

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

VANJA TRKMAN

**RAZVIDNOST VIROV INFORMACIJ: (NE)NAVAJANJE
SLOVENSKE TISKOVNE AGENCIJE V ČASNIKIH DELO IN
VEČER**

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

VANJA TRKMAN

Mentorica: doc. dr. VESNA LABAN

Somentorica: asist. mag. TINA VEROVNIK

RAZVIDNOST VIROV INFORMACIJ: (NE)NAVAJANJE
SLOVENSKE TISKOVNE AGENCIJE V ČASNIKIH DELO IN
VEČER

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

*HVALA mentorici doc. dr. Vesni Laban in somentorici asist. mag. Tini Verovnik za vso
pomoč, potrpežljivost in nasvete!*

HVALA mami, Mirjam in Viljemu za vse!

RAZVIDNOST VIROV INFORMACIJ: (NE)NAVAJANJE SLOVENSKE TISKOVNE AGENCIJE V ČASNIKIH DELO IN VEČER

Razvidnost virov informacij je bistvenega pomena za kvalitetno novinarstvo, saj imamo državljani pravico vedeti, kakšna in čigava podoba je javnosti predstavljena. Analiza razvidnosti virov informacij v proučevanih časnikih pa je pokazala, da je odstotek z vidika bralca nerazvidnih virov pri obeh časnikih skoraj 50-odstoten. Tako Delo kot Večer se izogibata navajanju virov informacij rutinskega izvora, aktivno pridobljene informacije pa jasno označita. Rezultati opravljene analize kažejo, da so v prevladujoči tržni logiki novinarstva novinarji prisiljeni v rutinsko predelovanje informacij in zanašanje na iste (rutinske) vire informacij, vendar pa to bralcu ni dosledno razvidno. Kvalitativna analiza prispevkov je prav tako pokazala, da časnika uporabita agencijske prispevke, vira pa ne navedeta dosledno. Jezikovno-stilna analiza pa je nakazala, da se kot možen razlog za nenavajanje vira v vestičarski vrsti kaže stilno preoblikovanje agencijskih prispevkov, medtem ko je nenavajanje vira v poročevalski vrsti povezano s kriteriji besedilnosti, kot jih definirata de Beaugrand in Dressler.

Ključne besede: novinarstvo, tiskovna agencija, razvidnost virov informacij

TRANSPARENCY OF SOURCES OF INFORMATION: (NON-TRANSPARENT) QUOTATION OF SLOVENE PRESS AGENCY IN NEWSPAPERS *DELO* AND *VEČER*

Transparency of sources of information is essential condition for quality journalism because readers have the right to know which and whose view of a story they receive. However, a current analysis has shown that the sources of information that are non-transparent from a reader's point of view present almost 50 percent of all information sources in the analyzed newspapers. Newspapers *Delo* and *Večer*, unlike Slovene Press Agency, tend to neglect quoting passively gathered information, while they clearly quote the actively gathered information. The results of the analysis have shown that the prevailing market logic of journalism leads journalists to a routine information checkups and dependency on the same (routine) sources of information. The qualitative analysis of the studied articles has revealed that both newspapers deviate from the norms of transparency of sources, for they regularly use the agency's articles but seldom quote the source. The linguo-stylistic analysis has shown that possible reasons for non-transparent quotation are stylistic alteration of the agency's news and de Beaugrand and Dressler's standards of textuality.

Key words: journalism, press agency, transparency of sources of information

KAZALO

1. UVOD	7
2. NOVINARSTVO: MED NORMATIVNIM IN TRŽNIM	9
2. 1 <i>NOVINARSKO POSLANSTVO IN VDOR TRŽNIH ELEMENTOV</i>	9
2. 2 <i>SUBJEKT NOVINARSKO DEJAVNOSTI</i>	13
2. 3 <i>FAZE OBLIKOVANJA NOVINARSKEGA PRISPEVKA</i>	14
2. 3. 1 <i>Zbiranje informacij</i>	15
2. 3. 2 <i>Izbor dogodkov in dejstev</i>	16
2. 3. 3 <i>Oblikovanje novinarskega prispevka</i>	17
3. VIRI INFORMACIJ	19
3. 1 <i>RAZDELITEV VIROV INFORMACIJ</i>	19
3. 1. 1 <i>Uradni viri</i>	20
3. 1. 2 <i>Neuradni viri</i>	21
3. 1. 3 <i>Pisni viri</i>	22
3. 1. 4 <i>Službe za odnose z javnostmi</i>	23
3. 1. 5 <i>Tiskovne agencije</i>	25
3. 1. 6 <i>Novinarske konference</i>	25
3. 1. 7 <i>Novinar na kraju dogodka</i>	26
3. 2 <i>ODGOVORNO, ETIČNO IN KAKOVOSTNO NOVINARSTVO</i>	27
3. 2. 1 <i>Razvidnost vira informacij</i>	28
3. 2. 2 <i>Resnicoljubnost in natančnost</i>	29
4. ANALIZA VIROV INFORMACIJ	31
4. 1 <i>DELO</i>	31
4. 2 <i>VEČER</i>	31
4. 3 <i>STA</i>	32
4. 3. 1 <i>Posebnosti agencijskega novinarstva</i>	32
4. 4 <i>POTEK IN REZULTATI ANALIZE</i>	34
4. 4. 1 <i>Analiza prispevkov v Delu in Večeru z vidika bralca</i>	35
4. 4. 2 <i>Analiza prispevkov v Delu in Večeru po primerjavi s prispevki STA</i>	39
4. 4. 3 <i>Prispevki STA v Delu in Večeru</i>	42
5. JEZIKOVNO-STILNA ANALIZA	46
5. 1 <i>STILISTIKA POROČEVALSTVA IN POROČEVALSKI STIL</i>	47
5. 2 <i>TEMELJNI POJMI BESEDILOSLOVJA</i>	48
5. 2. 1 <i>Besedilo in besedilnost</i>	48
5. 2. 2 <i>Kriteriji besedilnosti</i>	48
5. 3 <i>ANALIZA VESTI</i>	51
5. 3. 1 <i>Agencijsko besedilo služi kot izhodišče za časopisno vest</i>	51
5. 3. 2 <i>Vest povzema agencijsko besedilo, vir je razviden</i>	51
5. 3. 3 <i>Vest povzema agencijsko besedilo, vir ni razviden</i>	52
5. 4 <i>ANALIZA POROČIL</i>	57
5. 4. 1 <i>Agencijsko besedilo služi kot izhodišče za časopisno poročilo</i>	57
5. 4. 2 <i>Poročilo povzema agencijsko besedilo, vir je razviden</i>	57

5. 4. 3 Poročilo povzema agencijsko besedilo, vir ni razviden.....	57
6. SKLEP	63
7. LITERATURA.....	66
7. 1 SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE	66
7. 2 ČLANKI V REVIJAH OZIROMA ZBORNIKIH.....	68
7. 3 SPLETNI VIRI.....	70
8. PRILOGE	72
<i>PRILOGA A: PRIMER AGENCIJSKE VESTI V DELU Z DODATNIMI INFORMACIJAMI.....</i>	<i>72</i>
<i>PRILOGA B: PRIMER AGENCIJSKE VESTI V VEČERU Z DODATNIMI INFORMACIJAMI.....</i>	<i>74</i>
<i>PRILOGA C: PRIMER AGENCIJSKEGA POROČILA V DELU S KOREKTNO NAVEDENIM VIROM IN Z DODATNIMI INFORMACIJAMI.....</i>	<i>76</i>
<i>PRILOGA Č: PRIMER AGENCIJSKEGA POROČILA V VEČERU S KOREKTNO NAVEDENIM VIROM IN Z DODATNIMI INFORMACIJAMI.....</i>	<i>78</i>
<i>PRILOGA D: PRIMER POGODBE ZA DOSTOP NAROČNIKA DO BAZE PODATKOV STA.....</i>	<i>80</i>

SEZNAM GRAFOV

Graf 4. 4. 1. 1: Delež virov informacij v Delu z vidika bralca.....	35
Graf 4. 4. 1. 2: Delež virov informacij v Večeru z vidika bralca.....	36
Graf 4. 4. 1. 3: Delež aktivno in pasivno pridobljenih informacij v Delu z vidika bralca.....	38
Graf 4. 4. 1. 4: Delež aktivno in pasivno pridobljenih informacij v Večeru z vidika bralca.....	38
Graf 4. 4. 2. 1: Delež virov informacij v Delu po primerjavi s prispevki STA.....	39
Graf 4. 4. 2. 2: Delež virov informacij v Večeru po primerjavi s prispevki STA.....	40
Graf 4. 4. 2. 3: Delež pasivnih, aktivnih in nerazvidnih virov informacij v Delu.....	40
Graf 4. 4. 2. 4: Delež pasivnih, aktivnih in nerazvidnih virov informacij v Večeru.....	41
Graf 4. 4. 3. 1. 1: Prispevki STA v Delu in Večeru v proučevanem obdobju.....	43
Graf 4. 4. 3. 1. 2: Prispevki STA v Delu v proučevanem obdobju.....	44
Graf 4. 4. 3. 1. 3: Prispevki STA v Večeru v proučevanem obdobju	44

1. UVOD

“Ena temeljnih prvin novinarske objektivnosti – ne glede na to, ali jo obravnavamo kot dosegljivi cilj ali zgolj kot ideal, kot v novinarstvu zaželeno ali škodljivo normo – je pregledno navajanje virov informacij.” (Laban in Poler Kovačič 2007: 65)

Razvidnost virov informacij je pomembna novinarska norma, saj na njej temelji verodostojnost novinarja oziroma medija. V današnjem času množičnih medijev, Manca Košir (2003) ga označuje kot surovi čas množičnih medijev, ko je količina informacij nepredstavljiva in ko lahko v trenutku (medmrežje) pridemo do želene informacije, je še toliko pomembnejše, da ostane norma razvidnosti virov informacij ena izmed ključnih kazalnikov kakovostnega novinarstva.

V diplomskem delu nas bo zanimalo, kakšno je upoštevanje te norme v dveh slovenskih dnevnikih Delo in Večer, pri analizi pa si bomo pomagali s prispevki Slovenske tiskovne agencije (STA). Poseben poudarek bomo namenili razvidnosti STA kot vira v izbranih časnikih. Odločili smo se za časnik Delo, ki po podatkih Nacionalne raziskave branosti (2007) zaseda drugo mesto, za Slovenskimi novicami, in časnik Večer, ki je na četrtem mestu po branosti med dnevnimi časopisi. Delo ima tudi poseben pomen v slovenskem prostoru, saj velja za osrednji slovenski dnevni časnik, medtem ko Večer prebira večinoma aktivno prebivalstvo iz Maribora in okolice (Breznik 2004: 43). Za analizo novinarskih besedil v dveh dnevnikih smo se odločili predvsem zaradi posebnosti tiskanega medija, ki, že od časov zasebnega dopisovanja in prvih rednih izdaj, posebej novinarsko dejavnost. Časnik je sicer danes eden izmed najmanj ažurnih medijev, vendar je njegova prednost predvsem poglobljeno poročanje.

Novinarske prispevke v Delu in Večeru bomo pregledovali s pomočjo prispevkov STA, saj je način pridobitve informacij v agencijskih prispevkih zaradi specifičnih potreb tega medija vedno razviden. S pomočjo kvantitativne analize bomo najprej pregledovali novinarske prispevke Dela in Večera in jih nato v drugi stopnji analize primerjali z agencijskimi prispevki. Z jezikovno-stilno analizo pa bomo ugotavljati morebitne vzroke za nenavajanje STA kot vira. Za pojasnila ugotovitev se bomo obrnili tudi na novinarje vseh treh proučevanih medijev in z njimi opravili poglobljene intervjuje.

V nadaljevanju se bomo najprej posvetili razlikam med normativnim in tržnim novinarstvom, izpostavili bomo novinarja kot ključnega subjekta novinarske dejavnosti ter opisali faze oblikovanja novinarskega sporočila. Opirali se bomo na teoretične ugotovitve in raziskave medijskih proučevalcev, ki ugotavljajo značilnosti vdora tržne logike v novinarstvo. V tretjem poglavju bomo opredelili in razvrstili vire informacij, obravnavali bomo tudi novinarske norme, povezane s temo diplomskega dela. V četrtem poglavju bomo predstavili proučevane medije, opredelili metodologijo in prikazali izsledke analize. Peto poglavje bo namenjeno jezikovno-stilni analizi prispevkov. V zaključku bomo teze potrdili oziroma ovrgli in podali sklep.

Teze, ki smo si jih zastavili, so:

1. Proučevana časnika v nasprotju s prispevki STA ne navajata vselej vira informacije.
2. Proučevana časnika ne navajata dosledno predvsem rutinsko pridobljenih virov informacije.
3. Proučevana časnika pri povzemanju agencijskih prispevkov kršita novinarsko normo navajanja vira informacije z izjemo vestičarske vrste.
4. Nenavajanje STA kot vira je pri besedilih vestičarske vrste povezano s stilnim preoblikovanjem teh vesti.
5. Nenavajanje STA kot vira se v besedilih poročevalske vrste pojavlja zaradi upoštevanja kriterijev besedilnosti, kot jih opredeljujeta de Beaugrand in Dressler.

2. NOVINARSTVO: MED NORMATIVNIM IN TRŽNIM

2.1 NOVINARSKO POSLANSTVO IN VODOR TRŽNIH ELEMENTOV

Pri vsem, kar novinarstvo počne, je v odnosu do ljudi. Novinarski poklic namreč uresničuje temeljno človekovo pravico biti informiran in informirati. Zato je novinarska dejavnost usmerjena na naslovnik, ki mu sporoča informacije, hkrati črpa od ljudi, ki so njeni viri informacij, posamezniki ali skupine pa so kot kreatorji dogodkov glavni nosilci predmetov novinarskega upovedovanja. (Košir 2003: 109)

Splichal (2000: 48) označuje novinarsko dejavnost kot “zbiranje, pisanje, urejanje, razširjanje informacij in siceršnje (predvsem duhovno) prispevanje k dnevnemu in drugemu periodičnemu tisku, radijskim in televizijskim programom ter ‘online’ časnikom na medmrežju”.

Kljub temu, da je novinarstvo “tako pomembna in vplivna dejavnost, da si človeškega življenja brez nje v sodobnih družbah ne moremo predstavljati in tudi demokracije v družbi ne” (Poler Kovačič 2004b: 86), splošno sprejete definicije novinarstva ni. Tako ugotavljata tudi Splichal in Sparks (1994: 19–26), ki sta po raziskavi med študenti novinarstva v 22 državah o profesionalizaciji novinarstva povzela tri pristope opredeljevanja novinarstva:

1. opredelitve, ki jih določajo novinarji sami oziroma njihove organizacije;
2. poskuse definicij političnih strank in držav;
3. dve usmeritvi znanstvenih definicij, ki se razlikujeta glede vključevanja zabavnih vsebin v definicijo novinarstva: strožja smer, po kateri novinarji zbirajo, proizvajajo, širijo novinarske vsebine, in liberalnejša smer, po kateri novinarstvo obsega tudi zabavne vsebine.

Ali bo liberalnejša opredelitev prevladala nad strožjo, je težko napovedati, saj je, kot ugotavlja M. Poler Kovačič (2004b: 85–95), identiteta novinarstva v krizi, ko je težko opredeliti meje med novinarstvom in nenovinarstvom. “Ena od razsežnosti krize je vedno težja določljivost meje med resnim in rumenim tiskom. Posledica mešanja resnih in popularnih vsebin je mešanje njunih pravil igre, naslovniki in drugi pa večinoma ne zmorejo ugotoviti prave identitete.” Splichal (1992: 478) vidi razloge za krizo

novinarstva, ki ga označuje kot semi-profesijo, predvsem v pomanjkanju avtonomnosti novinarjev. Ta je v današnjem času morda najbolj ogrožena s podrejanjem načela povečevanja dobička.

Novinarstvo pa je, ne glede na težave pri definiranju, ključnega pomena za normalno delovanje demokratične družbe in je "poklic za javnost in zaradi javnosti", piše M. Košir (2003: 109). Je "dejavnost za obče dobro, ki (naj) omogoča mnogim, da izrazijo svoje mnenje; ne le tistim, ki ga izražajo po službeni dolžnosti (politiki in druge javne osebe), temveč tudi obrobnim, marginalnim skupinam, ki imajo enako komunikacijsko pravico kot drugi" (Košir 2003: 119).

Številne raziskave in trditve medijskih teoretikov (McManus 2003, M. Poler Kovačič 2004c, I. Drame 1994, Bennett 2003), dokazujejo, da je novinarstvo izgubilo svoj namen, kot smo ga opredelili, zaradi vdora tržne logike v novinarstvo. "Vdor tržne logike v novinarstvo ima resne posledice za novinarsko sporočanje: pojavi se nov sistem zbiranja in distribucije informacij, nova avtoriteta določanja narave in tipa informacij, ki zagotavljajo temelj družbenega in političnega odločanja," piše Hardt (1996: 22). Schröter (v Laban 2004: 7) ugotavlja, da so sporočila za javnost v časopisih neprepoznavna, Iggers (1999: 101) meni, da ekonomija oblikuje časopis na številne načine. "S tem ko postajajo časopisi vse bolj tržno vodeni, tržne raziskave prevzemajo vse pomembnejšo vlogo v določevanju vsebine."

Normativno novinarstvo se vedno bolj pomika v razprave medijskih teoretikov, medtem ko množični mediji doživljajo razcvet v številčnosti, postajajo vedno bolj specializirani in se vedno bolj prilagajajo modernemu človeku, ki informacije išče na medmrežju. Kot meni Sparks (1996: 47–48), je medmrežje ne samo priložnost za zmanjševanje stroškov ustvarjanja novic, ampak se tudi bolje prilega današnjemu načinu življenja. Interaktivnost medmrežja s sabo sicer prinaša obet novega razcveta javne sfere, na drugi strani pa poplavo prikritega in odkritega oglaševanja. Hardt (1996: 21) tako piše, da v vsakem primeru "komercializacija diktira naravo novinarstva in predpisuje meje javnega interesa".

Vse številčnejši mediji pa ne prinašajo raznolikosti, prej nasprotno. "P/orast števila razpoložljivih kanalov ali širjenje novih tiskanih medijev ne poveča avtomatično

raznolikosti vsebine in virov,” ugotavljata S. Bašić Hrvat in T. Kerševan (1999: 112). Bennett (2003: 97) prav tako opozarja na vse večjo enoličnost poročanja: “/S/koncentrirano lastništvo v lokalnih in regionalnih trgih krči oglasno dejavnost za majhne neodvisne medije, kar pomeni manj vsebinske raznolikosti v glasbi, novicah, in programu manjšin, saj so mali mediji izgnani iz posla, oziroma so se prisiljeni preusmeriti.” Tako v elektronskih kot tiskanih medijih torej obstaja težnja po večanju števila kanalov in manjšanju števila virov informacij.

Raziskava virov v slovenskem dnevnem časopisu je pokazala, da so bralci le v dveh odstotkih lahko razbrali, da je novinar za vir informacij uporabil bodisi novinarsko konferenco, tiskovno agencijo ali sporočilo za javnost (Knez 2000: 49). K. Erjavec in M. Poler Kovačič (2004: 13–14) sta v raziskavi slovenskega dnevnega tiska v začetku tranzicije leta 1990 in na koncu leta 2000 ugotovili, da se je, posebno v časniku Delu, povečala rutinizacija novinarskega dela in netransparentnost vira informacij. McManus (1994: 105) z raziskavo dejavnosti lokalnih televizijskih postaj pri odkrivanju novic ugotavlja, da, razen pri največji televizijski postaji, prevladuje minimalno aktivno, v glavnem pa pasivno odkrivanje novic. V eni izmed prvih študij o rutinizaciji virov v dveh ameriških časopisih,¹ ki veljata za predstavnika kvalitetnega tiska, je Leon Sigal (v Bennett 2003: 124–125) ugotovil, da so bili domači in tuji vladni predstavniki vir kar treh četrtin vseh novic v omenjenih časnikih, od 70 do 90 odstotkov vseh dnevno-političnih zgodb pa je bilo napisanih v okoliščinah, ki so jih viri informacij v veliki meri nadzorovali (novinarska konferenca, sporočila za javnost, uradni zapisniki). “Tudi najboljši novinarji se v veliki meri zanašajo na politična sporočila majhnega spektra uradnih virov informacij,” sklene Bennett (2003: 125).

Idejo normativnega novinarstva ogroža tudi notranja in zunanja svoboda novinarjev, saj pri svojem delu ne morejo biti popolnoma avtonomni, ker so vpeti v medijsko organizacijo, ki se mora za preživetje na trgu podrediti tržnim pravilom. Novinarji morajo “/p/ri svojem delu upoštevati določene novinarske in medijske omejitve, kot na primer znanje in veščine, pridobljene v času (novinarske) socializacije, časovno omejitvev, določen način dela, ki ga zahtevata medijska oblika in tehnologija, ter notranje pritiske, kot na primer pritiske lastnika in politiko medija” (Erjavec 2004: 121).

¹ The New York Times in The Washington Post.

Kljub temu je potrebno vsaj stremeti k idealu normativnega novinarstva. Kot namreč meni Gans (2003: 72), bi bila brez kakovostnih medijev ogrožena sama kontinuiteta demokracije, volitve bi bilo težko ali nemogoče izvesti, saj volivci ne bi vedeli, kdo kandidira in v zvezi s čim; predvolilni oglasi bi verjetno bili še manj verodostojni, kot so zdaj, ker jih ne bi obkrožale novinarske zgodbe. K. Erjavec (2004: 133–134) pa opozarja tudi na dejstvo, da morebitni dobri mediji še ne pomenijo dobre obveščenosti državljanov, saj se številni ne (ali nočejo) zanimajo za politične razprave. “Ideja o politični aktivnosti državljanov je sicer zelo privlačna, a romantična dogma, saj večina ljudi ne želi prostovoljno sodelovati v politični razpravi, ki je neprijetna in mučna.” (Warren v Erjavec 2004: 127–128)

Ali torej novinarji s povečevanjem zabavnih vsebin v časopisu zgolj nudijo ljudem, kar želijo? M. Košir (1996: 170) se s tem ne strinja, meni, da je poenostavljeno reči, da ljudje sami zahtevajo zabavne vsebine. “Enako res pa je, da jih hočejo zato, ker so jih množična občila navadila nanje. In da druge izbire pogosto sploh nimajo.” Tudi Iggers (1999: 2–3) opaza: “Vse manj in manj je v časopisih novic v tradicionalnem smislu-informacij, ki so pomembne za bralce kot državljane in člane družbe-medtem ko se vse bolj večja delež zgodb o življenju ljudi in informacij, ki so pomembne za bralce kot kupce.”

Kljub krizi novinarske identitete in upadanju zanimanja javnosti za politično dogajanje, demokracija potrebuje dobro obveščene državljane, ti pa potrebujejo kakovostno novinarstvo za kompetentno odločanje. M. Poler Kovačič (2004c) ugotavlja, da je analiza poročanja slovenskih tiskanih medijev pokazala krizo novinarja kot subjekta, zato bomo v nadaljevanju podrobneje pregledali vlogo subjekta novinarske dejavnosti.

2. 2 **SUBJEKT NOVINARSKE DEJAVNOSTI**

“Subjekt novinarskega sporočanja oziroma novinarski subjekt je nosilec dejanj, ki sproži in vodi vodi sporočanje ter ima nadzor nad posameznimi stopnjami. Je tisti, ki usmerja tok informacij.” M. Poler Kovačič (2004c: 23)

Normativno novinarstvo podeljuje status subjekta novinarju. “/O/n je tisti, ki (i)zbira, sprašuje, povzema, obdeluje, spreminja, upoveduje ..., se odloča in ima nadzor.” (Poler Kovačič 2004c: 23–24) I. Drame (1992: 853) prav tako postavlja novinarja v središče novinarske dejavnosti, saj je novinar edini, “ki se v področju medijske realnosti neposredno usmerja k viru in k naslovniku. Ta dva se lahko na tem področju drug k drugemu usmerjata le preko novinarja. Takšna tipizirana in splošno priznana pozicija vlog utemeljuje ‘središčnost’ novinarja v medijski realnosti”.

V tržnem novinarstvu na mesto novinarja kot subjekta stopajo viri informacij. “Novinar kot subjekt, kot temeljni nosilec novinarske dejavnosti, ki naj bi v skladu s svojo profesionalno kompetenco nadziral vse faze sporočanje procesa, se v tržnonovinarski praksi umika, njegove vloge pa prevzemajo nosilci ekonomske in politične moči.” (Poler Kovačič 2004a: 690) Novinarji torej niso več subjekti, nadomeščajo jih “tisti, ki v sporočanje vnašajo svoj interes, ki neposredno (kot lastniki) ali posredno (kot najvplivnejši viri informacij in mnenj, kot oglaševalci in sponzorji) vladajo medijem” (Splichal 1997: 346–353).

Novinar seveda ne more biti vedno osebno navzoč na kraju dogodka. “Resnično okolje je preveliko, preveč zapleteno in preveč minljivo za neposredno izkušnjo,” meni Lippmann (1999: 41). Zato se mora zanašati na izjave drugih, spraševati različne, da dobi verodostojno sliko dogodka. “Edini občutek, ki ga imamo lahko ob dogodku, ki ga nismo doživeli, je občutek, ki se nam zbudi zaradi naše mentalne slike tega dogodka.” (Lippmann 1999: 39) M. Košir (2003: 75) zato opozarja: “Mediji ne odsevajo družbene stvarnosti in niso ogledalo družbe. Množični mediji konstruirajo realnost in njene reprezentacije.”

Halimi (2003: 55) za stanje (francoskih) medijev obtožuje predvsem novinarje: “Kadar novinarji prepisujejo drug od drugega, kadar je videti, da se zadovoljujejo s

ponavljanjem iste novice, ki jo je sporočila agencija ali ki je že izšla v kakšnem 'referenčnem' časopisu, se to dogaja zaradi lenobe in neznanja, zaradi pomanjkanja kulture in časa, ki bi omogočil kakovostno opravljanje poklica." M. Košir (2003: 71) pritrjuje: "Uredniki in novinarji ne znajo, nočejo, se jim ne ljubi, tako je bolj enostavno, ceneje, hitreje ..."

M. Poler Kovačič (2000: 71) se zavzame za vzpostavitev novinarja kot odgovornega (etičnega) subjekta. "V pogledu naslovnika, ki mu je novinar primarno odgovoren, je skrita novinarjeva profesionalna identiteta, poslanstvo novinarstva. Ko novinar odgovarja naslovníku, se rojeva v novinarja, postaja odgovorno (etično) bitje. Postaja oseba."

V nadaljevanju bomo opredelili faze oblikovanja novinarskega prispevka. M. Poler Kovačič (2005: 59) jih opiše kot proces, sestavljen iz treh stopenj: zbiranja informacij, izbora dogodkov in dejstev ter sporočanja oziroma oblikovanja sporočila.

2.3 FAZE OBLIKOVANJA NOVINARSKEGA PRISPEVKA

Tržno novinarstvo je v sporočanski proces vneslo številne spremembe. Novinarji prejmejo vedno več informacij od predstavnikov za odnose z javnostmi. Novinar naj bi po normativnem modelu novinarstva ta gradiva uporabljal zgolj za izhodišča nadaljnega preiskovanja. "To je pomembno predvsem zato, ker se sporočevalski namen npr. političnega komunikatorja (predstavnik za odnose z javnostmi pri stranki) razlikuje od novinarjevega namena. Prva želi 'prodati' boljšo podobo osebe ali institucije (stranke), novinar pa želi oblikovati nepristransko in popolno sporočilo v nekomercialnem smislu." (Erjavec 1999: 57)

Med novicami je vedno več tako imenovanih psevdodogodkov, ki brez novinarjevega vprašanja izzvenijo kot samopromocija politične stranke ali podjetja. Psevdodogodki so, kot piše Bennett (2003: 142) "v celoti nadzirani dogodki, ki uporabljajo pazljivo pripravljeno okolje, scenarij in igranje, da oblikuje prepričljive podobe, ki imajo pogosto malo zveze z realnostjo, ki leži za tem". Ti dogodki postajajo za novinarja tako pogost in enostaven vir informacij, da opušta težje alternativne načine pridobivanja informacij, kar je novinarstvu zmanjševanja stroškov vse bolj privlačno. (Bennet 2003:

175) “Vzrok, zakaj novinarji rajši objavijo sporočila novinarskih konferenc, kot poiščejo alternativni vir informacij, ali rajši objavijo sporočilo za javnost, kot oblikujejo svoj prispevek, je v celotni politični ekonomiji novic,” meni Schudson (2003: 266–207).

2. 3. 1 Zbiranje informacij

Oblikovanje novinarskega prispevka se začne z zbiranjem informacij; po mnenju nekaterih medijskih teoretikov je ta faza bistvenega pomena za nastanek novinarskega prispevka. “Viri informacij so ključni za novinarsko konstrukcijo realnosti, saj oblikujejo novinarski diskurz in so vselej tudi določevalci pomenov.” (Laban 2004: 201)

Novinar dobi informacije s preiskovanjem svoje okolice, slediti mora temeljnemu cilju klasičnega novinarstva, to pa je obveščanje javnosti o zanjo pomembnih zadevah. “Novinar išče več informacij o eni stvari, pridobiti mora več različnih virov, njegova dolžnost pa je nato te informacije tudi preveriti.” (Poler Kovačič 2002: 768)

McManus (1994: 96) poudarja, da morajo novinarji z aktivnim in neodvisnim preiskovanjem zagotavljati informacije, ki bodo javnosti približale okolje, kar je poslanstvo novinarstva. Vendar pa “/v/ tržnem novinarstvu v fazi iskanja informacij izginja novinarsko vprašanje. Novinar informacij ne pridobiva s spraševanjem ali preverjanjem, ampak mu jih za objavo zainteresirani subjekti enostavno dostavijo” (Poler Kovačič 2002: 770). V raziskavi novinarskih besedil vestičarske in poročevalske vrste v dnevnem tisku o vstopu Slovenije v zvezo Nato je M. Poler Kovačič ugotovila več kot 82-odstotno rutinskost zbiranja informacij, kar 86,6 odstotka vseh virov pa so predstavljali uradni viri. (Poler Kovačič 2004c: 107–109) “Tako pasivno odkrivanje pa nudi moč za manipuliranje javnih zadev virom informacij, ki so dovolj vplivni, da imajo svoje predstavnike za odnose z javnostmi in lahko tako ustvarjajo dogodke,” piše McManus (1994: 88). Viri informacij so namreč govor prilagodili novinarskemu, meni Sigal (v Poler Kovačič 2004a: 691): “Govorijo isti jezik, uporabljajo novinarske konvencije, da bi jim uspelo spraviti informacije v medije.” V nasprotju z normativnim novinarstvom, ko novinar aktivno išče pomembne informacije z več strani in poskuša ugotoviti veljavnost tega, kar viri trdijo, tržno novinarstvo “nagrajuje vire, ki oskrbujejo medije z vsebino, ki se dobro prodaja” (McManus 1994: 195).

Faza zbiranja informacij je tesno povezana s preiskovanjem. “Dolgoročno kontinuirano preiskovanje zagotavlja novinarstvu verodostojnost in izpolnjevanje temeljne funkcije: informirati javnost,” meni K. Erjavec (1999: 60–64). Šuen (1994: 28) opozarja na odnos med preiskovalnim novinarstvom in oblastjo, ki je bistvenega pomena za demokratično ureditev družbe, saj “preiskovalni novinarji s svojim pisanjem nadzorjujejo delovanje oblasti”. Preiskovalno novinarstvo je torej tisto, ki vrača novinarstvo in novinarja v vlogo kritičnega “psa čuvaja”.

2. 3. 2 Izbora dogodkov in dejstev

“Moč tiska temelji na posebni pravici oziroma privilegiju izbire novic. To je ogromna moč, ki je ni mogoče zmanjšati.” (Pippert 1989: 59)

“Pri izboru gre za vprašanje, o katerih dogodkih naj bo javnost – v skladu s profesionalnimi merili objavljalnosti oziroma novičarsko vrednostjo dogodkov – obveščena, da bo zadoščeno njeni pravici do obveščeni.” (Poler Kovačič 2002: 768) Gre torej za selekcijo dogodkov, ki jih novinar oziroma urednik (odbiratelj) izbere izmed vseh informacij.

Odbirateljstvo (*gatekeeping*) je proces, ki določa, kateri dogodki bodo medijsko pokriti, kdo bo intervjuvan, katere izjave bodo prišle v javnost in kateri elementi bodo poudarjeni pri pisanju zgodbe. (Bennett 2003: 2) Avtor (prav tam) meni, da bi v idealnem svetu novinar prepoznal zgolj najpomembnejše trende in poiskal vire, ki predstavljajo najbolj poglobljene in različne vidike zgodbe, v resničnem svetu pa obstajajo različni dejavniki, ki vplivajo na izbiro novic, med katerimi izpostavi vpliv elitnih virov informacij na izbor dejstev/dogodkov in ekonomske pritiske.

K. Erjavec (1999: 52–59) našteje teorije, ki se ukvarjajo s procesom izbire vsebine. Nekatere v ospredje postavljajo novinarja, ko trdijo, da je izbira novic zaznamovana s profesionalnimi odločitvami novinarja, sociološke študije pa pri izbiri novic v ospredje postavljajo organizacijska pravila. Nekatere organizacijske teorije poudarjajo predvsem tržne zahteve, druge svojo pozornost usmerjajo predvsem v samo medijsko organizacijo, njeno strukturiranost in delitev dela. Teorija zrcala pri procesu izbire v ospredje postavlja same dogodke, kar pomeni, da dogodki določajo izbiro novic,

novinarji pa le držijo zrcalo občinstvom. Terminološki deterministi pa razlagajo izbiro novic s silami zunaj medijske organizacije. Po mnenju K. Erjavec (1999: 54) pa “je proces izbire novic vedno odvisen od aplikacije vrednostnih kategorij in družbenih vrednosti na dogodke”.

Dogodek, vreden objave,² je v novinarski teoriji sicer opredeljen z dejavniki objavne vrednosti. Najpomembnejši so, tako K. Erjavec (1999: 56), *širina vpliva dogodka* (koliko ljudi dogodek, o katerem naj bi poročali, prizadeva), *zemljepisna bližina dogodka* (bližje je nek dogodek, večja je verjetnost, da bo zanimal ciljno občinstvo), *časovnost* (bolj kot je novica sveža, bolj je pomembna), *prominentnost dogodka* (poročanje o pomembnih in znanih ljudeh), *novost/nenavadnost* (nenavadni in nepričakovani dogodki pritegnejo pozornost in zbujajo domišljijo), *konfliktnost* (umori, atentati, vojne, napadi, demonstracije ...).

Tržno naravnano novinarstvo izbor dogodkov in dejstev pogosto temelji na tržnih raziskavah, ki stremijo zgolj k povečanju prodaje in s tem upadanju števila resnih novic, zmanjšanju stroškov novinarskega dela, predvsem preiskovalnega novinarstva.

2. 3. 3 Oblikovanje novinarskega prispevka

Zadnja faza novinarskega procesa oblikovanja prispevka vključuje selekcijo zbranih informacij, novinar mora premisliti, katere informacije izpostaviti, s čim začeti in končati prispevek. K. Erjavec (1998: 71) meni, da je faza oblikovanja novinarskega prispevka “faza, v kateri se individualne lastnosti in ustvarjalne sposobnosti posameznega novinarja najbolj uveljavijo”.

² V tako imenovanem času kislih kumaric se pogosto pojavijo novice, ki imajo lahko zelo nizko objavno vrednost. Mayer (1993: 69) to poimenuje funkcija intenzivnosti tekmovanja: “Vse novice tekmujejo za pozornost z vsemi ostalimi novicami. Ne redko je bistveni problem pomanjkanje tekmovanja, ki, seveda, ustvari priložnost ustvarjanja novic.” Kot primer navaja nekdanjega ameriškega predsednika Theodora Roosvelta, ki je govoril, da je ustvaril ponedeljek, saj je, potem ko je opazil, kako so ponedeljkove izdaje časopisov tanke, pomembnejše stvari opravljal ob nedeljah. Strentz (1989: 35) podobno navaja primer, kako vlada pazljivo izbira čas za objavo “neprijetnih” poročil in jih poskuša objaviti takrat, ko meni, da bo pozornost javnosti najmanjša.

Novinar kot subjekt novinarskega sporočanja mora uporabiti vse svoje znanje in etične lastnosti, da zmore sliko videti od daleč, brez lastnih predsodkov in občutkov, pri čemer ne govorimo o idealu objektivnosti, ampak o nekaterih ključnih vodilih novinarskega dela. McManus (1994: 145–146) piše o:

- *resnici*: med novinarjevo zgodbo in zgodbo nezainteresiranega očividca – poudarek je na tem, da prihajata iz podobne kulture – ne sme biti relevantnejših odstopanj; preveriti je treba več različnih virov informacij; obtožbe o neki osebi morajo biti podkrepjene z izjavami ustrezne avtoritete s primernege področja; vir informacij mora biti jasno razviden; novinar mora svoje zaključke, ki niso predmet splošnega vedenja, podkrepiti z dokazi.
- *relevantnosti*: bralec mora iz navedenih informacij dobiti odgovor vsaj na vprašanje, kaj se je zgodilo; vsi elementi prispevka se morajo navezovati na zgodbo oziroma vsaj na isto temo.
- *uravnoteženosti*: vse nasprotne strani morajo imeti enak delež v prispevku.

K. Erjavec (1998: 72) meni, da mora novinar še enkrat pregledati (i)zbrane podatke in na osnovi kriterijev *raznolikosti, točnosti, preglednosti, stvarnosti, uravnoteženosti in razumljivosti* nato izbrati obliko prispevka. Nekatere izmed omenjenih kriterijev bomo podrobneje predstavili kasneje.

Po mnenju M. Poler Kovačič (2002: 772) tržni vplivi zaznamujejo tudi tretjo fazo novinarskega sporočanja. “Tržno naravnani novinar informacij pogosto profesionalno ne premisli, a jih naslovniku kljub temu predstavlja kot svoje – novinarske – torej ‘premišljene’ informacije.” Gre torej za problem rutinskega posredovanja informacij, ki jih novinarju vsakodnevno posredujejo službe za odnose z javnostmi. Kot pravi M. Poler Kovačič (prav tam), “/o/dločilen oblikovalec navidezno novinarskih sporočil tako postajajo službe za odnose z javnostmi”.

3. VIRI INFORMACIJ

“Kvaliteta novinarjeve zgodbe je odvisna od kvalitete virov.” (Mencher 2000: 332)

Viri informacij oblikujejo in strukturirajo novinarski diskurz in so zato ključnega pomena za novinarsko konstrukcijo realnosti (Van Dijk 1988). So novinarjeva življenska kri (Mencher 2000: 336), novinarjeva kruh in maslo (Christians in drugi 2001: 80). Kot piše I. Drame (1994: 299–300), “so ugotovitve o tem, kako novinarji zbirajo informacije (novice) in katere tipe virov pri tem uporabljajo, še toliko pomembnejše. Določajo, katere informacije bodo posredovane javnosti, pa tudi katera ‘podoba družbe’ bo predstavljena. Odgovor na ta vprašanja ne govori le o tem, katera informacija in katera podoba, temveč tudi čigava”.

Različni viri informacij so izjemnega pomena pri ustvarjanju slike sveta; so pogoj za dobro obveščenost državljanov in posledično nujen pogoj za delovanje demokracije v družbi. Vendar pa novinar ni več aktivni preiskovalec, ampak vedno bolj posredovalec. I. Drame (1994: 303) je v enomesečni raziskavi dela novinarjev v eni od slovenskih redakcij, ki izdaja tedenski časopis, z metodo neposrednega opazovanja ugotovila, da je “/n/ovinarjeve stike z viri informacij v povprečju v skoraj 70 odstotkih zakrivil nekdo drug – ne novinar sam. Novinar torej v številnih primerih pristaja na definicijo novinarskega dogodka, kot mu jo posredujejo drugi”. Največkrat so to elitni viri, ki “niso samo percepirani kot novičarsko najpomembnejši, temveč tudi kot najbolj zanesljivi opazovalci in ustvarjalci mnenj” (Van Dijk 1988: 87).

3.1 RAZDELITEV VIROV INFORMACIJ

V literaturi obstaja več razdelitev, najbolj osnovna in najpogostejša pa je delitev na uradne in neuradne vire. Vire lahko razdelimo tudi glede na način zbiranja, kar je delitev, ki je za to delo še posebej pomembna. Novinar lahko informacije zbira aktivno ali pasivno. Strentz (1989: 109–110) glede na načine zbiranja podobno ločuje med konvencionalnimi in nekonvencionalnimi viri, razliko med njimi pa opisuje s stopnjo pogostosti, s katero jih novinarji uporabljajo, s stroški za njihovo pridobitev in z vprašanji presoje novic, Mencher (2000: 287) pa ločuje med dvema osnovnima tipa virov: fizičnimi in človeškimi.

Aktivni novinarski kanali pomenijo, da “novinarski prispevki izvirajo iz dejavnega iskanja informacij na novinarjevo ali uredniško pobudo, torej da nastanejo na podlagi novinarjevega lastnega preiskovanja (npr. novinarji in novinarske analize), da novinar sporoča kot udeleženec dogodka, tudi spontanega, objavlja neodvisne raziskave in izvaja t.i. raziskovalno novinarstvo” (Poler Kovačič 2004c: 40).

Kot rutinske kanale zbiranja informacij M. Poler Kovačič (2004c: 39) pojmuje:

- uradne zadeve: sodni postopki, zaslišanja v parlamentu, parlamentarna zasedanja, seje vlade, obiski državnikov;
- sporočila za javnost;
- novinarske konference;
- tiskovne agencije;
- sporočila iz drugih novinarskih organizacij;
- nespontane dogodke: športne, kulturne, turistične, zabavne prireditve, govore, slovesnosti, vnaprej pripravljene demonstracije, različne dogodke, napovedne in ustvarjene s prvotnim namenom, da bi o njih poročali;
- pisma bralcev;
- javnomnenjska glasovanja, ki so jih izvedle in uredništvom dostavile druge, zunanje institucije.

3. 1. 1 Uradni viri

“Novinarstvo sledi moči.” (Gans 2003: 47)

Uradni viri so tradicionalni, za večino novinarjev in urednikov pa tudi daleč najpomembnejši in vsekakor najpogostejši viri informacij, z njimi imajo večinoma osebne stike. Gre za ljudi, ki so blizu centrov moči v družbi – politike, predsednike, ministre, načelnike, komandirje, funkcionarje idr., ki so novinarjevi viri že po dolžnosti. Ena izmed nalog novinarja je posredovanje informacij širši javnosti – tu gre za posredovanje informacij o delu državnih služb, političnih strank, lokalnih skupnosti, pomembnih gospodarskih subjektih idr. Zakon o medijih (2006) v 45. členu določa, da

lahko mediji zahtevajo posredovanje informacij od vseh organov, ki jih kot zavezance določa zakon, ki ureja dostop do informacij javnega značaja.³

Kot uradni so torej opredeljeni vsi viri, ki lahko o dogodku, informaciji govorijo zaradi svoje priznane funkcije – najrazličnejši pooblaščenca za dajanje informacij, vodje (ali njihovi namestniki) različnih organizacij, služb, skupnosti. Schudson (2003: 137) trdi, da največ novic pride v medije preko “navadnih, organiziranih dogodkih, ki jih sproži vlada, kot so sporočila za javnost, govori, javna zaslišanja ali javni posveti, novinarske konference in pojasnjevalno gradivo za tisk”.

Uradni viri so tisti, ki te informacije posredujejo, vendar mora biti novinar pazljiv in ne sme slepo verjeti podatkom, ki mu jih ti viri posredujejo – podvomiti mora o resničnosti informacij in jih preveriti tudi pri ostalih virih (Laban 2004: 31).

Raziskave potrjujejo, da v novicah prevladujejo predvsem uradni viri informacij. V. Laban (2004: 57) je v že omenjeni raziskavi ugotovila, da sta dve tretjini vseh virov informacij uradni viri. “Dejstvo je, da se novice pojavijo, kjer jih novinarji iščejo, in vsekakor je zanje stroškovno bolj učinkovito, če jih iščejo tam, kjer so uradni viri,” meni Mayer (1993: 277). Hartley podobno ugotavlja, da dogodki ne pridejo med novice s tem, da se zgodijo. “Dogodke mora nekdo prepoznati in priznati, ta nekdo mora biti poznan, zaupanja vreden – in najboljše, če je to ‘uraden’ – vir.” (Hartley 1998: 75–76) Tudi I. Drame (1994: 307) meni, da so pri novinarjih v mreži virov najpomembnejša vozlišča pozitivno opredeljeni stalni uradni viri, Van Dijk (1995: 33) pa ugotavlja, da elite služijo kot zanesljivi viri (prek novinarskih konferenc in tiskovnih predstavnikov).

3. 1. 2 Neuradni viri

Kot neuradni viri so opredeljeni tisti, ki nastopajo kot posamezniki z lastnim mnenjem, videnjem, interpretacijo, informacijo, dogodkom – bodisi vpleteni ali ne (Drame 1994:

³ Informacije javnega značaja so po četrtem členu Zakona o dostopu do informacij javnega značaja (2003) informacije, ki izvirajo iz delovnega področja organa, nahajajo se v obliki dokumenta, zadeve, dosjeja, registra, evidence ali drugega dokumentarnega gradiva, ki ga je organ izdelal sam, v sodelovanju z drugim organom ali pridobil od drugih oseb. Vsak organ pa je (8. člen) dolžan redno vzdrževati in na primeren način javno objavljati ter dati na vpogled prosilcu po vsebinskih sklopih urejen katalog informacij javnega značaja, s katerimi razpolaga.

303). Neuradni viri so posamezniki, ki so v dogodke oziroma dogajanja vpleteni ali nevpleteni, ki niso vir po funkciji, ampak so udeleženci dogodkov, očitvidci, priče dogodkov, "ljudje z ulice", "navadni", "običajni" ljudje (Poler Kovačič 2004b: 35).

Perovič in Š. Šipek (1998: 61) omenjata lastne vire. "V novinarskih hišah pogosto ločimo med dobrimi in slabimi poročevalci po tem, ali imajo dobre ali slabe informatorje. Dobri informatorji so tisti, ki novinarjem pripovedujejo o dogodkih, ki jih drugi poročevalci niso opazili, ali zanje ne vedo."⁴ Poleg informatorjev, nadaljujeta Perovič in Š. Šipek (prav tam), so za novinarja pomembni tudi drugi, lastni viri informacij, pri katerih lahko novinar preveri svoje vire: "Vsak dober poročevalec ima tako krog strokovnjakov s področja, ki ga pokriva, ki mu lahko pomagajo pri pravilnem oblikovanju poročil in pri dajanju dodatnih informacij."

3. 1. 3 Pisni viri

Pisni viri oziroma dokumentacija so za novinarja pomemben vir informacij, ki dostikrat ustvari razliko med dobrim in slabim novinarjem. Dober novinar se bo tudi za novinarsko konferenco vnaprej pripravil. Mogoče bodo tam akterji, ki jih je težko dobiti za izjavo, mogoče bo na ta način novinar prišel do pomembnih dejstev, ki bodo na konferenci ostala skrita oziroma prikazana drugače.

V kategorijo pisnih virov smo vključili tudi informacije ostalih medijev (tudi radia in televizije), saj lahko, kot piše Knez (1999: 17), med pisne vire štejemo tudi druge, novinarju konkurenčne medije. Zgodi se, da nek medij razkrije in objavi določeno zgodbo, drug novinar oz. drug medij pa zgodbo povzame in nadgradi z novimi informacijami.

Med pisne vire štejemo tudi medmrežje, ki postaja skoraj neizčrpen vir podatkov. "Njegova velika prednost je, da se podatki nenehno spreminjajo in zato ohranjajo aktualnost in ažurnost. Prek relativno poceni dostopa lahko novinar dobi najnovejše informacije v najkrajšem možnem času, saj je čas, ki je za novinarja izjemno pomemben, pri medmrežju praktično ničen." (Laban 2004: 39)

⁴ Prav gotovo je v svetovnem novinarstvu najbolj znan informator z imenom Deep Throat – Globoko Grlo, ki je pomagal razkriti afero Watergate.

Brez pregledovanja uradnih listin pa si je skoraj nemogoče zamišljati preiskovalno novinarstvo. Kot meni Šuen (1994: 37–39) je proučevanje dokumentov, raznovrstnih poročil in informativnega gradiva pomemben del preiskovalnega novinarstva. Pri tem omenja javne zbirke podatkov, ki so javnosti dostopne, in zaprte zbirke podatkov, ki so zaščitene z Zakonom o varstvu osebnih podatkov.

Tudi Perovič in Š. Šipek (1998: 62) poudarjata pomen pisnih virov: “Dober poročevalec se loči od slabega poročevalca tudi po tem, ali zna hitro in kvalitetno uporabljati tuje arhive in kako kvaliteten ima svoj arhiv.” Za dobrega poročevalca je po mnenju Peroviča in Š. Šipek (prav tam) izjemnega pomena lasten osebni arhiv.

3. 1. 4 Službe za odnosi z javnostmi

Grunig in Hunt (1984: 6) v znani opredelitvi odnosov z javnostmi slednje definirata kot “upravljanje komuniciranja organizacije z njenimi javnostmi”. Znotraj odnosov z javnostmi se je razvilo tudi specializirano delovanje odnosov z mediji, saj je za vsako organizacijo izjemnega pomena pozitivna podoba v medijih, ki prispeva k prepoznavnosti, uglednosti in zaupanju.

“Odnosi z mediji pa niso le služenje interesom delodajalca ali naročnika, temveč pomenijo določen način gledanja na organizacijo in na njeno vpletenost v okolje, v katerem deluje, iz katerega izhaja pregleden in družbeno odgovoren način upravljanja,” menijo Verčič in drugi (2002: 15), saj so mnoge organizacije zavezane preglednosti in javnosti. Verčič in drugi (2002: 17) pa opozarjajo tudi na razvoj vzajemno koristnih odnosov med organizacijo in njenimi javnostmi. Poudarek je torej na vzajemnosti delovanja novinarjev in praktikov za odnose z javnostmi. Etični kodeks slovenskega društva za odnose z javnostmi (1998) se v osnovnih načelih zavezuje k odgovornosti svoji vesti, delodajalcem, družbi kot celoti in poklicnim kolegom, v predgovoru kodeksa pa poudarjajo:

Odgovorno izvajanje odnosov z javnostmi je bistvena sestavina odprte družbe in demokracije; njihova zloraba lahko bistveno ogrozi pravice in svoboščine ljudi. Zato kodeks etike Slovenskega društva za odnose z javnostmi neposredno obvezuje člane Slovenskega društva za odnose z javnostmi, ti pa si prizadevajo za njegovo uresničevanje tudi pri članih drugih sorodnih društev, ko ti posegajo na področje odnosov z javnostmi, in nečlanih. (Kodeks slovenskega društva za odnose z javnostmi 1998, predgovor)

Službe za odnose z mediji imajo cilj priti v medije in predstaviti čim boljše sliko o podjetju oziroma združenju, ki ga zastopajo, novinarjev cilj pa je informirati javnost na čim boljši mogoči način. McManus (1996: 73) opozarja, da so predstavniki za odnose z javnostmi v primerjavi z novinarji bolj organizirani in specifično izučeni, S. Tapsall in C. Varley (2001: 13) pa opozarjata tudi na dejstvo, da politični piarovci ali profesionalci odnosov z javnostmi prejmejo veliko višje plačilo za svoje delo kot večina izkušenih novinarjev.

Sporočila za javnost so najpogostejša oblika posredovanja informacij javnostim prek medijev. "Z njim pogosto tudi novinarjem pomagamo pri opravljanju njihovega dela: če ga pripravimo dobro, bo novinarskih posegov v posredovano sporočilo praviloma manj," opisujejo Verčič in drugi (2002: 85). Po nekaterih raziskavah (Jager 2007: 43–44) novinarji sporočilom za javnost ne zaupajo, vendar jih kljub temu uporabljajo. Sporno je, ko sporočila za javnost postanejo stalnica novinarjevega dela, ko se jih uporablja za mašitev medijskega prostora in ko ni na voljo druge novice. Za novinarja je bistvenega pomena objavna vrednost takega gradiva in nadaljnje preverjanje oziroma dopolnjevanje. "Ker pa seveda novinarji marsikdaj želijo poročati o slabih stvareh, /.../, so službe za stike z javnostjo pogosto tudi službe, s katerimi se novinarji prepirajo, saj želijo poročati o dogodkih, ki jih njihove ustanove ne želijo videti v javnosti," menita Perovič in Š. Šipek (1998: 61).

Z ohranjanjem iste strukture besedila in govornega izhodišča se novinar odreka svoji vlogi posredovalca oziroma odbiralca. Odreka se vlogi subjekta novinarskega sporočanja. "Novice postavljajo na dnevni red praktiki za odnose z javnostmi, politiki in poslovneži, v večji meri kot ljudje z ulice, zato ker večina medijskih ustanov postavlja svoje novinarje v središča politične in ekonomske moči, kjer lahko taki viri zagotavljajo reden tok informacij." (Romano in Hippocrates v Tapsall in Varley 2001: 167)

Omeniti velja še odnos med novinarji in praktiki za odnose z mediji. Cutlip in drugi (1994: 299) menijo, da morajo praktiki zgraditi in vzdrževati razmerje medsebojnega spoštovanja in zaupanja. "Razmerje, ki je v svojem bistvu vzajemno koristno, ostaja nasprotujoče si razmerje, saj novinarji in praktiki niso v istem poslu in nimajo istih komunikacijskih namenov."

Cutlip in drugi (prav tam) navajajo pet nasvetov za boljše odnose in posledično boljšo kakovost prispevkov o organizaciji, v kateri so zaposleni:

1. Poštenost je najboljša politika v sodelovanju z novinarji.
2. Priskrbi novinarjem prispevke, ki imajo po novinarskih kriterijih visoko objavno vrednost in so v obliki za takojšnjo objavo.
3. Ne moleduj za objavo in ne kritiziraj objavljenega prispevka.
4. Ne prosi za umik novice.
5. Ne pretiravaj s prispevki brez objavne vrednosti.

3. 1. 5 Tiskovne agencije

“Tiskovne agencije imajo velik ugled med novinarji ter bralci, poslušalci in gledalci. To, kar javljajo agencije, v veliki meri tudi drži. Agencije tudi ne ločijo med manj in bolj pomembnimi dogodki oziroma njihovo uredniško sito je neprimerno bolj redko od uredniških sit posameznih novinarskih hiš.” (Perovič in Šipek 1998: 55)

Posebnosti agencijskega novinarstva bomo podrobneje opisali v naslednjem poglavju, na tem mestu bi omenili le še trend nadomeščanja novinarskih besedil z informacijami, ki jih prinašajo svetovne agencije. To je posledica zmanjševanja stroškov novinarskega dela in vse večjega krčenja števila dopisnikov iz tujine, kar “vodi v upadanje kakovosti zunanjepolitičnih vesti, saj zanašanje na štiri ali pet glavnih agencijskih virov po svetu nikakor ne prinaša pluralnosti novic,” ugotavlja V. Laban (2004: 38).

3. 1. 6 Novinarske konference

Novinarska konferenca je prav tako pogosta oblika komuniciranja služb za odnose z mediji. “Priredimo jo tedaj, kadar želimo novinarjem sporočiti pomembne informacije in jim pri tem ponudimo možnost osebnega pogovora s ključnimi predstavniki organizacije.” (Verčič in drugi 2002: 91)

Novinarske konference so popolnoma nadzorovane medijske predstavitve in spadajo med tako imenovane psevdodogodke. “Psevdodogodki prikrijejo prave politične okoliščine z realistično reprezentacijo, ki je ustvarjena zato, da ustvari politično koristne podobe.” (Bennet 2003: 142)

Seveda lahko novinarji na novinarskih konferencah svobodno postavljajo vprašanja in tako morebiti dobijo koristno informacijo v poplavi informacij, vendar, kot pišejo Verčič in drugi (2002: 93), so govorci novinarskih konferenc na to posebej pripravljeni. “Poleg vsebinskega dela moramo govorce pripraviti tudi na možna neprijetna vprašanja novinarjev.”

A problem ni v velikem številu psevdodogodkov, ampak, kot meni M. Košir (2003: 71): “Če stranke rutinsko sklicujejo novinarske konference, ne da bi imele kaj novega ali pomembnega povedati, je to njihov problem. Če novinarji avtomatično zapisujejo njihova informacijsko prazna sporočila in jih enako rutinizirano objavljajo vsa slovenska dnevna občila, je to problem slovenskega *neprofesionalnega žurnalizma*.”

V kategorijo novinarskih konferenc smo pri obravnavi rezultatov analize uvstili tudi izjave za javnost, na katerih je sama predstavitev stališč oziroma dejstev interpretirana z enega pogleda; podobno so tudi tu govorci pripravljeni na morebitna neprijetna vprašanja. Izjave za javnost pogosto dajejo praktiki za odnose z javnostmi, ki so izkušeni v izbiri pravih besed in usmerjanju pozornosti na določene vidike izjave.

3. 1. 7 Novinar na kraju dogodka

Van Dijk (1988: 86) trdi, da je najvišja garancija resničnosti neposredno opazovanje: “Takojšnjost opisovanja in bližina poročevalca dogodku je retorično zagotovilo za resničnost opisovanja in, posledično, verjetnost novice.”

Novinarska sporočila se razlikujejo od znanstvenih ali oglaševalskih besedil po navzočnosti avtorja besedila na kraju dogodka oziroma po navajanju dokazil, ki so znanega porekla, piše M. Poler (1997: 123). Tudi Strentz (1989: 118) meni, da je poročanje novinarja s kraja dogodka bistvenega pomena. “Poročevalec zbira informacije iz prve roke, z opazovanjem dogodka, namesto da o tem sliši od virov informacij. Prednosti takega poročanja so v pravočasnosti, bližini in osredotočanju na človeka.” Strentz (1989: 118–119) pa obenem našteje tudi nekaj slabosti takega poročanja:

1. Mnogo dogodkov je že vnaprej določenih (javni sestanki) in so zato predstavljeni tisti pogledi, ki so podobni pogledom uradnikov.

2. Mnogi viri informacij so se naučili kontrolirati medijske dogodke (psevdogodki), v naraščujoči pomembnosti množičnih medijev so zato dogodki ustvarjeni zato, da pridejo v novice.
3. Poročanje s kraja dogajanja je za novinarja časovno stresno, saj mora "loviti" dogajanje in tako nima časa za poglobljeno analizo, o čem poročati.

3. 2 ODGOVORNO, ETIČNO IN KAKOVOSTNO NOVINARSTVO

"Temelj novinarstva v postmoderni dobi je v vrnitvi novinarske etike z vrnitvijo novinarja kot etičnega subjekta." (Poler Kovačič 2000: 71)

Ironično je, da razprave o novinarski etiki postajajo vse bolj številne, medtem ko v praksi "opazamo nasprotno težnjo: etika izginja iz novinarskih uredništev in presoj novinarjev," piše M. Poler Kovačič (2000: 66). Fenomen, kot ga opiše avtorica, je do določene mere razumljiv. Novinar, ki pravkar začne s svojim delom, ima lahko dobre namene in želi služiti javnosti na najboljši možni način. Vendar pa, kot piše Belsey (1998: 13) o paradoksu soobstajanja industrijskega novinarstva z etičnim novinarstvom, "dobri nameni niso dovolj, saj morajo biti povezani z ujemajočimi se dobrimi dejanji".

Razmerje med informacijo in etiko je v tesni povezanosti, meni Encabo (v Sedmak 1996: 64): "/Č/e resnično verjamemo, da živimo v obdobju komunikacij, nas ne bi smelo presenetiti dejstvo, da je sama etika družbenega življenja v veliki meri odvisna od tega, kako bodo občila obravnavala informacijo in komunikacijo. Nemogoče je obravnavati moralo, ne da bi se sklicevali tudi na informacijo in komunikacijo." Če naj bodo mediji del demokratičnega procesa zaradi njihove vloge izvora in kroženja informacij in mnenj, potem bo kakovost teh informacij in mnenj bistveno vprašanje, meni tudi Belsey (v Kieran 1998: 10).

Kovach in Rosenstiel (2001: 78) navajata pet intelektualnih principov poročanja:

1. Nikoli ne dodajaj nečesa, kar se ni zgodilo.
2. Nikoli ne zavajaj občinstva.
3. Bodi čim bolj odkrit glede svojih metod in motivov.
4. Zanašaj se samo na svoje izvirno poročanje.
5. Bodi ponižen.

Kakovostno novinarstvo se velikokrat povezuje s pojmom objektivnosti. Vendar pa ta koncept kot merilo kakovostnega novinarstva ni uresničljiv. Novinarska objektivnost je ideal, "h kateremu je treba stremeti, pri tem pa se zavedati, da ni v zmožnosti človeškega pogleda, da bi jo dosegel" (Merill 1997: 120). Isti avtor (1997: 117) pa kljub temu meni, da se idealu lahko približamo s pojmom, ki sta z objektivnostjo tesno povezana: resnica in točnost. Tudi za Meyerja (1987: 50) je objektivnost ideal, h kateremu se novinar lahko najbolj približa, če le zmore videti dogodke brez poprejšnjih sodb in jih nato posredovati naprej brez dodane subjektivne interpretacije: "Poročevalec mora iskati pogled človeka z Marsa." Wilson (1996: 46) podobno meni, da objektivnost ni povsem dosegljiva, a to ne pomeni, da lahko novinar opusti idejo o čimbolj resničnem in neponarejenem informiranju.

3. 2. 1 Razvidnost vira informacij

Kodeks novinarjev Slovenije (2002) v četrtem členu govori o pomembnosti razvidnosti vira informacij: "Novinar mora, kadar je le mogoče, navesti vir informacije. Javnost ima pravico poznati vir informacije, da bi lahko ocenila njen pomen in verodostojnost. Če sicer ni mogoče pridobiti informacije, se novinar lahko dogovori o anonimnosti vira." Novinar mora v primeru, ko vir ne želi biti imenovan, sam presoditi, ali naj objavi informacijo *off the record*,⁵ ali naj informacijo pridobi pri kom drugem. Peti člen Kodeksa (2002) pa zaščiti tudi novinarja, saj sme zavrniti pričanje in razkritje vira informacij.

K. Erjavec (1999: 75) med zahtevo po preglednosti uvršča jasno navajanje vira informacij, kot je ime vira in drugi podatki, ki so neizogibni za popolno identifikacijo in avtentičnost vira. M. Poler (1997: 124) meni, da mora biti vse, česar novinar ni sam videl ali slišal na kraju dogodka, naslovniku dostopno in preverljivo na druge načine. "To pomeni, da je preverljiv vir informacij lahko novinar – očividec, uradni vir ali druga oseba, ki je zaradi navedbe identifikacijskih znakov naslovniku prepoznavna." Van Dijk (1988: 87) pa poudarja rabo citatov, saj velike večine novic ni mogoče neposredno opazovati ali opisati z neposrednim sodelovanjem. "Točnost dogodkov mora biti opredeljena na različne načine in retorična strategija je raba citatov virov."

⁵ Vir informacije želi ostati neimenovan pri posredovanju informacije zaradi različnih posledic, ki bi jih lahko prinesla navedba njegovega imena ob informaciji. Novinar v tem primeru uporabi fraze, kot so: *iz dobro obveščenih krogov, od vira, ki želi ostati neimenovan ipd.*

Z navajanjem vira informacij je povezano tudi preverjanje in spraševanje različnih virov informacij. Če se slika dogodka več virov ujema, je dogodek za bralca toliko bolj točen. K. Erjavec (1999: 12) postavlja kot možno merilo novinarske kakovosti tudi preverjanje informacij: "Bralec meni, da je najbolje informiran takrat, ko je z različnimi viri informacij kompleksno seznanjen s potekom dogodka." Podobno meni M. Košir (2003: 73), saj poudarja, da mora novinar svoja vprašanja nasloviti na čim več različnih virov informacij, "da bo tako zmožni zabeležiti izjave različnih členov aparata za ustvarjanje slike sveta". Če se novinar ne drži dosledno te norme, je bralcu posredovan diskurz vira, ki je "zamaskiran" v novinarski diskurz, ki pa ga bralec dojema drugače kot na primer nek uradni vir. I. Drame (1994: 300) tako ugotavlja, da je prisotnost uradnih virov v samem postopku (novinarjevega) dela še večja, kot se to kaže v samih besedilih. "Uradni viri se namreč v besedilih lahko s svojimi stališči pojavljajo prikrito – brez navedbe."

3. 2. 2 Resnicoljubnost in natančnost

"Resnicoljubnost je konstitutivna prvina novinarstva." (O' Neill 1992: 19)

"Resnicoljubnost je ena temeljnih moralnih vrednost," meni M. Poler (1997: 112). Pri tem pa, tako M. Poler (1997: 116), je potrebno izpostaviti razliko med resničnostjo in resnicoljubnostjo: "Resnicoljubnost pomeni našo voljo oziroma namen govoriti resnico, resničnost pa ujemanje naših izjav z dejstvi, o katerih govorijo." Avtorica (1997: 120) meni, da lahko novinar doseže cilj resnicoljubnosti z uresničevanjem naslednjih dolžnosti:

- navajanjem vira informacije,
- preverjanjem informacije,
- natančnostjo,
- zagotavljanjem vsestranskega, celovitega, raznolikega, uravnoteženega in razumljivega novinarskega sporočila,
- s prepovedjo ponarejanja in popačenja informacije ter
- z razvidno razliko med informacijo in komentarjem.

Kodeks slovenskih novinarjev (1991) je v prvem členu zahteval "resnično in neponarejeno obveščanje javnosti", v Kodeksu novinarjev Slovenije (2002) je ta

zahteva izpuščena, je pa zato v preambuli implicitno zahtevana resnicoljubnost: “Novinarji so dolžni predstavljati celovito sliko dogodkov in svoje delo, ob spoštovanju pravic drugih, opravljati natančno in vestno.” Izraz “celovita slika dogodkov” pomeni, da novinar ne sme izpuščati relevantnih informacij in da morajo biti informacije preverjene in točne. “Zahteva po resničnosti informacije je predvsem zahteva po njeni točnosti oziroma verodostojnosti.” (Poler 1997: 120) Dva bistvena pogoja za resničnost informacije sta poprejšnje preverjanje in nepristranska predstavitev informacije, meni Encabo (v Sedmak 1996: 72). Resolucija št. 1003 parlamentarne skupščine Sveta Evrope v četrtem členu določa, da je potrebno pri širjenju vesti spoštovati resnico, potem ko je bila ta obvezno preverjena (v Sedmak 1996: 79). Lambeth (1997: 41) sklene, da je pravočasna in zanesljiva informacija v demokraciji valuta moči, zato je “še posebej pomembno, da ne pride do razvrednotenja te valute. Etična vrednota resnicoljubnosti odseva kot vrednost informacije.”

Kodeks novinarjev Slovenije (2002) v prvem členu izpostavi **točnost**. “Novinar mora preverjati točnost zbranih informacij in biti previden, da se izogne napakam. Svoje napake mora popraviti in priznati.” Kot ključni kriterij novinarskega prispevka obravnava točnost tudi K. Erjavec (1999: 72). Po njenem mnenju je zaupanje občinstva do novinarjev in medijev najbolj utemeljeno ravno na kriteriju točnosti. Po Merillu (1997: 113) pa je točnost en vidik resnice, iskanje resnice pa pomemben etični imperativ novinarstva.

Norma ločevanja med komentarjem in informacijo je za bralca prav tako pomembna. Dejstva sestavljajo tiste novinarske prispevke, “ki se kažejo kot objektivna sporočila, v katerih je avtor s svojimi mnenji od predmeta distanciran in odsoten”, medtem ko mnenja tvorijo skupino subjektivnih sporočil, v katerih je avtor prisoten s svojim mnenjem (Košir 1988: 63). Tudi 11. člen Kodeksa (2002) zahteva jasno razvidno razliko med poročilom o dejstvih in komentarjem.

4. ANALIZA VIROV INFORMACIJ

4.1 DELO

Delo je slovenski dnevni časopis, ki izhaja vsak dan, tudi v nedeljo, le da se nedeljska izdaja imenuje Nedelo. Vsebinsko je urejen v štirih sklopih: politika, kultura, gospodarstvo in šport, posamezna dnevna izdaja pa navadno prinaša tudi dodatne teme in priloge.

Prva številka Dela je izšla 1. maja 1959, čeprav začetki družbe Delo segajo v leto 1955, ko je bilo v sodni register vpisano Časopisno založniško podjetje Slovenski poročevalec, ki je nastalo z združitvijo podjetij Slovenski poročevalec, Tiskarna Slovenskega poročevalca in Tovariš. Na spletni strani dela časopisa Delo piše, da je Delo d. d. “že več kot 45 let vodilno in najvplivnejše podjetje na slovenskem medijskem trgu ter pomemben oblikovalec javnega mnenja”. Po podatkih Nacionalne raziskave branosti (2007) Delo redno bereta dve tretjini vseh Slovencev z nadpovprečnimi dohodki in višjo ali visoko izobrazbo.

4.2 VEČER

Večer je dnevni časopis, ki izhaja od ponedeljka do sobote. Kot piše na spletni strani Večera, je “osrednji dnevni časopis severovzhodne Slovenije in je časnik z največ lokalnimi in regionalnimi novicami v Sloveniji”.

Začetki Večera segajo v leto 1945, ko je izšla prva številka Vestnika, neposrednega predhodnika časnika Večer, štiri leta pozneje pa je Vestnik postal dnevni časopis. Leta 1951 je izšla priloga 7 dni, septembra 1952 pa se je Vestnik preimenoval v Večer. V začetku leta 2006 je izšla prva številka Bonbona, skupne priloge dveh slovenskih časnikov, Večera in Primorskih novic, decembra 2006 pa je Večer dobil novo grafično podobo.

4.3 STA

Slovenska tiskovna agencija je začela delovati 20. junija 1991, ustanovila sta jo izvršni svet Republike Slovenije z dvotretjinskim vložkom oziroma ustanovitvenim kapitalom ter družba INI, komunikacijska skupina, d.o.o., Ljubljana, z enotretjinskim vložkom. Prvi direktor STA je bil Dejan Verčič, glavni in odgovorni urednik pa Dušan Rogelj.

Danes spremlja dogajanje v državi in po svetu, dopisnike ima v večjih mestih v Sloveniji, v tujini pa v Bruslju, New Yorku, Zagrebu, Beogradu, Rimu, Celovcu in Trstu. Sodeluje z vodilnimi svetovnimi agencijami in uporablja številne druge tuje vire. Glavne informacijske storitve STA so: splošni dnevni servis v slovenskem jeziku, splošni dnevni servis v angleškem jeziku, foto servis, dnevni bilten v slovenščini, dnevni in tedenski napovedniki dogodkov v Sloveniji in tujini, dnevni, tedenski in letni pregledi dogodkov v slovenščini in angleščini, tedenski turistični napovednik dogodkov v slovenščini in angleščini, specializirani servisi ob posebnih priložnostih, arhiv novic in fotografij ter brezplačen servis originalnih sporočil za javnost O-STA.

V diplomskem delu smo posebno mesto namenili Slovenski tiskovni agenciji. Predpostavili smo, da STA vselej navede vir informacije, saj je, kot ugotavljata V. Laban in M. Poler Kovačič (2007: 66): “Zahteva po doslednem upoštevanju pravil kakovostnega novinarskega diskurza za agencijske novinarje toliko pomembnejša, ker so njihove napake in slabe strokovne presoje (lahko) ponovljene v besedilih drugih medijev – naročnikov novinarske agencije”. V nadaljevanju bomo podrobneje predstavili, v čem se tiskovna agencija razlikuje od ostalih medijev.

4.3.1 Posebnosti agencijskega novinarstva

Množični mediji so zaradi časovnih in drugih pritiskov velikokrat “prisiljeni” v rutinizacijo in predelavo agencijskih prispevkov in sporočil za javnost. “Da bi pravočasno izpolnila svoj dnevni načrt, mora organizacija ugotoviti, kako iz spontanega narediti nepredvidljivo. Predvideti mora, kdaj in kje se bo vsak dan ‘zgodila’ določena količina možnih novic.” (Poler Kovačič 2004c: 43) V pomoč pri vsakodnevni organizaciji dela znotraj nekega medija je velikega pomena ravno tiskovna agencija. “Posebnost agencijskega poročanja je hitrost pri zbiranju, obdelavi in posredovanju informacij, saj so vesti tiskovnih agencij prvi viri, na osnovi katerih sredstva

množičnega komuniciranja obveščajo javnost o najnovejših dogodkih.” (Kristan 1994: 11)

Poseben poudarek je na zanesljivosti, tiskovne agencije namreč ne objavljajo nepreverjenih informacij. “Agencijsko novinarstvo je posebna vrsta novinarstva, saj so njegovi naslovniki večinoma domači in tuji množični mediji s specifičnimi potrebami – posredovane informacije morajo biti hitre, jedrnat, razumljive, preverjene in zato zanesljive.” (Laban in Poler Kovačič 2007: 80) Vendar je novinar, kot to opredeljuje tudi Kodeks novinarjev Slovenije (2002), dolžan preverjati čim več različnih virov informacij, kar je zaradi tržnih in časovnih pritiskov včasih težko: “V primerjavi s preiskovalnimi možnostmi informacijskih služb, kot so na primer tiskovne agencije, se novinarstvo srečuje s problemi, ki so kvantitativne narave. Konvencionalno novinarstvo ne more ponovno preveriti vseh informacij, ki jih dobi od tiskovnih agencij. Zato jim novinarstvo večinoma popolnoma zaupa.” (Erjavec 1999: 63–64) Četudi so za novinarja agencijski prispevki verodostojni, pa se lahko zgodi, da brez preverjanja, dopolnjevanja in analiziranja mediji tako ne poročajo “o samem dogodku, ampak o poročilu obveščevalca o tem dogodku” (Kunczik in Zipfel v Poler Kovačič 2004c: 138).

Tiskovna agencija skuša v čim krajšem času novico novinarsko obdelati in posredovati uporabnikom (naročnikom) servisa. “Agencijsko novinarstvo se pri pripravljanju vesti osredotoči na osnovna dejstva o dogodku, saj prav na njih uporabniki gradijo svoja besedila.” (Kristan 1994: 11) Hitrost posredovanja informacij je vplivala tudi na obliko sporočanja, tako so najpogostejši žanri predvsem kratke vesti in poročila. Kot je zapisano v zborniku *Slovenska tiskovna agencija 1991-2001*, ki ga je zbrala in uredila M. Kocijančič (2001: 79), so najpogostejši žanri: *vest* (kratka, razširjena, nadaljevalna, napovedna), *poročilo* (običajno, poročevalsko), *članek ali tema* (informativni, analitični, napovedni, ozadje), *pogovor* (klasičen, poročevalski) in *biografija* (ob imenovanju/izvolitvi, ob uspehu, ob obisku, ob smrti).

4. 4 POTEK IN REZULTATI ANALIZE

Analiza poročanja vseh treh predstavljenih medijev je potekala v treh stopnjah. Najprej smo opravili analizo prispevkov v Delu in Večeru od 27. junija 2007 do vključno 12. julija 2007. Vzorec zajema 14 izvodov od vsakega dnevnega časopisa, torej 28 časopisov.

Število prispevkov smo omejili s tematiko; ker je predmet našega zanimanja predvsem področje notranje politike, smo izbrali prispevke o notranji politiki, ki so pri izbranih časopisih večinoma zaobjeti v rubrikah Dogodki dneva (Delo) in V žarišču (Večer). Tako smo iz analize izločili poročanje o zunanjepolitičnih dogodkih. Zaradi preobsežnosti Delovih edicij in tudi pretežno bolj lokalne tematike smo iz obravnave izločili četrto stran v Delovi rubriki Dogodki dneva. Prav tako v analizo nismo vključili prispevkov interpretativne zvrsti, saj je zanje značilen subjektiven pristop novinarja, ki vrednoti oziroma komentira določen dogodek ali stanje, pri tem pa največkrat z lastnim razmišljanjem podpira zapisano in ne s sklicevanjem na različne vire.

Vire smo najprej z vidika bralca razvrstili v osem različnih kategorij:

1. Uradni viri.
2. Neuradni viri.
3. Pisni viri.
4. Sporočila za javnost.
5. Tiskovna agencija.
6. Novinarska konferenca, izjava za javnost.
7. Novinar na mestu dogodka.
8. Nerazvidno.

V drugem delu analize smo s pomočjo prispevkov STA ugotavljali, kako je novinar prišel do informacije. Pri tem se seveda zavedamo, da STA in proučevana časopisa ne pokrivata vedno istih dogodkov, vendar pa iz lastnih izkušenj⁶ sklepamo, da se velik del agencijskih prispevkov ujema s prispevki v Delu in Večeru. Prispevke STA smo podobno kot pri časnikih omejili na naslednja tematska področja: notranja politika,

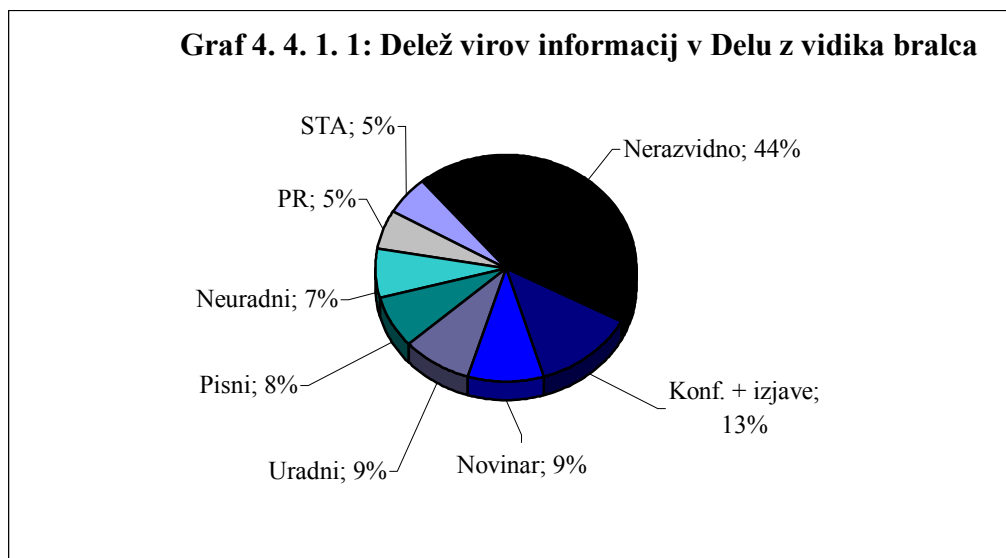
⁶ Kot honorarna sodelavka sem od februarja do junija 2007 sodelovala na gospodarskem in na notranjepolitičnem uredništvu STA.

gospodarstvo, zdravstvo, šolstvo, znanost in tehnologija. Ker je STA bolj ažuren medij kot časopis, smo pregledali agencijske prispevke od 26. junija 2007 do vključno 11. julija 2007.

V zadnjem, tretjem delu analize, smo opravili jezikovno-stilno analizo časopisnih prispevkov.

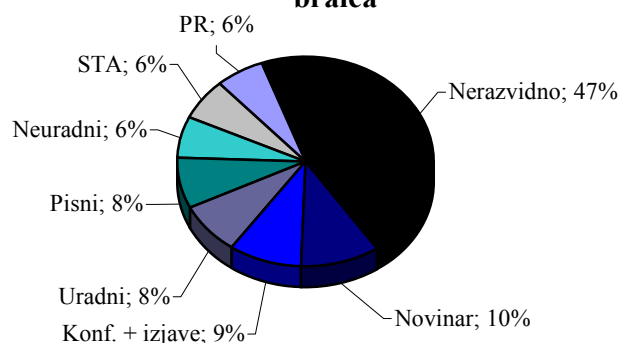
Skupno smo pregledali 653 časopisnih in agencijskih prispevkov, in sicer 203 prispevke Dela, 162 prispevkov Večera in 288 prispevkov STA. Število agencijskih prispevkov je toliko večje tudi zaradi narave dela tiskovne agencije, saj skuša biti čimbolj ažurna in zato pogosto objavi večje število prispevkov o nekem dogodku/dejstvu (dopolnjeno, ozadje, tema).

4. 4. 1 Analiza prispevkov v Delu in Večeru z vidika bralca



V Delu so bili skupno pregledani 203 prispevki, našteli pa smo 528 virov informacij. Kot lahko razberemo z Grafom 4. 4. 1. 1, je za bralca Dela v 44 odstotkih vir nedoločljiv, torej bralec ne more vedeti, kako je novinar prišel do objavljene informacije. Drugi največji delež, 13 odstotkov, zavzemajo informacije z novinarskih konferenc in iz izjav za javnost. Z devetimi odstotki sledijo novinar na mestu dogajanja kot vir in uradni viri. Delež pisnih in neuradnih virov informacij je približno enak: med sedem- in osem odstoten, tiskovne agencije (STA) in sporočila za javnost (PR) pa predstavljajo pet odstotkov vseh virov.

Graf 4. 4. 1. 2: Delež virov informacij v Večeru z vidika bralca



V Večeru je bilo skupno pregledanih 162 prispevkov, našteli pa smo 389 virov informacij. Na Grafu 4. 4. 1. 2 opazimo, da je z vidika bralca delež nerazvidnih virov v Večeru še za tri odstotke višji kot v Delu in znaša 47 odstotkov. Na drugem mestu je z desetimi odstotki vir novinar, medtem ko so pri Delu na drugem mestu novinarske konference in izjave za javnost. Te so pri Večeru z devetimi odstotki na tretjem mestu. Ostala razporeditev je v primerjavi z Delom približno enaka.

Z vidika bralca je torej vir v skoraj polovici pregledanih prispevkov nerazviden. Za pojasnila smo se obrnili na novinarje oziroma urednike novinarskih hiš. Majda Dodevska, novinarka gospodarske redakcije Dela, s katero smo opravili poglobljen intervju,⁷ je povedala, da *“je v navadi, da se navede, od kod informacija prihaja. Če gre za poročilo s tiskovne konference, se navadno v tekstu pove, da je bilo povedano na tiskovni konferenci, tudi v primeru sporočila za javnost ali pogovora z neko osebo.”* Sama v veliki večini primerov navede vir informacije. *“Vira navadno ne imenujem, če je ta sam zahteval, naj se ga ne navede, oziroma, če gre za tako imenovane off the record informacije. Te navadno preveriš še pri kakšnem drugem viru.”* Prav tako je urednik notranje politike in pomočnik odgovornega urednika Večera, Slavko Vizovšek,⁸ pojasnil, da od Večerovih novinarjev *“vedno terjamo, da navedejo vir informacije, če so te javne. Ima pa novinar pravico pri informacijah, ki bi lahko imele škodljive posledice za vir, vir zamolčati. Seveda pa v tem primeru v celoti sam odgovarja za resničnost in točnost informacije.”* Oba intervjuvanca sta tako poudarila, da se vir praviloma navede. Zanimalo nas je tudi, kakšen je na splošno njihov pogled na

⁷ Intervju smo izvedli 15. 9. 2007.

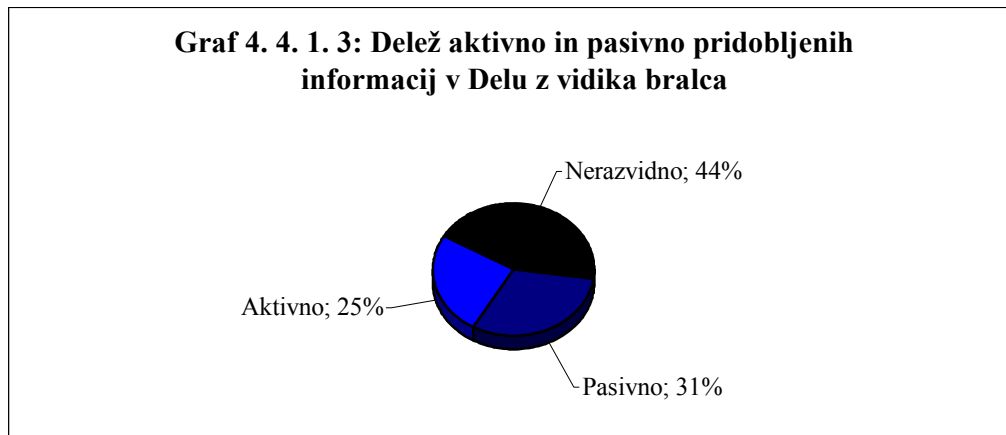
⁸ Intervju smo opravili po elektronski pošti, dne 13. 9. 2007.

pomembnost norme navajanja vira informacije. Vizovšek je menil, da je vir *“vedno pomemben, saj novinarji poročamo in pišemo predvsem o drugih. Navajanje podatkov brez virov ni verodostojno in prepričan sem, da je tudi za bralce pomembno. Verodostojnost je eden najpomembnejših atributov, s katerim si novinar in časnik oziroma medij ustvarja in zadržuje bralce.”* Majda Dodevska je podobno menila, da se ji zdi zelo pomembno, da bralec ve, od kod je neka informacije prišla. *“V nasprotnem primeru namreč bralec ne bi mogel ločiti med novinarjevim vedenjem oziroma mnenjem in informacijami, ki so mu jih drugi posredovali. Poleg tega pa dobi bralec bolj objektivno sliko o sporočilu, ki ga novinar posreduje skozi članek. Imenovanje vira informacij je po mojem mnenju ključno za oceno objektivnosti v članku posredovanih informacij.”* O pomembnosti te norme smo vprašali tudi urednika gospodarskega uredništva STA Aljošo Reharja,⁹ ki je pojasnil, da je *“s profesionalnega stališča vir vsekakor pomemben, saj ta med drugim nakazuje na relevantnost podanih informacij. Z vidika bralcev, predvsem tistih bolj površnih, pa vir v večini primerov ni pomemben, saj jih zanima samo osnovna informacija.”* Rehar je tudi zatrdil, da *“STA vedno navaja vir, tako lastno pridobljen, kot takrat, ko gre za povzemanje drugih medijev.”*

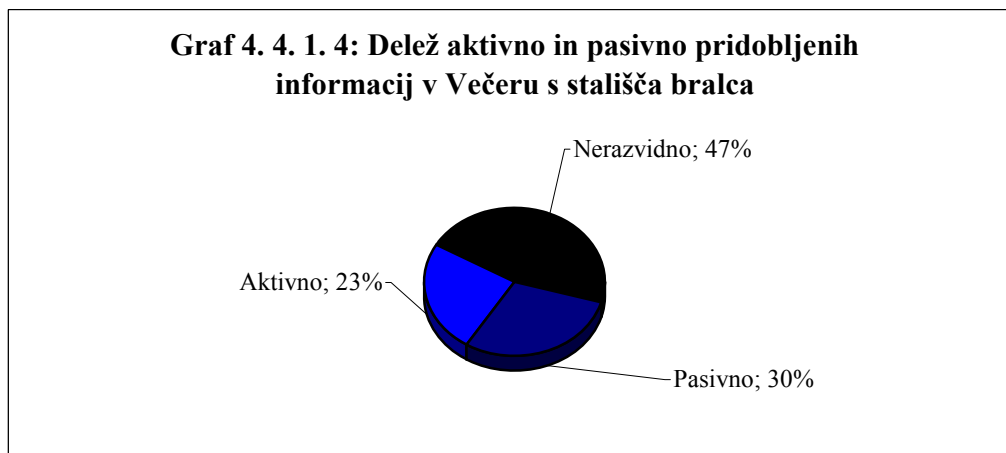
V diplomskem delu nas je zanimalo tudi, kako dosledno novinarji Dela in Večera navajajo aktivno in pasivno pridobljene informacij. S tem želimo preveriti tezo, da proučevana časnika aktivno pridobljene informacije dosledno navajata, torej da je razvidno, da so nek vir pridobili z lastnim preiskovanjem, medtem ko se pri pasivno pridobljenih informacijah skušata izogniti navajanju vira.

⁹ Intervju smo izvedli po elektronski pošti, dne 13. 9. 2007.

Na Grafu 4. 4. 1. 3 in Grafu 4. 4. 1. 4 je prikazano razmerje med pasivno in aktivno pridobljenimi informacijami po prvi stopnji analize.



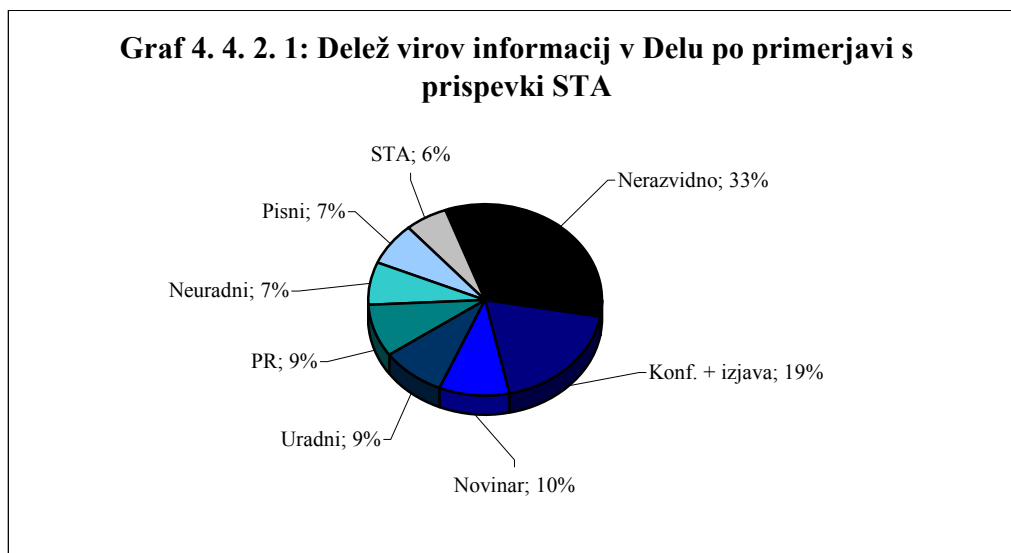
Graf 4. 4. 1. 3 prikazuje, da je pri četrtini prispevkov bralec Dela lahko sklepal, da je novinar poročal samoiniciativno. Delež pasivno pridobljenih informacij s stališča bralca znaša 31 odstotkov, pričakujemo pa, da bo po primerjavi z agencijskimi prispevki ta delež še večji.



Na grafu 4. 4. 1. 4 vidimo, da odstotek pasivno zbranih informacij pri Večeru znaša 30 odstotkov, odstotek manj kot pri Delu (graf 4. 4. 1. 3). Prav tako je za odstotek manj aktivno zbranih informacij, ki predstavljajo 23 odstotkov vseh virov informacij pri Večeru. Opazili smo, da imata časnika zelo podobno strukturo deleža nerazvidnih, aktivnih in pasivno pridobljenih informacij.

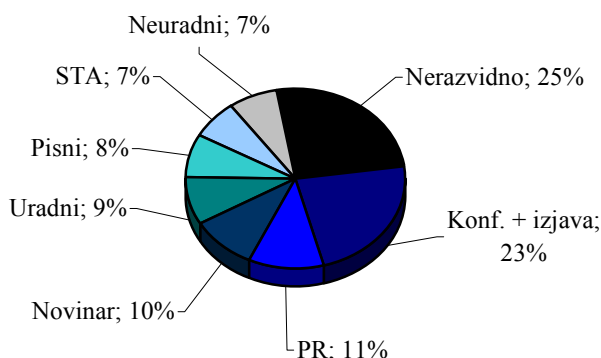
4. 4. 2 Analiza prispevkov v Delu in Večeru po primerjavi s prispevki STA

V nadaljevanju bomo prikazali rezultate druge stopnje analize. Izbrane časopisne prispevke v Delu in Večeru, ki smo jih najprej analizirali s stališča bralca, smo sedaj primerjali z agencijskimi prispevki.



Kot je prikazano na Grafu 4. 4. 2. 1, se je število nerazvidnih virov v primerjavi z analizo z vidika bralca zmanjšalo s 44 odstotkov na 33 odstotkov, kar pa je še vedno visok delež. Razlogi za to pa niso toliko v drugačni izbiri dnevnih tem, ampak v tem, da je STA informacijo pridobila preko lastnega poizvedovanja (npr.: je za STA povedal XY), v časopisih pa ni bilo razvidno, kako je bila informacija o istem dogodku oziroma dejstvu pridobljena. Deset odstotkov, kolikor znaša razlika nerazvidnih virov po primerjavi z agencijskimi prispevki, se je porazdelilo na novinarske konference in izjave za javnost (prej 13, zdaj 19 odstotkov) ter na sporočila za javnost (prej pet, zdaj devet odstotkov).

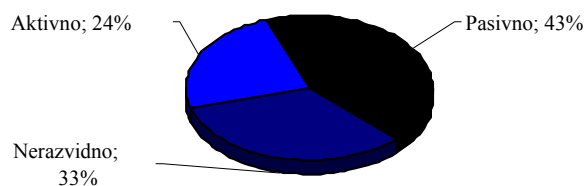
Graf 4. 4. 2. 2: Delež virov informacij v Večeru po primerjavi s prispevki STA



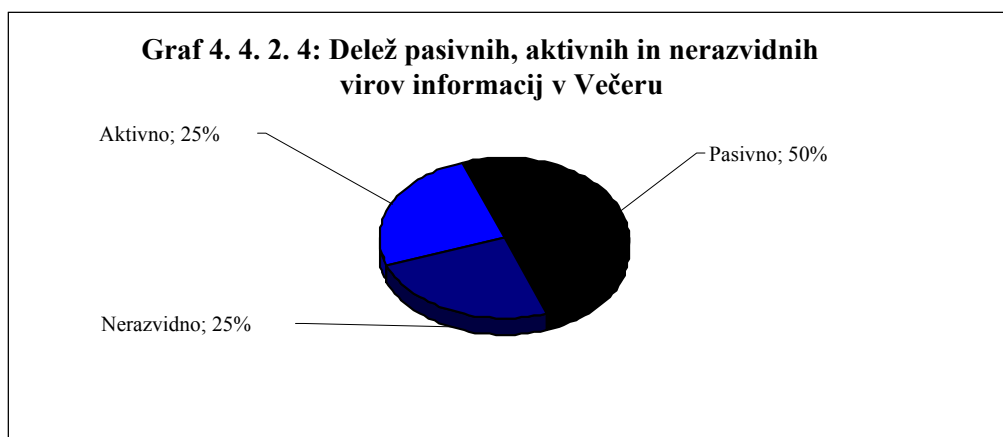
Z Grafa 4. 4. 2. 2 lahko razberemo, da se je število nerazvidnih virov v Večeru zmanjšalo (prej 47 odstotkov, zdaj 25) za večji odstotek kot pri Delu (glej Graf 4. 4. 2. 1). Podobno pa se je tudi ta delež prerazporedil na novinarske konference in izjave za javnost (prej 9, zdaj 23 odstotkov) ter na sporočila za javnost (prej 6, zdaj 11 odstotkov).

Po primerjavi časopisnih prispevkov z agencijskimi je delež nerazvidnih, pasivno pridobljenih in aktivno pridobljenih informacij v Delu sledeč:

Graf 4. 4. 2. 3: Delež pasivnih, aktivnih in nerazvidnih virov informacij v Delu



Delež pasivno pridobljenih informacij se je po primerjavi z agencijskimi prispevki povečal s prejšnjih 31 odstotkov (glej Graf 4. 4. 1. 3) na 43 odstotkov, na račun virov, ki so bili prej z vidika bralca nerazvidni. Ti so prej znašali 44 odstotkov vseh virov, po primerjavi pa znašajo 33 odstotkov.



Prav tako se je na račun virov, ki so bili prej z vidika bralca nerazvidni, delež pasivno pridobljenih informacij pri Večeru povečal s prejšnjih 30 odstotkov (glej Graf 4. 4. 1. 4) na 50 odstotkov. Delež nerazvidnih virov se je namreč zmanjšal s prejšnjih 47 odstotkov (glej Graf 4. 4. 1. 4) na 25 odstotkov.

Pri obeh proučevanih časopisih smo torej zasledili, da se nerazvidni viri po primerjavi z agencijskimi prispevki razkrijejo kot novinarske konference, izjave za javnost in sporočila za javnost. Našteti viri spadajo v kategorijo pasivega zbiranja informacij, ko zainteresirani subjekti, bodisi politične bodisi ekonomske elite, posredujejo informacijo oziroma priredijo medijsko nadzorovan dogodek, kadar hočejo in kakor hočejo. Zdi se, kot da novinarji ne želijo ustvariti vtisa, da je v novinarstvu prisotna visoka stopnja rutinizacije dela, morebiten vzrok za prikrivanje porekla informacije pa je mogoče iskati tudi v sami vlogi in podobi novinarjev. V očeh javnosti morajo namreč biti preiskovalci in ne piarovci, skrbeti morajo za medijsko zastopanost mnogih in ne le nekaterih. Po mnenju Majde Dodevske, gre v primerih, ko novinarji ne navedejo rutinsko pridobljenega vira *“predvsem za lenobo oziroma malomarnost in neodgovornost do bralcev,”* čeprav pravi, da o tem težko presoja, saj se sama poskuša držati pravila, da takšne vire navede. Slavko Vizovšek pa je na vprašanje, ali se mu zdi, da novinarji neradi napišejo, da so vir pridobili prek rutinskih kanalov, odgovoril: *“Praviloma ne. Se pa seveda vsak novinar trudi, še posebej, ko gre za tiskovne konference z veliko udeleženci, da pridobi kakšne dodatne informacije, zve kaj več kot kolegi in konkurenca. Kot urednik pa lahko rečem, da se marsikdaj novinarji tiskovk izogibajo tudi zato, ker ima redakcija in urednik tako možnost, da s primerjavo s poročili v ostalih medijih ugotavlja kakovost opravljenjega dela časnikarja.”*

Intervjuvance smo povprašali tudi po uporabi virov. Tako Vizovšek kot M. Dodevska sta na vprašanje o najpogostejših virih omenila tudi STA. *“Kadar povzemamo agencijo, tudi če to stori novinar samo v delu teksta, jih podpisujemo, kar smo po kodeksu in pogodbah, ki jih imamo z agencijami, dolžni storiti,”* je povedal Vizovšek.

Primerjava z agencijskimi prispevki je pokazala, da novinarji proučevanih časnikov nedosledno navajajo rutinsko pridobljene informacije. Že pri prvem branju novinarskih prispevkov smo postali pozorni na dejstvo, da se, ko gre za aktivno novinarsko delo, to v besedilu jasno označi. Najpogostejši avtomatizmi so: *je na vprašanje Dela/Večera odgovoril(-a), je za Delo/Večer povedal(-a), nam je povedal ...* Pri rutinsko zbranih virih informacije pa smo sicer odkrili nekaj primerov novinarskih besedil, ki se sklicujejo na novinarsko konferenco¹⁰ ali na sporočilo za javnost, vendar so taki primeri prej izjeme.

4. 4. 3 Prispevki STA v Delu in Večeru

Z natančno in sistematično analizo besedil želimo ugotoviti, ali prihaja do kršitve norme navajanja virov informacij (novinar se podpiše pod besedilo, ki je delno ali v celoti prepisano s spletne strani STA), in raziskati morebitne vzroke za take kršitve. STA ima namreč s svojimi naročniki sklenjeno pogodbo,¹¹ ki jih zavezuje k doslednemu navajanju vira uporabljenih prispevkov.

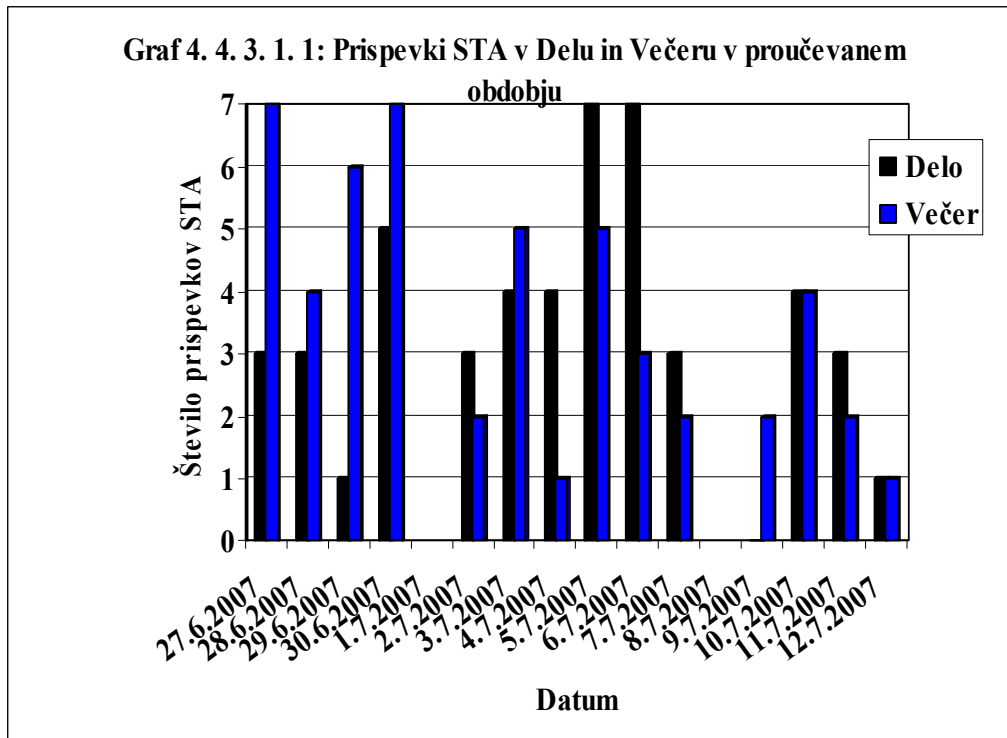
Aljoša Rehar, urednik gospodarske redakcije na STA, je o navajanju STA kot vira povedal, da *“se žal pre pogosto dogaja, da se STA ne navede. To se dogaja tako v časnikih kot na radiu”*. Tudi V. Laban (2004: 68) v raziskavi o virih informacij v novinarskih besedilih Televizije Slovenija ugotavlja, *“da novinarji tiskovnih agencij ne uporabljajo le kot informacijsko izhodišče za svoja novinarska besedila, ampak velikokrat tudi v primerih, ko se dogodka sami udeležijo, besedila tiskovnih agencij le prepíšejo in s tem prihranijo čas, vira pa v besedilu ne označijo”*.

V nadaljevanju bomo zato najprej pregledali, kako so agencijski prispevki povzeti in ali je vir vselej korektno naveden. Zanimalo nas bo, koliko je takih prispevkov, pri katerih je agencijsko besedilo v celoti povzeto s korektno navedenim virom, koliko je besedil, pri katerih je novinar uporabil agencijski prispevek zgolj za izhodišče nadaljne

¹⁰ Še vedno je v novinarski praksi pogosteje uporabljen izraz tiskovna konferenca.

¹¹ Glej prilogo D.

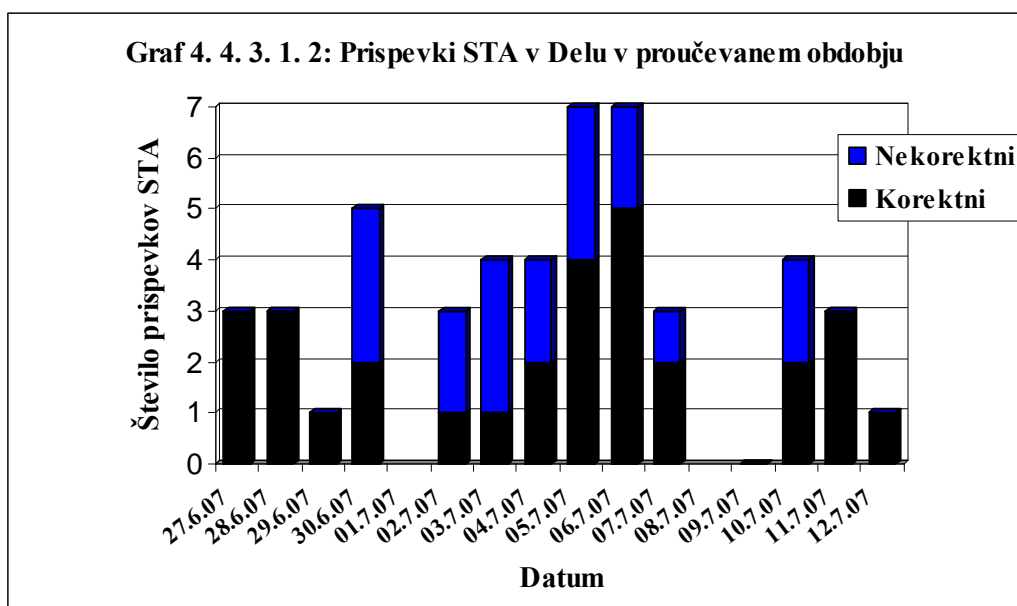
raziskave, in koliko je prispevkov, pri katerih je besedilo v celoti ali delno prepisano, oziroma malo prirejeno, vir pa ni naveden.



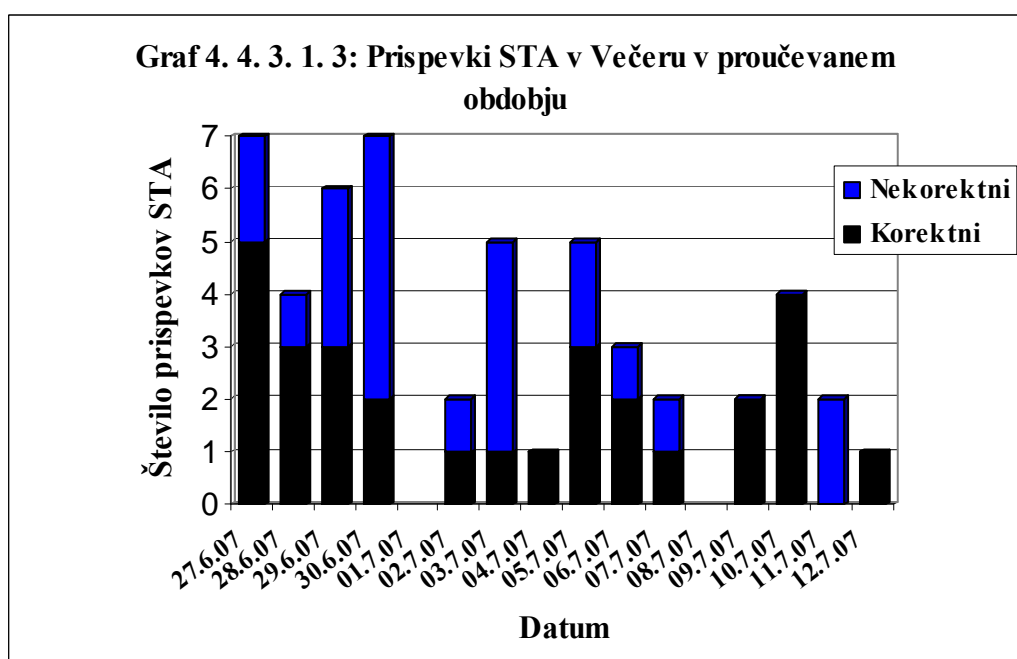
Na Grafu 4. 4. 3. 1. 1 lahko razberemo število vseh prispevkov STA v Delu in Večeru po posameznih dneh. Vključeni so tako prispevki, pri katerih je STA razvidna kot vir informacije, kot tudi prispevki, pri katerih smo s primerjavo agencijskih in časopisnih prispevkov ugotovili, da gre za povzemanje STA v delu ali v celotnem besedilu. Na Grafu 4. 4. 3. 1. 1 sta 1. in 9. julij 2007 izvezeta, saj nedeljskih izdaj Dela in Večera nismo proučevali. Opazimo lahko, da tako Delo kot Večer vsakodnevno uporabljata prispevke STA, izjema je 10. julij 2007, ko na analiziranih straneh Dela nismo odkrili nobenega agencijskega prispevka. Skupno število vseh agencijskih prispevkov v Delu in Večeru zanaša 99,¹² v Delu smo našli skupno 48 agencijskih prispevkov, v Večeru pa 51.

Prispevke smo nato razvrstili glede to, ali je vir v besedilu označen, torej korektno naveden, in ali je agencijski prispevek povzet/prepisan, vira pa v besedilu ali pod njim ni.

¹² Prispevkov STA je v celotnem časniku gotovo veliko več. Že v izbranih rubrikah obeh časnikov jih je bilo več, vendar smo jih zaradi zunanje politične tematike izločili iz analize.



Kot prikazuje Graf 4. 4. 3. 1. 2 je od skupno 48 prispevkov STA v Delu 30 takih z navedenim virom, 18 pa jih agencijske prispevke v celoti ali delno povzema brez navedbe vira. Med novinarskimi prispevki v Delu, kjer je STA navedena kot vir, smo našli le pet takih, kjer je agencijska vest dopolnjena z dodatnimi informacijami.



Na Grafu 4. 4. 3. 1. 3 so prikazani prispevki STA v Večeru. Od skupno 51 agencijskih prispevkov, jih je 29 z razvidnim virom, 22 prispevkov pa povzema STA brez navedbe vira. Le dva prispevka, kjer je STA navedena kot vir, sta dopolnjena z novinarjevim dodatnim delom.

Tako v Delu kot Večeru je sicer več prispevkov STA, kjer je vir korektno naveden, vendar pa število prepisanih prispevkov ni zanemarljivo majhno. Ugotovili smo torej, da tako Delo kot Večer pri povzemanju agencijskih prispevkov ne navedeta vselej vira informacije. Pred opravljeno analizo prispevkov smo pričakovali, da časnika pri povzemanju agencijskih prispevkov kršita normo navajanja vira informacije z izjemo vestičarske vrste, vendar smo tudi pri vestičarski vrsti našli nekaj prispevkov, pri katerih je razvidno, da je bilo agencijsko besedilo v celoti oziroma delno povzeto. Takih primerov je sicer manj kot pri poročevalski vrsti, vendar kljub temu dovolj, da tretje teze ne moremo v celoti potrditi.

5. JEZIKOVNO-STILNA ANALIZA

V diplomskem delu smo proučevali le novinarska besedila z notranjepolitično tematiko, omejili pa smo tudi novinarsko vrsto proučevanih prispevkov. Teorija novinarskega sporočanja, ki jo je zastavila M. Košir (1988) z *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*, poročevalstvo deli na informativno in interpretativno zvrst, glede na prevladujočo funkcijo. V prvo zvrst sodijo besedila vestičarske, poročevalske, reportažne in pogovorne vrste, v interpretativno pa komentatorske, člankarske in portretne vrste. To so torej vsa besedila, v katerih se uresničuje poročevalstvo kot dejavnost dnevnškega obveščanja javnosti. (Kalin Golob 2003: 50)

Poročevalska besedila delimo na poročevalna besedila, zasnovana z namenom informirati, in presojevalna besedila, ki razlagajo, razčlenjujejo, vrednotijo in prepričujejo. (prav tam) V našem vzorcu novinarskih besedil je bilo največ besedil vestičarske in poročevalske vrste, zato bomo v nadaljevanju pisali o poročevalnih besedilih, ki so "vrsta poročevalskih besedil, v katerih prevladuje informativna funkcija. Uresničujejo se s poročanjem (ubeseditveni način, slogovni postopek) kot objektivnim, stvarnim podajanjem kakega dogodka" (Kalin Golob 2003: 51).

Z jezikovno-stilno analizo želimo ugotoviti razloge za nenavajanje STA kot vira v poročevalnih besedilih. Prispevki tiskovne agencije se razlikujejo od časopisnih, prepoznavni so po značilnem novinarskem stilu, ki se je razvil ravno zaradi hitrosti pri obdelavi in posredovanju informacij. Tako sta hitrost in enostavnost pomembnejši od izvirnosti in analize, predvsem zato, ker agencije skušajo pripraviti čimveč vesti in poročil dnevno ter skušajo zadovoljiti čimveč naročnikov. Izoblikovali smo dve tezi. Pri vestičarski vrsti je morebiten razlog za nenavajanje vira stilno preoblikovanje agencijskega prispevka, ki je posledica naslavljanja drugačnega občinstva. Zadnja, peta teza, pa je povezana s poročevalsko vrsto besedil. Nenavajanje STA kot vira je lahko povezano s kompleksnostjo novinarskega prispevka v tej vrsti in tudi s samo tematsko zgradbo besedila. Opirali se bomo predvsem na kriterije besedilnosti,¹³ kot jih

¹³ V analizi poročanja slovenskih dnevnikov o različnih mnenjih glede vstopa Slovenije v Nato a M. Kalin Golob (2004: 706) izpostavi pomembnost kriterijev besedilnosti : "Naloga novinarja ni nizanje citatov in sestavljanje mozaika iz izjav enega ali več politikov, ampak pisanje koherentega in berljivega

opredeljujeta de Beaugrand in Dressler (1992). V poročevalski vrsti, kjer je STA le eden izmed mnogih virov informacij, bi zaradi pogostega navajanja vira lahko prišlo do preobloženosti besedila in s tem zmanjšane informativnosti teksta. Da je branje s pretirano doslednostjo virov oteženo, ugotavljata V. Laban in M. Poler Kovačič (2007: 81) v raziskavi poročevalske sklicevalnosti v agencijskih besedilih: “Novinarji STA se v besedilih pogosto sklicujejo na poročanje drugih, tujih agencij ali medijskih hiš, zato v številnih primerih prihaja do zanimivega pojava dvojnega ali celo trojnega sklicevanja, ki doslednost pri navajanju virov informacij lahko pripelje do prezapletenega in težko razumljivega besedila.” Skušali bomo torej ugotoviti, ali novinarji za doseglo boljše besedilnosti opuščajo dosledno navajanje STA kot vira informacije.

Preden začnemo s samo analizo besedil, bomo predstavili relevantna teoretična izhodišča.

5. 1 STILISTIKA POROČEVALSTVA IN POROČEVALSKI STIL

Stilistika je veda o stilu kot načinu izražanja in oblikovanja, je nauk o izboru in načinu rabe jezikovnih, nejezikovnih ali umetniških sredstev in postopkov, uveljavljenih v sporočanju. Stilistika poročevalstva pa se nanaša na del jezikovne stilistike, ki proučuje delovanje in prilagajanje jezika posebni funkciji poročevalstva, pri čemer je s funkcijo mišljen status, ki ga podelimo jezikovnemu sredstvu z namenom sporočanja. (Korošec 1987)

Pri opredeljevanju termina poročevalski stil¹⁴ je Korošec (1998: 10–11) izhajal iz stališča, da je časopisni stil treba nadomestiti z natančnejšim poimenovanjem, saj so ista merila pri presojanju časopisnih in umetniških besedil neustrezna. “Treba je dokazati, da gre v časopisnih besedilih za posebno funkcijo in da so se ji zato oblikovala primerna jezikovna sredstva.” V poimenovanju poročevalski stil, ki se kaže kot proizvod novinarske dejavnosti, je zajeto vse, kar teorija novinarskega sporočanja zajema s stalnimi oblikami novinarskega sporočanja: z zvrstmi, vrstami in žanri. Novinarska

besedila, pri čemer drugi načini navajanja virov ali povzemanje ne pomenijo neobjektivnega prenašanja, ampak kažejo na večšost novinarjevega ubesedovanja in obvladovanje žanru ustrezne stilizacije.”

¹⁴ Slovar slovenskega knjižnega jezika (SSKJ) stil opredeljuje kot: *kar je določeno z izborom in uporabo izraznih, oblikovanih sredstev v posameznem delu ali v več delih.*

dejavnost sama po sebi namreč nima stila, ampak ga imajo šele besedila kot proizvod te dejavnosti. (Korošec 1998: 12–13)

5. 2 TEMELJNI POJMI BESEDILOSLOVJA

Besediloslovje SSKJ opredeljuje kot *nauk o splošnih lastnostih besedila in o vrstah besedil*. Veda, ki v središče postavlja besedilo kot enoto sporočanja upošteva tri vrste razmerij: razmerje znakov do dejanskosti (pomen), razmerje znakov do drugih znakov (skladnja) in razmerje med uporabnikom in znaki (pragmatika). (Korošec 1998: 312) Avtor (prav tam) meni, da besediloslovje in stilistika poročevalstva zmeraj bolj stopata z roko v roki, saj stilni pojavi poročevalskega, publicističnega stila dobijo veljavo v luči besediloslovja.

5. 2. 1 Besedilo in besedilnost

S. Hudej (1994: 10) besedilo označuje kot “omejeno zaporedje jezikovnih znakov, ki mora biti koherentno in mora kot celota signalizirati spoznavno komunikacijsko funkcijo, imeti mora sporočilno vlogo, opravljati mora neko nalogo.” V jezikoslovju sicer obstajajo različne definicije besedila, toda nobena ni splošno veljavna, vse pa za najvišjo enoto jezikoslovnega preučevanja priznavajo besedilo in ne stavka.

Pojem besedilnost pa se nanaša na sestavine besedila, ki morajo biti medsebojno skladijsko in logično povezane, hkrati pa moramo v besedilu prepoznati sporočevalčev namen.

V diplomskem delu bomo besedilnost obravnavali po kriterijih besedilnosti, kot jih opredeljujeta de Beaugrand in Dressler. Avtorja (1992: 12) besedilo definirata kot komunikacijsko pojavitev, ki izpolnjuje sedem kriterijev besedilnosti. Če eden izmed njih manjka, velja, da besedilo ni komunikativno.

5. 2. 2 Kriteriji besedilnosti

De Beaugrand in Dressler (1992: 12–18) opredelita naslednje kriterije besedilnosti:

- 1. Kohezija:** je povezovanje površinskih elementov in temelji na slovničnih odvisnostih. Besedilo je lahko tudi skladijsko pravilno, a če ne dosega koherence, ne izpolnjuje kriterijev besedilnosti.

2. **Koherenca:** je vsebinska, tematska in logična povezanost besedila.
3. **Namernost:** je težnja tvorca besedila, da koherentno in kohezivno sporoča svoj namen.
4. **Sprejemljivost:** je pripravljenost bralca, da iz besedila razbere zanj koristne in relevantne informacije. Pripravljenost je odvisna tudi od tipa besedila, socialnega ali kulturnega okolja in zaželenosti ciljev.
5. **Informativnost:** je količina pričakovanosti oziroma nepričakovanosti ali znanosti oziroma neznanosti predstavljenih sestavin besedila.
6. **Situacijskost:** pomeni dejavnike, ki napravijo besedilo glede na komunikacijsko situacijo relevantno.
7. **Medbesedilnost:** za razumevanje novega besedila moramo poznati že znane vsebine. Smisel in pomembnost besedila sta namreč odvisna od poznavanja besedila in prilagajanja razvijajoči se situaciji.

Beaugrand in Dressler (1992: 18) opisane kriterije pojmujeta kot “konstitutivna načela komunikacije s pomočjo besedil: ta določajo in ustvarjajo kot besedilno komuniciranje prepoznavno vedénjsko obliko, ki se lahko ruši, če ta načela niso upoštevana.” Avtorja (prav tam) pa govorita tudi o urejevalnih načelih, ki nadzorujejo besedilno komunikacijo, a je ne definirajo in naštejeta tri taka načela:

1. Učinkovitost besedila: je odvisna od možnosti majhne stopnje truda in naprezanja udeležencev v komunikaciji pri uporabi besedila.
2. Efektivnost besedila: je odvisna od tega, ali besedilo napravi močan vtis in ustvarja ugodne razmere za doseg cilja.
3. Ustreznost besedila: izhaja iz usklajenosti med situacijskim kontekstom in načinom, kako so kriteriji besedilnosti dejansko upoštevani.

Množični mediji agencijska besedila v skladu s svojimi poslušalci/bralci/gledalci ustrezno prirejajo mediju primerno. V našem primeru bomo pogledali, kakšne so te spremembe v dveh proučevanih časnikih. Osredotočili se bomo predvsem na prva dva opisana kriterija: kohezijo in koherenco, čeprav je potrebno poudariti, da je v luči de Beaugranda in Dresslerja potrebno upoštevati vse kriterije, da je besedilo komunikativno.

Kohezija je način, kako so sestavine površinskega besedila znotraj niza povezane med sabo. Temelji na slovničnih odvisnostih, ki so v površinskem besedilu glavni signal za razbiranje pomenov in jezikovnih rab. "Vse funkcije, ki jih uporabimo za signaliziranje odnosov med površinskimi elementi, so zajete v našem pojmu kohezije." (Beaugrand in Dressler 1992: 12) Za učinkovito komunikacijo pa ni dovolj sama površina besedila, potrebna je tudi interakcija med kohezijo in preostalimi kriteriji besedilnosti.

Koherenca je razločevalna lastnost besedila. Dosežemo jo s skladijskopomensko povezavo med posameznimi deli besedila in z logičnopomensko povezavo med temami v besedilu. Slovnična koherenca je skladijskopomenska povezanost posameznih sestavin:

- slovnična povezanost je lahko v besedilu opuščena, toda vseeno govorimo o koherenci (lahko je vzpostavljena na nivoju tematske povezanosti);
- slovnična povezanost je lahko tesna, a besedilo kljub temu ni koherentno (ne moremo določiti logičnopomenskega razmerja med posameznimi temami in funkcijami besedila).

Koherenca ni toliko značilnost samih besedil, temveč prej rezultat kognitivnih procesov besedilnih uporabnikov. De Beaugrand in Dressler (1992: 14–15) tako govorita o pojmu in relaciji: pojem lahko definiramo kot konstelacijo védenja, ki se jo da z večjo ali manjšo enotnostjo in stalnostjo aktivirati ali priklicati v zavest, relacija pa so vezni členi oziroma vezi med pojmi, ki v besedilnem svetu nastopajo skupaj; vsak vezni člen naj bi bil nosilec oznake pojma, na katerega je vezan. Že samo nizanje dogodkov situacij v besedilu aktivira operacije, ki kohrenčne odnose bodisi prikličejo v spomin bodisi jih ustvarijo. Koherenca opozarja na naravo znanosti o besedilih kot o človekovi dejavnosti, smisel namreč še ne izhaja iz teksta samega, temveč iz interakcije med vedenjem, predstavljenim v besedilu, na eni strani, in shranjenim vedenjem o svetu posameznega uporabnika jezika na drugi. (prav tam) Ali kot meni M. Ožbot (2006: 40), ki koherenco opisuje kot temeljno besedilno kategorijo, koherenca nikakor ni zgolj objektivna lastnost besedil, ampak je produkt sodelovanja med avtorjem in sprejemnikom.

5. 3 ANALIZA VESTI

Vesti smo razdelili glede na to, kako je navedena STA kot vir.

5. 3. 1 Agencijsko besedilo služi kot izhodišče za časopisno vest

V to skupino smo uvrstili vesti, pri katerih je STA jasno razvidna kot vir informacij bodisi v delu besedila, če povzema le določen del agencijskega prispevka, bodisi na koncu časopisne vesti, če je agencijski prispevek v celoti povzet. Prav tako so agencijske vesti v tej skupini še dodatno preverjene, oziroma, novinar je dopolnil informacijo z aktivnim novinarskim delom.¹⁵ Skupno smo našli tri take vesti v Delu in eno v Večeru. Število dodatno dopolnjenih oziroma preverjenih vesti (4 od 55) kaže, da novinarji zaupajo agencijskim vestem, lahko pa to pomeni tudi, da novinarji pogosto nimajo časa za preverjanje oziroma dopolnitve.

5. 3. 2 Vest povzema agencijsko besedilo, vir je razviden

V tej skupini so časopisne vesti, pri katerih je STA korektno navedena kot vir informacij, vest pa je z manjšimi popravki enaka agencijski vesti. Najpogostejši popravki, ki smo jih opazili, so:

- krajšanje naslovov,
- krajšanje dolžine vesti,
- sprememba časovnih prislovov,
- prilagajanje zapisov števnikov in kratic,
- razni stilni popravki (zamenjava besed, uporaba stilno nezaznamovanih jezikovnih sredstev ...).

Odkrili smo tudi, da se, kljub krajšanju in popravljanju besedil, velikokrat vrinejo iste napake, kot so v agencijski vesti:¹⁶

➤ STA: V postopku preverjanja je bilo ugotovljenih 85 primerov predložitve ponarejenih listin, od tega največ (80) iz Slovenske vojske in pet iz drugih delov ministrstva, je pojasnil minister za obrambo Karl Erjavec. 75 zaposlenim, pri katerih so ugotovili ponarejene listine, je delovno razmerje prenehalo, za deset pa še tečejo postopki, saj nimajo podatkov o pristnosti listine, je dejal. Pri vseh 85 primerih je šlo sicer za listine, vložene ob zaposlitvi v obdobju od 1991 do 2004. Da so se lahko zaposlovali ljudje s ponarejenimi dokazili o izobrazbi, Erjavec **pripisujejo** temu, da se ob zaposlitvi pristnost listin ni preverjala. (Državni zbor; Erjavec: Zaradi ponarejenih spričeval 75 prenehala zaposlitev; 5. 7. 2007)

¹⁵ Glej primera vesti iz te skupine v prilogi A in B.

¹⁶ Spremembe so označene z podčrtaji, iste napake pa z odebeljenim tiskom.

➤ *VEČER: V postopku preverjanja je bilo ugotovljenih 85 primerov predložitve ponarejenih listin, od tega največ (80) iz Slovenske vojske in pet iz drugih delov ministrstva, je včeraj odboru za obrambo pojasnil minister za obrambo Karl Erjavec. Petinsedemdestim zaposlenim, pri katerih so ugotovili ponarejene listine, je delovno razmerje prenehalo, za deset pa še tečejo postopki, saj nimajo podatkov o pristnosti listine, je dejal. Pri vseh 85 primerih je šlo sicer za listine, vložene ob zaposlitvi v obdobju od 1991 do 2004. Da so se lahko zaposlovali ljudje s ponarejenimi dokazili o izobrazbi, Erjavec **pripisujejo** temu, da se pristnost listin ob zaposlitvi ni preverjala. (Kar 75 jih je zaradi ponarejenih spričeval ob zaposlitev, 6. 7. 2007, 2. stran)*

V to skupino smo uvrstili 20 vesti iz Dela in 22 vesti iz Večera, skupno torej 42 vesti.

5. 3. 3 Vest povzema agencijsko besedilo, vir ni razviden

V to skupino smo uvrstili vesti, ki v celoti ali delno povzemajo agencijsko besedilo, vir pa v besedilu ali pod njim ni označen. Namesto sklicevanja na agencijski vir smo ponekod opazili izražanje domneve o nezanesljivosti.¹⁷

Množični mediji za lastne potrebe priredijo agencijska besedila in zato smo v četrti tezi zastavili domnevo, da se nenavajanje vira pri besedilih vestičarske vrste lahko pojavi zaradi stilnega preoblikovanja agencijskega besedila. Poglejmo nekaj primerov:

➤ *STA: Srečanja skupščine Zahodnoevropske unije (WEU) ter srečanja odborov za obrambo nacionalnih parlamentov članic Evropske unije med predsedovanjem Slovenije uniji v slovenskem parlamentu ne bo, je danes sklenil kolegij predsednika DZ Franceta Cukjatija. Brez podpore je ostal tudi predlog, da bi v aktivnosti v času predsedovanja vključili tudi odbor za notranjo politiko. /.../ Kljub temu pa nobeden izmed predlogov na kolegiju ni dobil zadostne podpore, saj so se za organizacijo dogodkov zavzeli le v opozicijskih SD, LDS, NP, SNS in koalicijski DeSUS. /.../ (Državni zbor / Evropska Unija; Srečanja odborov za obrambo članic EU med predsedovanjem ne bo; 6. 7. 2007)*

➤ *DELO: Večina članov kolegija predsednika državnega zbora Franceta Cukjatija je na včerajšnji seji zavrnila predlog za pripravo srečanja skupščine Zahodnoevropske unije ter srečanja odborov za obrambo nacionalnih parlamentov članic Evropske unije med predsedovanjem Slovenije Uniji v slovenskem parlamentu. Brez podpore je ostal tudi predlog, da bi v dejavnosti med predsedovanjem vključili tudi odbor za notranjo politiko. Za organizacijo dogodkov so se zavzeli le v opozicijskih SD, LDS, NP, SNS in koalicijski DeSUS. (Kolegij zavrnil pripravo srečanja odborov za obrambo članic EU; 7. 7. 2007, 2. stran)*

¹⁷ Nezanesljivost pri sklicevanju se na jezikovni ravni izraža besedno (baje, najbrž) in morfemsko (naj bi + deležnik na -l). (Kalin Golob 2003: 117–120)

Opazimo lahko, da je časopisna vest skoraj enaka agencijski, le da je časopisna vest bolj strnjena. Izkušen novinar, ki novico prebere na STA, potrebuje le malo časa, da jo priredi, oziroma jo premisli in jo nato le malo popravi. Ali gre tu za kršitev norme navajanja vira informacije, je težko reči, saj bi novinar lahko tudi sam prišel do te informacije na kakšen drug način. Struktura stavkov pa je kljub temu zelo podobna, prav tako so po istem vrstnem redu našteje opozicijske stranke, tako da lahko domnevamo, da je novinar preprosto priredil agencijsko vest in jo potem, zaradi spremenjene formulacije, podpisal, kot da gre za njegovo delo. Časopisna vest se od agencijske najbolj izrazito razlikuje po dolžini, saj agencijska vest podrobneje razloži, kaj se je dogajalo na srečanju kolegija, medtem ko se Delova vest osredotoči le na najnujnejše informacije. Poleg spremenjenega zapisa unija v *Unija*, je novinar Dela aktivnosti med predsedovanjem spremenil v *dejavnosti med predsedovanjem*.

Podobno opazimo v drugem primeru:

➤ STA: Vlada je danes sprejela besedilo sporazuma o pravnem položaju Islamske skupnosti v Sloveniji in pooblastila predsednika komisije vlade za reševanje odprtih vprašanj verskih skupnosti, ministra za pravosodje Lovra Šturma, da v njenem imenu podpiše sporazum, je na novinarski konferenci po seji vlade povedal tiskovni predstavnik vlade Valentin Hajdinjak. Slovesni podpis sporazuma bo v ponedeljek. Sporazum vsebuje točke, ki zadevajo svobodo delovanja Islamske skupnosti, pravno osebnost te skupnosti, svobodo pri organizaciji in izvajanju verske in vzgojne dejavnosti ter jurisdikcije, svobodo pri oblikovanju struktur Islamske skupnosti in imenovanju njihovih nosilcev ter svobodo pri navezovanju in ohranjanju stikov. /.../ (Notranja politika; Vlada sprejela besedilo sporazuma o Islamski skupnosti; 4. 7. 2007)

➤ DELO: Vlada je potrdila tudi besedilo sporazuma o pravnem položaju Islamske skupnosti v Sloveniji in pooblastila predsednika komisije vlade za reševanje vprašanj verskih skupnosti, ministra za pravosodje Lovra Šturma, da v ponedeljek v njenem imenu podpiše sporazum. Ta vsebuje točke, ki zadevajo svobodo delovanja Islamske skupnosti, pravno osebnost te skupnosti, svobodo pri oblikovanju struktur Islamske skupnosti in imenovanju njihovih nosilcev ter svobodo pri navezovanju in ohranjanju stikov. (Vlada potrdila besedilo sporazuma o Islamski skupnosti; 5. 7. 2007, 2. stran)

Agencijsko besedilo izhaja iz novinarske konference, medtem ko pri Delovi vesti ni razvidno, kako je novinar prišel do informacije. Ponovno je agencijska vest daljša, časopisna pa bolj strnjena. V tem drugem primeru lahko še bolje vidimo, da sta formulacija stavkov in struktura besedila izrazito podobni, razlikujeta se le v nekaj prislovih; iz agencijskega besedila je izločen časovni prislov danes; informacija je na novinarski konferenci po seji vlade povedal tiskovni predstavnik vlade Valentin Hajdinjak je

izpuščena, namesto tega sta povedi iz agencijske vesti združeni v eno samo; namesto Vlada je sprejela je v Delovi vesti *Vlada je potrdila*. Ponovno lahko sklepamo, da je novinar agencijsko besedilo prebral in skušal osnovno informacijo prirediti za Delove bralce.

Primer povzete agencijske vesti v Večeru:

➤ STA: Predsednik aktiva novinarjev časnika Delo Peter Kolšek je za STA povedal, da je bil danes seznanjen s sklepom uprave, da zaradi odstopa sedanjega odgovornega urednika časnika Petra Jančiča za novega odgovornega urednika predlaga Janeza Markeša. Po Kolškovih besedah naj bi bila predstavitev v petek, nato pa naj bi prihodnji teden aktiv glasoval in pripravil mnenje. Jančič pred tem informacije, da naj bi odstopil s položaja odgovornega urednika, za STA ni želel potrditi ali kako drugače komentirati. Z uprave Dela pa so popoldne sporočili le, da bo uprava v skladu s statutom družbe začela postopek za imenovanje novega odgovornega urednika Dela. Do nadaljnjega bo funkcijo odgovornega urednika še naprej opravljal Jančič. Sedanji odgovorni urednik tednika Mag Janez Markeš je za STA povedal, da je po pogovorih sprejel kandidaturu in bo novinarjem v kratkem predstavil svoj program. Po Kolškovih besedah naj bi bila predstavitev v petek, nato pa naj bi prihodnji teden aktiv glasoval in pripravil mnenje. Izid glasovanja sicer ni odločujoč, saj mnenje aktiva uprave ne zavezuje. /.../ 94-odstotni lastnik Dela je Pivovarna Laško. Lastniki Dela so na skupščini 28. maja razrešili dotedanje člane nadzornega sveta, predstavnike kapitala ter imenovali tri nove člane: Andrijano Starino Kosem, Stojana Zdolška in Rebeko Lah. Predsednica nadzornega sveta Starina Kosmova je takrat dejala, da nadzorni svet upravo Dela podpira v vseh njenih načrtih, strinja se tudi z oceno uprave, da bodo potrebne nekatere uredniške spremembe. (Notranja politika; Novinarjem Dela se bo v petek predstavil Markeš; 26. 6. 2007)

➤ VEČER: Predsednik aktiva novinarjev časnika Delo Peter Kolšek je včeraj pojasnil, da je prejel sklep uprave, da je sedanji odgovorni urednik časnika Peter Jančič odstopil, zato vrh družbe, ki jo vodi Danilo Slivnik, za novega odgovornega urednika predlaga Janeza Markeša, zdaj še odgovornega urednika Delovega tednika Mag. Kot so dejali v aktivu novinarjev Dela, se bo Markeš novinarskemu kolektivu najverjetneje predstavil že ta petek, prihodnji teden pa bo aktiv o kandidatu za vodenje Dela glasoval in pripravil mnenje, ki pa za upravo ni zavezujoče. Medtem ko je Markeš potrdil, da je kandidaturu sprejel in da bo v kratkem predstavil svoj program, pa Jančič informacije o odstopu ni želel komentirati. Jančič naj bi sicer uredniške naloge opravljal do imenovanja novega urednika, najverjetneje do 1. avgusta. Sicer pa so bile spremembe v uredništvu Dela napovedane že ob zadnjih menjavah v nadzornem svetu družbe, ko je prva nadzornica Dela na predlog večinskih lastnikov Dela, Pivovarne Laško, postala nekdanja državna sekretarka na gospodarskem ministrstvu Andrijana Starina Kosem. (Jančič odhaja, Markeš prihaja; 27. 6. 2007, 2. stran)

V tem primeru prav tako ne vemo, kako je novinar Večera prišel do informacije, jasno pa je, da ne z aktivnim novinarskim delom, saj, kot smo pokazali v prvem delu analize, oba časnika jasno navedeta, če je neka informacija pridobljena z aktivnim novinarskim delom. Iz agencijske vesti lahko opazimo, da je večkrat poudarjeno, da je informacijo

pridobila STA z lastnim spraševanjem, tako da lahko sklepamo, da je novinar Večera agencijsko vest prepisal, vira pa v besedilu ali pod njim ni označil. Spremembe, ki so bile opravljene na agencijski vesti, so:

- sprememba trpnika v tvornik: je bil seznanjen s sklepom uprave → *je prejel sklep uprave*; zaradi odstopa → *je odstopil*.

- način pridobitve informacije ni razviden: je za STA povedal → *je včeraj pojasnil*; Jančič za STA ni želel potrditi ali kako drugače komentirati → *Jančič ni želel komentirati*; Markeš je za STA povedal → *Markeš je potrdil*.

- krajšanje: Izid glasovanja sicer ni odločujoč, saj mnenje aktiva uprave ne zavezuje → *glasoval in pripravi mnenje, ki pa za upravo ni zavezujoče*.

Novinar je z navedenimi besedami, predvsem s spremembo glagolskega vida, skušal narediti vest bolj živo in jo preurediti za bralce časopisa.

Poglejmo si še en primer iz Večera:

➤ STA: Mandatno-volilna komisija državnemu zboru predlaga, naj poslancu SNS Zmagu Jelinčiču ne podeli poslanske imunitete. Jelinčiča, ki se na današnji zaprti seji na imuniteto ni skliceval, tako čaka kazenski postopek zaradi domnevnega žaljenja policijskih veteranov ter civilna tožba upokojenega generala JLA Milana Aksentijeviča. Milan Aksentijevič je namreč zoper Jelinčiča vložil civilno tožbo zaradi njegovih domnevno žaljivih besed, izrečenih na seji državnega zbora 29. januarja ob postavljanju vprašanj predsedniku vlade v zvezi z merili pri podeljevanju slovenskega državljanstva. Jelinčič je namreč tedaj dejal, da "lahko dobijo državljanstvo taki ljudje, kot je gospod Aksentijevič, ki se je boril proti Sloveniji". Aksentijevič je zoper Jelinčiča vložil tožbo zaradi kaznivega dejanja žaljive obdolžitve. Okrožno tožilstvo v Ljubljani pa je zoper poslanca vložilo obtožbo zaradi domnevnega kaznivega dejanja razžalitve policijskih veteranov. Jelinčič naj bi nareč januarja na Koroškem radiu izjavil, da je vsaj polovica policistov v času osamosvajanja Slovenije sodelovala z bivšo Jugoslavijo. (Državni zbor; Jelinčiča čaka kazenski postopek zaradi domnevnega žaljenja policistov; 4. 7. 2007)

➤ VEČER: Poslanca SNS Zmaga Jelinčiča, **ki velja za prvaka med poslanci po številu obravnav o morebitni podelitvi poslanske imunitete, kot vse kaže, čakata še vsaj dva obiska na sodišču**. Člani parlamentarne mandatno-volilne komisije so včeraj sklenili, da bodo parlamentu predlagali, naj mu prihodnji teden ne podeli poslanske imunitete, in to **kar** v dveh postopkih. Na ljubljanskem okrožnem sodišču je nekdanji častnik JLA Milan Aksentijevič zoper poslanca vložil zasebno tožbo zaradi kaznivega dejanja žaljive obdolžitve. Jelinčič je na januarski parlamentarni seji ob postavljanju vprašanja predsedniku vlade Janezu Janši o merilih za podeljevanje slovenskega državljanstva med drugim dejal, da "lahko dobijo državljanstvo taki ljudje, kot je gospod Aksentijevič, ki se je boril proti Sloveniji." Ljubljansko okrožno tožilstvo pa je zoper Jelinčiča vložilo obtožbo zaradi domnevnega kaznivega dejanja razžalitve policijskih veteranov. Očitano mu dejanje naj bi bil poslanec SNS, ki se na včerajšnji seji ni skliceval na imuniteto, zagrešil, ko naj bi bil prav tako januarja na Koroškem radiu dejal, da je vsaj polovica policistov v času osamosvajanja sodelovala z bivšo Jugoslavijo. (Jelinčiča čakata še dva sodna postopka; 5. 7. 2007, 2. stran)

Struktura vesti in stavkov je tudi v tem primeru podobna, le da je novinar Večera večkrat uporabil subjektivno oceno (odebeljeni tisk) in s tem izrazil svoje mnenje o dogodku, kar je v vestičarski vrsti še posebej nedopustno. Ta zadnji primer tudi najbolj pritrjuje naši tezi, da je morebiten razlog za nenavajanje vira v vestičarski vrsti stilno preoblikovanje vesti. V tem primeru lahko vidimo, da je formulacija agencijskega besedila za časopisno besedilo nekoliko toga, časopis, ki mora bralca prepričati v nakup, pa želi vest napisati v bralcu zanimivejši obliki. Zakaj se novinar v tem primeru ne poslužuje podpisa pod besedilom, kot bi bila najboljša rešitev, ni jasno. Morebitni razlog pa je, da medij ne želi pokazati velike odvisnosti od agencijskih prispevkov. V to skupino smo uvrstili štiri vesti iz Dela in devet vesti iz Večera, torej skupno 13 vesti.

Odkrili smo, da je sicer veliko več vesti, kjer je STA navedena kot vir (skupno 46), kot vesti, kjer gre za povzemanje brez navedbe vira (skupno 13). Upoštevati pa je treba omejen obseg proučevanja diplomskega dela, saj smo proučili le novinarska besedila informativne zvrsti notranjepolitične tematike v dveh rubrikah dnevnih časopisov. Tu vidimo tudi možnost nadaljnega raziskovanja, ki bi pokazalo, koliko novinarji dejansko povzemajo agencijske prispevke brez navajanja vira.

Pri vesteh, kjer smo opazili, da gre za povzet agencijski prispevek, vir pa ni označen, lahko sicer zaključimo, da je nenavajanje STA kot vira dejansko povezano s stilnim preoblikovanjem teh vesti, čeprav ne moremo trditi, da je to edini razlog. Tovrstna rešitev ni najboljša, saj je pogoj za kredibilnost novinarskega prispevka ravno njegov preverljiv vir (oziroma viri).

5. 4 ANALIZA POROČIL

Poročila smo podobno kot vesti razdelili glede na to, kako je STA navedena kot vir.

5. 4. 1 Agencijsko besedilo služi kot izhodišče za časopisno poročilo

V tej skupini smo našli štiri poročila v Delu in dve v Večeru. Podobno kot pri vesteh je tudi tu STA razvidna kot vir informacij bodisi v delu besedila bodisi na koncu časopisne vesti, poleg tega pa so informacije dodatno preverjene oziroma dopolnjene.¹⁸

5. 4. 2 Poročilo povzema agencijsko besedilo, vir je razviden

V Delu smo našli tri poročila, ki v celoti povzemajo agencijsko besedilo, v Večeru pa štiri. Zanje je značilno krajšanje agencijskega prispevka in manjši stilni popravki, kot je menjava časovnih prislovov. Brez izjeme je vir informacije naveden na koncu prispevka.

5. 4. 3 Poročilo povzema agencijsko besedilo, vir ni razviden

V to skupino smo uvrstili največ poročil, in sicer 15 Delovih in 13 Večerovih. Pred začetkom analize smo predpostavili, da lahko pri poročevalski vrsti pride do nenavajanja vira informacije zaradi kriterijev besedilnosti, zlasti koherence in kohezije. Med analiziranimi prispevki je veliko takih, ki bi mogoče zaradi kriterijev besedilnosti opuščali navajanje STA kot vira informacije, vendar pa bi v tem primeru bila za novinarja pravilnejša omemba STA na koncu prispevka, kot so pokazali zgledi iz prve skupine poročil, ki agencijski prispevek dopolnijo z dodatnimi informacijami.

V primeru, ko bi novinar želel uporabiti agencijsko besedilo kot izhodišče oziroma ko bi potreboval le neko informacijo z agencijskega prispevka za dopolnitev svojega poročila, bi lahko govorili o kriterijih besedilnosti. Vendar pa so analizirani prispevki pokazali, da gre tudi za obsežno povzemanje besedil STA, vir pa ni naveden.

Primer agencijskega poročila v Delu:

➤ STA: Najnovejši podatki o inflaciji kažejo na določen trend, med katerega vzroki je moč najti notranje pregrevanje slovenskega gospodarstva, inflacijske pritiske zaradi evra, visoke cene energentov in nekoliko večjo pasivnost vlade in Banke Slovenije, je za STA ocenil ekonomist Bogomir Kovač. /.../ Kovač je ocenil, da podatki o inflaciji kažejo na to, da pri inflaciji ne gre zgolj za sezonske vplive, ampak za določen trend, ki ima štiri poglobitve vzroke. Prvi vzrok je notranje pregrevanje gospodarstva, na drugi strani pa se po njegovem mnenju čuti inflacijski pritisk prevzema evra, ki vedno deluje z določeno

¹⁸ Glej primera iz te skupine v prilogi Č in D.

zamudo. Tretji vzrok je moč najti v visokih cenah energentov in surovin, ki povečujejo stroškovne pritiske, ki jih podjetja ne uspejo več nadomestiti z notranjem prestrukturiranjem in racionalizacijo stroškov, zaradi česar dvigujejo cene. Kot četrti razlog Kovač navaja, da sta slovenska vlada in centralna banka v zadnjih mesecih popustili pri opozarjanju na inflacijske tendence, s čimer je tudi manj pozornosti posvečeno nadzoru cen oz. sploh informacijam o tem, kako so lahko potencialni dvigi cen za Slovenijo nevarni. /.../ Direktor Umarja Janez Šušteršič pa je pojasnil, da bodo v uradu v prihodnjem tednu preverili, ali gibanja cen v prvem polletju leta že nakazujejo, da bo drugačna tudi rast cen ob koncu leta. "Če bomo ugotovili, da je treba prilagoditi napoved inflacije, bomo s tem najprej seznanili vlado in nato javnost," še dodajajo v uradu. (Slovensko gospodarstvo; Ekonomisti za inflacijo navajajo različne vzroke; 29. 6. 2007)

➤ *DELO: Cene življenjskih potrebščin /.../ Janez Šušteršič, direktor Umarja, je pojasnil, da bodo na uradu v prihodnjem tednu preverili, ali gibanja cen v prvem polletju že nakazujejo, da bo drugačna tudi rast cen ob koncu leta. "Če bomo ugotovili, da je treba prilagoditi napoved inflacije, bomo s tem najprej seznanili vlado in nato javnost," je še dejal. Ekonomist dr. Bogomir Kovač je ocenil, da podatki o inflaciji kažejo na to, da ne gre zgolj za sezonske vplive, ampak za trend, ki ima štiri poglavitne vzroke. Prvi je notranje pregrevanje gospodarstva, drugi inflacijski pritisk prevzema evra, ki vedno deluje z zamudo. Tretji vzrok je mogoče najti v visokih cenah energentov in surovin – te povečujejo stroškovne pritiske, ki jih podjetja ne morejo nadomestiti z notranjem prestrukturiranjem in racionalizacijo stroškov, zaradi česar dvigujejo cene. Kot četrti razlog je Kovač navedel, da sta slovenska vlada in centralna banka v zadnjih mesecih popustili pri opozarjanju na inflacijske tendence, s čimer je tudi manj pozornosti namenjene nadzoru cen oziroma informacijam o tem, kako so lahko morebitne podražitve nevarne za Slovenijo. (Letna inflacija se je že četrtrič zapored povišala; 30. 6. 2007, 3. stran)*

Vidimo lahko, da je kar velik del poročila povzet po agencijskem prispevku. Zdi se, kot da bi novinar agencijsko besedilo z manjšimi popravki vključil v svoj prispevek. V tem primeru ne moremo trditi, da bi navedba STA, po kateri je novinar Dela povzel mnenje dr. Bogomirja Kovača, škodila koherenci oziroma kohezivnosti besedila, saj bi zadostovala le enkratna omemba vira ali soavtorstvo pod prispevkom.

Pri naslednjem primeru bi lahko sklepali, da se novinar sklicuje na več različnih virov, vendar pa podobna struktura besedila agencijskega in časopisnega prispevka daje slutiti, da je bilo sporočilo kljub enako razpoložljivim virom prepisano po agencijskem prispevku:

➤ STA: V Sloveniji so se danes začele poletne sezonske razprodaje obutve in tekstila, v okviru katerih trgovci praviloma občutno znižajo cene blaga. Ključna novost letošnjih poletnih razprodaj je, da bo skladno s pravili, ki urejajo področje razprodaj, razprodaja trajala namesto treh le dva tedna. Za nadzor nad upoštevanjem pravil, ki veljajo za sezonske razprodaje, je sicer pristojna državna tržna inšpekcija. V Trgovinski zbornici Slovenije pojasnjujejo, da so se za spremembe časa trajanja razprodaj odločili, ker se

je obdobje treh tednov v praksi izkazalo kot predlogo in preveč omejujoče. V obdobju razprodaje namreč trgovci potrošnikom ne smejo dajati drugih popustov ali vršiti drugih akcij. /.../ Pravila, ki urejajo razprodaje, sicer razen spremembe časa trajanja ne vsebujejo sprememb. Blago, ki je na razprodaji, mora tako še vedno biti označeno s ceno pred znižanjem in z znižano ceno. Če je odstotek znižanja objavljen v razponu (na primer od 30 do 50 odstotkov ali do 50 odstotkov), mora najvišji odstotek znižanja zajemati najmanj eno četrtno vrednosti vsega blaga, ki je na razprodaji, so spomnili na spletnih straneh Gospodarske zbornice Slovenije. /.../ Objava o uvedbi razprodaje mora vsebovati podatek o vrsti blaga, odstotku znižanja in času trajanja razprodaje. V Zvezi potrošnikov Slovenije so na spletnih straneh opozorili, da mora biti blago na razprodaji kljub znižani ceni brezhibno, razen če ni posebej označeno, da gre za blago z napako. /.../ (Slovensko gospodarstvo; Začele so se poletne sezonske razprodaje; 9. 7. 2007)

➤ *DELO: V Sloveniji so se včeraj začele poletne sezonske razprodaje obutve in tekstila, med katerimi trgovci praviloma precej znižajo cene blaga. Ključna novost je, da bodo skladno s pravili, ki urejajo razprodaje, trajale namesto treh tednov samo dva. V Trgovinski zborici Slovenije so pojasnili, da so se za spremembo odločil, ker se je čas treh tednov v praksi pokazal za predolg in preveč omejujoč. Med razprodajo namreč trgovci kupcem ne smejo dajati drugih popustov ali imeti drugih akcij. Pravila, ki urejajo razprodaje, razen te spremembe sicer ne vsebujejo novosti. Blago mora biti še vedno označeno s ceno pred popustom in z njim. Če je odstotek znižanja v razponu (na primer od 30 do 50 odstotkov ali do 50 odstotkov), mora najvišji delež zajemati najmanj četrtno vrednosti blaga, ki je na razprodaji, so spomnili na spletnih straneh Gospodarske zbornice Slovenije. Vsebovati mora podatke o vrsti blaga, odstotku znižanja in času trajanja razprodaje. V Zvezi potrošnikov Slovenije so opozorili, da morajo biti oblačila in obutev na razprodaji kljub znižani ceni brezhibna, razen če ni posebej označeno, da gre za blago z napako. Za nadzor nad upoštevanjem pravil je pristojna državna tržna inšpekcija. /.../ (Prvi dan razprodaj v ljubljanskih trgovinah ni bilo veliko gneče; 10. 7. 2007; 3. stran)*

Delovo poročilo je z izjemo nekaj stilnih popravkov (odprava ponovitev, zamenjava stilno zaznamovanih besed) identično agencijskemu prispevku. Težko je reči, ali gre za povzemanje brez navedbe vira, saj so isti podatki na voljo na spletnih straneh, ki jih novinar Dela tudi omeni, vendar pa je struktura stavkov, tudi kjer gre za npr. komentiranje sprememb pravil razprodaje, enaka agencijskemu prispevku. V tem primeru bi bilo z vidika koherentnosti kratko besedilo preobloženo, če bi novinar dosledno omenjal tudi agencijo kot vir informacij:

*V Sloveniji so se včeraj začele poletne sezonske razprodaje obutve in tekstila, med katerimi trgovci praviloma precej znižajo cene blaga. Ključna novost je, da bodo skladno s pravili, ki urejajo razprodaje, trajale namesto treh tednov samo dva, **poroča STA**. V Trgovinski zborici Slovenije so **po poročanju STA** pojasnili, da so se za spremembo odločil, ker se je čas treh tednov v praksi pokazal za predolg in preveč omejujoč. Med razprodajo namreč trgovci kupcem ne smejo dajati drugih popustov ali imeti drugih akcij. Pravila, ki urejajo razprodaje, razen te spremembe sicer ne vsebujejo novosti. Blago mora biti še vedno označeno s ceno pred popustom in z njim. Če je odstotek znižanja v razponu (na primer od 30 do 50*

odstotkov ali do 50 odstotkov), mora najvišji delež zajemati najmanj četrtno vrednosti blaga, ki je na razprodaji, so, **kot poročila STA, spomnili na spletnih straneh Gospodarske zbornice Slovenije.** Vsebovati mora podatke o vrsti blaga, odstotku znižanja in času trajanja razprodaje. **V Zvezi potrošnikov Slovenije so po navedbah STA opozorili, da morajo biti oblačila in obutev na razprodaji kljub znižani ceni brezhibna, razen če ni posebej označeno, da gre za blago z napako. Za nadzor nad upoštevanjem pravil je pristojna državna tržna inšpekcija, še poročila STA.**

Tako besedilo bi bilo moteče tudi z vidika ostalih kriterijev besedilnosti, predvsem informativnosti in sprejemljivosti besedila, saj je branje zaradi številnih virov in dvojnega sklicevanja oteženo. Najboljša rešitev pa bi vsekakor bila navedba STA na koncu poročila.

Poglejmo primer iz Večera:

➤ STA: Predsednik vlade Janez Janša je danes za novega predsednika strateškega sveta za gospodarski razvoj imenoval Petra Groznika, so sporočili iz kabineta predsednika vlade. Groznik bo na tem mestu zamenjal Marjana Senjurja, ki sicer ostaja član strateškega sveta. Senjur je premieru Janši že pred časom predlagal, da se zamenjava predsednika strateškega sveta za gospodarski razvoj opravi še pred parlamentarnimi počitnicami. Groznik je bil doslej namestnik predsednika strateškega sveta. Po pisanju današnjih Financ, ki se sklicujejo na enega od članov sveta, ki ne želi biti imenovan, naj bi se Senjur za odstop z mesta predsednika strateškega sveta odločil zaradi vse večjega nezadovoljstva z vplivom, ki ga je imel svet na poteze vlade. Motilo naj bi ga tudi, da se premier Janša sej sveta skoraj ni več udeleževal. Že v začetku maja je zaradi podobnih pomislekov strateški svet zapustil Matjaž Gantar, saj, kot je dejal, ni videl resnega učinka svojega delovanja v takem svetu. Pojasnil je, da se je delo sveta v zadnjem času zreduciralo na pisanje analiz, poleg tega pa iz vlade naj ne bi bilo nobene pametne povratne informacije o delu sveta. Gantarjev izstop iz sveta je predsednik vlade takrat pospremil z besedami, da je strateški svet zgolj svet, ki razpravlja o strateških temah. "V zvezi s tem je bilo najbrž neko razočaranje pri tistih, ki se ukvarjajo s konkretno ekonomijo in ki so morda pričakovali, da bo to organ, ki bo opravljal podobne funkcije, kot jih kakšna zbornica ali klub podjetnikov," je na eni od novinarskih konferenc maja dejal Janša. /.../ Z imenovanjem za guvernerja Banke Slovenije je funkcija člana strateškega sveta prenehala Marku Kranjcu, so še sporočili iz vladnega kabineta. Vlada je strateški svet za gospodarski razvoj imenovala konec decembra 2004 z nalogo podajanja mnenj in predlogov predsedniku vlade glede makroekonomske politike in drugih ekonomsko-razvojnih vprašanj nacionalnega pomena. Njegov predsednik je bil Mičo Mrkaič, ki je s tega mesta sredi 2005 odstopil. Velik del nalog sveta je nase prevzel takratni odbor za reforme, ki ga je vodil Jože P. Damijan. Premier Janša je strateški svet za gospodarski razvoj znova zagnal 19. oktobra lani. Njegov predsednik je takrat postal Senjur, člani sveta pa Groznik, Kranjec, Gantar, France Križanič, Ljubo Sirc, Anton Jurgetz, Ivo Boscarol, Keith C. Miles, Boris Pleskovič, Žan Oplotnik, Timotej Jagrič in Peter Ješovnik. (Slovensko gospodarstvo; Peter Groznik novi predsednik strateškega sveta; 6. 7. 2007)

➤ VEČER: Janez Janša je po odstopu dr. Marjana Senjurja za novega predsednika strateškega sveta za gospodarski razvoj imenoval dr. Petra Groznika. Dr. Peter Groznik je bil v sedanjem strateškem svetu

podpredsednik, dr. Marjan Senjur, dosedanji predsednik, pa po sporočilu iz urada predsednika vlade ostaja član sveta. Senjur je premierju že pred časom predlagal, da se zamenjava predsednika strateškega sveta opravi še pred parlamentarnimi počitnicami. /.../ S predsedniškega mesta naj bi bil odšel nezadovoljen z vplivom, ki ga je imel svet na delo vlade, in razočaran, da se predsednik vlade sej sveta skoraj ni več udeleževal. Prvi svet, ustanovljen decembra 2004 z Mićom Mrkaićem na čelu, je imel nalogo podajanja mnenj in predlogov glede makroekonomske politike in drugih ekonomsko-razvojnih vprašanj nacionalnega pomena. Začel bolj glasno in veliko bolj ambiciozno, a nekaj mesecev pozneje je predsednik odstopil. Velik del nalog sveta je prevzel odbor za reforme pod taktirko Jožeta P. Damijana, ki pa je po kratki ministrski eskapadi prav tako odstopil. /.../ Maja letos je iz strateškega sveta izstopil Matjaž Gantar, ki učinka delovanja sveta, ki bolj ali manj piše analize, ni videl in zato s tem preprosto ni želel izgubljati časa. /.../ Janez Janša je na vprašanje o delu sveta, Gantarjevem odstopu in naraščajoči nejevolji članov sveta z odmevnostjo strokovnega sveta dejal, da je "strateški svet, kot ime pove, strateški svet, ki razpravlja o strateških temah, v zvezi s tem je bilo nekakšno razočaranje pri tistih, ki se ukvarjajo s konkretno ekonomijo in so morda pričakovali, da bo to organ, ki bo opravljal podobne funkcije, kot ne kakšna zbornica ali klub podjetnikov". Z imenovanjem za guvernerja Banke Slovenije je funkcija člana strateškega sveta prenehala tudi Marku Kranjcu. Preostali člani sveta France Križanič, Ljubo Sirc, Žan Oplotnik, Anton Jurgetz, Ivo Boscarol, Keith C. Miles, Boris Pleskovič, Timotej Jagrič in Peter Ješovnik. /.../ (Strateški svet ima spet novega predsednika; 7. 7. 2007, 2. stran)

Glede na to, da se novinar Večera sklicuje na en sam vir (sporočilo za javnost), gre tudi v tem primeru za kršitev norme navajanja vira informacije. Poleg pisnega vira (Finance), na katerega se sklicuje STA, gre očitno tudi za uporabo arhiva STA (citat Janeza Janše z majske novinarske konference). V tem primeru je novinar Večera spretno vpletel informacije z agencijskega prispevka. Z vidika koherence besedila bi bilo mogoče moteče, če bi novinar dosledno navedel vir: **Po navedbah STA**, je Janez Janša na vprašanje o delu sveta, Gantarjevem odstopu in naraščajoči nejevolji članov sveta z odmevnostjo strokovnega sveta dejal, da je "strateški svet, kot ime pove, strateški svet, ki razpravlja o strateških temah, v zvezi s tem je bilo nekakšno razočaranje pri tistih, ki se ukvarjajo s konkretno ekonomijo in so morda pričakovali, da bo to organ, ki bo opravljal podobne funkcije, kot ne kakšna zbornica ali klub podjetnikov".

Med poročili je bilo v primerjavi z vestmi veliko več takih, ki so povzemala informacijo po STA, vir pa ni bil naveden. Od skupno 41 analiziranih sporočil smo našli 18 takih, kjer gre za povzemanje agencijskega prispevka, vir pa ni naveden. Celotnih besedil zaradi omejenega obsega dela sicer ni mogoče predstaviti,¹⁹ ugotovili pa smo, da se kot morebiten razlog za nenavajanje STA pri obravnavanih poročilih nakazuje tudi

¹⁹ Celotno gradivo hrani avtorica.

novinarjevo upoštevanje kriterijev besedilnosti. Pri tem nista pomembni zgolj koherenca in kohezija, saj se je pokazalo, da je branje oteženo, če je katerikoli izmed kriterijev besedilnosti opuščen. De Beaugrand in Dressler (1992: 15) tako menita, da sta koherenca in kohezija besedilna kriterija, ki neposredno zadevata predvsem materialno plast besedila, medtem ko so ostali kriteriji usmerjeni oziroma vezani na tudi na uporabnika. Ti kriteriji “zadevajo dejavnost sporazumevanja prek besedil, tako glede tvorca kot glede sprejemnika besedila” (prav tam). Zlasti je pomemben kriterij sprejemljivosti bralca, da koherentno in kohezivno sprejema besedilo. Kot menita de Beaugrand in Dressler (1992: 16), je pripravljenost bralca odvisna od dejavnikov, kot so tip besedila, socialno ali kulturno okolje in zaželenost ciljev. Poleg sprejemljivosti bi izpostavili tudi namernost (intencionalnost) tvorca besedila, to je novinarja, ki skuša ciljnemu občinstvu čimbolje posredovati dano informacijo.

6. SKLEP

“Če bi maksima, da virov ni potrebno navajati, postala obči zakon, bi novinarska sporočila, množična občila in novinarski poklic v celoti izgubili verodostojnost.” (Poler 1997: 123)

V diplomskem delu smo ob razgrnitvi mnenj medijskih teoretikov in njihovih empiričnih ugotovitev najprej ugotovili, da se novinarstvo vse bolj “pogreza” v rutinsko predelovanje sporočil za javnost, gradiv z novinarskih konferenc in tudi agencijskih prispevkov. Poudariti moramo, da vse naštetu ni sporno, saj mora biti javnost dobro obveščena o delovanju vlade in ostalih organizacij, vendar se ključna vloga novinarja kot odbiralca in osmišljevalca poplave informacij vse bolj izgublja, s tem ko pristaja na “dostavljene” informacije in jih (velikokrat) nekritično posreduje naprej.

Nato smo pregledali, kako razvidno navajata vire informacij dva izbrana časnika. Prvo tezo o nedoslednem navajanju virov informacij v obeh časnikih smo potrdili, saj je z vidika bralca slednje nerazvidno v 44 odstotkih pri Delu in v 47 odstotkih pri Večeru.

Primerjava novinarskih prispevkov s prispevki STA je nadalje pokazala, da so se z vidika bralca nerazvidni prispevki pokazali kot novinarske konference in izjave za javnost. Pri Delu je odstotek iz prvotnih 13 narasel na 19, sporočila za javnost pa s prvotnih pet odstotkov na devet odstotkov. Prav tako pri Večeru; novinarske konference in izjave za javnost so porasle z 9 na 23 odstotkov, sporočila za javnost pa s 6 na 11 odstotkov vseh virov informacij. Opazno je poudarjanje aktivno pridobljenih informacij in nedosledno navajanje rutinsko pridobljenih informacij. Drugo tezo smo tako potrdili, saj se je izkazalo, da novinarji še posebej neradi navajajo novinarsko konferenco kot vir informacij. Menimo, da do tega prihaja zato, ker želi časnik v borbi za bralce prikazati svojo ekskluzivnost s tem, ko v besedilu označi, da je informacijo pridobil z aktivnim novinarskim delom.

Med pogoste rutinske vire informacij sodi prav gotovo STA. Na proučevanem vzorcu besedil smo ugotovili, da so nekateri časopisni prispevki delno prepisani oziroma povzeti po STA, vir informacije pa ni naveden. To je kršitev tako avtorskih pravic kot novinarske norme navajanja vira informacij. S tem smo delno potrdili tudi tretjo tezo, da oba proučevana časnika nista dosledna pri navajanju STA kot vira. Teze sicer ne

moremo v celoti potrditi, saj smo našli primere tudi v vestičarski vrsti, ko je vest v celoti povzeta po STA, vir pa ni označen. Takih vesti je bilo sicer relativno malo, 13 od skupno 59.

Z jezikovno-stilno analizo besedil, pri katerih smo odkrili nenavajanje STA, smo želeli ugotoviti možne razloge za kršitev te norme. Značilnost STA je hitro in zanesljivo posredovanje informacij, ki je razvilo poseben stil, prilagojen potrebam množičnih medijev. Kot možen razlog za nenavajanje vira se je pri besedilih vestičarske vrste tako nakazalo stilno preoblikovanje agencijskih vesti. Nekateri analizirani primeri so pokazali, da novinar informacijo pridobi preko STA, jo stilno preoblikuje in objavi kot lastno delo, pri ostalih primerih pa je razlog za nenavajanje vira neznan. Tako ne moremo v celoti potrditi četrte teze, saj ne moremo trditi, da je stilno preoblikovanje edini razlog za nenavajanje vira.

Pri besedilih poročevalske vrste pa se je kot možen razlog za nenavajanje vira pokazalo upoštevanje kriterijev besedilnosti, kot jih definirata de Beaugrand in Dressler. V poročilih, kjer je ponavadi več različnih virov informacije, bi se lahko novinar zaradi doseganja komunikativnosti besedila izognil omembi STA. Analizirana poročila do določene mere pritrjujejo naši zadnji tezi, saj smo našli primere, kjer bi dosledno navajanje STA kot vira lahko oteževalo branje. Upoštevanje kriterijev besedilnosti, in to vseh, ne le koherence in kohezije, pa zgolj nakazuje morebiten razlog za neupoštevanje norme navajanja vira. Potrebna bi bila širša analiza za bolj dokončne ugotovitve, poleg tega pa bi bilo potrebno vključiti poglobljene intervjuje s številnimi novinarji. Tu se odpira možnost dodatnega raziskovanja, saj samo z opravljeno analizo ne moremo izključiti morebitnih ostalih razlogov. Zadnje dve tezi lahko torej potrdimo le v delu, ki je bil tu analiziran, vrata pa puščamo odprta za nadaljnje raziskovanje.

Diplomsko delo je skušalo na vzorcu časopisnih novinarskih besedil raziskati upoštevanje norme razvidnosti vira informacij. Kljub temu, da so ravno tiskani mediji najpogosteje predmet tovrstnih proučevanj, smo poskušali predmet raziskave osvetliti z novega zornega kota. Ugotovili smo, da je razvidnost virov informacij kršena predvsem takrat, ko gre za rutinsko pridobljene vire informacij. Možni razlogi za to so, da nek medij ne želi pokazati prevelike odvisnosti od teh virov, saj v vse hujših tržnih in časovnih pritiskih ni časa niti denarja za poglobljeno poročanje oziroma preverjanje in dopolnjevanje informacij, ki jih novinarji prejemajo preko rutinskih kanalov. STA kot

eden izmed najpogosteje uporabljenih rutinskih virov informacij uživa visoko stopnjo kredibilnosti med novinarji, vendar pa ne smemo zanemariti dejstva, da tudi novinarji STA ne morejo vedno preveriti vseh informacij, ki jih skušajo čimprej posredovati naprej.

Z vidika profesionalizacije novinarstva je bistvenega pomena določitev standardnih kakovostnih pojmov novinarskega dela. Menimo, da je razvidnost vira informacij norma, ki bi ji moral slediti vsak novinar. Strinjamo se s K. Erjavec (1999: 75), ki meni, da je “opravičljivo, da novinar prikazuje določene probleme, dogodke ali stanja kot rezultat lastnih odkritij in raziskovanj, če je bil v resnici seznanjen s takimi dogodki npr. na novinarski konferenci in je informacijo le posredoval.”

7. LITERATURA

7.1 SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE

- Beaugrande, Robert Alain de in Wolfgang Ulrich Dressler (1992): *Uvod v besediloslovje*. Ljubljana: Park.
- Bennett, W. Lance (2003): *News: The Politics of Illusion*. White Plains: Longman.
- Breznik, Mateja (2004): *Časnik Večer in založba Obzorja*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Christians, Clifforg G., Mark Fackler, Kim B. Rotzoll in Kathy Brittain McKee (2001): *Media ethics: cases and moral reasoning*. Sixth Edition. New York: Longman.
- Cutlip, M. Scott, Allen H. Center in Glen M. Broom (1994): *Effective public relations*. Seventh Edition. Englewood Cliffs: Prentice-Hall International, Inc.
- Erjavec, Karmen (1998): *Koraki do kakovostnega novinarstva*. Ljubljana: Jutro.
- Erjavec, Karmen (1999): *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Gans, Herbert J. (2003): *Democracy and the news*. Oxford: Oxford University Press.
- Grunig, James E. in Todd Hunt (1984): *Managing public relations*. Philadelphia: Harcourt Brace Jovanovich College.
- Halimi, Serge (2003): *Novi psi čuvaji*. Ljubljana: Maska: Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične vede.
- Hartley, John (1998): *Understanding News*. London: Routledge.
- Hudej, Sonja (1994): *Šolske ure besediloslovja: Temeljni pojmi besediloslovja in jezikoslovne (lingvistične) analize besedila*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.
- Iggers, Jeremy (1999): *Good News, Bad News: Journalism Ethics and the Public Interest*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Jager, Vasja (2007): *Preiskovalno novinarstvo in novinarske rutine v Sloveniji: diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kalin Golob, Monika (2003): *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.

- Kocijančič, Maja, ur. (2001): *Slovenska tiskovna agencija, Slovene press agency 1991-2001*. Ljubljana: STA.
- Korošec, Tomo (1998): *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kovach, Bill in Tom Rosenstiel (2001): *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers.
- Knez, Primož (2000): *Viri informacij za novinarski prispevek ter analiza prispevkov v Dnevniku: diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Laban, Vesna (2004): *Razvidnost virov informacij v televizijskih novinarskih besedilih: magistrsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Lambeth, Edmund B. (1997): *Časnikarstvo kot zaveza: poklicna etika*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Lippmann, Walter (1922/1999): *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Mayer, Martin (1993): *Making News*. Boston: Harvard Business School Press.
- McManus, John H. (1994): *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- Mencher, Melvin (2000): *News reporting and writing*. Eight Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Merrill, John C. (1997): *Journalism Ethics*. Boston: St. Martin's Press.
- Meyer, Philip (1987): *Ethical Journalism: A Guide for Students, Practitioners, and Consumers*. Lanham, New York, London: University Press of America.
- Ožbot, Martina (2006): *Prevajalske strategije in vprašanja koherence ob slovenskih prevodih Machiavellijevega Vladarja*. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije.
- Perovič, Tomaž in Špela Šipek (1998): *TV novice*. Ljubljana: Študentska organizacija univerze, Študentska založba.
- Pippert, Wesley G. (1989): *An Ethics of News. A Reporter's Search for Truth*. Georgetown: Georgetown University Press.
- Poler, Melita (1997): *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.

- Poler Kovačič, Melita (2004c): *Novinarska (iz)virnost: Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Poler Kovačič, Melita (2005): *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Schudson, Michael (2003): *The Sociology of News*. New York, London: W. W. Norton & Company.
- *Slovar slovenskega knjižnega jezika* (1994). SAZU in ZRC SAZU, Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša. Ljubljana: DZS
- Splichal, Slavko (1992): *Izgubljene utopije?* Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče d.o.o.
- Splichal, Slavko (1997): *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v XX. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko in Colin Sparks (1994): *Journalists for the 21st century: Tendencies of Professionalization Among First-Year Students in 22 Countries*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.
- Strentz, Herbert (1989): *News Reporters and News Sources: Accomplices in Shaping and Misshaping the News*. Ames: Iowa State University Press.
- Šuen, Matjaž (1994): *Preiskovalno novinarstvo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Van Dijk, Teun A. (1988): *News as discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Verčič, Dejan, Franci Zavrl in Petja Rijavec (2002): *Odnosi z mediji*. Ljubljana: GV Založba.

7. 2 ČLANKI V REVIJAH OZIROMA ZBORNIKIH

- Bašić Hrvatinić, Sandra in Tanja Kerševan (1999): Where are the borders of media capitalism in Slovenia? *Javnost/The Public* 6(2): 93–114.
- Belsey, Andrew (1998): Journalism and ethics: can they co-exist? V Matthew Kieran (ur.): *Media Ethics*, 23–37. New York: Routledge.
- Drame, Ines (1992): Odnosno strukturirana medijska realnost kot posebna realnost. *Teorija in praksa* 29(9–10): 849–860.
- Drame, Ines (1994): Kdo je sporočevalec? *Teorija in praksa* 31(3–4): 298–309.
- Encabo Nuñez, Manuel (1996): Časnikarska etika. Uvodna študija k resoluciji Parlamentarne skupščine Sveta Evrope o etiki časnikarstva, 17. junij 1993. V

- Marjan Sedmak (ur.): *Mediji, etika in deontologija*, 63–78. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Erjavec, Karmen (2004): Sodobno novinarstvo in teorija demokracije. V Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob (ur.): *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: Znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, 113–138. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 - Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič (2004): Rutinizacija slovenskega novinarstva u razdoblju društvene tranzicije. *Medijska istraživanja* 10(1): 5–21.
 - Hardt, Hanno (2005): International labour office: Conditions of work and life of journalists. Excerpts from an international survey, 1925/26. *Javnost/The Public* 12(1): 5–14.
 - Kalin Golob, Monika (2004): Moč jezika – izbor dejstev in besed. *Teorija in praksa* 41(3–4): 703–711.
 - Kieran, Matthew (1998): Objectivity, Impartiality and Good Journalism. V Matthew Kieran (ur.): *Media Ethics*, 23–37. New York: Routledge.
 - Košir, Manca in Melita Poler (1996): Utemeljitev novinarske etike in svoboda slovenskih novinarjev. V Marjan Sedmak (ur.): *Mediji, etika in deontologija*, 9–26. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 - Laban, Vesna in Melita Poler Kovačič (2007): Poročevalska sklicevalnost v agencijskih besedilih. *Družboslovne razprave* 23(54): 65–83.
 - O’Neill, John (1992): Journalism in the market place. V Andrew Belsey, Ruth Chadwick (ur.): *Ethical Issues in Journalism and the Media*, 15–32. New York: Routledge.
 - Poler Kovačič, Melita (2000): Kriza novinarske etike kot kriza subjekta. V Slavko Splichal (ur.): *Vregov zbornik*, 65–72. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.
 - Poler Kovačič, Melita (2002): Vplivi odnosov z mediji na novinarski sporočanje proces. *Teorija in praksa* 39(5): 766–785.
 - Poler Kovačič, Melita (2003): Preiskovalno novinarstvo, ustvarjanje škandalov in novinarska etika. *Teorija in praksa* 40(2): 207–228.
 - Poler Kovačič, Melita (2004a): Novinarska rutina in premoč uradnih virov informacij. *Teorija in praksa* 41(3–4): 690–702.
 - Poler Kovačič, Melita (2004b): Podobe (slovenskega) novinarstva: o krizi novinarske identite. V Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob (ur.): *Poti*

slovenskega novinarstva – danes in jutri: Znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem, 85–112. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Resolucija št. 1003 od 1. julija 1993 (42. seja) parlamentarne skuščine Sveta Evrope o etičnih načelih časnikaštva. V Marjan Sedmak (ur.): *Mediji, etika in deontologija*, 79–83. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Romano, Angela in Cratis Hippocrates (2001): Putting the public back into journalism. V Suellen Tapsall in Carolyn Varley (ur.): *Journalism: Theory in Practice*, 166–184. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, Paul (2001): On the fringe: journalism, representation and cultural competence. V Suellen Tapsall in Carolyn Varley (ur.): *Journalism: theory in practice*, 131–146. South Melbourne: Oxford University Press.
- Sparks, Colin (1996): Newspapers, the Internet and Democracy. *Javnost/The Public* 3(3): 43–57.
- Splichal, Slavko (2000): Novinarji in novinarstvo. V Slavko Splichal (ur.): *Vregov zbornik*, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.
- Tapsall, Suellen in Carolyn Varley (2001): What is a journalist? V Suellen Tapsall in Carolyn Varley (ur.): *Journalism: Theory in Practice*, 3–20. Oxford: Oxford University Press.
- Van Dijk, Teun A. (1995): The Mass Media Today: Discourses of domination or diversity? *Javnost/The Public* 2(2): 27–44.

7. 3 SPLETNI VIRI

- *Kodeks novinarjev Slovenije* (2002). Dostopno na <http://www.novinar.com/dokumenti/kodeks.php> (1. junij 2007).
- *Kodeks etike Slovenskega društva za odnose z javnostmi* (1998). Dostopno na <http://www.piar.si/index.php?id=62> (20. junij 2007).
- *Nacionalna raziskava branosti* (2007). Dostopno na <http://www.nrb.info/podatki/index.html#dnevniki> (12. julij 2007).
- *Pogoji uporabe STA*. Dostopno na <http://www.sta.si/pogoji.php> (4. junij 2007).
- *Predstavitev časopisa Delo*. Dostopno na http://dd.delo.si/?i=dd_zgodovina (4. junij 2007).
- *Predstavitev STA*. Dostopno na <http://www.sta.si/oagenciji.php> (4. junija 2007).

- *Predstavitev časopisa Večer*. Dostopno na <http://www.vecer.com/predstavitev/> (4. junij 2007).
- *Slovar slovenskega knjižnega jezika* (2000). Dostopno na <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html> (10. februar 2008).
- *Zakon o avtorski in sorodnih pravicah* (2007). Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200716&stevilka=717> (8. september 2007).
- *Zakon o dostopu do informacij javnega značaja* (2003). Dostopno na <http://www.ip-rs.si/index.php?id=27#188> (7. september 2007).
- *Zakon o medijih* (2006). Dostopno na <http://www.ip-rs.si/index.php?id=554> (20. junij 2007).

8. PRILOGE

PRILOGA A: PRIMER AGENCIJSKE VESTI V DELU Z DODATNIMI INFORMACIJAMI

- Delo, 27. 7. 2007, 2. stran

Tudi Kučan je bojkotiral državno proslavo

LJUBLJANA – Nekdanji predsednik države Milan Kučan je včeraj novinarjem pojasnil, da se osrednje državne slovesnosti ob dnevu državnosti, 25. junija, iz protesta ni udeležil: "Dogodka, na katerem ni omogočeno oziroma ni zaželeno, da govori predsednik republike, ne morem šteti za državno proslavo in me zato na tej proslavi ni bilo." Izjave, da se proslave ni udeležil, ker je v tujini, pa po njegovih besedah ne držijo. Kot je za *Delo* pojasnila Kučanova svetovalka **Špela Furlan**, so protokolu pojasnili, da je nekdanji predsednik res bil v tujini, vendar se je domov vrnil že v soboto in bi se lahko udeležil nedeljske slovensnosti. "Odhod v tujino ni bil glavni razlog za Kučanovo odsotnost," je dejala Furlanova, Kučan pa je povedal: "Branim institucijo predsednika predsednika republike. To je moja dolžnost, ker sem bil to tudi sam, in menim, da ta način razlaščenja predsednika njegovih funkcij – to se je zgodilo tudi na tej proslavi – ni nekaj, kar bi bilo mogoče tolerirati." Če predsednik države na državni proslavi želi govoriti, mu je to seveda treba omogočiti, je še dejal. Zdaj pa je po Kučanovih besedah treba poskrbeti, da bo Slovenija dobila predsednika, ki bo verodostojen in ki bo najbolj dosledno in v skladu z ustavo vodil Slovenijo. Kakšna bo njegova vloga v prihodnjih mesecih do predsedniških volitev in prihodnje leto, ko prihajajo pralmanetarne volitve še ni mogel povedati: "Kot državljanu pa mi ni vseeno, kam bo plula ta ladja, ki ima zdaj dobro smer in krmilo prav naravnano, samo oblački in valovi motijo to vlogo." Furlanova pa je pojasnila, da Kučan v politiki ni dejaven in da bo tako ostalo tudi v prihodnje.

PETRA BEZJAK, STA

- STA, 26. 6. 2007

Notranja politika

Kučan se slovesnosti ni udeležil iz protesta

Ljubljana, 26. junija (STA) - Dogodka, na katerem ni omogočeno oziroma ni zaželeno, da govori predsednik republike, ne morem šteti za državno proslavo in zato na tej proslavi nisem bil, je svojo neudeležbo na osrednji državni slovesnosti ob dnevu državnosti, 25. juniju, pojasnil nekdanji predsednik republike Milan Kučan. Kot je dejal, je šlo za protest. Kučan se je sicer iz tujine vrnil že v soboto dopoldne, tako da izjave, da se slovesnosti ni udeležil, ker ga ni bilo v Sloveniji, ne držijo.

"Jaz branim institucijo predsednika republike. To sem dolžan, ker sem to tudi sam bil in mislim, da ta način razlaščenja predsednika in njegovih funkcij - to se je zgodilo tudi na tej proslavi - ni nekaj, kar je možno tolerirati," je poudaril Kučan. Če predsednik države na državni proslavi želi govoriti, mu je to seveda treba omogočiti, je še dejal.

Kučan sicer meni, da je praznovanje s tem, da se je spremenilo v že skoraj tradicionalen kontekst, izgubilo svoje osnovno poslanstvo, in sicer da predstavlja izraz veselja, samozavesti in ponosa na to, kar je Slovenija dosegla, in priložnost za zakoličenje našega pogleda v prihodnost. Če je na proslavi govora samo o uspehih, o tem, da so v tej državi tudi problemi in da je veliko ljudi nezadovoljnih s stopnjo demokracije, pa ne, potem seveda nekaj ni v redu, je opozoril.

Sedaj pa je po Kučanovih besedah potrebno poskrbeti za to, da bo Slovenija dobila predsednika, ki ga iz kroga tistih, ki mislijo, da lahko kandidirajo za to funkcijo, lahko izberemo kot najboljšega,

verodostojnega in ki bo najbolj dosledno in v skladu z ustavo vodil Slovenijo. Ob tem je nekdanji predsednik republike poudaril, da je glede na to, da se je blok vzpostavil na desnici, težko pričakovati, da bo to zgolj spopad kandidatov in njihove vizije pri opravljanju predsedniške funkcije in njihove vizije glede prihodnosti Slovenije. "Ko je ta blok postavljen, ste ujeti v nekrog, ki sem se ga jaz zmeraj hotel izogibati."

Kakšna bo njegova vloga v prihodnjih mesecih do predsedniških volitev in naslednje leto, ko prihajajo parlamentarne volitve, še ni mogel povedati, saj mora najprej videti, kakšne bodo razmere in ali se bo vredno kje angažirati. "Kot državljanu mi pa ni vseeno, kam bo plula ta ladja, ki ima zdaj dobro smer in krmilo prav naravnano, samo oblački in valovi motijo to vlogo."

tsr/am

26.06.2007 16:36

PRILOGA B: PRIMER AGENCIJSKE VESTI V VEČERU Z DODATNIMI INFORMACIJAMI

- Večer, 4. 7. 2007, 2. stran

Andrej Baraga je v predsedniški pisarni

Kazenski sodnik **Marjan Pogačnik**, zadnje leto in pol začasni vodja ljubljanskega okrožnega sodišča, je včeraj vodenje prepustil novemu predsedniku **Andreju Baragi**, kakšno leto kazenskemu sodniku tega sodišča, ki je v sodstvo prišel iz tožilstva. Pogačnik Baragi zapušča solidno sodno statistiko, zaostankov je manj, kot v startu začasnega vodstva, ki je na tem sodišču veljalo, odkar se je prejšnjemu predsedniku **Alešu Zalarju** konec leta 2005 zaključil mandat, pravosodni minister **Lovro Šturm** pa ga ni več imenoval. Sodni svet pod Pogačnikovim vodstvom mu je po prvem in drugem razpisu za Ljubljano kot edinega in najprimernejšega predlagal Zalarja, a ga je minister zavrnil. V tretje je sodni svet ponudil ob prejšnjem predsedniku še Barago in Šturm ga je imenoval. Kako bo šel novi predsednik nad nerešene spise? V ponedeljek, ko je bil pri ministru, je omenil morebitno spremembo zakonodaje, včeraj pa med drugim, da bo pazil, da sodniki rešujejo zadeve od najstarejše proti najnovejši in na ta način odpravljajo zaostanke. Iz tožilskih let (nazadnje je bil v skupini tožilcev za posebne zadeve) je Baraga omenil, da si posebno šteje v čast, da je uspešno zaključil "postopek v zvezi z vlomi v hiše in krajami avtomobilov visokega cenovnega razreda pred leti pred Okrožnim sodiščem v Kranju", kar da so najtežje dokazljiva kazniva dejanja. **(va, sta)**

- STA, 3. 7. 2007

Notranja politika

Baraga prevzel vodenje ljubljanskega okrožnega sodišča

Ljubljana, 3. julija (STA) - Novi predsednik Okrožnega sodišča v Ljubljani Andrej Baraga je danes prevzel posle od Marjana Pogačnika, ki je bil zadnje leto in pol začasni vodja sodišča. Kot je dejal Pogačnik, primopredaja ni bila zahtevna, saj Baraga prihaja iz hiše in sodišče pozna.

Na vprašanje, koliko sodnih zaostankov še ima sodišče, je Pogačnik odgovoril, da jih zapuščajo manj, kot jih je bilo v času prevzema vodenja. Status sodnih zaostankov ima še približno 26 odstotkov vseh zadev, ki so na sodišču. To je okoli 4000 zadev od 16.000, kolikor jih je še nerešenih.

Glede reševanja problema sodnih zaostankov je Baraga že v ponedeljek dejal, da je treba razmisliti tudi o morebitni spremembi zakonodaje. Kar pa zadeva njegove ukrepe, je danes napovedal, da bo, kot je bilo tudi doslej, pozorno spremljal kolege, kako izdelujejo sodbe. Predvsem bo poudarek na tem, da mora vsak sodnik reševati zadeve od najstarejše proti najnovejši in na ta način prispevati k odpravi sodnih zaostankov. Držal se bo tudi že sprejetega programa o odpravi sodnih zaostankov za leta 2006 - 2010.

Na vprašanje, ali je lahko le leto dni sodniških izkušenj kakšna ovira za Baragovo predsedovanje sodišču, je Pogačnik odgovoril, da je govoriti o letu sodniških izkušenj, zanemariti pa 12 let odgovorne tožilske funkcije, tudi v skupini državnih tožilcev za posebne zadeve, ki obravnava najtežja in najbolj zapletena kazniva dejanja, vprašanje, ki je morda celo malo zlonamerno.

Baraga pa je poudaril, da ima zelo dolgo kilometrino in da je tako rekoč doma v sodnih dvoranah. Povedal je, da je kot tožilec imel kar nekaj odmevnih procesov in je veliko večino uspešno pripeljal do konca. Z začetka svoje kariere je omenil postopek proti t.i. fužinskim strelcem. V okviru delovanja v skupini tožilcev za posebne zadeve pa je vlagal obtožbe za kazniva dejanja v zvezi s prepovedanim prometom z mamili in kazniva dejanja v zvezi z ilegalnimi prehodi državnih meja.

"Še posebej si štejem v čast, da sem uspel uspešno pripeljati do konca postopek v zvezi z vlomi v hiše in krajami avtomobilov visokega cenovnega razreda pred leti pred Okrožnim sodiščem v Kranju," je dejal. Dodal je, da še posebej zato, ker vsi, ki delajo na teh zadevah, vedo, da so to med najtežje dokazljivimi kaznivimi dejanji.

Sicer pa je Baraga na vprašanje, ali je simpatizer kakšne politične opcije, odgovoril, da ni poseben simpatizer nikogar. Zakaj ga je minister za pravosodje Lovro Šturm izbral, pa je treba vprašati

njega. Baraga pravi, da se je za kandidaturo za predsednika sodišča odločil sam, in dodal, da si vzame čas za premislek, ko se odloči, pa "gre do konca".

Kot je znano, je minister Šturm Andreja Barago za novega vodjo ljubljanskega okrožnega sodišča imenoval v tretjem krogu, potem ko je pred tem dvakrat zavrnil predlog sodnega sveta, da na to mesto imenuje nekdanjega predsednika sodišča Aleša Zalarja. Tokrat je sodni svet ministru predlagal v imenovanje Barago in Zalarja, pri čemer nobenemu od obeh ni dal prednosti. Minister se je odločil za Barago in ga s 1. julijem imenoval za novega predsednika sodišča za prihodnji šestletni mandat.

tz/pse

03.07.2007 13:30

**PRILOGA C: PRIMER AGENCIJSKEGA POROČILA V DELU S KOREKTNO
NAVEDENIM VIROM IN Z DODATNIMI INFORMACIJAMI**

- DELO, 5. 7. 2007, 2. stran

Pogajanja o kolektivni pogodbi proti koncu

Določili številke in čas za izravnavo plač

Vladna ponudba očitno ugodna za sindikate

Umar privolil v višjo rast plač v javnem sektorju

LJUBLJANA – V včerajšnjem sklepnem krogu pogajanj za sklenitev kolektivne pogodbe za javni sektor – začel se je 20. junija, in sicer med vlado in 24 reprezentativnimi sindikati – se je izkazalo, da je vladna ponudba ugodna za sindikate. Hkrati pa je, **kakor je za STA** še pred začetkom pogajanja poudaril minister za javno upravo Gregor Virant, omenjena ponudba makroekonomske vzdržna in s tem sprejemljiva tudi za davkoplačevalce in za vlado.

Podobno kakor resorni minister nam je tudi vodja sindikalne pogajalske skupine Doro Hvalica sredi pogajalskega procesa dejal, da računajo, da bodo pogajanja končali najpozneje danes, tako da bo pogodba lahko parafirana že jutri. Maratonsko pogajanje z več prekinitvami je Hvalica označil za dovolj strpno. Potrdili so dogovor o dinamiki izravnave plačnih nesorazmerij do leta 2010. Čakajo pa še na dokončni odgovor vlade, da bi za ženske z več kot 25 leti delovne dobe povečali dodatek. Po besedah ministra Viranta bo kolektivna pogodba postavila sidra. Določila bo prednosti tako imenovanih orientacijskih ali tipičnih delovnih mest. Sicer pa je želja ministrstva za javno upravo, da nov plačni sistem začne veljati 1. januarja 2008. Partnerji so se dogovorili tudi o varovalkah, ki pomenijo tako varnost javnih uslužbencev kakor makrofinančnih zadrega vlade, o čemer smo se pred pogajanjem pogovarjali z direktorjem Urada za makroekonomske analize in razvoj dr. Janezom Šušteršičem.

Kako odgovarjate na očitke sindikalne strani, češ da v Umarju niste naredili izračunov že junija lani, ko so partnerji podpisali dogovor o načinu zagotavljanja sredstev za odpravljanje plačnih nesorazmerij?

Umar je preračune opravil tako junija lani kot v letošnjem pomladanskem poročilu. Takratni dogovori so bili z makroekonomskega stališča vzdržni. V nadaljevanju pogajanj pa se je povečal skupni znesek sredstev, namenjen za odpravo nesorazmerij, spremenila pa se je tudi dinamika (koncentracija povišanj v letu 2008), zato smo opravili nove izračune. Ti so pokazali, da je bil zadnji delovni predlog z makroekonomskega vidika nevdržan, in na to smo bili dolžni opozoriti tudi na pogajanju v ponedeljek.

Sindikati vam očitajo, da niste pripravljene upoštevati njihovih argumentov, da so se v minulih letih odrekli realni rasti plač oziroma polni eskalaciji in so namesto povišanja plač soglašali s prispevki za pokojninski sklad.

Argumente sindikatov razumemo in upoštevamo, zato se tudi strinjamo z veliko višjo rast plač v javnem sektorju v prihodnjih letih, kot je bila v zadnjem obdobju. Pričakujemo pa, da bo ta rast kljub vsemu takšna, da ne bo ogrozila osnovnih makroekonomskih ravnotežij.

Bi bili sindikati, če bi sprejeli njihov predlog o usklajevanju plač z inflacijo in produktivnostjo, "generatorji inflacije"?

Generator inflacije ne bi bili sindikati, temveč rast plač. Pri pogajanjih v javnem sektorju ne gre za vprašanje usklajevanja z inflacijo in produktivnostjo, temveč za to, kako hitro se odpravijo nastala nesorazmerja v plačah. Če bi to storili tako, da bi v enem

letu rast plač močno preseгла rast produktivnosti – kar bi bilo posledica nekaterih predlogov, ki so bili na pogajalski mizi – bi to neposredno povišalo inflacijo prek dodatne rasti povpraševanja. Hkrati bi bil to tudi signal za drugačno ravnanje v zasebnem sektorju, predvsem pa bi pomenilo, da se vlada na enem pomembnih področij ekonomske politike odreka načelom makroekonomske stabilnosti. To bi povišalo inflacijska pričakovanja in rast cen v drugih sektorjih ekonomije, kar bi lahko za nekaj let zmanjšalo konkurenčnost celotnega gospodarstva. Naša opozorila so bila namenjena temu, da bi se izognili takšnemu negativnemu scenariju, s katerim so se srečali v nekaterih drugih državah evroobmočja.

Bi bila odločitev lažja, če se pogajanja ne bi tako zavlekla?

Seveda, saj bi bilo tako za odpravo nesorazmerij več časa, in zato tudi spoštovanje ekonomskih omejitev manj boleče.

JELENA GAČEŠA

- STA, 4. 7. 2007

[Notranja politika](#)

Virant danes računa na zaključek pogajanj

Ljubljana, 4. julija (STA) - Ponudba s strani vlade je ugodna za sindikate, hkrati pa makroekonomsko zdržna in s tem sprejemljiva tudi za davkoplačevalce in za vlado, je danes pred začetkom zaključnega kroga pogajanj za sklenitev kolektivne pogodbe za javni sektor dejal minister za javno upravo Gregor Virant. "Jaz sem optimist. Računam, da bomo danes s pogajanja končali. Tudi če sredi noči ali pa jutri zjutraj," je poudaril minister, ki sicer o konkretnih številkah pred zaključkom pogajanj še ni želel govoriti.

"Kolektivna pogodba za javni sektor bo postavila sidra. Določila bo prednosti t.i. orientacijskih ali tipičnih delovnih mest. S tem bo praktično vse zakoličeno," je dejal Virant. Dodal je, da se bo o določenih podrobnostih posameznih panog mogoče pogovarjati tudi v panožnih kolektivnih pogodbah, a, kot je poudaril, kakšnih velikih odstopanj ne bo. "Finančni okvir, ki ga imamo in za katerim vlada trdno stoji, bo ostal nedotaknjen pri panožnih pogodbah," je dejal minister.

Sicer pa je želja ministrstva za javno upravo, da v nov plačni sistem stopimo s 1. januarjem 2008, je dejal Virant. Pojasnil je, da so želeli zadevo zaključiti tako, da bi bila finančno vzdržna, "torej tudi odgovorna do davkoplačevalcev, da ne bi povzročali s plačno reformo kakšnih makroekonomskih neravnovesij". Drugače pa želja, da s pogajanja zaključijo pred dopusti, ni povezana s političnim ozračjem, je poudaril Virant. "Gre preprosto za to, da če želimo s 1. januarjem 2008 zakorakati v nov plačni sistem, moramo to zaključiti pred odhodom sindikalistov na dopuste."

Zaključni krog pogajanj za sklenitev kolektivne pogodbe za javni sektor se je sicer začel 20. junija. Pogajanja tečejo s 24 reprezentativnimi sindikati.

tsr/apo

04.07.2007 14:34

**PRILOGA Č: PRIMER AGENCIJSKEGA POROČILA V VEČERU S KOREKTNO
NAVEDENIM VIROM IN Z DODATNIMI INFORMACIJAMI**

- VEČER, 28. 6. 2007, 5. stran

Kako definirati upravičence do deleža v Triglavu

Večina je pričakovala, da bo država v Zavarovalnici Triglav dobila lastniški delež, ki bi ga sicer lahko razdelili med nekdanje zavarovance, a bi bilo težko ugotoviti, kdo je upravičenec, pravi dr. Miro Končina.

Odbor DZ za finance in monetarno politiko je predvčerajšnjim z nekaj dopolnili potrdil predlog zakona o pravnih naslednicah pooblaščenih investicijskih družb, predlog zakona o trgu finančnih instrumentov, največji del razprave pa so člani odbora namenili obravnavi predloga novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic, je povedal predsednik odbora Bojan Starman. Predlog novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic določa, da bodo delnice Zavarovalnice Triglav, ki bi jih morali v skladu z veljavnim zakonom prenesti v last upravičenih fizičnih oseb, ostale v lasti Kapitalske družbe (Kad). Ob sprejemu zakona na vladi, so v finančnem ministrstvu zagotavljali, da je temeljni cilj predlaganih sprememb zakona zagotoviti učinkovito Kadovo upravljanje lastniškega deleža Zavarovalnice Triglav, ohraniti vpliv države in hkrati zagotoviti upravičenja iz upravljanja tega kapitala čim širšemu krogu zavarovancev pravne predhodnice Zavarovalnice Triglav.

Član odbora Milan. M. Cvikel je pri obravnavi predloga novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic predlagal dopolnilo, s katerim bi Kad omejili razpolaganje s sredstvi, ki jih ima v zavarovalnici. Odbor dopolnila ni sprejel, **je poročala Slovenska tiskovna agencija.**

Strokovnjak za zavarovalništvo dr. Miro Končina pojasnjuje, da so ob pripravi zakona snovalci razmišljali o treh možnostih, in sicer ob državnem deležu še o tehnično skoraj neizvedljivem prenosu deležev na 750.000 zavarovancev, pri tem bi bilo težko določiti že metodo, po kateri bi ugotavljali upravičence. Tretja možnost je bila zagotavljanje tega deleža za pokojnine, a je bilo spet vprašanje, komu in v kolikšnem deležu. "Zato je večina pričakovala, da bo ta delež dobila država. Nič ni narobe, če ima država deleže v pomembnih finančnih institucijah, kjer izkazuje interes portfeljskega vlagatelja, če se ta interes ne sprevrže v svoje nasprotje, ko bi z monopolom oblasti zaviral logično tržno razvojno strategijo neke institucije," je dejal Miro Končina.

- STA, 26. 6. 2007

Državni zbor

Odbor podprl predlog zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic

Ljubljana, 26. junija (STA) - Odbor DZ za finance in monetarno politiko je na današnji seji z nekaj dopolnili potrdil predlog zakona o pravnih naslednicah pooblaščenih investicijskih družb, predlog zakona o trgu finančnih instrumentov, največji del razprave pa so člani odbora namenili obravnavi predloga novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic, je povedal predsednik odbora Bojan Starman.

Predlog novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic določa, da bodo delnice Zavarovalnice Triglav, ki bi jih morali v skladu z veljavnim zakonom prenesti v last upravičenih fizičnih oseb, ostale v lasti Kapitalske družbe (Kad). Ob sprejemu zakona na vladi, so v finančnem ministrstvu zagotavljali, da je temeljni cilj predlaganih sprememb zakona zagotoviti učinkovito upravljanje z lastniškim deležem Zavarovalnice Triglav s strani Kad in ohraniti vpliv države ter hkrati zagotoviti upravičenja iz upravljanja tega kapitala čim širšemu krogu zavarovancev pravne predhodnice Zavarovalnice Triglav.

Član odbora Milan. M. Cvikl je pri obravnavi predloga novele zakona o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic predlagal dopolnilo, s katerim bi Kad omejili razpolaganje s sredstvi, ki jih ima v zavarovalnici. Odbor dopolnila ni sprejel.

ks/ap
26.06.2007 20:02

PRILOGA D: PRIMER POGODBE ZA DOSTOP NAROČNIKA DO BAZE

PODATKOV STA

Slovenska tiskovna agencija, d.o.o., Ljubljana, Tivolska 50, ki jo zastopa direktor/ica (v nadaljnjem besedilu: STA), matična številka 5488745, ID za DDV SI73929948, transakcijski račun št. 27000-0000071570 pri Factor Banki d.d., Ljubljana
in

_____, ki ga/jo zastopa _____ (v nadaljnjem besedilu: naročnik), matična številka _____, ID za DDV _____

sklepata naslednjo

POGODBO ŠT: _____

1.

Predmet pogodbe je vzpostavitev naročniškega razmerja za dostop naročnika do baze podatkov STA, in sicer do _____

Posamezne novice/fotografije, vsebovane v bazah podatkov, in posamezne baze podatkov kot celota so avtorskopravno varovane v korist Slovenske tiskovne agencije in so v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah zaščitene kot avtorsko delo.

STA na podlagi te pogodbe podeljuje naročniku pravico, da pod pogoji te pogodbe od _____ do _____ dostopa do baze podatkov STA _____ in da skladno s pogoji te pogodbe uporablja novice/fotografije iz te baze podatkov.

Naročnik bo v bazo podatkov dostopal preko spletne strani STA www.sta.si, zato mu bo STA določila ustrezno število uporabniških imen in gesel. Možne so tudi druge oblike dostopa po dogovoru.

Naročnik ima pravico do kontinuiranega dostopa do dnevnih izdaj novic/fotografij, ki je praviloma dostopen 24 ur dnevno in vse dni v letu.

2.

Naročnik sme novice/fotografije iz baze podatkov STA uporabljati v naslednjih medijih _____.

Pri objavi novic/fotografij se naročnik obvezuje, da ne bo spreminjal dejstev in bistva vsebine novic/fotografij. Fotografije je prepovedano digitalno manipulirati v taki obliki, da ne ustrezajo več originalu.

Naročnik prejetih novic/fotografij ne sme objavljati, prodajati, tržiti, posredovati ali kako drugače uporabljati zunaj objav v medijih, navedenih v 1. odstavku tega člena.

Naročnik sme prejete novice objavljati in jih vključevati v svoje objave v celoti ali delno in jih predelovati ali dopolnjevati, vse skladno s kodeksom novinarske etike, pravili avtorskega prava in določili te pogodbe. Prejete novice/fotografije sme tudi shranjevati za čas, določen s to pogodbo.

STA si pridržuje pravico, da pisno prepove uporabo že posredovane novice, če bi bila objava v nasprotju s prisilnimi predpisi.

3.

Naročnik se obvezuje, da bo kot vir uporabljene novice/fotografije vsakič navedel STA.

4.

Naročnik se obvezuje, da baze podatkov STA ne bo prodajal ali kakorkoli drugače posredoval tretjim osebam in da bo uporabniško ime in geslo varoval kot poslovno skrivnost.

Če bo naročnik posredoval uporabniško ime in geslo, ki ga je prejel za dostop in koriščenje baze podatkov STA preko interneta, tretjim osebam, si STA pridržuje pravico, da takoj prekine to pogodbo, naročnik pa se zaveže v tem primeru plačati odškodnino v višini dvanajstih mesečnih naročnin.

Če naročnik izve za dejstva ali okoliščine, ki bi kazali na možnost zlorabljanja uporabniškega imena in gesla, mora o tem takoj obvestiti STA.

5.

Mesečna naročnina za dostop do baze podatkov iz 1. člena te pogodbe in uporabo baze podatkov znaša _____. Znesek se poveča za pripadajoči davek na dodano vrednost.

V primeru avtomatičnega podaljšanja pogodbe velja pogodbeni cena do konca koledarskega leta. Cena za prihodnje leto se določi z aneksom k pogodbi.

STA si pridržuje spremembo načina tehničnega posredovanja novic/fotografij, pri čemer se zaveže o spremembi načina obvestiti naročnika vsaj trideset dni vnaprej.

6.

Naročnik plača naročnino v _____ dneh po izstavljenem računu na transakcijski račun STA št. 27000-0000071570 pri Factor Banki d.d., Ljubljana.

Za zamujena plačila STA zaračunava zamudne obresti v skladu z zakonom.

Če naročnik ne bo redno plačeval pogodbene obveznosti, si STA pridržuje pravico, da mu po dvomesečni zakasnitvi s plačilom računa začasno odklopi dostop do baze.

7.

STA si bo prizadevala ves čas skrbeti za ažurnost in pravilnost podatkov, objavljenih v bazi podatkov.

STA ne odgovarja za škodo, ki bi nastala pri naročniku zaradi morebitnih napačnih, nepopolnih ali drugače neustreznih podatkov, navedenih v bazah podatkov, kakor tudi ne zaradi morebitne nemožnosti dostopa do baz podatkov ali drugačne nezmožnosti izpolnjevanja te pogodbe. Prav tako ne odgovarja za morebitno posredno nastalo škodo pri tretjih osebah. STA ne jamči za pravilnost objavljenih podatkov v bazah podatkov.

Če bi do odškodninske odgovornosti STA kljub navedenemu prišlo na podlagi te pogodbe ali prisilnih predpisov, pogodbenika omejujeta odgovornost STA v višini, enaki znesku treh mesečnih naročnin.

8.

V primeru, da bi se katerokoli posamezno določilo te pogodbe izkazalo za neveljavno, to ne vpliva na veljavnost ostalega dela pogodbe, ki bo veljal, kot da neveljavni del ni zapisan.

9.

Ta pogodba je sklenjena, ko jo podpišeta obe pogodbeni stranki. Velja za čas od _____ do _____ in se avtomatično podaljša za naslednje leto, če je nobena od pogodbenih strank ne odpove v roku enega meseca pred potekom pogodbe.

Vsaka pogodbeni stranka lahko kadarkoli brez razloga in posledic odpove to pogodbo s trimesečnim odpovednim rokom.

Vsaka pogodbeni stranka lahko odstopi od pogodbe brez odpovednega roka, če je nad nasprotno pogodbeno stranko uveden postopek prisilne poravnave ali stečajni postopek.

Poleg tega lahko STA prekine dobavo svojih storitev za primer, če bi naročnik kršil obveznosti iz te pogodbe, vse dokler naročnik ne poravnava odškodnine iz drugega odstavka 4. točke te pogodbe.

10.

Ta pogodba se lahko po volji pogodbenih strank spremeni s pisnim dodatkom (aneksom).

11.

Vsebina te pogodbe in vsi podatki o pogodbenikih in njihovih poslovnih partnerjih, do katerih bi pogodbenika prišla pri izvajanju te pogodbe, so poslovna skrivnost. Pogodbenika bosta takšne informacije obravnavala kot poslovno skrivnost in jih ne bosta razkrivala tretjim osebam.

12.

Spore, ki bi nastali v zvezi z razmerji, ki jih ureja ta pogodba, bosta pogodbeni stranki reševali predvsem sporazumno. Če do sporazuma ne pride, je za njihovo reševanje pristojno sodišče v Ljubljani.

13.

Pogodba je napisana v _____ enakih izvodih, ki imata/jo veljavnost izvornika. Vsaka pogodbeni stranka obdrži po _____.

Datum:

ZA STA:

Datum:

ZA NAROČNIKA: