s čimer se opremijo s kulturnim znanjem in izkušnjami, ki jim omogočajo, da delujejo kot kulturno kompetentni subjekti« (Hall 2004: 42). Družbene in jezikovne konvencije pa niso nekaj stalnega, pač pa se vseskozi spreminjajo.

## ***2.1 Trije teoretični pristopi k reprezentaciji***

Po Hallu (2004: 44) v splošnem obstajajo trije teoretični pristopi, ki skušajo odgovorjati na vprašanja o izvoru pomenov in razložiti delovanje reprezentacije pomena prek jezika.

Reflektivni pristop opredeljuje pomen kot sestavni del predmeta, osebe, ideje ali dogodka. Jezik je po tem pristopu le ogledalo, ki odseva pravi pomen in posnema resnico, ki že obstaja (Hall 2004: 45). Hall sicer priznava, da je v tej teoriji nekaj resnice, a poudarja, da dvorazsežnostnega (upodobljenega) predmeta, ki je znak, ne smemo zamenjevati s pravim predmetom. Na primer zaporedje črk (m, o, t, o, r), ki tvorijo besedo motor, ni samo po sebi povezano s predmetom – motorjem, pač pa za razumevanje pomena besede ter za besedno označevanje predmetov in pojmov potrebujemo kod. Prav tako obstajajo številne besede, zvoki in podobe, ki jih razumemo, a so popolnoma izmišljeni ali domišljjski, kar bi na primer lahko rekli za

(krščanski) raj in pekel. Zato so pomembni kodi, ki predmet oziroma pojem povezujejo z besedo zanj.

Pri diametralno nasprotnem, intencionalnem pristopu, govorec ustvarja pomen, besede pa pomenijo to, kar želi avtor. Avtor tako preko jezika svetu vsili svoj pomen, s tem ko v vsakodnevni rabi jezika izraža stvari, ki so posebne zanj in za njegov pogled na svet. Tudi ta pristop Hall označuje za pomanjkljiv, saj »ne moremo biti edini ali izključni vir pomena v jeziku, kajti to bi pomenilo, da bi se lahko izražali v povsem zasebnih jezikih. Bistvo jezika pa je komunikacija, ki je odvisna od skupnih jezikovnih konvencij in skupnih kodov« (Hall 2004: 45). Tudi pomene, ki jih načrtujemo, moramo podrediti jezikovnim pravilom in kodom okolja, v katerem komuniciramo, saj nas v nasprotnem primeru nihče ne bo razumel.

Konstruktivistični pristop pa predpostavlja, da niti stvari niti uporabniki jezika ne morejo sami utrditi pomena v jeziku. Stvari same po sebi ne pomenijo ničesar, pač pa tvorci jezika konstruirajo pomen z uporabo reprezentacijskih sistemov. Kot ugotavlja Hall, konstruktivisti priznavajo obstoj materialnega sveta in dopuščajo možnost, da imajo znaki materialno razsežnost, a pomen po njihovo ni odvisen od materialnosti znaka, pač pa od njegove simbolne funkcije. Avtor besedila ni pomembnejši od bralca, bralčeva interpretacija teksta pa ni nujno v skladu s piščevo.

## **2.2 Semiotika**

Na razvoj študij reprezentacije je pomembno vplival prispevek švicarskega lingvистa Ferdinanda de Saussururja, ki je s svojim modelom jezika oblikoval semiotični pristop k reprezentaciji. Saussure je utemeljeval, da je proizvodnja pomena odvisna od jezika, saj zvoki, besede, podobe v jeziku delujejo kot znaki le takrat, ko jih uporabljamo za izražanje idej (Hall 2004: 51). Znak je razdelil na formo, ki pomeni dejansko besedo ali podobo, in na idejo oziroma koncept, na katerega se forma v naših mislih nanaša. Kot ugotavlja Hall, je Saussure vztrajal pri arbitrarni naravi znaka, kar pomeni, da znaki niso opredeljeni sami zase, pač pa le v odnosu do drugih znakov. Opozarjal je torej na vez, ki jo kodi ustvarjajo med oblikami izražanja, ki jih uporablja jezik. Povezava med formo (označevalci) in koncepti (označenci) je tako povezava med sistemoma reprezentacije, ki proizvaja znake;

znaki, organizirani v jezik, pa proizvajajo pomen (Hall 2004: 56). Vendar pa se je Saussure, kot tudi ostali strukturalisti, osredotočal predvsem na produkcijo pomena in na vpliv lingvistike na jezik.

### **2.3 Foucaultova teorija diskurza**

Med konstruktivističnimi teorijami Hall izpostavlja Foucaultov diskurzivni pristop k obravnavi reprezentacije. Foucault se je namesto na jezik osredotočil na diskurz. Razvil je pojem diskurza kot sistema reprezentacije, ki poleg jezika vključuje še prakse, in sicer tako da »skuša preseči tradicionalno razlikovanje med tem, kar nekdo reče (jezik) in tem, kar dela (praksa)« (Hall 2004: 65). Diskurz tako vpliva na način uresničevanja idej v praksi, opredeljuje način govorjenja, pisanja in obnašanja v povezavi z določeno temo, pri čemer pa ostale načine izključuje.

Prav tako Foucault ne ostane le pri preučevanju ustvarjanja pomena, pač pa ga zanima ustvarjanje vednosti. Po Foucaultu diskurz proizvede oblike in prakse vednosti, ki so odvisne od časa in prostora. Tako utemeljuje, da na uporabo vednosti vplivajo oblasti, kaznovanje v določeni družbi pa je povezano s tem, kako sta diskurz in oblast proizvedla pojmovanje zločina in zločinca. Oblast torej določa, ali in kako naj ljudje uporabljajo vednost, zato je vprašanje uporabe in učinkovitosti oblasti oziroma vednosti pomembnejše od vprašanja njene resničnosti. Foucault zato namesto o resnici govori o režimu resnice, ki je lasten vsaki družbi in predstavlja vrste diskurzov, ki jih družba sprejme in napravi za resnične. Diskurz pa proizvaja vednost. Subjekti, ki ustvarjajo diskurz, so po Foucaultu proizvedeni znotraj diskurza, ker mu morajo biti podvrženi (Hall 2004: 76). Diskurz pa s subjektivnega položaja osmišljajo gledalci.

Osrednji poudarek Foucaultove teorije diskurza je v tem, da je reprezentacijo, diskurz in »resnico« postavljal v zgodovinski kontekst. Hall (2004: 67) ugotavlja, da Foucault vse tri radikalno historizira, saj po njegovi teoriji istih pojavov ni mogoče zaslediti v različnih zgodovinskih obdobjih. Foucault je menil, da diskurz v posameznem zgodovinskem obdobju proizvede specifične objekte, subjekte ter prakse vednosti, ki se »od obdobja do obdobja radikalno razlikujejo, ne da bi med njimi nujno obstajala tudi neka kontinuiteta« (Hall 2004: 67).

Premik h konstruktivističnemu pojmovanju jezika in reprezentacije je, ugotavlja Hall, »veliko prispeval k odstranitvi subjekta s privilegiranega položaja v odnosu glede na vednost in pomen. Enako lahko rečemo za Foucaultov diskurzivni pristop« (Hall 2004: 75-76).

## **2.4 Diskurz**

Diskurz so kasneje raziskovali tudi številni drugi avtorji. Hartley (1982) piše, da bi diskurze lahko najbolje opisali kot različne načine uporabe jezika. Za razliko od jezikovnih sistemov (ang. language systems), ki narekujejo način proizvodnje jezika, ne pa vsebine oziroma pomena, se v diskurzih srečajo jezikovni sistemi in družbene razmere. Naše vsakodnevne interakcije so sestavljene iz naših socialnih, ekonomskih in političnih odnosov, te pa doživljamo skozi različne diskurze. Da lahko doživljamo vsakodnevne situacije, ki se zdijo tako naravne, jim moramo skozi ustvarjanje pomena dati smisel (Hartley 1982: 7).

Fiske (1987) ugotavlja, da je diskurz jezik ali sistem reprezentacije, ki se je razvil z namenom kroženja skupine pomenov o pomembnih družbenih temah. Ti pomeni služijo tistemu delu družbe, iz katerega izvira in ki jih skozi ideologijo spreminja v zdravorazumske. Diskurz je tako družbeno dejanje, ki lahko promovira ali nasprotuje dominantni ideologiji, zato se o njem pogosto govori kot o diskurzivni praksi (Fiske 1987: 14). Vsak diskurz ali diskurzivna praksa mora imeti tri značilnosti: svoje tematsko področje, družbeni izvor in ideološko usmeritev.

Utemeljitelj kritične diskurzivne analize, Norman Fairclough, je zapisal, da ima lahko diskurzivna dejavnost pomembne ideološke posledice, saj lahko z načini reprezentacije stvari in pozicioniranja ljudi na primer pomaga pri produkciji in reprodukciji neenakih relacij moči med družbenimi razredi ipd. Diskurz je tako lahko na primer rasističen, seksističen ali pa poskuša prikazati nekatere domneve o vidikih družbenega življenja kot zdravorazumske (Fairclough, povzeto po Kuhar 2003: 17).

Fiske to utemeljitev nadgradi, ko opozarja, da ne smemo govoriti o ekonomskem ali seksističnem diskurzu, pač pa o kapitalističnem ali socialističnem ekonomskem diskurzu in patriarhalnem ali feminističnem seksističnem diskurzu, kar pomeni, da mora biti jasno, koga diskurz zastopa in komu nasprotuje. Takšni diskurzi

pa pogosto postanejo institucionalizirani, še posebej s strani medijske industrije. Tako lahko govorimo o diskurzih, kot sta novičarski ali oglaševalski, ki prav tako vsebujejo zgoraj omenjene tri karakteristike diskurza.

Kot pravi Fiske (1987: 15), ima diskurz pomembno vlogo tudi pri osmišljanju družbene izkušnje, saj nam na primer spolni diskurz pove, kakšni so vzorci pomenov spola v družini, na delovnem mestu ali v šoli, skratka v vseh naših glavnih družbenih odnosih. Fiske družbeno izkušnjo primerja z besedilom, ko piše, da so pomeni obeh odvisni od številnih diskurzov, in da tako kot lahko dva človeka v različnih socialnih položajih različno razumeta besedilo, si lahko tudi različno razlagata isto družbeno izkušnjo. To pa prinaša še eno značilnost diskurza, in sicer, da je družbeno konstruiran, saj ga posameznik ne more ustvariti sam. Prav tako diskurz ne osmišlja le svojega tematskega področja, pač pa tudi konstruira smisel ali družbeno identiteto ljudi, ki ga uporabljajo. Vsak od nas ima paleto diskurzov, ki jih potrebujemo, da lahko osmislimo besedila in družbene izkušnje v svojem kulturnem okolju. Fiske ugotavlja, da nas analiza televizijskega programa lahko pripelje do diskurzov, iz katerih je sestavljen, ne more pa pokazati diskurzov, ki jih bo uveljavljal gledalec v iskanju pomena. Zato četudi diskurz programa skuša nadzirati svoje potencialne pomene, zaradi gledalčevega lastnega diskurza ni nujno, da mu bo to tudi uspelo (Fiske 1987: 15).

Tudi Bell in Garret (1998) opozarjata na pomembno vlogo medijskega diskurza. Utemeljujeta, da so mediji bogat vir lahko dostopnih podatkov za raziskovanje in proučevanje, uporaba medijev pa vpliva na odnos do jezika in njegovo uporabo v posamezni govorno-kulturni skupnosti. Prav tako ugotavljata, da mediji vplivajo na oblikovanje družbe v smislu kulture, družbenega življenja in politike, ter človeku posredujejo družbene pomene, ki se reproducirajo prek jezika.

Da imajo mediji danes pomembno vlogo pri oblikovanju dnevnega reda vprašanj, o katerih razmišljajo in se pogovarjajo ljudje, ugotavljajo tudi K. Erjavec in drugi (2000). »Tako mediji svojemu občinstvu ponujajo samo določene (izbrane) kulturne vzorce, oblikujejo in dodajajo nove pomene ter jih v končni fazi delajo univerzalne in edino pravilne« (Erjavec in drugi 2000: 11).

### 3. Mediji in moralna panika

Mediji dogodke reprezentirajo na različne načine in skozi različne koncepte. Eden takih je tudi moralna panika, ki je, ugotavlja Angela McRobbie (1994), v zadnjih letih postala pogost pojav v medijih.

Kot piše Bulc (2003: 247) se sintagma moralna panika uporablja za opis družbenega stanja, v katerem veliko ljudi v družbi pretirano reagira na neko novonastalo domnevno grožnjo ustaljenemu redu, četudi je ta grožnja dejansko zanemarljiva. Koncept moralne panike je leta 1972 razvil Stanley Cohen, ki je ljudskega hudiča opredelil kot osebo ali skupino oseb, katerih obnašanje je širše družbeno označeno kot deviantno. Grožnja, ki naj bi jo to obnašanje predstavljalo ustaljenim družbenim normam, pa je znatno manjša, kot si to predstavlja moralna večina. Mediji in javnost ljudske hudiče obravnavajo skozi poenostavljajoči diskurz, ki skozi dihotomijo dobro – slabo, konformno – deviantno ustvarja stereotipno predstavo o teh družbenih skupinah ali posameznikih (Bulc 2003: 247).

Angela McRobbie ugotavlja, da moralna panika ni več le redok način posredovanja v nujnih primerih. Konstrukcija moralne panike v medijih je postala stalna praksa novinarjev, ki se je nato bodisi hitro naveličajo, v nekaterih primerih pa se začnejo spraševati o lastni krivdi pri njenem nastanku (McRobbie 1994: 198). Moralna panika je lahko način, na katere mediji dnevno konstruirajo domače, družbene ali aktualne dogodke, a so tovrstne dnevne moralne panike manj monolitne od tistih, ki jih obravnava Cohenov model. McRobbieva ugotavlja, da je moralna panika danes orodje za kampanjo desnice, ki se pri tem srečuje z interesnimi skupinami pritiska, te pa so postale orodje opozicije. Moralna panika je zato zatrta tako hitro, kot je nastala, saj njene ljudske hudiče branijo omenjene skupine, ki so v Veliki Britaniji nastale predvsem v letih med in po vladavini Margaret Thatcher.

Kot poudarja McRobbieva, je osnovni namen moralne panike ljudem postopoma vlivati strah in s tem odvrčati njihovo pozornost od očitnih vsakodnevnih družbenih problemov. Tako želi doseči bodisi zapiranje v 'duševno trdnjavo', torej občutek politične nemoči, brezupa, bodisi ljudem vsiliti mnenje, da je nekaj v zvezi s tem pač treba storiti.



## 4. Televizijske novice

Televizijske novice se morajo, če želijo pridobiti in ohraniti gledalce, bistveno razlikovati od časopisnih ali radijskih. Ne le da televizijske novice iščejo oporo v sliki, tudi besedilo mora biti prilagojeno dejstvu, da ga bo občinstvo slišalo le enkrat. Bralec tiskanega medija bo lahko novico večkrat prebral ali se med branjem, če česa ne bo razumel, vrnil nazaj. Gledalcu televizijskih novic pa mora biti po slišanjem besedilu vse jasno, vračanja ni. Zato naj bi televizijski novinarji uporabljali enostavne stavčne strukture, oblikovali jasne besedne zveze, prispevke pa oblikovali v jedrnato, zaključeno celoto.

Hartley (1982) novice (ang. news) opredeljuje kot diskurz, sestavljen iz širših televizijskih diskurzov, ki ga znotraj splošnega jezikovnega sistema določajo elementi – znaki in pravila oziroma kodi. Novice so tako diskurz, ki ga določa splošni sistem znakov v povezavi z družbeno strukturo in sam zase nima pomena. Kot družbena institucija in kulturni diskurz dobijo novice pomen šele v povezavi z ostalimi institucijami in diskurzi, ki delujejo istočasno, saj jih, če so izolirane, ne moremo razumeti. Prav tako v proučevanju specifičnega diskurza tega ne moremo obravnavati ločeno od njegove družbene vloge. Za novice ne moremo reči, da svoje lingvistične, družbene ali zgodovinske determinante le odsevajo, pač pa na njih gradijo in se tako razvijajo (Hartley 1982: 7).

Da so novice neodvisen in samostojen diskurz, Hartley utemeljuje z dejstvom, da so v javnosti deležne veliko pozornosti, v smislu, da zavzemajo velik delež neformalnih pogovorov, na primer v gostilniških debatah. Prav tako se številne knjige, novinarski prispevki in omizja nanašajo in sprašujejo o vplivu novic na družbene segmente. Hartley ob tem opozarja na posameznike in organizacije, ki posredno ali neposredno vplivajo na to, o čem in na kakšen način bodo mediji poročali.

Za Fiskeja (1987: 281) so novice televizijski žanr z visokim statusom. Njihova domnevna objektivnost in neodvisnost od političnih ter vladnih agencij naj bi predstavljala enega od temeljev demokracije. Medijski, zlasti novičarski diskurz je zato eden od ključnih faktorjev pri oblikovanju identitet in prenašanju ideologij v sodobni družbi. Toda Fiske opozarja, da produkcija novic ni poceni in da morajo za svoj obstoj ustvariti občinstvo, ki bo dovolj veliko in sestavljeno tako, da ga bo mogoče prodajati oglaševalcem. Ekonomska dimenzija pogosto vpliva na to, kaj bodo mediji objavili (ali še pomembneje, česa ne bodo), pri čemer je treba upoštevati

tako medijska lastništva in oglaševalce kot tudi neformalne (ali skrite) povezave, prijateljstva med lastniki in gospodarstveniki ali politiki itd.

Fiske zavrača tezo, da sta žanra novic in fikcije ločena, in utemeljuje, da na besedilni ravni med televizijskimi novicami in televizijskimi serijami oziroma telenovelami ni bistvene razlike. Žanra pa se pomembno razlikujeta po tem, kako ju občinstva razumejo. Medtem ko televizijske serije oziroma drame bolj povezujejo z zasebnim življenjem, čustvi in domačnostjo, pa novice, dnevne dogodke in dokumentarni žanr bolj umeščajo v javno sfero. Pa vendar se skušajo tudi novice vse bolj približati gledalčevi 'dnevni sobi', izzvati njegova čustva.

Lutharjeva (1998: 9) meni, da imajo novice osrednjo ekonomsko vlogo za televizijsko institucijo, saj ritualizirajo vzorce gledanja televizije in oblikujejo navado. Novice so zato blagovni znak institucije in pogosto glavni element njene korporativne identitete.

Kateri dogodki si zaslužijo postati novice, je običajno stvar uredniške politike posamezne televizijske hiše. Kljub temu pa obstaja nekaj načel, ki naj bi dogodke razvrščala na 'dovolj pomembne' in 'manj pomembne'. Galtung in Ruge (1973, citirano po Fiske 1987: 281-286) navajata štiri novičarske faktorje, ki pomenijo, da je dogodek vreden objave: zgoditi se mora v zadnjih 24 urah (ali pa se mora v tem času zgoditi nekaj, kar je povezano s tem dogodkom); zadevati mora elitne osebe, ki jih ljudje poznajo, in se zgoditi v javni sferi, kjer se elitne osebe gibljejo; biti mora negativen, saj tako poseže v 'normalen vsakdan'; sestavina novic pa naj bi bila tudi presenetljivost.

Pojav ptičje gripe v Sloveniji je izpolnil skoraj vse naštetе pogoje. Četudi se na elitne osebe ni neposredno nanašala, jih je v smislu občutka ogroženosti oziroma domnevne grožnje človeštvu zadevala prav toliko kot 'navadne smrtnike'. Prav tako so bili, ko se je gripa iz azijskih držav razširila do Evrope (navidezno) ogroženi tudi veliki narodi. Vsekakor je šlo za negativni dogodek, saj so poleg živali po svetu umirali tudi ljudje, prinašal je gospodarsko škodo in s številnimi kriznimi sestanki državnega središča za nadzor bolezni, vrha Evropske unije itd. ustvaril 'izredno stanje' v družbi. S približevanjem Evropi je pojav postajal geografsko vse bliže, ko se je pojavil v Sloveniji, pa je prišel tako rekoč pred vrata naših domov. Čeprav ni bil nepričakovan, se je na naših tleh, kolikor je znano, pojavil prvič. Najpogostejše

čustvo, ki ga je izzval pri ljudeh, je bil strah. Trajal je dalj časa, zato so mediji o njem kontinuirano poročali.

Vzrokov za objavo novice, da so virus ptičje gripe odkrili pri pticah v Sloveniji, je bilo torej več kot dovolj. Vprašanje pa je, kako so mediji dogodek uporabljali v nadaljevanju in ali so v njem iskali tudi elemente posebnosti in (predvsem) konflikta.

## **5. Dnevnik in 24 ur o ptičji gripi**

V raziskavi želimo ugotoviti, kako sta dnevnoinformativni oddaji *Dnevnik* in *24 ur* reprezentirali pojav ptičje gripe na Slovenskem. Opredelili bomo vzorce reprezentacije, ki so se v poročanju o gripi pojavljali najpogosteje. Zanimalo nas bo tudi, ali sta oddaji pri tem konstruirali moralno paniko.

### **5.1 Analizirani program**

Za analizo obeh dnevnoinformativnih oddaj smo se odločili, ker sta to najbolj gledani tovrstni oddaji v državi in zato pomembno vplivata na družbeno percepcijo realnosti Slovencev. Najprej bomo oddaji opredelili in primerjali podatke o njihovi gledanosti.

#### **5.1.1 Dnevnik**

O *Dnevniku*, ki je ena od sedmih dnevnoinformativnih oddaj Informativnega in izobraževalnega programa na javni Televiziji Slovenija, v predstavitvenem besedilu na njihovi spletni strani ([www.rtv slo.si/dnevnik](http://www.rtv slo.si/dnevnik)) lahko preberemo:

»Z ogledom *Dnevnika* ob 19.00 si 365-krat na leto zagotovite učinkovit dnevni pregled dogodkov doma in po svetu oz. enourni odmerek informacij, ki so jih čez dan zbrali dopisniki in posebni poročevalci iz svetovnih prestolnic, dopisniki iz vse Slovenije ter novinarji uredništev notranjepolitičnih in gospodarskih, zunanjepolitičnih, športnih in kulturnih oddaj.« ([www.rtv slo.si/dnevnik](http://www.rtv slo.si/dnevnik))

Ustvarjalci ene najstarejših oddaj na slovenski javni televiziji torej poudarjajo predvsem *Dnevnikovo* učinkovitost. Toda v nadaljevanju omenjenega predstavitvenega besedila sledi:

»Tretji veliki izziv za ustvarjalce *Dnevnika* v teh 35 letih se je zgodil s prihodom prve prave konkurence na komercialni POP TV. Konkurenca je začela samozavestno, ob 19.30, in z lahkotnejšim pristopom ter vsebinami. To je za kratek čas zmedlo uredništvo *Dnevnika* v poskus koketiranja s takim prijemom, vendar je hitro prevladalo prepričanje, da si mora gledanost zagotoviti z verodostojnostjo in s spoštovanjem vsega, kar *Dnevniku* nalaga status javnega medija. Pravi odgovor na prihod konkurence se je zgodil leto pozneje z *Odmevi*, dnevnoinformativno oddajo, kjer so nosilni dogodki dneva osvetljeni bolj poglobljeno in analitično. *Odmevi* so eden najboljših medijskih projektov zadnjega desetletja in so za to poželi tudi javna priznanja.« ([www.rtv slo.si/dnevnik](http://www.rtv slo.si/dnevnik))

Besedilo daje vtis, da je javna televizija z oddajo *Dnevnik* predala bitko s konkurenčno komercialno televizijo, ko gre za poročanje ob 19. uri, in se očitno bolj posvetila oddaji *Odmevi*. Ta pa ni namenjena zgolj predstavitvi dnevniških dogodkov, pač pa v večji meri (kot pove že ime) odzivom nanje in njihovi analizi.

Podatki o gledanosti kažejo, da je *Dnevnik* najbolj gledana oddaja na Televiziji Slovenija. Po podatkih iz raziskave družbe AGB Nielsen jo je februarja 2006 v povprečju vsak dan gledalo 258.900 gledalcev, kar je 37 odstotkov vseh gledalcev televizije ali 13,5 odstotka vseh državljanov, starih nad štiri leta.

### **5.1.2 24 ur**

*24 ur* je osrednja dnevnoinformativna oddaja na komercialni televizijski postaji Pop Tv, ki je v lasti ameriške družbe CME. O njej v predstavitvenem besedilu na spletni strani ([www.24ur.com](http://www.24ur.com)) lahko preberemo naslednje:

»*24 ur* je osrednja informativna oddaja, v kateri vsakodnevno išče in najde aktualne dnevne novice največ slovenskih gledalcev. *24 ur* je od 15. decembra lani, ob 10. rojstnem dnevu Pop Tv, z vami v novi podobi in z novo vremensko napovedjo,

od 8. aprila pa bo ob sobotah iz virtualnega studia potekala tudi priljubljena rubrika Pop In.« Sledi opis rubrike vreme, nato pa: »V družbi *24 ur* vas vsak večer čaka tudi aktualen pregled domačih in tujih novic dneva ter atraktivni športni pregled.« (www.24ur.com)

Poudarjanje rubrik Vreme in Pop In (rubrika z izključno zabavno vsebino) kaže na to, da sta ti dve rubriki za ustvarjalce *24 ur* bistvenega pomena, dnevne novice pa le 'tisto, kar spada zraven'. Vzroke za to bi lahko iskali v dejstvu, da informacije o vremenu in dogajanju v svetu glamurja najverjetneje pritegnejo večjo množico ljudi kot dnevno (sploh politično ali gospodarsveno) dogajanje, več gledalcev pa pomeni več oglaševalcev in posledično več denarja. Takšno vizijo potrjuje tudi nadaljevanje predstavitvenega besedila:

»Osrednja informativna oddaja *24 ur* je s svojim prihodom leta 1995 naznanila novo obdobje televizijskih informacij v Sloveniji. Nesporno je, da se je slovenski televizijski prostor šele z njenim prihodom odprl pluralizaciji tudi po mednarodnih kriterijih. Z novimi idejami, voditeljskimi pari, dinamičnim pristopom, atraktivno grafično podobo ter razgibanim in pristnim studiem je kmalu zbudila veliko zanimanje pri gledalcih, ki so bili do nedavnega vajeni monolitnega medijskega poročanja, že jeseni 1999 pa je s 47-odstotnim deležem gledalcev (v skupini 10-75 let) postala tudi najbolj gledana osrednja informativna oddaja v Sloveniji. Vodilno mesto ima ob predvajanjem terminu še danes in oddaja *24 ur* je tista, v kateri dnevno išče in najde novice daleč največ slovenskih gledalcev.« (www.24ur.com)

Koncept javnega in koncept komercialnega narekujeta različni zasnovi in različna načina podajanja novic. Očitno je, da je vizija komercialne Pop Tv usmerjena v ameriški model predstavljanja novic, imenovan 'infotainment'. To pomeni, da so v oddaji novice podrejene zabavi gledalca oziroma v veliki meri predstavljene kot človeške zgodbe (human interest stories). Erjavčeva (2000) piše, da so se v zadnjem desetletju na medijski sceni zgodili številni premiki, med katerimi je najvplivnejša komercializacija medijev. Vse bolj šibka javna televizija se pridružuje trendu komercialnih televizij, ki ponujajo vse več infotainmenta, manj pa kakovostnih novic o tako imenovanih javnih zadevah. Podobno ugotavlja Lutharjeva: »Novic očitno ne moremo več obravnavati kot ločeni žanr, ki 'posreduje informacije', saj se v

teletabloidnem žurnalizmu srečujejo politika in pop kultura, informiranje in 'razvedrilo', melodrama in informacija, informiranje in moraliziranje, preiskovanje in kramljanje« (Luthar 1998: 9).

Erjavčeva (2000) ugotavlja, da je naraščajoča konkurenca pripeljala medijske hiše do spoznanja, da se vedno bolj zgledujejo po ekonomskih indikatorjih uspešnosti. »Želje občinstva, naklada in doseg postajajo edini kriteriji novinarske kakovosti, ki od novinarjev zahtevajo senzacionalističen način sporočanja. Poročanje o političnih zadevah je prepogosto zoženo samo na razkrivanje škandalov posameznih politikov (Hachten, 1998). Razvedrilna funkcija množičnih medijev vedno bolj nadomešča informativno funkcijo tudi v tradicionalno informacijskih medijih (javni mediji) in prispevkih (televizijska poročila)«. Upoštevanje ekonomskih kriterijev uspešnosti kot edinih relevantnih je razvidno tudi iz naslednjih odlomkov predstavitvenega besedila *24 ur* na spletnem portalu 24ur.com:

»Kako močan je ta pristop, je vidno tudi iz gledanosti, saj se oddaja *24 ur* po rezultatih uvršča v sam vrh vseh slovenskih televizijskih oddaj, ne le informativnih /.../« (www.24ur.com)

»Najboljši pokazatelj kakovosti in načina podajanja informacij so rezultati gledanosti, ki kažejo, da gledalci spremljajo tisto, kar jim je enostavno bolj všeč.« (www.24ur.com)

Vrstni red novic v posamezni dnevnoinformativni oddaji že dolgo ni več oblikovan s pomočjo narobe obrnjene piramide. Časi, ko so uvodni, elitni del oddaje zasedale zunanje politične novice, so očitno mimo, saj v zadnjem času obe televizijski hiši na prva mesta največkrat postavljata teme, ki posegajo v življenje Slovence kot državljana ali kot potrošnika (na primer podražitev električne energije, goriva itd.). Lutharjeva piše, da zabavne novice nadomeščajo obravnavo politike z obravnavo družbe, in tako je tudi novica o politični korupciji upovedana kot človeška zgodba o 'svetu razuzdane, pokvarjene politike' (Luthar 1998: 8).

Da pomembnost dogodka ni več osrednji oziroma vsaj ne edini kriterij za razvrščanje novic, menita tudi televizijska praktika Perovič in Šipkova: »Prva poročila v oddaji so ponavadi tista, ki se ukvarjajo z glavnimi, ključnimi dogodki dneva /.../ večina dnevnih urednikov pa vseeno v večini primerov razvršča posamezne zgodbe

v oddajo raje po posameznih vsebinskih sklopih kot zgolj po pomembnosti dogodka« (Perovič, Šipek 1998: 89-90).

Gledanost oddaje *24 ur* je nekoliko višja od *Dnevnikove*. Podatki iz raziskave družbe AGB Nielsen kažejo, da je *24 ur* na Pop Tv februarja 2006 v povprečju vsak dan gledalo 299.469 gledalcev, kar je 43 odstotkov vseh gledalcev televizije ali 16,6 odstotka vseh državljanov, starih nad deset let.

## **5.2 Metodologija: kritična diskurzivna analiza**

Kritična diskurzivna analiza je kvalitativna metoda družboslovne raziskave. Je predvsem interpretativne narave, saj so predmeti njenega raziskovanja tekst, govor in podobe, ki nimajo enega samega pomena. Zato lahko različni raziskovalci, ki se ukvarjajo z istim raziskovalnim predmetom, pridejo do različnih zaključkov. Kot ugotavlja Kuhar (2003), družbenih zakonov, ki bi zagotavljali, da imajo stvari en sam (absoluten) resničen pomen, ni. Zato je analiza tega vidika družbenega življenja omejena na interpretacijo. Tako ne obstajajo pravilni ali napačni zaključki, pač pa le enakovredni, četudi včasih kontrastni pomeni in interpretacije.

Kritična diskurzivna analiza, kakršno utemeljuje Norman Fairclough (1997), opredeljuje diskurz kot osnovno sredstvo za konstitucijo ljudi kot družbenih subjektov. Diskurzivna dejavnost ima lahko bistvene ideološke posledice, saj lahko pomaga pri produkciji in reprodukciji neenakih razmerij moči na primer med spoloma ali med družbenimi razredi (Fairclough, Wodak 1997: 258).

Ideološki vidiki uporabe jezika pogosto niso vidni ali so zgolj implicitni. Kritična diskurzivna analiza jih osvetli in implicirane pomene izpostavi, to pa je tudi eden od razlogov, da ni objektivna. Kuhar (2003: 18) ugotavlja, da gre za obliko intervencije v družbeno prakso in družbena razmerja in je zato sestavni del političnega aktivizma, usmerjenega proti rasizmu, seksizmu in homofobiji. Medijske tekste, ki so pogosto predmet kritične diskurzivne analize, ustvarjajo družbeno umeščeni pisci ali govorniki, zato se to metodološko orodje posveča tudi njihovem vplivu na družbena stališča. Pomeni ne obstajajo sami po sebi, ampak se ustvarjajo preko interakcije med ustvarjalci in prejemniki medijskih sporočil.

Čeprav je kritična diskurzivna analiza po svoji naravi predvsem interpretativna, teoretiki navajajo nekaj principov, ki jih združuje in raziskovalcu pomagajo pri pojasnjevanju umestitve diskriminatornih praks v širši družbeni kontekst. Tako Fairclough in Wodakova (1997) ugotavljata:

- a) kritična diskurzivna analiza se ukvarja z družbenimi problemi;
- b) odnosi moči so diskurzivni;
- c) diskurz konstituira družbo in kulturo;
- d) diskurz je ideološki;
- e) diskurz je zgodovinski;
- f) povezava med tekstom in družbo je posredovana;
- g) diskurzivna analiza je interpretativna in eksplikativna;
- h) diskurz je oblika družbene dejavnosti.

Z raziskavo smo želeli ugotoviti, s kakšnimi diskurzi je bila v obravnavanih televizijskih tekstih predstavljena ptičja gripa. Zanimalo nas je, katere besede so bile uporabljene za opis ptičje gripe oziroma katere besede so se nanjo nanašale, kako so bile opisane njene posledice in ali so (oziroma kako so) se pojavljala ugibanja o njenih morebitnih prihodnjih posledicah, pa tudi vzrokih za njen pojav. Ugotoviti smo želeli, kdo so bili nosilci dejanj, povezanih s širitvijo in omejevanjem ptičje gripe, kako so bili opisani, pa tudi kako so bile v medijskih tekstih zastopane ptice in kako ljudje.

Enota analize je televizijski novinarski prispevek, objavljen v času med 12. februarjem, ko je slovenska javnost prvič izvedela za okužbo ptice v Sloveniji z virusom ptičje gripe, in 27. marcem 2006, ko je veterinarska uprava ukinila še zadnje okuženo območje v državi. Za takšen izbor smo se odločili, ker so slovenski mediji v tem obdobju ptičji gripi namenjali največ pozornosti, in sicer ravno zaradi neposredne bližine nevarnosti okužbe z virusom ptičje gripe. Analizirali smo prispevke, ki govorijo o dogodkih, zlasti konfliktnih, povezanih s ptičjo gripo – tak primer je pogin perjadi zaradi virusne okužbe. Prav tako smo analizirali prispevke o dogodkih, ki sami po sebi niso bili konflikti, pa so to vendarle lahko postali ali so jih kot take prikazali avtorji medijskih tekstov.

Ker pa se televizijsko poročanje od časopisnega ali radijskega razlikuje tudi po tem, da vsebuje gibljivo sliko, nas bo zanimalo še, kakšno vlogo je pri tem odigrala televizijska slika.



### **5.3 Vloga televizijske slike**

Slika je ena od ključnih posebnosti televizijskega upovedovanja novic. Možnost dodatne ponazoritve besedila s sliko imajo sicer tudi tiskani mediji, a gibljiva televizijska slika uspešneje ustvarja občutek pristnosti dogajanja. Hardt (2002: 322) ugotavlja, da so vizualne komunikacije postale najbolj priljubljeno sredstvo sugeriranja pomena in prenosa informacij. Zato so slike najprepričljivejši medij dokazovanja s slovesom zelo kredibilnih upodobitev realnosti.

Hartley (2004: 183) opozarja, da ima slika v televizijskem novinarskem prispevku veliko moč, čeprav ne gre za prikaz realnega stanja. Slika, ki spremlja zvok, je za Hartleya le poročilo, selekcija oziroma različica, ne pa realnost, kar pomeni, da novinarji realizem proizvajajo skozi vizualno predstavljanje zgodb. Tako je lahko v prispevku uporabljen posnetek znane osebe, o kateri prispevek govori, ki je star več let in je bil že večkrat prikazan (ali posnet) v popolnoma drugem kontekstu (Hartley 2004: 185). Gledalec prispevkov o ptičji gripi je vsak dan videl mrtve in umirajoče labode, pri čemer ni vedel, da so posnetki arhivski, četudi med sliko in besedilom prispevka ni bilo nobene povezave. V aktualnih zgodbah se vsak dan uporabljajo isti kadri s časovno neumeščenimi posnetki, zato je novica vedno novica v sedanjosti, tudi takrat, kadar to ni (Hartley 2004: 185).

Da je slika pomemben del televizijskega upovedovanja novic, ugotavljata tudi televizijska praktika Perovič in Šipkova (1998: 66), ki pišeta, da je »dobra slika več vredna od 1000 besed«. Televizijsko poročilo primerjata s celovečernim filmom in poudarjata, da mora vsako poročilo imeti tudi vizualno zanimiv konec ter da je uporaba slike vrste jezika, ki se ga mora televizijski novinar naučiti, če želi, da bo poročilo kvalitetno in učinkovito. Kljub temu priznavata, da lahko s televizijsko sliko razložimo in pokažemo le manjši del realnosti, zato mora novinar izbirati tiste slike, ki so za razumevanje dogodka najpomembnejše, in jih na logičen, razumljiv način razvrstiti eno za drugo. »Televizijsko poročanje je predvsem poročanje s sliko. To pomeni, da je izbor slik in njihovo zaporedje enako pomembno, kot je tekst, s katerim opisujemo določeno dogajanje. Televizijsko poročanje je torej več kot le ilustracija povedanega, več kot le časopis s premikajočimi se slikami ali radio, ki mu dodamo še sliko« (Perovič, Šipek 1998: 25).

Kljub tej specifični moči televizije, ki ji jo daje gibljiva slika, pa njeno bistvo vendarle ostaja v moči besede. Zato se bomo v prvi vrsti posvetili besedilu in

pomenom, ki so jih proizvajala medijska besedila v povezavi s ptičjo gripo. Za analizo reprezentacije smo uporabili semantično analizo ključnih besed in obsežnejšega teksta (Fairclough 1997). Poleg tega smo analizirali številčnost in čas prispevkov, da bi ugotovili, koliko pozornosti sta televizijski oddaji namenili ptičji gripi.

#### **5.4 Reprezentacija ptičje gripe**

Najprej pogledajmo, kakšna je bila časovna razporejenost in številčnost prispevkov.

Obsežno poročanje o ptičji gripi v obeh analiziranih oddajah se je začelo v nedeljo, 12. februarja 2006, ko so slovenski mediji izvedeli za prvi pojav virusa pri ptici v Sloveniji. *Dnevnik* in *24 ur* sta ptičji gripi posvetili prvih pet minut, kar je precej manj kot naslednje dni. Ob tem je treba povedati, da so slovenski mediji za okuženega laboda v Koblerjevem zalivu pri Mariboru izvedeli šele v nedeljo popoldne, ko jim je novico sporočila Evropska komisija. Poti informacije, za katero so slovenske oblasti vedele že v petek, pa je javnosti niso posredovale, so bile v nadaljevanju namenjene številne kritike.

Naslednji dan novice o ptičji gripi zasedejo praktično celotni oddaji. *24 ur* jim nameni sedem prispevkov, z napovedmi in pogovori o ptičji gripi s strokovnjaki o njej govorijo več kot 20 minut.

V torek, 14. februarja 2006, ko oblasti potrdijo sum na ptičjo gripo pri šestih novih divjih pticah, *Dnevnik* ptičji gripi posveti nekaj več kot deset minut v samem začetku oddaje. Kar tretjina tega časa je namenjena predsednici Veterinarske uprave Republike Slovenije, Vidi Čadonič Špelič, s katero se novinarka najprej pogovarja, kasneje pa v še dveh prispevkih vidimo njeni izjavi s tiskovnih konferenc. Tudi na komercialni televiziji tega dne ptičji gripi posvetijo prvih 8 minut svoje osrednje informativne oddaje.

Naslednji dan je količina prispevkov in časa, namenjenega ptičji gripi, podobna. Drugače pa je dan zatem, 16. februarja 2006, ko pri labodu s Koblarjevega zaliva uradno potrdijo okužbo z virusom podtipa H5N1. *Dnevnik* ptičji gripi znova posveti celotni prvi del oddaje, poročanje o njej skupaj z napovedmi pa traja nekaj več kot 15 minut. Več kot 6 minut je znova posvečenih Vidi Čadonič Špelič. Tudi *24*

ur ne zaostaja, o ptičji gripi poročajo v sedmih prispevkih, skupaj nekaj več kot 14 minut.

Količina časa v oddajah, namenjenega ptičji gripi, začne počasi padati. 17. februarja 2006 *Dnevnik* o njej poroča dobrih 7 minut, 24 ur pa skoraj 10 minut. 18. februarja 2006 komercialna televizija gripi posveti slabe 4 minute, 19. februarja 2006 pa le še dve minuti, medtem ko javna televizija ta dan o gripi poroča tri minute in pol.

20. februarja 2006 pa se znova začne:

»Komaj se je zdelo, da strah v zvezi s ptičjo gripo počasi popušča, že smo v Sloveniji pozno popoldne dobili novo žarišče ptičje gripe, to je Spodnji Duplek pri Mariboru« (*Dnevnik*, 20. 2. 2006).

V *Dnevniku* novemu žarišču bolezni in ostalim prispevkom o ptičji gripi (ki pa ne prinašajo novic v smislu, da bi se kaj zgodilo) posvetijo dobrih 8 minut.

Od 27. marca 2006, ko je Državno središče za nadzor bolezni ukinilo še zadnji okuženi pas, so tudi zgodbe o ptičji gripi v slovenskih medijih le še redke, osamljene izjeme.

Obravnavani prispevki o ptičji gripi so se nanašali na različne vidike, dogodke, osebe ali posledice, povezane s tem pojavom. Na podlagi skupnih značilnosti jih lahko združimo v šest vzorcev reprezentacije. V okviru prvega prispevki obravnavajo ptičjo gripo kot grožnjo človeštvu, ki skupnost postavlja v resno (življenjsko) nevarnost. V drugem prikazujejo gripo kot vzrok velike gospodarske škode in s tem grožnjo za obstoj kmetijske panoge oz. perutninarstva. Prispevki, združeni v tretji vzorec, se prav tako ukvarjajo z gospodarsko škodo zaradi ptičje gripe, a skozi prizmo malega človeka – kmeta, posameznika v stiski. Skozi koncept personifikacije trkajo na gledalčeva čustva, pogosto naklonjena malim ljudem, žrtvam krute usode. Četrty vzorec reprezentacije ptičje gripe poudarja ali išče konflikte in se sprašuje o krivcu za pojav te bolezni na Slovenskem. Peti vzorec, ki se pojavlja bistveno redkeje, pa prikazuje ptice kot žrtve nepredvidljive okužbe z virusom. V šestem vzorec reprezentacije smo uvrstili prispevke, ki relativizirajo posledice ptičje gripe in to bolezen predstavljajo kot minljiv pojav brez dolgotrajnih posledic. Najprej se bomo posvetili vzorcu prispevkov, ki ptičjo gripo prikazujejo kot grožnjo obstoju človeštva.

### 5.4.1 Skupnost v nevarnosti – ptičja gripa kot grožnja človeštvu

Zgodbe, ki govorijo o ogroženosti človeštva, ali pa tiste, ki jih je mogoče predstaviti na tak način, so za medije vedno zanimive. Tako Langer (1998: 104) navaja vrsto novičarskih zgodb, ki jih mediji še posebej radi pripovedujejo, to so novice o »skupnosti v nevarnosti«. V ospredju teh zgodb ni posameznik, pač pa kolektivnost, povezana z nesrečo in nemočjo. Jedro tovrstnih novičarskih zgodb je os normalnost – grožnja – obnovitev – normalnost. To pomeni, da najprej obstaja homogena družba oziroma skupnost, ki jo zmoti nepričakovan dogodek. To njeno suverenost ogrozi in poruši dotlej vzpostavljeno ravnovesje. Koncept lahko prenesemo tudi na naš primer:

1. obstaja družba, homogena skupnost: *Slovenci kot narod*;
2. zgodi se nepričakovan dogodek: *pojavi se virus ptičje gripe pri pticah v Sloveniji*;
3. suverenost družbe je ogrožena: *ljudi je strah, napoveduje se pandemija*;
4. politični vrh deluje kot varnostnik in branilec: *oblasti pomirjajo državljane*;
5. dosežen je dogovor: *v našem primeru ptičja gripa izgine z območja države*;
6. družba ponovno živi v harmoniji: *nevarnosti ni več*.

Kot še ugotavlja Langer (1998: 109), mediji zgodbe o skupnosti v nevarnosti z različnimi tehnikami napihujejo in iz majhnih nesreč ustvarjajo velike katastrofe in škandale.

Tako so tudi številni prispevki v obeh analiziranih oddajah ustvarjali vtis, da bo pojav virusa ptičje gripe usodno zaznamoval nadaljnje življenje v Sloveniji in na Zemlji. Da je situacija resna, so potrjevali nekateri strokovnjaki in predstavniki oblasti, medijsko dramo pa so dopolnjevale izjave prestrašenih ljudi na ulicah in kmetijah. Novinarji so nekajkrat, hote ali nehote, celo odkrito napovedovali pandemijo ptičje gripe. V prispevkih so uporabljali besedne zveze: 'smrtonosni virus', 'smrtonosni tip H5N1', 'človeku nevaren virus', 'bolezen z najnevarnejšim virusom'.

Tako je bil 14. februarja 2006, dva dni po tem, ko je javnost izvedela za prisotnost virusa ptičje gripe v Sloveniji, v oddaji *24 ur* objavljen prispevek z naslovom *Načrti za pandemijo*. V njem je novinar ugotovil, da ob predpostavki, da množični izbruh gripe zajame četrtno svetovnega prebivalstva in traja dva meseca,

za pomursko bolnišnico, to pomeni, da bo okrog 30 tisoč prebivalcev obolelih. Sledi izjava direktorja Splošne bolnišnice Murska Sobota, ki navede konkretno število potencialnih obiskovalcev bolnišnice:

»Zdravniško pomoč bo iskalo med 16 in 17 tisoč bolnikov. Na pregled v našo bolnišnico pa predvidevamo, da bo prišlo okrog 4000 do 4500 bolnikov.« (24 ur, 14. 2. 2006)

Na podlagi česa so prišli do te številke, gledalec ne izve. Prav tako ne izve, zakaj je novinar, oziroma (očitno) pomurska bolnišnica, predpostavila, da bo množični izbruh gripe zajel četrtno svetovnega prebivalstva, trajal pa dva meseca.

Pomurski dopisnik Pop Tv nadalje ugotovi, da naj bi med 600 in 800 ljudi ostalo v bolnišnici, umrlo pa bi jih sedem ali osem, pri čemer še uporablja pogojnik. Po izjavi zdravstvenega delavca, ki pove, da »se bo specialistična ambulanta zmanjšala oziroma celo ukinila«, novinar nadaljuje: »Ob sprejemu bodo na enem vstopnem mestu bolnike z nalezljivimi boleznimi ločevali. Ločena bosta tudi namestitvev in transport. Ob povečanih zalogah zdravil in programu cepljenja bodo aktivirali upokojene zdravstvene in druge delavce, obiskov pa očitno in razumljivo ne bo.« Tu je novinar uporabil prihodnji čas, ki nakazuje, da se bo to, kar je naštel, dejansko zgodilo. S tem besedilom je pri gledalcu ustvaril vtis, da izbruh pandemije, ki bi povzročil prezasedenost bolnišnic in umiranje ljudi, ni le hipotetična možnost, ampak le še vprašanje časa. Slika ob tem prikazuje polno čakalnico v bolnišnici, bližnji kader starejšega bolnika, ki leži na postelji, priključen na respirator, infuzije in rešilni avtomobil.

Podobno je špekulacije uporabila javna televizija, ki je 15. februarja 2006 objavila, da naj bi »zaradi morebitne pandemije ptičje gripe po črnogledih napovedih umrlo 7,4 milijona ljudi«, a ostane pri pogojni obliki.

V prispevku *Gasilec ni okužen*, objavljenem 17. februarja v oddaji *24 ur*, novinarka obišče mariborsko bolnišnico, v katero so sprejeli gasilca, ki naj bi bil okužen z (običajno) gripo. Ob tem slišimo izjavo njegovega zdravnika s tiskovne konference, v kateri pove, da v običajnih razmerah gasilca ne bi sprejeli v bolnišnico, saj je kazal le znake prehlada. Izjava gledalcu potrди, da je situacija resna in implicira, da bodo vsakega človeka z znaki prehlada, ki je v tem letnem času pogost pojav, sprejeli v bolnišnico. V prispevku se pojavijo posnetki laboda, ki se na napol

zamrznjenem vodnem površju v boju za življenje vrti na mestu in z nogo obupano brca v zrak.

V prispevku z naslovom *Indonezijci umirajo*, 15. februarja 2006 v oddaji *24 ur* novinarka ugotovi, da prebivalci Indonezije umirajo za ptičjo gripo hitreje in v večjem številu kot poprej, kar kaže na to, da postaja virus te bolezni vse bolj nalezljiv in nevaren. Besedilo spremljajo slike mrtvih ptic in vodnih zajetij. Novinarka ob tem ne pojasni, na kakšen način virus postaja bolj nalezljiv, dejansko pa to ne drži, saj virus ni na noben način spremenil oblike in je bil zato ravno toliko nalezljiv in nevaren kot prej.

V prispevku *H5N1 tudi v Nemčiji* pa ista novinarka pove, da so na inštitutu Roberta Kocha v Berlinu prepričani, da je ptičja gripa zagotovo dosegla tudi Nemčijo. V nadaljevanju pojasni, da pri dveh mrtvih labodih sumijo na prisotnost virusa podtipa H5N1, ta sum pa še ni potrjen.

16. februarja 2006, ko so pri prvem slovenskem labodu potrdili virus ptičje gripe podtipa H5N1, novinarka *Dnevnika* izrazito stilno zaznamovano poroča o poginu laboda v Mariboru. Ob tem ptičjo gripo prikaže kot morilca, ki bo vsak čas napadel tudi ljudi, oziroma jih že napada, saj do konca prispevka gledalec ne izve, koliko je dejanskih primerov okužbe pri človeku. Novinarka v prispevku pove, da je laboda v Mariboru »umoril zloglasni virus H5N1, ki se prenaša tudi na ljudi« (*Dnevnik*, 16. 2. 2006).

Šele kasneje v prispevku pojasni, da za zdaj najnevarnejša oblika ptičje gripe pri nas pustoši le med divjimi pticami in v svetu še ne poznajo primera, da bi se človek okužil v stiku z na primer labodom. Doda, da bi se vsekakor to lahko zgodilo le po zelo tesnem stiku.

V prispevku *Nova žarišča v Evropi* novinar Pop Tv špekulira o možni širitvi ptičje gripe, saj ugotovi, da utegne številne nove primere po mnenju veterinarskih strokovnjakov prinesiti pomlad z novim migracijskim valom ptic selivk, ki bi nevarni virus lahko razsejale v večino evropskih držav.

24. februarja 2006 javna televizija objavi prispevek z naslovom *Virus se širi*, ob tem pa slika na levi polovici ekrana prikazuje glavo petelina, obdano s simbolom Evropske unije – rumenimi zvezdicami.

Prispevki pa občutkov ogroženosti človeštva niso ustvarjali le skozi špekulacije o morebitnih novih žrtvah in širitvi virusa. Pomemben del h konstrukciji ljudskega strahu so prispevali tudi prispevki o 'malih ljudeh', preplašenih zaradi pojava ptičje gripe na domačih tleh.

#### **5.4.1.1 Strah med ljudmi**

Na odnos Slovencev do virusa aviarne influence so tako najverjetneje vplivale tudi izjave naključno izbranih ljudi z ulice in kmetij, ki so jih večkrat uporabili v obeh informativnih oddajah. Gre za nekakšno navidezno raziskavo javnega mnenja, ki pa vključuje daleč premajhno število anketirancev, da bi lahko iz nje karkoli sklepali. Največkrat so izjave vprašanih odražale zaskrbljenost nad stanjem, v katerem so se znašli, pa tudi strah pred prihodnostjo, kar je pripomoglo k vtisu ogroženosti, ki ga je ustvaril prispevek. Tipične izjave so bile:

»Mi smo se pripravili na najhujše« (*Dnevnik*, 17. 2. 2006)

»Se bojim, in to zelo« (*Dnevnik*, 21. 2. 2006)

»Moram reč', da sem zelo zaskrbljena zaradi tega« (*Dnevnik*, 21. 2. 2006)

»Piščanca si ne upam kupit'« (*24 ur*, 16. 2. 2006)

»Zelo strah nas je, zato pa smo tak' nared'li« (*Dnevnik*, 14. 2. 2006)

V prispevku z naslovom *Na Bledu ni suma okuženih ptic* novinarka pove, da na Vursu ves dan odgovarjajo na klice ljudi. Sledi izjava strokovnjaka Roberta Marolta z Vursa, ki opozarja, da je ljudi je zelo strah, da poročajo s terena, na primer o določenih rejah kokoši, ki se pasejo na prostem. Svarilom strokovnjakov, ki imajo v očeh gledalca izjemno kredibilen status, namenjamo naslednje podpoglavje.

#### 5.4.1.2 Svarila strokovnjakov in oblasti

Strokovnjaki, ki so nastopali v novicah, so v reprezentaciji ptičje gripe odigrali pomembno vlogo. Bulc (2003: 10) piše, da lahko tudi napačne izjave strokovnjakov v medijih uspešno opravijo 'javni preizkus', saj njihova legitimizacija ne prihaja iz vsebine izjave, ampak iz nekakšne kredibilnostne avre, ki spremlja vsakega strokovnjaka. Strokovnjaki so največkrat prikazani v svojih delovnih prostorih, torej v ambulantah (če so zdravniki), na terenu (veterinarji) itd.

Najpogosteje iskana strokovnjakinja in hkrati predstavnica oblasti je bila v našem primeru predsednica Vursa, Vida Čadonič Špelič. Sledili so veterinarji, veterinarski inšpektorji, epidemiologi, zdravniki. Vsi so opozarjali, naj se ljudje ne dotikajo divjih ptic, naj jih ne hranijo, naj se ne zadržujejo ob vodnih zajetjih in naj tja ne vodijo svojih domačih živali, saj bi tako lahko prišlo do okužbe. Hkrati so zagotavljali, da je toplotno obdelano meso, jajca in ostala hrana perutninskega izvora varna, saj se virus pri temperaturi, višji od 70°C, uniči. V neškodljivost pečenega ali kuhanega mesa so kasneje prepričevali tudi vodstveni kadri podjetij iz perutninske industrije, o čemer bomo govorili v naslednjem poglavju.

Kljub temu so svarila strokovnjakov o izogibanju prosto živečim pticam gledalcem potrjevala občutek ogroženosti, ki so ga še dodatno stopnjevale izjave nekaterih predstavnikov oblasti.

23. februarja 2006 v *Dnevniku* slovenski predsednik Janez Drnovšek ob ogledu mariborskega Koblarjevega zaliva, kjer so našli prvega okuženega laboda, v izjavi pove, da mora veterinarska stroka odgovoriti na nekatera vprašanja, zlasti na to, kaj storiti z mariborskimi labodi. Iz izjave je razvidno, da je predsednik države zaskrbljen, saj ugotavlja, da se virus širi:

»Veterinarska stroka mora dati še nekatere odgovore, zlasti kot smo slišali, kaj storiti s to jato dobesečno sredi Maribora. Treba je računati na vse scenarije, vidimo, da se počasi, a postopno, virus ptičje gripe širi. Najprej z Azije, potem drugam po svetu. In pričakovanja, da bo kar naenkrat se ustavil in šel nazaj, bi bila najbrž preveč optimistična.« (*Dnevnik*, 23. 2. 2006)

27. februarja 2006 *Dnevnik* objavi izjavo predstavnika Evropske komisije, Bernarda van Goethema, ki sicer izrazi prepričanje, da bo Evropi uspelo omejiti posledice ptičje gripe, a se boji, da bo širjenje bolezni težko zaustaviti, še teže pa jo bo hitro zatreti.



Občutek ogroženosti pa ni bil edina negativna posledica pojava ptičje gripe v državi, čeprav je z vzorcem reprezentacije, ki ga bomo obravnavali v nadaljevanju, tesno povezan. Strah pred okužbo ljudi je povzročil manjše povpraševanje po prehrabnih izdelkih perutninskega izvora, okrnjena prodaja pa je za podjetja pomenila manj prihodkov in s tem gospodarsko škodo.

#### **5.4.2 Ptičja gripa kot vzrok ogromne gospodarske škode**

Ptičja gripa je bila v medijih pogosto predstavljena tudi kot povzročiteljica gospodarske škode, predvsem zaradi prej omenjenega prepričanja ljudi, da se lahko okužijo tudi s (toplotno obdelano) hrano perutninskega izvora. Četudi so mediji vseskozi poudarjali, da je uživanje pečenega ali kuhanega mesa varno, se je prodaja perutninskih izdelkov zmanjšala. Gospodarska škoda je bila tako še ena od negativnih dimenzij ptičje gripe, o kateri so mediji z veseljem poročali.

V oddaji *24 ur* 20. februarja 2006 v prispevku z naslovom *Ministri o gospodarski škodi* novinarka ugotovi, da Evropska unija nima mehanizmov za povračilo škode, ki jo je in jo še bo povzročila ptičja gripa. Doda podatek, da je v Sloveniji prodaja perutnine padla za 20 odstotkov in da je zato kmetijska ministrica Marija Lukačič v Bruslju predlagala plačilo nadomestil tistim, ki so zaradi ukrepov proti ptičji gripi utrpeli izpad dohodka.

V nadaljevanju prispevka gledalec izve, da se je Evropska unija začela pripravljati na pandemijo gripe, ki naj bi ji grozila:

»Prav ta namreč strokovnjake najbolj skrbi, saj Evropska unija zaenkrat nanjo še ni ustrezno pripravljena.« (24 ur, 20. 2. 2006)

V prispevku z naslovom *Ali nam perutnina še diši*, objavljenem 16. februarja 2006 v oddaji *24 ur*, se je novinarka odpravila na ljubljansko tržnico, kjer je ugotovila, da prodaja izdelkov perutninskega izvora upada: »Namesto svežih piščancev in perutninskega mesa ljudje te dni očitno raje prisegajo na svinjino ali govedino.«

Gledalec ob tem vidi polne hladilnike piščančjega mesa in pečenje perutnine na vrtljivi palici. Novinarka še ugotovi, da je škoda velika, čeprav ne navede

nobenedga podatka ali vira, na podlagi katerega bi gledalec lahko sklepal, od kod ta informacija: »največji slovenski trgovci s perutnino škodo že štejejo v milijonih«.

V nasprotju s prispevki o veliki gospodarski škodi pa so se vse bolj pojavljali tudi prispevki, s katerimi so avtorji to škodo želeli zmanjšati.

#### **5.4.2.1 »Toplotno obdelana perutnina je varna«**

Kot smo že omenili, sta nemalokrat obe oddaji objavili sporočila predstavnikov oblasti in interesnih skupin, da uživanje toplotno obdelanega perutninskega mesa, četudi bi bila žival okužena s ptičjo gripo, ni nevarno za človeka. Ti so omenjeno sporočilo prenašali v več oblikah, nekajkrat tudi tako, da so pred kamerami jedli pečeno piščančje meso.

Novinarka *Dnevnika* 16. februarja 2006 v prispevku gledalca prepričuje, da je hrana perutninskega izvora varna, kar v prispevku potrdi z izjavama ministra za zdravje Andreja Bručana in ministrice za kmetijstvo Marije Lukačič. Novinarka pove: »Pečeno piško ali purana, tudi na druge načine, si še lahko privoščite. To zagotavljata oba pristojna ministra.« Iz izjav obeh ministrov je mogoče razbrati, da se perutnine ne branita, Lukačičeva celo poudari, da jo je jedla prejšnji dan. Novinarka prispevek zaključi s potrditvijo stroke, ki se je prav tako pridružila demonstracijam v prid perutninske prehrane: »Vida Čadonič Špelič pa se je danes okrepčala s kurjo obaro.«

V drugem prispevku, objavljenem v *Dnevniku* istega dne, gledalec znova sliši izjavo ministrice za kmetijstvo, ki poziva k uživanju perutnine:

»Prebivalke in prebivalce bi ob tej priložnosti pozvala /.../ da še naprej vsi skupaj uživamo toplotno obdelano perutnino, ki ne predstavlja nevarnosti za zdravje ljudi.« (*Dnevnik*, 16. 2. 2006)

Ker je prodaja piščančjega in puranjega mesa v Sloveniji upadala, so se trgovci in vladni predstavniki obrnili k drugim načinom prepričevanja ljudi v varnost perutninskih izdelkov. Uživanje piščančjih beder pred kamero je očitno postal trend, ki naj bi Slovencem dokazal, da je slovensko meso neoporečno, in da je, če ga jedo člani elite, dovolj dobro tudi za državljane.

Tako je 17. februarja 2006 tiskovno konferenco sklicala družba Perutnina Ptuj. Novinarka *24 ur* v prispevku ugotovi, da v družbi ne pričakujejo zmanjšane obsega proizvodnje, da pa jim je prodaja v hčerinski družbi na Hrvaškem do takrat upadla za deset odstotkov. Ob koncu prispevka novinarka pove, da so si člani uprave ob koncu srečanja z novinarji privoščili pečenega piščanca, da bi dokazali popolno prepričanje v varnost pri njih pridelane perutnine. Slika ob tem prikazuje predsednika uprave družbe Romana Glaserja, ki se skupaj z dvema članoma uprave zadovoljno masti s piščančjim bedrom.

22. februarja 2006, ko je kmetijska ministrica obiskala Perutnino Ptuj, sta *Dnevnik* in *24 ur* ponovno poročala o varnosti perutninskega mesa, na slikah v obeh prispevkih pa so lahko gledalci videli Marijo Lukačič in Romana Glaserja s piščančjima bedroma v rokah.

Upad prodaje perutninskih izdelkov je prizadel tako veletrgovce kot tudi kmete in lastnike manjših perutninskih farm. Toda zgodbe slednjih so bile v prispevkih o ptičji gripi prikazane bistveno drugače, saj so se novinarji naslonili na personifikacijo in prispevke oblikovali v zgodbe o stiski malega človeka.

#### **5.4.3 Personifikacija – ptičja gripa kot vzrok za propad malega človeka**

Poročanje o posamezniku in njegovi stiski je pomembna prvina infotainmenta. Kot smo že omenili, se v personificirano zgodbo gledalec lažje vživi, s posameznikom pa lažje občuti kot denimo z množico. Prav tako je zgodba o posamezniku bolj razumljiva, čeprav pogosto ne kaže dovolj jasne slike o celotnem dogajanju.

Novinarka *Dnevnika* tako v prispevku ugotovi, da je v tri- in desetkilometrskem pasu prepovedan premik perutnine, zato se kmetje sprašujejo, kako naj živali odpeljejo v klavnico. Slika ob tem izmenjaje prikazuje klavnico perutnine in nabadanje piščančjih trupel na kovinska stojala ter kokoši, ki se gnetejo v prepolnem hlevu perutninske farme.

Komercialna televizija 20. februarja 2006 poroča o nekaterih slovenskih perutninskih farmah, ki čakajo na rezultate laboratorijskih testov za preverjanje

prisotnosti virusa ptičje gripe. Lastnica farme puranov v Zgornji Vižingi v izjavi pove, da živali ne smejo klati, prodajati, niti premikati s posestva. Novinarka v nadaljevanju ugotovi, da je dejstvo, da purani, ki bi jih sicer že lahko odpeljali na zakol v lastno klavnico, z vsakim dnem predstavljajo le dodatne stroške. Ponovno sledi izjava lastnice, ki doda, da če živali ne moreš prodati, tudi ni denarja za krmila: »Ravnokar nam pojenja oziroma nam je pošlo krmilo in mislim, da se bo začel pogin.«

Istega dne o tem poroča tudi *Dnevnik*. Napovedovalec pove, da so zaprtje trikilometrskega pasu na Muti najbolj čutili tamkajšnji perutninarji. Novinarka, ki se javlja z ene od kmetij, v prispevku ugotovi, da se bojijo za preživetje: »Skrbi jih, kdaj in kam bodo prodali kar 200.000 kljunov perutnine.«

Sledi izjava zaskrbljene rejke, ki se boji ne le zase, pač pa tudi za svoje živali, kar pri gledalcu vzbuja vtis, da ne gre la za denar: »Bojim pa se, kar bo v bližnji prihodnosti, oziroma se že dogaja, da bodo poginili od lakote. Ker ni sredstev za nakup krmil.«

Novinarka še ugotovi, da kmetje menijo, da je veterinarska služba zatajila. Eden od rejcev pa se v izjavi razburjeno pritožuje nad odredbami oblasti, ki so prepovedale izvoz perutnine v sosednje države: »Mi ne smemo ničesar delat! Je pa cela družina odvisna striktno od te proizvodnje.« Sledi še izjava ene od rejek, ki potoži, da meso postaja neuporabno in bi ga lahko uporabili le še za kakšno juho.

21. februarja 2006, ko so prej omenjeni rejci dobili dovoljenje, da svojo perutnino izvozijo v Avstrijo, o tem znova poročata obe informativni oddaji. Gledalec *Dnevnika* izve, da so rejci svojo perjad vendarle lahko prodali:

»Pri Partlovih so si oddahnili, njihovih skoraj 8000 piščancev in 10000 sosedovih je vendarle šlo v zakol.« (*Dnevnik*, 21. 2. 2006)

Da gre za dlje časa trajajočo in preiščljeno personifikacijo, potrjuje besedna zveza 'pri Partlovih', saj novinarka v besedilu ne pojasni, kdo so Partlovi in očitno predpostavlja, da gledalci, ki so njeno zgodbo spremljali, Partlove že poznajo. Besedilu novinarke sledi še izjava rejke Marjane Partl, ki zadovoljno pove, da so svoje piščance lahko prodali:

»Danes pri nas je malo drugačno življenje, res smo veseli, uspelo nam je sprazniti vse piščance.« (*Dnevnik*, 21. 2. 2006)

Da se je 'zgodba o Partlovih' srečno končala, kaže tudi nasmeh na obrazu rejke, gledalec pa lahko ob tem vidi prazne kokošje hleve.

Prav tako kot personifikacija je novičarski faktor tudi konfliktnost, ki zaradi ustvarjanja dveh ali več polov olajša razumevanje povedanega, hkrati pa povedano naredi privlačnejše in bolj dinamično. Konfliktnosti v smislu iskanja krivca za pojav ptičje gripe v državi posvečamo naslednje poglavje.

#### **5.4.4 Konfliktnost – iskanje krivca za pojav ptičje gripe v Sloveniji**

Koncept konfliktnosti sta medija v reprezentaciji ptičje gripe pogosto uporabljala. Četudi dejanskega konflikta (med dvema stranema) ni bilo, so ga napovedovalci ali novinarji ustvarili tako, da so medijski tekst prikazali kot konflikt med predstavnikom oblasti, strokovnjakom ali kom tretjim in novinarjem ali napovedovalcem kot predstavnikom 'sedme sile'.

Ob pojavu ptičje gripe v Sloveniji je prvi medijski konflikt izzvalo dejstvo, da so za najdbo (takrat še domnevno) okuženega laboda izvedeli od Evropske komisije, ne pa od domačih pristojnih organov. Prav tako so veterinarska uprava, vlada in pristojni ministrstvi za pojav izvedeli dan pred slovenskimi mediji. Ogorčenost predstavnikov sedme sile se je v pogovoru s predsednico veterinarske uprave 13. februarja 2006 v oddaji *24 ur* nagibala k žaljivosti, saj napovedovalca odgovorov, četudi ti niso bili zadovoljivi, nista upoštevala in sta sledila vnaprej pripravljenemu konceptu diskreditacije svoje sogovornice, direktorice veterinarske uprave Vide Čadonič Špelič:

Napovedovalka: »Gospa Čadonič, ste od včeraj morda našli kakšen bolj prepričljiv razlog, zakaj niste pravočasno obvestili javnosti o virusu ptičje gripe; slišali smo, druge države v Evropi ne čakajo na Bruselj.«

Vida Čadonič Špelič: »Saj tudi mi nismo čakali na Bruselj. Dejstvo je, da je bilo potrebno ukrepe najprej uskladiti z Brusljem. In to smo tudi naredili.«

Napovedovalec: »No, ampak vi ste vedeli za sum že dan prej, preden je javnost izvedela. Se vam ne zdi, da ima javnost pravico izvedeti za tako resno zadevo. Nenazadnje recimo so ljudje v nedeljo hodili, se sprehajali ob Dravi, hranili labode in tako.« (*24 ur*, 13. 2. 2006)

Tu se je napovedovalec oprl na klasično novinarsko sintagmo – pravica vedeti – in se s tem postavil v vlogo t. i. psa čuvaja, ki brani najosnovnejšo pravico občinstva. Obe vprašanji sta med gledalci najverjetneje izzvali val ogorčenja nad oblastmi (in Vido Čadonič Špelič), ki Slovencev očitno niso želele obvestiti, kakšna nevarnost jim preti izza bregov reke Drave. Najverjetneje bi lahko v tem dialogu iskali tudi poskus posredne medijske definicije t. i. ljudskega hudiča, torej v našem primeru krivca za pojav ptičje gripe v Sloveniji. Toda ker med občinstvom nismo izvedli ustrezne raziskave, tega ne moremo z gotovostjo trditi.

Napovedovalca sta konflikt stopnjevala skozi celoten pogovor:

Napovedovalka: »No, se boste pa strinjali, da v primeru Mute pa obveščanje je zatajilo?«

Sogovornica: »Ne, to ne drži /.../«

Napovedovalka: »Pa ste zavarovali območje?«

Sogovornica: »Seveda smo /.../«

Napovedovalec: »Kako pa je možno sploh, da je prišel labod iz Maribora v Muto in da ni šel v pristojni laboratorij. In, mislim, na ta način so v bistvu okužili Muto, ne?«

Sogovornica: »Res je tako /.../«

Napovedovalec: »Ampak kako je možno, da se zgodi nekaj takega? To pomeni, da je vaša služba zatajila, najbrž.«

Sogovornica: »Poglejte, najprej moram izrazito poudariti, da je kolega veterinar privatni veterinar, ni veterinarski inšpektor /.../«

Napovedovalka: »No, pa boste zahtevali, ne vem, njegovo odgovornost, ali pač, bom vprašala takole: linija odgovornosti v tem primeru vsekakor sega do vas. Vi ste direktorica veterinarske uprave. Boste, gospa Čadoničeva, odstopili s tega položaja? Slišali smo vrsto napak, tudi sosednje države se recimo pritožujejo, Hrvaška še danes uradno ni bila obveščena.«

Sogovornica: »Lejte, to vse ni res. Dovolite da pojasnim, preden bom se izrazila o svojem odstopu /.../«

Napovedovalka: »Torej odgovornosti ne prevzimate in zaenkrat ne razmišljate o odstopu.«

Sogovornica: »Ne, v tem trenutku pa res nimam prevzet za kaj odgovornosti /.../« (24 ur, 13. 2. 2006)

Tudi novinarka *Dnevnika* je v prispevku, objavljenem 14. februarja 2006, diskreditirala direktorico Vursa. V prispevku je povedala, da so jo novinarji na popoldanski tiskovni konferenci pred objavo sporočila o novih sumih okuženih ptic spraševali, ali so pri 22 najdenih labodih postavili sum na ptičjo gripo. Odgovor Čadoničeve je sledil v izjavi, da suma niso postavili:

»To ne pomeni, da so postavljeni sumi, zaradi tega, ker ni, nihče, oziroma ni patolog in tudi tisti ne, ki jih je poslal, postavil suma. Gre za očitno popolnoma rutinsko delo.« (*Dnevnik*, 14. 2. 2006)

Novinarka v nadaljevanju ugotovi, da to nikakor ni res:

»Ker pa je okuženih ptic precej več, še zdaleč ne gre le za rutino in bodo strožji ukrepi, ki stopijo jutri v veljavo, še kako na mestu.« (*Dnevnik*, 14. 2. 2006)

26. februarja napovedovalec *Dnevnika* v pogovoru z direktorico Vursa očitajoče pove, da je uprava kriva za nesrečno usodo že omenjene družine Partl, ki svojih domnevno okuženih piščancev ni mogla prodati v zakol:

»Prvega obolelega laboda ste iz Koblerjevega zaliva prepeljali v skoraj 50 kilometrov oddaljeno Muto, kjer je samo zaradi tega nastalo eno od žarišč. Avto je peljal tudi mimo kmetije Partlovih, kjer imajo 8000 za zakol godnih piščancev. Poglejte, kaj se jim je zgodilo zaradi tega.« (*Dnevnik*, 26. 2. 2006)

Sledi izjava Marjane Partl s kmetije v Zgornji Vižingi, ki pove, da svojih piščancev zaradi ukrepov veterinarske uprave niso mogli zaklati, da bo meso po nekaj dneh neužitno.

Napovedovalec je za nastalo situacijo, torej hkrati za novo žarišče in nesrečno usodo Partlovih, okrivil Vurs oziroma njeno direktorico.

V prispevku z naslovom *Veterinar spregovoril*, objavljenem 14. februarja 2006 v oddaji *24 ur*, se novinarka posveča veterinarju s koncesijo, Zlatku Golobu. Ta je prvega poginulega laboda, pri katerem so sumili na okužbo z virusom podtipa H5N1, prepeljal od najdišča v mariborskem Koblerjevem zalivu do svoje veterinarske ambulante na Muti, labod pa je medtem poginil. Novinarka se v prispevku sprašuje, ali je bil transport pravilen, oziroma ali je bila njegova asistentka ustrezno oblečena in zavarovana, medtem ko je laboda naložila v avtomobil. Sledi Golobova izjava, v kateri pravi, da so vse izpeljali po predpisih: »Je imela kombinezon, rokavice, posebno – kamor se da laboda, ga je dala v avto, pripeljala in pa /.../ sva ga pregledala, medtem je poginil, mi smo opravili svojo dolžnost.« Novinarka nato oceni, da vendarle ni bilo tako: »/.../ vprašanje, če je taka obleka dovolj.« Golob v sledeči

izjavi pove, da žival ni kazala znakov ptičje gripe. Novinarka še doda, da so se mnogi danes spraševali, kako to, da se veterinar Zlatko Golob prosto giblje.

V pogovoru voditeljev z ministrom za zdravje Andrejem Bručanom 16. februarja 2006 v oddaji *24 ur* napovedovalka postavi vprašanje, ki znova kaže na poskus diskreditacije predstavnika oblasti:

»Gospod minister, zakaj trdite, da na podlagi danes potrjenega nevarnega virusa, človeku nevarnega virusa H5N1 zdravje ljudi v Sloveniji ni dodatno ogroženo. Vendarle gre za virus, ki se prenaša iz ptic na človeka.« (24 ur, 16. 2. 2006)

Bručan odgovori, da so vse primere okuženih ptic obravnavali, kot da so okuženi z visokopatogenim H5N1, in doda, da je tveganje, da bi se okužba z divjih ptic prenesla na človeka, minimalno ter da sploh še ni dokazano, da bi se kadarkoli ta bolezen prenesla iz divjih ptic na človeka, ampak samo iz domačih.

Napovedovalkina besedna zveza 'zakaj trdite' gledalcu nakazuje, da je s tem, kar 'trdi' sogovornik, nekaj očitno narobe. To potrdi še njena trditev, da gre 'vendarle' za virus, ki se prenaša s ptic na človeka. Sogovornik ima sicer možnost zagovarjati svojo 'trditev', a verjetno pri večini gledalcev ostane vtis, ki ga je pustilo vprašanje napovedovalke, torej, da njegova trditev ni povsem resnična.

Kot smo ugotovili v tem poglavju, se je konfliktnost kot vzorec reprezentacije pojavljala predvsem v razmerju med novinarji ali rejci in predstavniki oblasti. Živalim kot živim bitjem so se prispevki posvečali v manjši meri, kljub temu pa lahko zasledimo tudi primere, ko ptice niso bile le morilke ali meso. Viktimizacijo kot vzorec reprezentacije obravnavamo v naslednjem poglavju.

#### **5.4.5 Viktimizacija – ptice kot žrtve ptičje gripe**

Analiza televizijskih besedil pokaže, da so avtorji prispevkov nekajkrat divje ptice prikazali tudi kot žrtve ptičje gripe in ne le prinašalke virusa. Tak je bil na primer prispevek, objavljen 14. februarja 2006 v *Dnevniku*, v katerem je novinar ptice prikazal kot tiste, ki jih je gripa najbolj prizadela in ki potrebujejo pomoč človeka:



»Z obrežja Drave pa je higienska služba v sodelovanju z gasilci tudi danes reševala divje ptice. Za enega od petih labodov pa je bilo že prepozno. Da bi pomagali okoli tristo tim labodom, ki živijo v 10-kilometrskem pasu ob Dravi, pa bi po mnenju stroke morali postaviti lesene ploščadi, kamor bi se divja perjad lahko zatekla in si odpočila. S tem pa bi lahko rešili marsikatero divjo ptico.« (Dnevnik, 14. 2. 2006)

Pogosteje kot koncept viktimizacije pa smo v prispevkih zasledili relativiziranje posledic ptičje gripe, s katerim so (pogosto hkrati z opozorili in podatki o gospodarski škodi) avtorji želeli pomiriti ljudi oziroma povedati, da posledice gripe niso tolikšne, kot se jih je dotlej prikazovalo.

#### **5.4.6 Relativizacija – ptičja gripa kot »nadloga z minimalnim učinkom«**

Relativiziranje posledic ptičje gripe s strani novinarja ali napovedovalca lahko zasledimo le v redkih primerih. Namesto tega so za to raje uporabili izjave strokovnjakov ali predstavnikov oblasti ali pa so se nanje sklicevali, saj so tako odgovornost za povedano nosili drugi.

Epidemiolog: »Pomeni, da je tveganje za kakršenkoli prenos okužbe v človeški populaciji, se pravi med ljudmi, pravzaprav minimalno.« (Dnevnik, 14. 2. 2006)

Minister za zdravje Andrej Bručan: »Tveganje za prenos okužbe na človeka je ob upoštevanju vseh ukrepov, ki smo jih sprejeli in jih izvajamo v Sloveniji, izjemno majhno, in zato pretirana zaskrbljenost ni potrebna.« (Dnevnik, 16. 2. 2006)

Predsednik vlade Janez Janša: »Mislim, da v tem trenutku ni razloga za zaskrbljenost. Je razlog za resnost, ker se srečujemo z nekim izzivom, ki lahko postane tudi težji, vendar je v tem trenutku popolnoma obvladan /.../ ni nikakršne bojzani, da bi se v kratkem času karkoli spremenilo v kritično smer.« (Dnevnik, 17. 2. 2006)

Novinarka: »Nobenih razlogov ni za preplah in paniko, zato je ena izmed pglavitnih nalog tudi koordinacija informiranja v celotni Evropi, so med drugim sklenili zdravstveni ministri, zbrani na Dunaju.« (Dnevnik, 24. 2. 2006)

Pomirjujoče izjave so bile pogosto v neskladju z ostalimi deli televizijskih prispevkov, dogajalo pa se je tudi, da je predstavnik oblasti v istem stavku hkrati

opozoril na previdnost ali povedal, da je situacija resna, nato pa nadaljeval, da se ob upoštevanju ukrepov ni česa bati. Takšna mešana sporočila zagotovo niso pripomogla k omejevanju panike zaradi strahu pred okužbo z virusom ptičje gripe, pač pa so ljudem dala vedeti, da niti oblasti niso popolnoma prepričane o resnosti situacije in ogroženosti državljanov.

Prav tako pomirjajočih izjav ni potrjevala spremljajoča slika, ki je v večini prispevkov ponavljala posnetke mrtvih labodov, ujetih v ledu, kokoši, ki bežijo pred kamero, divje ptice z groteskno zvitim vratom in glavo proti trupu, veterinarjev v belih zaščitnih oblekah, ki pokrivajo celo telo ali veterinarjev, ki s sekiro izkopavajo mrtvega laboda iz ledu.

## **6. Moralna panika**

Goode in Ben-Yahuda (v Bulc: 2003) navajata pet kriterijev za morebitni obstoj družbenega pojava moralne panike. Prvič, obstajati mora povišana stopnja zaskrbljenosti zaradi določenega stanja, ki jo je moč izmeriti z javnomnenjskimi raziskavami, medijsko pozornostjo, predlaganimi spremembami zakonodaje itd.

Povišano stopnjo zaskrbljenosti v družbi smo na primeru ptičje gripe lahko zasledili. Naši mediji so v času pojava ptičje gripe v Sloveniji o njem poročali vsak dan, tudi z več prispevki dnevno. Na povišano stopnjo zaskrbljenosti v družbi so kazale tudi odredbe Vursa, ki je ukazala, naj kmetje in rejci zaprejo svoje kokoši in naj jim ne dovolijo stika s prstoživečimi pticami.

Drugi kriterij je povečana sovražnost, usmerjena proti deviantom oziroma ljudskim hudičem. V našem primeru sicer ne moremo opredeliti odklonske skupine (ljudi), ki bi bila deležna sovraštva ali diskriminacije s strani medijev ali javnosti. Lahko pa bi rekli, da se je družba sovražno usmerila proti (zlasti divjim) pticam, kasneje pa tudi kokošim, k čemur so pripomogle tudi oblasti. Vurs, ministrstvo za kmetijstvo, zasebni veterinarji, inštitut za varovanje zdravja in ostali so od pojava okuženega laboda na reki Dravi vseskozi opozarjali, naj se ljudje divjih ptic ne dotikajo, naj jim ne hodijo blizu, naj jih ne hranijo. Kasneje so odsvetovali celo sprehode v naravi, zlasti ob vodnih zajetjih, kjer se tovrstni ptiči zbirajo, in opozarjali

na nevarnost okužbe malih domačih živali (psov in mačk) preko iztrebkov okuženih ptic. Ljudje, ki so hkrati vsakodnevno poslušali o 'smrtonosnem virusu' in 'okuženih pticah', so tako dobili občutek, da so divje ptice nekakšne prinašalke smrti. Druga možnost bi lahko bila, da je ljudski hudič kar ptičja gripa kot taka. Toda ker nimamo odklonske skupine, v katero bi se usmeril javni bes in medijski linč, tej kategoriji moralne panike ne moremo zadostiti.

Tretjič, za obstoj moralne panike mora v družbi obstajati sorazmerni javni konsenz, da je deviantna skupina (v našem primeru ptičja gripa oziroma divje ptice, živeče ob vodah) resnična grožnja družbi. Dokaz o resnični ogroženosti države s strani ptičje gripe so sestanki Državnega središča za nadzor bolezni, ki je med drugim celotno območje Slovenije razglasilo za tvegano območje, pri tem pa določilo posebne ukrepe in navodila, ki veljajo za izredno stanje.

Kot četrti kriterij Bulc navaja nesorazmernost domnevne grožnje v primerjavi z objektivno resnostjo problema. To pomeni, da je izmerljiva zaskrbljenost velika, dejanska škoda pa skoraj neznatna. Zaradi občutka ogroženosti je v Sloveniji ob pojavu virusa pri tukajšnjih pticah nastala množična zaskrbljenost, ki se je kazala v različnih oblikah. Na svetovnem spletu so začele nastajati strani, namenjene izključno ptičji gripi in njenih možnih posledicah ([www.avianflutalk.com](http://www.avianflutalk.com), [www.pticjagripa.com](http://www.pticjagripa.com)), v številnih klepetalnicah in forumih so se odpirale teme o smrtonosnem virusu, prodaja perutninskega mesta in izdelkov je upadala. Ljudje so množično povpraševali po zdravilu tamiflu, za katerega se sploh ni vedelo, ali v primeru mutacije virusa lahko pomaga, pa je vseeno vsake pošiljke v lekarnah zmanjkalo v nekaj dneh. Po rezultatih raziskave, ki jo je med 9. in 13. marcem 2006 opravila družba Cati, je zaradi bojazni pred ptičjo gripo vsak deveti prebivalec Slovenije pojedel manj perutninskega mesa že pred pojavom virusa v Sloveniji. Takrat je bila dobra tretjina ljudi zaskrbljenih zaradi možnosti izbruha pandemije v Sloveniji, 29 odstotkov pa jih je menilo, da država na to možnost ni dovolj dobro pripravljena.

Da je bila dejanska škoda v nesorazmerju z domnevno grožnjo, potrjuje dejstvo, da v Sloveniji zaradi posledic virusa aviarne influence ni zbolela ali umrla niti ena oseba. V svetu je po podatkih Svetovne zdravstvene organizacije od pojava virusa v Hongkongu leta 1997 do 4. 7. 2006 umrlo 134 ljudi, večinoma v azijskih

državah. Za primerjavo: za posledicami okužbe z virusom HIV je po podatkih nevladne organizacije Unaida konec leta 2005 trpelo okoli 38 milijonov ljudi, okoli tri milijone jih je v tem letu umrlo.

Zadnja, peta značilnost družbenega stanja moralne panike je kratkotrajnost, saj takšno stanje večinoma hitro ponikne. Tudi to za naš primer drži, saj je bila medijska pozornost v ptičjo gripo usmerjena predvsem v času pojave virusa v Sloveniji. Takrat sta analizirani oddaji o njem poročali vsak dan s po več prispevki, ptičji gripi pa so posvetili tudi do 20 minut oddaje. Ko pa so oblasti ukinile še zadnji okuženi in ogroženi pas v državi, je medije ptičja gripa preprosto nehala zanimati. Od takrat so o tistem, čemur so slab mesec nazaj pravili 'smrtonosni' in 'zloglasni' virus, 'ki se prenaša tudi na ljudi', govorili le še v (redkih) primerih novih smrtnih žrtev, novih odkritjih v zvezi z zdravljenjem ipd.

## 7. Sklep

V pričujoči diplomski nalogi smo se ukvarjali z vprašanjem, kako so slovenski mediji reprezentirali pojav ptičje gripe na ozemlju države. Ugotovili smo, da so to počeli na različne načine, med katerimi pa je izstopalo poročanje o njenih morebitnih in dejanskih posledicah. Rdeča nit, skupna vsem prispevkom o ptičji gripi, je bila negativnost. Če je slaba novica res dobra novica, potem nas ne čudi, da so o ptičji gripi pisali v tolikšnem obsegu in se trudili najti nadaljevanje zgodbe tudi takrat, ko tega ni bilo.

Morda bi medijem v bran lahko upoštevali dejstvo, da si niti znanstveniki niso bili enotni, kakšne razsežnosti bi imela morebitna pandemija ptičje gripe. Toda nenehne špekulacije o številu žrtev v takem primeru, prepolnih bolnišnicah ipd. so bile po našem mnenju pretirane. Prav tako so mediji napihovali podatke o dejanskih posledicah ptičje gripe. Dva dni po tem, ko je slovenska javnost izvedela za pojav virusa gripe pri labodu na območju države, so trgovci 'škodo že šteli v milijonih'. Ekрани v slovenskih dnevnikih sobah so bili črni, kot že dolgo ne, črnino besedila pa so dopolnjevali menjajoči se kadri umirajočih labodov in histeričnih, v premajhnih kurnikih natlačenih kokoši.

Da je osebna stiska za novinarje ena najbolj hvaležnih in televizičnih tem, ni dvoma. Kot smo ugotovili, je zgodba o posamezniku gledalcu bolj razumljiva, lažje ji sledi, z njo se lažje poistoveti. Zato so pomemben del reprezentacije ptičje gripe predstavljale poosebljene zgodbe o ubogih rejcih perutnine, ki svojih živali niso mogli zaklati in prodati.

Tudi reprezentacijo ptičje gripe v obliki konflikta smo lahko v medijih pogosto zasledili. Za 'izgovor' za prvi konflikt so poskrbele oblasti, ki javnosti o prvem okuženem labodu niso takoj obvestile. Tudi v odnosu med oblastmi in rejci so mediji potencirali konflikt, saj so ustvarili vtis, da so za nesrečno usodo rejcev krive oblasti (v tem primeru Vurs, posredno pa tudi vlada), ne pa ptičja gripa kot pojav, ki ga takrat pravzaprav nihče ni mogel predvideti ali nadzorovati.

Četudi nekateri avtorji moralno paniko povezujejo zgolj s tabloidnimi mediji, je očitno, da se tega mehanizma vse bolj poslužujejo tudi t. i. resni mediji. Sicer smo ugotovili, da obe oddaji uporabljata tudi prvine tabloidnih medijev, a ju (vsaj po definiciji) še zmeraj uvrščamo med resne. Tako lahko tudi v našem primeru vsaj deloma potrdimo uvodno hipotezo, da so slovenski mediji ustvarili moralno paniko,

omejeno na pojav ptičje gripe na območju države. Deloma zato, ker nismo mogli zadostiti kriteriju opredelitve deviantnega posameznika ali skupine, torej ljudskega hudiča, v katerega bi bil usmerjen javni bes. Kvečjemu bi lahko rekli, da je ptičja gripa zaradi medijskega posredovanja izzvala vesplošni strah.

Ugotovili smo, da so se Slovenci ob pojavu ptičje gripe pri nas počutili ogrožene, vendar je stopnjo te (domnevne) ogroženosti težko oceniti in dokazati, saj nismo opravili ustreznih raziskav, ki bi to omogočile. Za naše delo smo uporabili metodo analize diskurza, raziskovalno metodo, ki daje predvsem interpretativne rezultate. Absolutnih zaključkov tovrstno sociološko orodje ne prinaša, zato dopuščamo možnost, da bi drug raziskovalec prišel do drugačnih ugotovitev.

Množični strah pred ptičjo gripo je morda škodil perutninski industriji, zagotovo pa je določenim družbenim segmentom tudi koristil. Ugotovili smo že, da so bili med zadnjimi mediji. Verjetno še veliko več pa so s ptičjo gripo zaslužili nekateri farmacevtski koncerni. Praktično ves zahodni svet je mrzlično hlatal po zdravilu tamiflu, ki ga proizvaja švicarski Roche, čeprav zanj nikoli niso klinično dokazali, da učinkuje proti podtipu virusa H5N1, še manj pa, da bi pomagal v primeru mutacije virusa. Prav tako so svoj dobiček povečale ostale farmacevtske družbe, ki izdelujejo protivirusne pripravke, na primer GlaxoSmithKline ali Gilead, in tiste, ki pripravljajo cepiva. Zaradi situacije se verjetno niso pritoževali niti v govedorejski, prašičjerejski in ostalih mesnopredelovalnih industrijah, saj so ljudje raje kot po perutnini posegali po njihovih izdelkih.

Ptičja gripa je bila torej še ena zgodba, ki je poniknila tako hitro, kakor se je pojavila, četudi nihče ne ve, v kakšnih razsežnostih se lahko znova pojavi.

## 8. Viri in literatura

*2006 Report on the Global Aids Epidemic*. Unaid, dostopno preko [www.unaids.org](http://www.unaids.org) (15. avgust 2006).

24 ur: arhiv oddaj, februar in marec 2006. Pro Plus, 2006. Dostopno preko [www.24ur.com](http://www.24ur.com) (15. avgust 2006).

*Aviarna influenza – obvestilo za imetnike perutnine*. Veterinarska uprava Republike Slovenije. Dostopno preko: [www.vurs.si](http://www.vurs.si) (15. avgust 2006)

Bulc, Gregor (2003): *Serijski morilci – mačk, Moralna panika in mladinsko prestopništvo*. V: Teorija in praksa, letnik 40 2/2003.

Cohen, Stanley (1972): *Folk devils and moral panics: The creation of Mods and Rockers*. London: MacGobbin&Kee.

Dnevnik: arhiv oddaj, februar in marec 2006. Interno gradivo. RTV Slovenija, 2006.

*Dnevnik*: predstavitevno besedilo oddaje Dnevnik. Dostopno preko [www.rtv slo.si/dnevnik](http://www.rtv slo.si/dnevnik) (15. avgust 2006).

Dolenc, Jure (2005): *Gripa razsaja: vse, kar ste hoteli vedeti o gripi*. V: Spatula – glasilo študentske sekcije Slovenskega farmacevtskega društva, številka 34/ december 2005. Dostopno na: <http://www.farma-drustvo.si/spatula/spatula34.pdf>

Erjavec, Karmen (2000). *Medijska pismenost kot pogoj uspešne politične socializacije*. V: Teorija in praksa, letnik 37, številka 4. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Erjavec, Karmen; Bašič Hrvatini, Sandra; Kelbl, Barbara (2000): *Mi o Romih: diskriminatorni diskurz v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Open society institute Slovenia.

Fairclough, Norman in Wodak, Ruth (1997): *Critical discourse analysis*. V: van Dijk, Teun (ur.): *Discourse as social interaction*. London: Sage publications.

Fiske, John (1987): *Television Culture*. London and New York: Routledge.

Fiske, John; Hartley, John (1978): *Reading Television*. London and New York: Routledge.

Hall, Stuart (2000): *Encoding, decoding*. V: A. Reader, P. Marris, S. Thornam (ur.): *Media Studies*. New York: New York University Press.

Hall, Stuart (2004): *Delo Reprezentacije*. V: Luthar, Breda; Zei, Vida; Hardt, Hanno (ur.): *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*. Ljubljana: Študentska založba.

Hall, Stuart (1997): *The Spectacle of the 'Other'*. V: Hall, Stuart (ur.): *Representation: Cultural representations and Signifying Practices*.

Hartley, John (1982): *Understanding News*. London and New York: Routledge.

Kuhar, Roman (2003): *Medijske podobe homoseksualnosti: Analiza slovenskih tiskanih medijev od 1970 do 2000*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Langer, John (1998): *Tabloid television, popular journalism and the other news*. London: Routledge.

Luthar, Breda (1998): *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

McRobbie, Angela (1994): *Moral Panics in Mass Media*. V: *Postmodernism and Popular Culture*. London and New York: Routledge.

*Nova podoba 24 ur*. predstavitevno besedilo oddaje 24 ur. Dostopno preko [www.24ur.com](http://www.24ur.com) (15. avgust 2006).



Perovič, Tomaž in Šipek, Špela (1998): TV Novice. Ljubljana: Scripta.

Škamperle, Tjaša (2004): *Medijska konstrukcija primera Joras: škandal, moralna panika, skupnost v nevarnosti*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Werner, Ortrud; Harder, Timm (2006): *Ptičja gripa*. Dostopno na: [http://www.markocim.com/Pticja\\_gripa1.htm](http://www.markocim.com/Pticja_gripa1.htm) (15. avgust 2006).