

UNIVERZA V LJUBLJANI
FILOZOFSKA FAKULTETA
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Daša Cvjetičanin

**Novinarsko upovedovanje socialne tematike na POP TV in
TV Slovenija**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FILOZOFSKA FAKULTETA
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Daša Cvjetičanin

Mentor: doc. dr. Jože Vogrinc
Somentorica: doc. dr. Vesna Laban

**Novinarsko upovedovanje socialne tematike na POP TV in
TV Slovenija**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

»...televizijska slika učinkuje tako, da leva možganska polovica preneha s svojo dejavnostjo. /.../ Potemtakem televizijske slike sprejema predvsem desna polovica možganov. Tu potekajo vsi tisti procesi, ki so povezani s sanjami, občutkom in domišljijo. /.../ Gledanje televizije poteka na ravni zavesti, kakršno ima mesečnik« (Poročilo Emery v Buddemeier 1996).

Zahvala

Za pomoč pri pisanju diplomskega dela se iskreno zahvaljujem mentorju doc. dr. Jožetu Vogrincu in somentorici doc. dr. Vesni Laban.

Novinarsko upovedovanje socialne tematike na POP TV in TV Slovenija

Odkar se je na prehodu v petdeseta leta prejšnjega stoletja pričela »televizijska doba«, pripada televiziji kot mediju, ki s kontinuiranim predvajanjem programov, vsebin in specifičnih žanrov osmišlja naša življenja, še vedno eno izmed osrednjih mest pri sooblikovanju realnosti našega vsakdanjega življenja. Moč televizije, ki se med drugim poslužuje tudi sistema vizualnih reprezentacij, se »skriva« v prenašanju gibljive slike, saj pri gledalcu ustvarja učinek neposrednosti in tudi intimnosti. Informativni televizijski program je vse od osemdesetih let naprej hrbtenica vseh evropskih javnih radijskih in televizijskih servisov, prav tako pomembno vlogo pri obveščanju državljanov o zanje pomembnih družbeno-političnih problemih pa ima tudi dnevnoinformativni program komercialne televizije. Kljub temu, da novinarje informativnih televizijskih programov obvezuje odgovornost do gledalcev kot državljanov, pa še zdaleč ni samoumevno, na katerih temah se vzpostavlja javnost kot tista entiteta družbene sfere, ki bi bila o neki tematiki dovolj dobro seznanjena, da bi o njej razpravljala in pripomogla k reševanju njene problematike. Novinarji zaradi utrjenih rutin novinarskega sporočanja procesa in konvencionalnih kodov televizijskega diskurza pomanjkljivo poročajo o nekaterih dogodkih (v našem primeru o socialno problemskih situacijah), saj jih na račun personifikacije in dramatizacije ne uveljavljajo kot politično relevantne in zato vredne angažiranega poročanja.

Ključne besede: televizijski informativni program, televizijski novinarski diskurz, socialna tematika, javnost in personifikacija.

Journalistic representation of social issues on POP TV and TV Slovenia

Ever since the »television era« began (in the middle of the 1950s), the television as a media, which continually broadcasts programmes, contents and specific genres and is therefore embedded in the multiple discourses of everyday life, plays the main role in forming our everyday lives. The power of television, which among others uses also a system of visual representation, is »hidden« in its capability to broadcast moving images, which by television viewers create impressions of immediateness and intimacy. Informative television programme has been since the eighties onwards a backbone of all European public radio and television services; equally important role in informing citizens of issues that are socially and politically important plays the daily informative programme of the commercial television. Even though journalists of informative television programmes are responsible to viewers as citizens, it is not self-evident which issues condition arise of a public as that part of a social sphere, which is properly informed of issues to be able to discuss and consequently solve them. Due to prevailing routines of a journalistic communication process and conventional principles of television discourse, the journalists insufficiently report about some events (in our case about social problems). Events are on account of personification and dramatization politically less important and therefore less worth of engaged reporting.

Key words: television informative programme, television discourse, social issue, public and personification.

Kazalo vsebine

1	UVOD	8
2	TELEVIZIJA – MNOŽIČNI MEDIJ 20. STOLETJA.....	13
2.1	POSEBNOSTI TELEVIZIJE	15
2.1.1	Televizijska reprezentacija.....	15
2.1.2	Avdiovizualna moč televizije.....	16
2.2	TELEVIZIJSKI DEJAVNIKI OBJAVNE VREDNOSTI	18
2.2.1	TV novice.....	18
	Dnevnik	20
	Odmevi	20
	24 ur.....	20
	24 ur zvečer	21
	Tednik.....	21
	Preverjeno.....	21
2.3	JAVNA IN KOMERCIALNA TELEVIZIJA NA SLOVENSKEM	21
2.3.1	Razvoj televizijskih (dnevno)informativnih oddaj.....	21
2.3.1.1	TV Slovenija.....	23
2.3.1.2	POP TV	24
2.3.2	Informativni program na TV Slovenija in POP TV	24
3	UMESTITEV POJMA SOCIALNA TEMATIKA	27
3.1	KAJ SO SOCIALNI PROBLEMI?	28
3.1.1	Sociološki pristop.....	29
3.1.2	»Socialna problematika« kot prežitek socializma.....	30
4	TELEVIZIJA IN VSAKDANJE ŽIVLJENJE	33
4.1	POSAMEZNIK IN ZGODBA.....	35
4.2	SUBJEKT MODERNE	35
4.3	MEDIJI IN SODOBNE IDENTITETE	36
4.4	INDIVIDUALIZACIJA JAVNE SFERE IN PERSONIFIKACIJA ZASEBNE?	37
5	METODOLOGIJA.....	39
5.1	IZBIRA VZORCA.....	40

5.2	RAVNI ANALIZE	41
6	ANALIZA	44
6.1	DISKURZIVNI STATUS RESNIČNOSTI	44
6.2	NORMA OBJEKTIVNOSTI.....	44
6.3	TEMATSKA POMEMBNOST (IZBOR DOGODKOV IN DEJAVNIKI OBJAVNE VREDNOSTI)	46
6.4	SOCIALNA TEMATIKA.....	52
6.5	VIRI INFORMACIJ IN RUTINIZACIJA NOVINARSKEGA SPOROČANJA	53
6.6	EPIZODIČNOST IN MELODRAMA NA TELEVIZIJI (TV NOVINARSTVO KOT PRIPOVEDOVANJE ZGODB).....	61
6.6.1	Novice kot zgodbe	63
6.6.1.1	Socialni problemi kot gospodarsko-politični problemi.....	63
6.6.2	Retorični tropi (Metafora)	67
6.6.3	Naracija.....	69
6.6.4	Zgodbe kot drama.....	73
6.6.4.1	Socialni problemi kot človeški problem	73
6.6.5	Slike, ki govorijo namesto besed.....	77
7	SKLEP.....	85
8	LITERATURA.....	94

Kazalo tabel

TABELA 6.1: OBJAVNA VREDNOST TEMATIK NA DNEVNIKU	49
TABELA 6.2: OBJAVNA VREDNOST TEMATIK NA ODMEVIH.....	49
TABELA 6.3: OBJAVNA VREDNOST TEMATIK NA 24 UR.....	50
TABELA 6.4: OBJAVNA VREDNOST TEMATIK NA 24 UR ZVEČER	50
TABELA 6.5: PRIMERJAVA OBJAVNE VREDNOSTI TEMATIK NA VEČERNIH DNEVNOINFORMATIVNIH ODDAJAH TV SLOVENIJA (DNEVNIK, ODMEVI) IN POP TV (24 UR IN 24 UR ZVEČER).....	51
TABELA 6.6: PRIMERJAVA OBJAVNE VREDNOSTI TEMATIK NA TEDENSKIH ODDAJAH TV SLOVENIJA (TEDNIK) IN POP TV (PREVERJENO)	52
TABELA 6.7: DELEŽ OBJAV GLEDE NA VIR OBJAVE.....	54
TABELA 6.8: DELEŽ VIROV INFORMIRANJA GLEDE NA DRUŽBENI STATUS	55
TABELA 6.9: DELEŽ URADNIH VIROV INFORMIRANJA GLEDE NA DRUŽBENI STATUS	58
TABELA 6.10: PODROBNEJŠI PRIKAZ URADNIH VIROV INFORMIRANJA	60
TABELA 6.11: PRIKAZ TEM OBRAVNAVANIH PRISPEVKOV ANALIZIRANIH ODDAJ (MAJ 2010)	62
TABELA 6.12: PRIKAZ ANALIZE TRANZITIVNOSTI (KDO ALI KAJ POČNE KAJ KOMU ALI ČEMU)	66
TABELA 6.13: RAZMERJE MED VIZUALNO IN VERBALNO INFORMACIJO V ANALIZIRANIH PRISPEVKIH INFORMATIVNIH ODDAJ	79

1 UVOD

Načini sporočanja medijev so se skozi zgodovino spreminjali, vizualne razsežnosti novih medijev pa niso botrovale le spremenjenim načinom posredovanja informacij in njihovih rab, temveč so vplivale tudi na strukturo same informacije: odkar je namreč prevladujoč nosilec sporočil postal ekran, smo se znašli v novi situaciji komunikacijskih dejanj, saj lahko vsebino, torej sporočilo informacije razberemo šele takrat, ko obvladamo tudi njeno obliko, torej kod, v katerega je informacija »zapakirana«. Pomembno torej ni le, kaj/o čem novinarji s/poročajo, temveč tudi, kako, na kakšen način.

Če so prvi (tiskani) mediji z objavo informacij oziroma mnenj državljanov vzpostavljali javnost kot tisto entiteto medijev, ki je (bila) kot aktivna soustvarjalka medijskih vsebin nujno potrebna za obstoj demokracije, pa se današnje razumevaje medijev razlikuje od prvotnega: s sodobnim pojmovanjem medijev kot korporacijskih reprezentativnih sistemov se je hkrati spremenil tudi sam proces ustvarjanja medijskih vsebin, saj so zanje postali pooblaščenih novinarji in uredniki, svoje delovanje pa pričeli »opravičevati« z odgovornostjo do državljanov.

Na začetku prejšnjega stoletja so tako novi tehnološki izumi povzročili spremembe na različnih področjih družbenega življenja, različnim teoretikom (Baudrillard 1999; Debord 1999; Virilio 1996), ki so obravnavali porajajoče družbene pojave, pa je bilo skupno mišljenje, da se danes nahajamo v družbi, v kateri prevladuje vizualno. Množični mediji so pričeli komunikacijo z uporabo vizualnih tehnologij vzpostavljati preko podob, vsebine informacij, ki so bile vse dotlej dane skozi različne modalnosti zapisa, pa so se z novimi sredstvi vizualne komunikacije radikalno spremenile oziroma, če povzamem Wittgensteina (1976), začeli smo si ustvarjati »slike dejstev«. Izraz »videl sem« je postal neke vrste metafora za resnico, ki navkljub temeljnim novinarskim vrednotam še zdaleč ni tako samoumevna, kot se zdi na prvi pogled.

Prav zato bom v pričujočem diplomskem delu podrobneje obravnavala televizijski novinarski diskurz, saj menim, da televiziji kot množičnemu mediju, ki se med drugim poslužuje tudi sistema vizualnih reprezentacij navkljub novim digitalnim medijem še

vedno pripada eno izmed osrednjih mest pri sooblikovanju realnosti našega vsakdanjega življenja.

Ker nam je večina dogajanja po svetu (vsaj vizualno) še vedno posredovana preko televizije, bom pod drobnogled vzela informativni program javne (TV Slovenija) in komercialne (POP TV) televizije. Glede na to, da je primarna funkcija informativnih medijev še vedno obveščati ljudi o dogodkih, ki zaznamujejo naša življenja, bom položaj obeh televizij posredno opredeljevala tudi v odnosu do primarne (družbene) funkcije medijev; torej vzpostavljanja javnosti oziroma obveščanja državljanov o zanje pomembnih zadevah.

V vsesplošni poplavi informacij, s katerimi nas mediji vsakodnevno zasipavajo, se mi tako ne zdi smiselno obravnavati le načinov televizijskega posredovanja informacij, temveč tudi podrobneje analizirati način upovedovanja socialne tematike. Menim namreč, da je poročanje o socialni problematiki pomanjkljivo, saj se o socialno problemskih situacijah poroča le takrat, ko so te konfliktne narave ali pa del diskurza nosilcev družbene moči. V času vsesplošne gospodarsko–finančne krize je še kako pomembno, da bi mediji o njej poročali sistematično in izpostavljali med drugim tudi takšne probleme, ki so dejansko sestavni del socialne problematike in bi le ti z artikulacijo vseh udeleženih in pristojnih akterjev postali javni, razumljivi in rešljivi.

O tem, kako sem konceptualizirala socialno tematiko/problematiko, bom podrobneje spregovorila kasneje (v poglavju, ki je temu namenjeno), na tem mestu pa želim omeniti tudi podatek, da je bilo leto 2010 razglašeno za Evropsko leto boja proti revščini in socialni izključenosti in se je (naj bi se) med drugim tudi zato več poročalo o družbenih problemih, ki pestijo večino ljudi po svetu. Povod za razmislek in bolj podrobno analizo televizijskega poročanja o socialni tematiki, sem torej našla v aktualnem družbenem dogajanju oziroma po tehtnem premisleku, da sta boj proti revščini in socialni izključenosti zgolj eni izmed mnogih razsežnosti tovrstnih družbenih problemov v globalni krizi in da bi bilo potrebno poročati o vrsti drugih socialnih problemov, ki se kažejo kot temeljni življenjski problemi nemalo posameznikov. Od tod tudi izhajam pri opredeljevanju izhodiščnega raziskovalnega vprašanja: *Kakšna je diskurzivna struktura televizijskih informativnih besedil s socialno tematiko?*

Z analizo načinov novinarskega upovedovanja socialne tematike na POP TV in TV Slovenija oziroma diskurzivne strukture televizijskih informativnih novinarskih besedil s socialno tematiko bom ugotovljala, v kolikšni meri novinarji v okviru televizijskega novinarskega diskurza poročajo o socialnih problemih večine posameznikov; torej o problemih, ki jih lahko vsakdo potencialno doživlja tudi na osebni ravni.

Na temelju predpostavk, ki jih navajam pod točko a), postavljam teze, ki jih navajam pod točko b).

a)

1. Glede na osnovne dejavnike objavnosti imajo v televizijskem novinarskem diskurzu prednost objave tista novinarska besedila, ki ustrezajo načelom aktualnega poročanja, pri čemer sta za televizijsko objavo poleg dejavnika konfliktnega in »nepredvidljivega« ključnega pomena nazornost in atraktivnost slike (Perovič in Šipek 1998, 53; Laban 2007a, 25).
2. Televizija kot »visoko polisemični medij« (McQueen 1998, 263–264) proizvaja pomen tako verbalno kot vizualno, zato se pomen televizijskih novinarskih besedil tvori prek odnosa med vizualnimi in verbalnimi kodi (Hartley 1989, 177). Televizijske dnevnoinformativne oddaje lahko razumemo kot ene izmed najbolj kompleksnih oblik novinarskega diskurza (Laban 2007a), saj televizijski novinarski diskurz sestavlja množica vizualnih, zvočnih in jezikovnih znakov, organiziranih s pomočjo kodov in konvencij, »ki jih mora gledalec sprejeti in prepoznati, da dobijo pomen« (Bignell 1997, 113).
3. Čeprav so v televizijskem novinarskem diskurzu pomembne vse prvine (zvočna, jezikovna in vizualna) upovedovanja (McQueen 1998, 257; Goodman in Manners v Laban 2007b, 36; Hartley 1989, 177), pa je prisotnost vizualne razsežnosti tista, ki gledalca pritegne in mu omogoča, da se hitreje vživi v vsebino, ki jo gleda (Corner 1999, 24; Mulvey 1996, 275–277; Sontag 2006, 19; Zajc 1995, 48–50).
4. Norma novinarske objektivnosti postavlja v privilegiran položaj televizijskega novinarskega diskurza sliko, ki z atraktivnostjo in nazornostjo povečuje vtis avtentičnosti (Laban 2007a; Luthar 1998; Hartley 2004). Dogodek ima uporabno vrednost le, če se ga da vizualizirati (Harrison v Laban 2007a, 34), vendar pa

lahko postane slika v primeru izpostavljene čustvene komponente sporna, saj lahko z odvrčanjem pozornosti gledalcev od vsebine povedanega (Ellis 1992, 138–143) vpliva na pomen sporočila. Slika namreč z ustvarjanjem takojšnjega vtisa ter sporočanjem neposrednosti in intimnosti posredno vpliva na osmišljanja naših doživljanj sveta (Corner 1999; Yorke 1997; Tompkins 2002 v Laban 2007b, 36).

5. Novinarski diskurz, ki se sklicuje na profesionalne norme novinarskega poročanja, se sicer kaže kot objektivni in resničen, vendar prav z načeli objektivnosti ustvarja pristranskosti v korist nosilcev družbene moči (Erjavec 1999; Reese 1997; Soloski 1997; Vogrinc 2007).

b)

1. Socialna tematika ima v nasprotju z ostalimi uveljavljenimi tematskimi področji televizijskega poročanja nižjo objavno vrednost.
2. Reprezentacije socialne tematike se v večini primerov vsebinsko nanašajo na politični diskurz o socialni problematiki ali pa se o njej zaradi konfliktnosti in želje po senzacionalizaciji pripoveduje na način zgodbe. To se kaže v naraščajočih prvinah dramatizacije in narativizacije, kot so uporaba pestrih retoričnih sredstev, besed v prenesenem in zamenjanem pomenu ter vizualnih sredstev upovedovanja brez ustrezne pomenske vrednosti.
3. Reprezentacije socialne tematike v osrednjih, (pozno)večernih, dnevnoinformativnih oddajah nastajajo v okviru rutinizacije in standardizacije televizijskega novinarstva, zaradi česar se oddaljujejo od prikazovanja realnosti socialno problemskih situacij.
4. V novinarskih prispevkih, ki upovedujejo socialno problematiko, prevladujejo uradni viri informiranja. »Navadni« ljudje kot temeljni vir informiranja o socialno problemskih situacijah so v manjšini.

Namen pričujočega diplomskega dela ni pretresati že skorajda »prežvečena« vprašanja, ali mediji odslkavajo realnost ali ne, niti ne zmorem, čeprav izpostavljam tudi vizualni vidik televizije, dokazati, v kolikšni meri ima »vizualizacija resnice«, kot bi se izrazil John Hartley (2004), kaj opraviti z domnevno krizo informativnih medijev (če sploh). Menim pa, da je vizualna prvina kot ena izmed tistih televizijskih diskurzivnih prvin, ki

lahko med drugim s tehnikami estetizacije vsakdanjega življenja posredno ohranjajo in reproducirajo prevladujoče diskurzivne vzorce družbenega delovanja, vsekakor vredna analize.

Ker poskušam osvetliti položaj (funkcije, učinke) javne in komercialne televizije (med drugim tudi) v odnosu do vizualne reprezentacije socialne tematike v času gospodarsko–finančne krize, je namen, ki ga želim s tem doseči, jasen: potrditi ali ovreči sporočilno vrednost informacije o socialnih problemih kot pomanjkljive in manipulativne oziroma vsebinsko dovolj celovite, da si posameznik ustvari sliko sveta, ki ustreza realnosti socialno problemskih situacij.

2 TELEVIZIJA – MNOŽIČNI MEDIJ 20. STOLETJA

Televizijski sprejemniki so se znašli v prodaji že konec dvajsetih let prejšnjega stoletja, vendar je bilo do sredine 30-ih let radijsko oddajanje na obeh straneh Atlantika še tako trdno uveljavljeno, da so mnogi poznavalci iz radijskih in filmskih krogov (takrat poleg časnikov najbolj razširjenih množičnih medijev) dvomili o prihodnosti televizije kot najbolj popularnega medija druge polovice dvajsetega stoletja (Briggs in Burke 2005, 171–228). Spremenjene družbeno-politične razmere so po koncu druge svetovne vojne spodbudile gospodarski razcvet, ki je na prehodu v petdeseta leta prejšnjega stoletja vplival na močno povečano prodajo televizijskih sprejemnikov ter tako pognal kolesje »televizijske dobe« (prav tam). Čeprav so jo v zadnjih letih zasenčili novi mediji, pa se televizija tehnološkim inovacijam (digitalizacije) uspešno prilagaja ter tako sooblikuje nove načine svoje uporabe, ki jo še naprej vzdržujejo kot pomemben del našega vsakdanjega življenja (Silverstone 1994).

Ne glede na to, kateri aspekt (tehnološkega, komunikacijsko-družbenega, psihološkega itd.) televizije obravnavamo, se njeni preučevalci strinjajo, da je množični razmah televizije sredi petdesetih let prejšnjega stoletja povzročil prelomnico v razvoju telekomunikacij in medijev nasploh, saj je ponudila ekran, ki je bil dosegljiv doma in se ga je dalo uporabljati v raznovrstne namene.

A televizija kot medij ni bila zgolj črna škatla na kredenci dnevne sobe, takrat osrednjem prostoru družinskega življenja, temveč je bila tudi »sporočilo« (McLuhan 1994), ki je bilo ljudem s prikazovanjem gibljive slike na ekranu posredovano na povsem nov način. Po McLuhanu (prav tam) je bila »bolj kot podaljšek vida podaljšek tipa« in je zatorej terjala »spremljavo in podporo« vseh čutil, s tem pa je televizija prekosila dotlej uveljavljene množične medije (časnike, radio, kino) in se z globalno razsežnostjo povezovanja ljudi v »globalno vas« uveljavila kot najpomembnejši in najmočnejši (elektronski) množični medij.

Čeprav so avtorji najbolj zgodnjih preučevanj domnevali (Luthar 1992), da je televizija zmes gledališča, filma in radia in da se je razvila na tehničnih osnovah gibljive slike (katodna cev) in radia (cevni ojačevalec ključen za radijsko telefonijo) kot prvega medija radiodifuznih razsežnosti (Briggs in Burke 2005) ter tako kar nekaj časa delovala

predvsem kot radio, pa se je kmalu izkazala za svojevrstno kulturno obliko (Williams 1990).

Kot eno izmed množičnih občil, ki se razglašajo za ogledalo družbene realnosti, je televizija s specifičnim načinom poročanja, ki združuje govor, sliko in zvok, omogočila simulacijo (vtisov) resničnega/realnega življenja kar v toplem družinskem zavetju dnevne sobe in tako pričela družbene vezi vzpostavljati na povsem nov način. Kot medij, ki se je zasidral v domačem okolju dnevne sobe, je televizija na novo oblikovala odnose med domačo in javno sfero, saj je družina na eni strani predstavljala prostor privatnosti, po drugi strani pa je s prilagajanjem vsakdanjih rutin času televizijskega oddajanja postajala vse bolj tudi prostor javnega (Luthar 1992, 108). Scannell (1989) trdi, da konstituirajo televizijsko posredovani dogodki skupno javno življenje občinstva nacionalne televizije, zato televizija prek svoje »serialnosti« ne vzdržuje le čas rutin našega vsakdanjega življenja, temveč tudi koledarski čas nacionalne kulture. To pa pomeni svojevrstno združevanje prej veliko bolj jasno ločenih sfer privatnega in javnega.

Iz tega sledi, da »vir moči, ki jo tako kritiki kot apologeti pripisujejo televiziji, ni njen domnevni realizem«, argumentira Zajc (1995, 127), »temveč je to performativna moč televizije, ki je odvisna od tehnoloških pogojev dispozitiva *radiodifuzne TV*« (prav tam). Prav zato se je nacionalna televizija na Slovenskem vzpostavila šele s TV dnevnikom (prav tako, 126).

Razvoj televizije je bil sicer odvisen od tehnološkega napredka, vendar pa to še ne pomeni, da so dane tehnološke razsežnosti nekega medija neposredno oziroma samoumevno vplivale na njihovo družbeno (upo)rabo. »Televizijski mehanizem je bil na razpolago, še preden so ga uporabljali na način, ki ga danes predpostavljamo, kadar govorimo o televiziji« (Zajc 2000, 43). Kot trdi Zajc (prav tako, 39), je tehnološki moment v medijih odločilen, vendar pa hkrati opozarja, da je potrebno pri obravnavi družbenih razsežnosti tehnologij upoštevati *razmerje* med tehnologijo in družbo (prav tako, 46) – torej okoliščin, v katerih se družbenost tehnologij artikulira, in ne zgolj družbene moči njihovega vpliva na množice.

2.1 Posebnosti televizije

2.1.1 Televizijska reprezentacija

Televizija kot poseben medij, ki združuje govor, sliko in zvok, zahteva specifičen način sporočanja in uporabe jezikovnih sredstev, a kot trdi Vogrinc (v Laban 2007b), televizijski novinarski diskurz ni specifičen le zaradi svojih tehničnih značilnosti (avdiovizualnosti), temveč tudi (in predvsem) zaradi družbenih in komunikacijskih okoliščin, v katerih televizijo gledamo – te pa so-določa družbeni status TV institucije.

Tudi če izpostavimo zgolj nekatere teoretike (Hartley, Hall in drugi), ki so se posvečali preučevanju posebnosti televizije in jih odkrivali v kompleksnosti televizijskega znaka s predpostavko, da »je kombinacija dveh tipov diskurza, vidnega in slušnega« (Hall 1980, 131), ali pa so odkrivali *multimodalnost* (Goodman in Manners v Laban 2007b) televizijske dnevnoinformativne oddaje v sočasni prepletenosti uporabe jezika in vizualizacije ter tako ugotavljali, da je z možnostjo tvorjenja mnogoterih pomenov televizija semiotični fenomen (McQueen 1998, 263–264), pa pravzaprav ni potrebno posebej utemeljevati, da so posebnost televizije nedvomno gibljive slike, ki z doseganjem iluzije realnosti omogočijo lažje razumevanje sporočenega, doživljanje vidnega pa se nam tudi hitreje vtisne v spomin.

O pomenu slikovnih sporočil, ki »so zaradi svoje prevladujoče sugestivne moči pri gledalcih odločilni sotvorci čustvenih in razumskih identifikacij«, piše tudi v poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija, internem kodeksu RTV Slovenija (Svet RTV Slovenija 2000, 9.8. čl.): »slika oziroma posnetki za informativne programe ali poročevalske zvrsti ponazarjajo objektivni potek dogajanja. To naj gledalcu omogoči, da dobi resnično in celovito predstavo o tem, kaj se je dejansko dogajalo in zgodilo«. Med pomembne semiološke vidike vizualizacije televizijskega novinarskega diskurza Laban (2007a, 37) šteje kadre, oddaljenost kamere in montažo.

Po mnenju Silverstona (v Luthar 1992, 117–119) se posebnost televizije v odnosu do drugih množičnih medijev skriva v njeni »oralnosti drugega reda«, saj televizijska sekundarna oralnost oblikuje iz občinstva neprimerno večje skupine od tistih pri primarni oralnosti (prav tam) – tisto, zaradi česar je McLuhan množičnim medijem

pripisal funkcijo povezovanja ljudi v »globalno vas«, o oralnosti televizijskega medija pa po mnenju Luthar (1992, 118) govorijo »veščine oziroma kompetence, ki jih televizijski medij zahteva, njegova posebna narava komunikacije, percepcija časa in prostora, kratkotrajnost in minljivost njegovih podob, sama fenomenologija gledanja televizije v privatnosti dnevne sobe skupaj z drugimi aktivnostmi in pogovori ob in o televizijskem programu«.

2.1.2 Avdiovizualna moč televizije

Družbeno–kulturalna funkcija televizije, ki je osrednjega pomena za sodobno kulturo, je torej tesno povezana z njenimi estetskimi značilnostmi. O podobah, ki so (lahko) osrednja prednost televizijskega poročanja, Bourdieu (2001) meni, da lahko televizijo iz učinkovitega sredstva neposredne demokracije sprevržejo v sredstvo simbolnega zatiranja. S tem, ko televizija usmerja pozornost na dogodke, ki zanimajo vse ljudi, po načelu prednostnega tematiziranja, ali pa prikaže za življenja ljudi pomembne dogodke kot nepomembne, zanemarja (po načelih javne televizije) osrednjo funkcijo informiranja kot tiste komponente demokratičnega življenja, ki bi državljanke vzpostavljala kot javnost. Iz gledanja televizije in posebnih značilnosti podobe, ki povzroča »učinek realnosti«, pa po besedah Bourdieuja (2001, 18–19) izhajajo potencialne politične nevarnosti, zaradi česar televizijsko poročanje vselej implicira tudi družbeno konstrukcijo realnosti.

S tem, da je vizualna prvina osrednjega pomena za televizijski medij, se ne strinja Ellis (1992), ki meni, da je slika osrednja referenca filma, medtem ko je za televizijo osrednjega pomena zvok, saj deluje podoba zgolj ilustrativno. Kot pravi Ellis (prav tako, 129), mora biti televizijska vizualna podoba čim bolj enostavna in neposredna, brez podrobnosti in preobilja informacij, saj je zvok tisti, ki prinaša podrobnosti in je zato glavni nosilec informacij in pomenov na televiziji. Poleg tega igra zvok ključno vlogo pri ohranjanju gledalčeve pozornosti, saj ga lahko slišimo tudi takrat, ko podob na ekranu ne gledamo (prav tam). Da je človeški glas tisti, ki gledalcu olajša ohranjanje zvočne in pripovedne kontinuitete, meni tudi Chion (1993, 59), ki pravi, da deluje televizija kot ilustrativni radio: »radio, ki ga podobe ilustrirajo diskontinuirano, parcialno, enkrat didaktično (s tabelami in grafikoni), drugič spet dekorativno – tako kot ilustracije h knjižnim besedilom« (prav tam).

Četudi je zvok temelj televizije, pa bi stvar po mnenju Chiona (1993, 60) vzeli preveč »nalahko«, če »bi rekli, da je tu v središču zvok, saj televizija v resnici nima svojega središča«. Razmerje med govorom (komentarjem) in podobo je na televiziji pogosto tvegano in neobvladano, saj je govorjenje pogosto razglabljuje, togo, organizirano, tok podob, ki spremlja to besedovanje pa nepredvidljiv, impresionističen in slabo usklajen. Chion ugotavlja, da si televizija prav z medsebojno neodvisnostjo zvoka in slike služi vsakdanji kruh, saj je »zvočni kontinuum, povezan s podobo, ki jo gledamo diskontinuirano« (prav tam).

Podobno je prepričan tudi Scannell (1991, 11), ki trdi, da se je televizija »tehnično, zgodovinsko in analitično razvila iz radija«, in meni, da je televizija radio z dodatkom vizualnega. In čeprav je sprva resda bolj spominjala na radio z dodano sliko, pa se je z desetletji razvoja in vpeljavo barvne slike spremenila v medij »z lastno fizično materialnostjo in z vrsto materialnih učinkov svojih primarno fizičnih lastnosti« (Morley 1995, 187).

Glede na to, da televizijski novinarski diskurz sestavljen iz jezika, zvoka in vizualnih podob, organiziranih s pomočjo kodov in pravil, pa jih mora gledalec, če želi videno in slišano osmisлити, zaznati in prepoznati, pravi Bignell (1997, 113). Pomen televizijskih novinarskih besedil se namreč tvori predvsem prek odnosa med vizualnimi in verbalnimi kodi (Hartley 1989, 177), zato je možnost manipulacije toliko večja. »Televizija tako ne posreduje programov, temveč semiotično izkušnjo,« trdi Fiske (1989, 59), ki pojmuje televizijo kot intertekstualni medij¹, zaradi česar se pomen določenega teksta vzpostavlja v procesu gledanja televizije (prav tam). Ne glede na to, da je televizija v prvi vrsti vizualni medij, saj vizualne podobe kot ena izmed ključnih posebnosti televizijskega medija pri gledalcu ustvarjajo takojšen vtis in omogočajo njegovo takojšnje razumevanje upovedanega dogodka (Laban 2007a, 33), pa so vse prvine televizijskega upovedovanja pomembne, saj se pomen televizijskih novinarskih besedil konstituira v razmerju med verbalnimi in vizualnimi prvinami upovedovanja.

¹ To pomeni, da je televizijski tekst v odnosu z vsemi drugimi teksti v njegovem okolju. Primarni televizijski tekst je mogoče interpretirati le v njegovi povezanosti s sekundarnimi (kritike televizijskih oddaj, promocijski teksti o televizijskih primarnih tekstih itd.) in terciarnimi teksti (teksti bralcev, ki krožijo oralno ali v pisnih bralcev in so torej lahko privatni ali pa javni). Umestitev televizijske oddaje v intertekstualno okolje v primeru konkretne analize je torej neizogibna (glej Luthar 1992, 119).

Čeprav deluje televizija znotraj kulturno specifičnega okolja, z vsemi omejitvami in kontrolami, pa omogoča zaradi svoje polisemije možnosti preseganja teh omejitev. Posamezni tekst analize ni umeščen le znotraj tekstov drugih množičnih medijev in gledalcev, temveč tudi znotraj celotnega televizijskega sveta nasploh (Luthar 1992, 120). Kot trdi (White 1998, 6), je potrebno pri kakršnikoli analizi novinarskih besedil upoštevati tudi posebnosti medija (tisk, radio, televizija, svetovni splet), vendar pa naj bi analiza posameznega televizijskega teksta upoštevala tudi programsko shemo, ki obkroža primarni tekst analize (Luthar prav tam).

2.2 Televizijski dejavniki objavne vrednosti

2.2.1 TV novice

Vprašanje, kaj je novica, je na videz preprosto (*tisto, kar je novo, aktualno*), vendar pa je to eno najtežjih vprašanj in dilem, ki si jih novinarji in uredniki postavljajo vsak dan (Perovič in Šipek 1998, 49). Na splošno postane neki dogodek vreden novinarske objave (postane novica), če izpolnjuje zahteve po aktualnosti, prominentnosti, negativnosti in presenetljivosti (Galtung in Ruge v Fiske 2004) oziroma tudi splošnem interesu, razumljivosti in objektivnosti (Perovič in Šipek 1998, 50–51), vendar pa so novičarski dejavniki² odvisni tudi od vrste medija. Televizija si sicer s tiskom in radiem deli osnovne dejavnike objavne vrednosti³, kot so širina vpliva dogodka, zemljepisna bližina dogodka, časovnost, prominentnost dogodka, novost, nenavadnost in konfliktnost, med specifične dejavnike televizijskega novinarskega diskurza pa sodi poročanje s terena in atraktivnost ali nazornost televizijskega posnetka, ki povečujeta vtis avtentičnosti (Laban 2007a). K temu Perovič in Šipek (prav tako, 49), ki kot osrednjo prvino televizijskega poročila navajata »televizičnost«, torej, »da mora vsako poročilo govoriti s sliko, da mora vsakemu dogodku dati samo temu mediju lastno kvaliteto – sliko«, dodajata še posebljenost, dramatičnost in čustva. Pravilo je torej

² Sistematizacijo ideoloških rutin poročevalske prakse sta leta 1965 prva utemeljila John Galtung in Marie Holmboe Ruge. Njun teoretični model temelji na analizi izbire mednarodnih dogodkov in loči dvanajst novičarskih dejavnikov (pogostost, vstopni prag, jasnost, pomembnost, konsonantnost, nepričakovanost, kontinuiteto, kompozicijo, nanšanje na ljudi in negativnost), pri opredeljevanju novičarskih dejavnikov so jima z različnimi poudarki sledili še drugi, kot enega najbolj diferenciranih modelov z 22 navedenimi novičarskimi dejavniki pa je predstavil Kepplinger (Erjavec 1999, 54–55).

³ Glej Erjavec (1999, 52–58).

vedno isto: tekst in slika morata biti vedno v sozvočju in pripovedovati isto zgodbo (prav tam). Kot meni Harrison (v Laban 2007a, 25–26), postajajo televizijski dejavniki objavnosti vse bolj podobni tistim iz tabloidnih časopisov, saj ima dogodek uporabno vrednost le, če se ga da »vizualizirati« in »senzacionalizirati«.

Čeprav obstaja nekaj splošnih pravil, po katerih se odločamo o pomembnosti oziroma nepomembnosti nekega dogodka in o tem, ali se bo dogodek spremenil v televizijsko poročilo⁴, pa jih ne moremo povsem enačiti z dejavniki objavnosti tedenske oddaje (Tednik, Preverjeno!), ki zrcali zgodbe našega vsakdana, saj je paleta tematik, o katerih poročajo v dnevnoinformativnih oddajah, veliko bolj raznolika (gospodarstvo, zunanja/notranja politika, kultura itd.) od tistih v Tedniku in Preverjeno!.

Tako na javni TV Slovenija kot na komercialni televiziji POP TV si lahko v okviru informativnega programa ogledamo različne informativne oddaje, ki dajejo celotni televizijski postaji odločujoči znak identitete, med seboj pa se navkljub temu, da je njihov položaj v programskih shemah povsod enak, razlikujejo po trajanju, vsebini, formi in strukturi (Perovič in Šipek 1998, 83–84):

- **Kratke novice**⁵ so ponavadi od dve do pet minut dolge oddaje, v katerih voditelj predstavi najpomembnejše dogodke dneva. Opremljene so s slikovnim materialom (video zapisi, fotografijami ali grafiko), poudarek pa ni toliko na najpomembnejših novicah dneva kot na novicah, ki so se pravkar zgodile.
- **Dnevnoinformativne oddaje** so ponavadi od 20 do 60–minutne oddaje, v katere so uvrščene najpomembnejše novice dneva. Poleg poročil so v dnevnoinformativne oddaje uvrščene tudi analize, komentarji, izjave ter novice

⁴ Med pravili, po katerih se odloča o (ne)pomembnosti posameznega dogodka in o tem, ali se neki dogodek spremeni v televizijsko poročilo ali v novico, Perovič in Šipek (1998, 50–54) izpostavljata slednje: povezanost dogodka z elitnimi osebami, povezanost dogodka z velikimi narodi, geografska oddaljenost od dogodka, slaba novica je dobra novica, vloga in vpliv medija v okolici, kompozicija informativne oddaje, jasnost in enostavnost dogodka, nepričakovanost, kontinuiteta, atraktivnost televizijskega posnetka, posebljenost, konfliktnost, lastništvo nad medijem, napredek, dramatičnost, ljubezen in seks ter čustva.

⁵ Da bi se izognila mešanju pojma novice s pojmom vesti, želim na tej točki pojasniti njuno razliko. Vest je zgolj eden od novinarskih žanrov, medtem ko je novica tisto novo, še nikoli slišano oziroma videno, kar je upovedano v vesti – lahko pa tudi v kateremkoli drugem novinarskem žanru (Korošec 1998, 299). »News« torej prevajamo kot poročila, kadar gre za televizijsko oddajo, in kot novico/novice, kadar gre za posamezne novinarske prispevke v poročilih (Fiske 2004, 151).

iz sveta umetnosti, kulture, zabave in podobno. Vse dnevnoinformativne oddaje imajo svojo prepoznavno obliko, ki jih že na prvi pogled loči od sorodnih oddaj na konkurenčnih televizijskih postajah.

- **Informativne dokumentarne oddaje** so dolge med 30 in 60 minutami in jih med seboj ločimo tudi po tem, ali obravnavajo eno samo novico ali več različnih novic. Te oddaje ne obravnavajo vsakodnevnih aktualnih novic, temveč se s temami, ki so v središči časa že nekaj časa, ukvarjajo na bolj poglobljen način. Dogodke upovedujejo na analitičen oziroma raziskovalni način. Takšna oddaja lahko sestoji iz daljših novinarskih prispevkov, ki jih med seboj povezuje voditelj (značilen primer takšne oddaje sta Preverjeno! na POP TV in Tednik na TV Slovenija), oddaja pa je lahko zasnovana tudi tako, da voditelj v studio povabi goste in se z njimi pogovarja o določeni tematiki (značilen primer takšne oddaje je Tarča na TV Slovenija).

Različni tipi informativnih oddaj tako upovedujejo dogodke na drugačen način, slednje pa se da razbrati tudi iz opisov analiziranih oddaj na njihovih domačih spletnih straneh:

Dnevnik

»Z ogledom DNEVNIKA ob 19. uri si vsak dan v letu zagotovite učinkovit dnevni pregled dogodkov doma in po svetu oz. enourni odmerek informacij, ki so jih čez dan zbrali dopisniki in posebni poročevalci iz svetovnih prestolnic, dopisniki iz vse Slovenije ter novinarji uredništev notranjepolitičnih in gospodarskih, zunanjepolitičnih, športnih in kulturnih oddaj« (RTVSLO 2010a).

Odmevi

»Odmevi vsak delavnik ob 22.00 ponudijo sveže večerne novice ter analize najpomembnejših dogodkov dneva. Ozadja dogodkov in pojavov, prikrite podrobnosti in nove plati vznemirljivih zgodb predstavljajo novinarji in izbrani gosti, ki jih izprašajo voditelji oddaje ali pa se soočijo med seboj« (RTVSLO 2010b).

24 ur

»Je osrednja dnevnoinformativna oddaja, v kateri vsakodnevno išče in najde aktualne dnevne novice največ slovenskih gledalcev. Vedno se je namreč prilagajala najsodobnejšim televizijskim trendom, pričakovanjem gledalcev in na rojstni dan POP

TV, pred letom dni, začela potekati tudi iz novega osrednjega studia. Voditelji dnevne novice tako podajajo še na dinamičnejši, atraktivnejši in vsebinsko bogatejši način. V družbi 24UR vas vsak večer čaka aktualen pregled domačih in tujih novic dneva ter atraktivni športni pregled« (24ur.com 2010).

24 ur zvečer

»V oddaji so na zgoščen in atraktiven način podane najpomembnejše novice in zgodbe dneva, obogatene s pregledom zadnjih oz. najnovejših večernih domačih in tujih dogodkov« (24ur.com 2010).

Tednik

»V Tedniku, ki bo od septembra na sporedu ob ponedeljkih zvečer, vas skozi zgodbe, ki so odraz našega vsakdana, vodi Janko Šopar« (RTVSLO 2010c).

Preverjeno!

»Ekskluzivno, razkrito, resnično, jasno in opazovano! Zanimive, pretresljive in provokativne in resnične zgodbe ob torkih zvečer na POP TV!« (24ur.com 2010).

2.3 Javna in komercialna televizija na Slovenskem

2.3.1 Razvoj televizijskih (dnevno)informativnih oddaj

Začetki javne televizije v Sloveniji segajo v leto 1958, ko so v Studiu Ljubljana pričeli oddajati skupni jugoslovanski program (arhivski viri v Prpič 2008)⁶, vendar pa lahko o televiziji na Slovenskem kot o nacionalni televiziji govorimo šele potem, ko so 15. aprila 1968 (prav tam) na Televiziji Ljubljana začeli pripravljati in oddajati prvo osrednjo dnevnoinformativno oddajo TV dnevnik v slovenščini (Zajc 1995, 126). O prvem slovenskem Dnevniku nekdanji urednik dnevnoinformativne oddaje (programa) na Televiziji Slovenija Jure Pengov (2003) pravi, da »je bil sprva na moč okoren, bolj radijski kot televizijski«, desetletje kasneje »v zgodnjih letih vsebinskega in oblikovnega zasuka«, ko so Dnevnik prišli predvajati v barvni tehniki in z voditelji,

⁶ Čeprav je za začetek skupnega jugoslovanskega oddajanja določen 29. november 1958, so pričeli televizijski program v Studiu Ljubljana poskusno oddajati že 11. oktobra 1958; Televizija Ljubljana pa je neuradno začela oddajati leta 1957 (Prpič, 2009).

pa so »Dnevnik TV Ljubljana pobirali priznanja doma in v okviru jugoslovanskih televizij« (prav tam). Dnevnoinformativna oddaja javne televizije v slovenskem medijskem prostoru tako vse do prihoda produkcijske hiše Pro plus, ki je leta 1995 ustanovila komercialni program POP TV in TV 3, ni imela resnega konkurenta (Bašić-Hrvat in Kučić 2005). Na POP TV so v sklopu novoustanovljenega informativnega programa pričeli 15. decembra 1995 predvajati informativno oddajo 24 ur, ki »je z novimi idejami, voditeljskimi pari, dinamičnim pristopom, atraktivno grafično podobo ter razgibanim in pristnim studiem« (POP TV 2010a) po dveh letih predvajanja po gledanosti dohitela Dnevnik, od leta 1998 pa ima primat najbolj gledane slovenske dnevnoinformativne oddaje (Prpič 2009).

TV Slovenija je tako v devetdesetih letih prejšnjega stoletja prvič dobila resno konkurenco, eden izmed odgovorov TV Slovenija na prihod konkurence pa je bila po besedah Pengova (2003) tudi oddaja Odmevi, ki so jo premierno predvajali 6. januarja 1997. »Novinarji in izbrani gosti, ki jih izprašajo voditelji oddaje ali pa se soočijo med seboj,« (RTVSLO 2010b) se v oddaji Odmevi vsak delavnik ob 21.50 uri na dnevne in druge aktualne dogodke odzivajo s poglobljeno analizo in tako predstavljajo »ozadja dogodkov in pojavov, prikrite podrobnosti in nove plati vznemirljivih zgodb« (prav tam).

Vendar se je tedaj, piše Vesna Laban (2007a, 14), prava bitka med javno in komercialno televizijo za gledalce šele začela: »zaznamovali so jo predvsem premikanje ure začetka in podaljševanje obeh osrednjih dnevnoinformativnih oddaj, spreminjanje scenske in grafične podobe na Televiziji Slovenija ob praznovanju 35-letnice televizijskega Dnevnika ter uvajanje in ukinjanje voditeljskih parov«. Ustaljeni čas oddajanja dnevnoinformativne oddaje Dnevnik na Televiziji Slovenija in 24 ur na POP TV ob 19.30 uri so prvi premaknili na televiziji POP TV, in sicer 20. januarja 2003, ko se je prenovljen enourni informativni blok začel ob 19. uri, še istega leta pa je enako storila tudi Televizija Slovenija (prav tam). Hkrati s spremembo ure pa sta se spremenili tudi scenska in grafična podoba Dnevnika – iz tradicionalne sivo-modre v rdečo –, na

Televiziji Slovenija pa so ponovno⁷ uvedli voditeljske pare, ki so se obdržali slabi dve leti (prav tam).

Na POP TV so informativni program okrepili 4. septembra 2001, ko so pričeli ob torkih predvajati oddajo Preverjeno!, 14. novembra ji je sledila četrtekova oddaja Trenja – ki je sedaj ni več –; aprila 2007 pa so z oddajo 24 ur zvečer, ki je na sporedu vsak delavnik ob približno 22.40 uri, ponudili še svojo različico večernih poročil. Leto kasneje sta ji sledili še oddaji 24 ur popoldne in 24 ur ob enih, na komercialni televiziji Kanal A pa so 5. februarja 2007 pričeli s predvajanjem tabloidne dnevnoinformativne oddaje Svet, ki se po mnenju Laban (2007a, 15) ne more primerjati »s t. i. državljskim novinarstvom«. Eden izmed poskusov predvajanja prvega celodnevnega informativnega kabelskega programa i-TV od 6. decembra 2004 dalje, ki prav tako ne more konkurirati s POP TV ali Televizijo Slovenija, pa se po podatkih Prpiča (2009, 75) le počasi uveljavlja in uspešno zapolnjuje programsko vrzel v dopoldanskem in večernem času.

2.3.1.1 TV Slovenija

Televizija Slovenija se od komercialne televizije POP TV razlikuje po tem, da ima status javnega zavoda posebnega kulturnega in nacionalnega pomena (Zakon o RTV Slovenija 2005, 1. čl.). To pomeni, da se financira s sredstvi iz državnega proračuna ter drugih javnih sredstev, tržnih dejavnosti in predvsem prispevka za programe RTV Slovenija (prav tako, 14. čl.). Njen položaj določa zakonodaja, ki se je od leta 1990 do leta 2005 (ko so nazadnje sprejeli novi zakon o RTV) spremenila šestkrat (Bašić-Hrvatin in Petković 2007, 130–131), že prvi zakon o RTV Slovenija iz leta 1990 pa je določil, da ima RTV Slovenija status javne družbene delovne organizacije (prav tam). Temeljna načela delovanja javnega servisa so po mnenju Bašić-Hrvatin (2005, 107) »univerzalna dostopnost, enakost ponudbe za vse državljane ne glede na njihove materialne zmožnosti, različnost programskih vsebin, ponujanje prostora javne razprave, odgovornost javnosti in ne državi ali oglaševalcem«. Po mnenju McQuaila (2010, 178) bi moral javni servis služiti interesom javnosti z zadovoljevanjem temeljnih družbenih potreb, in sicer s posredovanjem točnih, raznovrstnih in kakovostnih informacij, na osnovi katerih bi državljani kritično presojali o zadevah demokratičnega

⁷ Na TV Slovenija so voditeljske pare uvedli za dobro leto že maja 1994, nato je Dnevnik do aprila 2003 povezoval en voditelj, a se je koncept prepoznavnih voditeljskih parov obdržal le slabi dve leti – od 3. januarja 2005 vodi Dnevnik le en voditelj (Laban 2007a, 14).

pomena. Vendar pa v primeru nekonsistentnega poročanja o določenih problemih družbena sfera medijev ne omogoča vzpostavljanja (kritične) javnosti, saj ostajajo ti problemi stvar zasebne sfere in vidni le posameznikom, ki se z njimi soočajo (Vogrinc 2007, 158–159).

2.3.1.2 POP TV

V nasprotju z javno televizijo je komercialna televizija finančno popolnoma odvisna od tržne logike, se pravi pritoka denarja s strani oglaševalcev in želja gledalcev, ki jih komercialna televizija naslavlja kot potencialne potrošnike oglaševanih vsebin. Vodilo komercialnega programa je tako ustvarjanje oddaj, ki so dobro gledane. Čeprav komercialna televizija primarno ni zavezana delovanju v javnem interesu, pa, kot ugotavljata Croteau in Hoynes (2006, 217), večina državljanov še vedno verjame, da bi morala biti ključna vloga dnevnoinformativnega programa informiranje javnosti. V tem pogledu bi morala komercialna televizija gledalce dnevnoinformativnega programa obravnavati prav tako kot državljane s pravicami in dolžnostmi in ne kot potrošnike.

2.3.2 Informativni program na TV Slovenija in POP TV

Večina televizijskih postaj, ki pripravljajo informativni program, praviloma pripravljajo več informativnih oddaj, saj s tem bolj racionalno izrabljajo najdražji programski sklop (Croteau in Hoynes prav tako, 73). Medtem ko na komercialni televiziji POP TV v okviru informativnega programa predvajajo oddaje 24 ur ob enih, 24 ur popoldne, 24 ur, 24 ur zvečer in Preverjeno!, pa jih na Televiziji Slovenija v okviru informativnega programa po podatkih programske-poslovnega načrta (RTVSLO 2010č) skupaj beležijo 27. Televizija Slovenija vse dnevnoinformativne oddaje⁸ (prva poročila predvajajo ob 7.00, 8.00, 9.00 in 10.00 uri, sledijo poročila ob 13.00, poročila ob 15.00, poročila in lokalna kronika ob 17.00, TV Dnevnik ob 19.00 in Odmevi ob 22.00) predvaja na prvem programu).

⁸ Glej RTVSLO 2010d.

Glede na to, da je osrednja funkcija javne televizije služiti interesom javnosti in da predstavlja informativni program jedro poslanstva javne televizije (RTVSLO 2010č), je programska shema informativnega programa na TV Slovenija (skupaj 27 oddaj) v primerjavi s komercialno televizijo POP TV (skupaj pet oddaj), pričakovano bolj pestra. Vendar pa pomena informativnega programa na komercialnih televizijah navkljub njihovem večinskemu oddajanju razvedrilnega programa ne smemo podcenjevati (Bantz 1997, 130–131). Da bi ločili informacije od zabave, so na televizijah, ki oddajajo informativni program, postale temeljnega pomena profesionalne norme novinarstva, ki novinarje zavezujejo k verodostojnemu in nepristranskemu podajanju informacij (prav tam). Kljub temu, da so programski standardi javne in komercialne televizije določeni na podlagi različnih (tudi zakonsko določenih) kriterijev – ki jih med drugim opredeljujejo mednarodne direktive in pogodbe o vlogi javnih in komercialnih medijev –, pa vse novinarje, tako na TV Slovenija kot na POP TV, k izpolnjevanju profesionalnih načel novinarskega poklica zavezuje Kodeks novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije 2011). Novinarje na TV Slovenija dodatno zavezujejo Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija (Svet RTV Slovenija 2000), prav tako pa tudi novinarje na POP TV, in sicer Programski etični kodeks⁹.

Profesionalne norme novinarstva (ne glede na status medija) pa postanejo po mnenju Bantza (prav tam) vprašljive prav v okviru televizijskih novic, saj »predstavljajo informativni programi največji vir dobička televizijskih postaj«, zaradi česar so profesionalne norme novinarjev pri produkciji televizijskih novic v najbolj očitni koliziji z normami uspešnega poslovanja in zabave, ki jih zagovarja uprava medijske institucije.

Čeprav se je pri opredeljevanju funkcije obveščanja med javnimi servisi, ki delujejo v interesu državljanov, in komercialnimi postajami, katerih primat je gledanost oziroma ustvarjanje dobička, uveljavila dihotomija med »tistim, kar državljanji morajo vedeti« (za javni servis) in »tistim, kar ljudje želijo vedeti« (komercialne postaje), pa želim z

⁹ Pri pripravi oddaj lastne produkcije PRO PLUS d.o.o. upošteva predpise in smernice Zakona o medijih, Konvencije o človekovih pravicah in osebnih svoboščinah, Direktivo in smernice Evropskega parlamenta in Sveta Evrope za pripravo programskih vsebin. Glej 24ur.com.

izpostavljenim finančnim zalogajem informativnega programa opozoriti tudi na skušnjave merjenja odzivnosti in ustvarjanja dobička s strani javne televizije.

Bašić-Hrvatin in Milosavljević (2001, 58) izpostavljata, da se je javni servis z izgubo monopola¹⁰ in pojavom močne konkurence znašel pred zahtevami po večji gledanosti, v želji »poiskati gledalcu všečen način podajanj informacij« (Laban 2007a, 13) pa prihaja do vedno večje komercializacije in koncentracije programskih vsebin (Bašić-Hrvatin in Petković 2006).

¹⁰ Če je bila TV Slovenija do srede devetdesetih letih brez prave konkurence, pa ji je gledanost s pojavom programov POP TV, Kanal A in Gajba TV radikalno padla. Nesporno prednost je TV Slovenija ohranila le pri razvedrilnem in športnem programu, vendar so na POP TV kmalu odkupili pravice prenosa določenih športnih dogodkov, kot so Formula 1, tenis iz Wimbledona in svetovnega nogometnega prvenstva iz leta 2002. Padcu gledanosti TV Slovenija pa je kmalu potem, ko so v družbi Pro Plus začeli nižati svoje oglaševalske cene in ponujati količinske in druge popuste, sledil tudi padec oglaševalskih prihodkov. Vse to je vplivalo na komercializacijo programov javne televizije: pogostejše prekinitve oddaj, filmov in nadaljevanj z oglasi; niz sponzorjev, ki se pojavljajo v oddajah in bolj komercialne vsebine (oddaje po zgledu italijanskih ali nemških televizij). Slovenija je začela posnemati vzorec, ki se je po prihodu komercialne televizije pojavil v Zahodni Evropi in ko so javne televizije začele komercializirati svoj program s predvajanjem več ameriških filmov (kasneje bolj evropska in svetovna produkcija) in nadaljevanj (evropske »limonade«), več komercialnih vsebin in zvrsti in zmanjševati lastno igrano, dokumentarno in drugo produkcijo (Bašić-Hrvatin in Milosavljević 2001).

3 UMEŠTITEV POJMA SOCIALNA TEMATIKA

Kriterije vrednotenja socialne tematike, ki bodo v nadaljnjem preučevanju novinarskega televizijskega diskurza pomagali vzpostaviti ločnico med kaj/kako mediji poročajo in kaj/kako bi morali poročati (razmik med teorijo in prakso) o socialno problemskih situacijah, sem normativno opredeljevala v razmerju do *normativnih* postavk različnih družboslovnih disciplin, v samem jedru utemeljevanj socialnih problemov, pa sem upoštevala teoretski horizont stroke o socialnem delu.

Ob tem ne zanikam Foucaultovega (2008) pojmovanja discipline kot principa, ki kontrolira produkcijo diskurza, a bi bili poskusi vsakršnega utemeljevanja »bolj objektivnega« poročanja o socialnim problemih pravzaprav obsojeni na jalovo utemeljevanje nečesa, kar je tako ali drugače v bitki za resnico. V primeru analize televizijskega poročanja o *področju socialne tematike*, ne gre za bitko v imenu resnice, temveč za bitko okoli statusa resnice in ekonomskih ter političnih vlog, ki jih igra (prav tam), saj me ne zanima preučevanje diskurza o socialnih problemih, kot ga proizvaja socialna ali katerakoli druga stroka, temveč tisti normativni nastavki, ki zrcalijo resnico socialnih problemov, kot se porajajo v »očeh« televizijskega novinarstva diskurza. V iskanju vednosti o tem, kaj socialni problemi pravzaprav so, sem navkljub Foucaultovemu (prav tam) vzpostavljanju povezave med vednostjo in oblastjo, upoštevala Wallersteinovo (2000, 97) načelo, da je veljavnejša vednost vseeno družbeno možna in tako v iskanju možnosti za bolj objektivno vednost ubrala interdisciplinarni pristop.

Področje socialne tematike je lahko predmet preučevanj različnih družboslovnih in humanističnih znanosti, ki se ukvarjajo s preučevanjem človeškega vedenja in družbenih sistemov, kot so sociologija, antropologija, kulturologija, psihologija, ekonomija, kot avtonomno področje znanstvenega raziskovanja postopkov reševanja socialnih problemov v praksi pa se vzpostavlja znotraj socialne stroke (Mesec 2006, 244).

3.1 Kaj so socialni problemi?

Čeprav se vprašanja reševanja socialnih problemov, ki jih socialna stroka opredeljuje kot *socialne problemske situacije*, odpirajo tudi v drugih družboslovnih in humanističnih strokah (kot so ekonomija, sociologija, psihologija, pravo, politika in podobno) in se veda o socialnem delu kot veda o strokovni pomoči posameznikom in skupinam, ki »so se znašli v socialnih problemskih situacijah, v stiskah in težavah socialne narave, ki ovirajo njihovo polnovredno vključitev v družbo« (prav tako, 244), opira na interdisciplinarni pristop reševanja socialnih problemov, pa Mesec (prav tam) opozarja, da imajo posamezne znanstvene discipline zanje vzpostavljene različne mehanizme reševanja. Veda o socialnem delu se v svojih spoznanjih sicer dopolnjuje z drugimi družboslovnimi vedami, vendar pa lahko slednje razumemo zgolj kot metode preučevanja posameznih skupin problemov, ki kot *socialni problemi* postanejo privilegirano področje preučevanja stroke o socialnem delu.

Takšen primer je pojav brezposelnosti, saj gre v primeru, »če se vprašamo, kako bi ga najbolje rešili« in odgovorili »z ustvarjanjem novih delovnih mest«, za družbeni, že gospodarski in ne socialni problem, medtem ko je v primeru posameznikovega doživljanja brezposelnosti kot hude osebne stiske *prav to* (moji poudarki). Socialni problemi, ki so v izhodišču problemi posameznikov, ne smejo ostati stvar zasebne sfere, temveč jih je potrebno s sistematičnim in rednim poročanjem spraviti na družbeno oziroma politično raven¹¹ (Vogrinc 2007). Ključna razsežnost javnega delovanja pa ni le medijsko poročanje o določenih problemih, temveč tudi odziv naslovljencev (prav tam). Le tako zasebni problemi postanejo skupni in tudi rešljivi.

Ker ima področje stroke o socialnem delu poleg sistematičnih empiričnih mehanizmov (prakse) reševanja vzpostavljene tudi kritično-teoretske refleksije (teorija) socialnih problemov, *in sicer* pojmovanih kot »zapletene življenjske situacije, ki so objektivno težavne, ne lahko rešljive, udeleženi pa jih doživljajo kot stisko« (Lüssi v Mesec 2006,

¹¹Jože Vogrinc (2007, 159) s pojmom politično poimenuje skupno družbeno delovanje, ko se organiziramo z namenom, da v družbi z javnim sporazumevanjem in delovanjem ter v skladu z njim uveljavimo skupni interes in tako družbo na splošno sprejemljiv način spreminjamo. To lahko razumemo tudi v kontekstu razločka med družbeno in politično dimenzijo javnega prostora, kot ga v svoji razpravi o razmerju med zasebnostjo in javnostjo vpelje Hannah Arendt (1996). Družbeno je tista dimenzija javnosti, kjer je politično kot prostor pluralnega govora in enakih sogovornikov, ukinjeno. Politično dejanje tako implicira aktivno reševanje problemov.

237), bom z omenjeno normativno opredelitvijo socialnih problemov¹² vzpostavila njihovo razumevanje »kot pojava samega na sebi«, pri opredeljevanju kriterijev socialnih problemov v analizi televizijskega novinarskega diskurza pa se bom opirala na njihovo razumevanje kot »konkretnih primerov težavnih situacij v medosebnih odnosih in odnosih med ljudmi in njihovim družbenim okoljem« (Mesec prav tako, 245).

3.1.1 Sociološki pristop

Glede na predmet preučevanja sociologije, ki pogosto ne obsega nobenega objekta, ki ne bi bil obravnavan v kakšni že obstoječi znanosti (Simmel 1993) oziroma je »vozlišče bojev« (Bourdieu 2004), bi lahko sociologijo kot znanost, ki želi interpretativno razumeti in na ta način vzročno pojasniti družbeno delovanje v njegovem poteku in učinkih, opredelili kot »metodo zgodovinskih in duhovnih znanosti nasploh« (Simmel 1993, 16).

Socialne probleme kot del družbenih pojavov sociologija obravnava kot družbene probleme, z lastnimi vzroki in učinki, a je za nadaljnjo razlago potrebno preseči obe sociološki perspektivi preučevanja družbene realnosti, tako objektivistično kot tudi subjektivistično, ki po Bourdieju (2003, 78) vzpostavljata umetno nasprotje med strukturami in reprezentacijami, ter njuno soodvisnost razumeti v *relacijskem načinu mišljenja*, ki »realnega ne enači s substancami, temveč z razmerji« (Bourdieu prav tako, 81). Socialne probleme kot družbene probleme z vidika relacijskega načina mišljenja ne smemo pojasnjevati s posameznikovim osebnim razumevanjem stvarnosti svojega vsakdanjega življenja (stiska) kot tudi ne z vidika struktur, ki so si navzele obliko institucij, temveč kot del celote »nevidnih razmerij, ta pa vzpostavljajo prostor položajev, ki so drug drugemu zunanji« (prav tam). Pri tem postane sociologija »*analysis situs*«, torej »analiza relativnih položajev in objektivnih razmerij med temi položaji« (prav tam).

¹² Razumevanje socialnih problemov je kamen spotike tudi znotraj stroke o socialnem delu. Blaž Mesec (2006, 235–247) med drugim kritično ovrednoti pomanjkljivosti samoopredelitve socialnega dela v *Globalnih standardih izobraževanja in usposabljanja za socialno delo* (prav tam), ki sicer kompleksne »socialne problemske situacije«, v katerih se znajde posameznik zaradi težavnih okoliščin, omejuje na družbene probleme, kot so revščina, brezposelnost, lakota, nalezljive bolezni, korupcija itd..

Četudi bi hoteli pojav socialnih problemov opredeljevati z vidika (a)historičnosti ne moremo mimo dejstva, da ga sociologi vselej opredeljujejo v razmerju do preostalih družbenih sistemov delovanja, kot takšen pa postane smiseln le znotraj specifičnih pogojev oblastnih razmerij, ki proizvajajo različne tipe diskurzov (Foucault 2008).

3.1.2 »Socialna problematika« kot prežitek socializma

Na vzpostavljenih temeljih (modernega) razumevanja oblasti kot *nevidne roke* (Adam Smith) oziroma kot »produktivne mreže, ki teče skozi celotno družbeno telo« (Foucault 2008, 121) se je oblikovala predstava o družbi kot trgu (Rosanvallon 1998, 5–38). Kritiko družbe, ki naj jo regulira trg kot prostor vzpostavljanja avtonomije posameznikov (Smith v Rosanvallon 1998), je na ekonomskih temeljih v 19. stoletju, v času pospešene industrijske revolucije, razvil Karl Marx, njegov model razredne družbe pa so nekateri kasnejši teoretiki marksizma, kot je Antonio Gramsci, zaradi neupoštevanja kompleksnosti družbenih konfliktov zavrnili.

Ne glede na temeljne postulate socializma, ki so se v 19. stoletju uveljavili kot antipod kapitalistični družbeni ureditvi, v obdobju po začetku hladne vojne pa so jih idejno prevzeli zagovorniki države blaginje, ki naj bi v nasprotju s filozofijo svobodnega trga predstavljala vrhunec razvojnega procesa uveljavljanja posameznikovih socialnih pravic (Giddens 2000, 18–22), sta obe družbeni ureditvi pognali mnogo *zgodovinsko-problematičnih torišč*, okrog katerih so se »v razmerju do preobrazb v institucijah, upravljavskih tehnikah in oblikah družbenega življenja« spreminjali načini reprezentacije družbenih problemov (Rosanvallon, 1998, 12–13).

Po ugotovitvah Dragoša in Leskoškove (2003, 26–27) imata oba sistema podoben odnos do vprašanja socialnih problemov, saj je bilo njihovo reševanje vselej v pristojnosti socialno-ekonomskega sektorja: Slovenija, ki je tudi po ustavi »socialna država« je tako v celotnem času tranzicije dohodkovno najšibkejše skupine ohranjala na površju revščine s socialnimi transferji, ki so kot »dodatek za veliko družino« ali »denacionalizacija« koristili prav najbogatejšim (prav tam). Tovrsten razredni oziroma ekonomski redukcionizem, ki socialne probleme reducira na ekonomske probleme (Mesec 2006, 246; Dragoš in Leskošek 2003, 22), pa je potrebno razumeti kot politično pristranski redukcionizem, ki je ustrezal pomenu ekonomske ideologije (Rosanvallon

1998, 213). Marksizem je razredni boj kot revolucionarno obliko socialnih problemov opravičeval na temeljih družbeno-ekonomskih položajev, v katerih so se posamezniki znašli, a kot opozarja Mesec (prav tam), kompleksnosti reševanja socialnih problemov ne smemo reducirati na razmerja moči oziroma še manj na marksistično idejo razrednega boja, ki bi z dokončno uveljavitvijo odpravil nepravilno razdelitev družbenega bogastva.

Čeprav tudi Bourdieu (2003, 43) meni, da je temeljni razredni razcep še vedno kapitalski, saj je od posedovanja njegove količine odvisen položaj posameznikov in skupin v družbeni strukturi, pa se v razumevanju kapitala kot »dejansko uporabnih virov in moči – ekonomskega, kulturnega in tudi socialnega kapitala« razlikuje od klasičnih marksistov.

Če je za Bourdieuja (prav tam) razred še vedno glavni stratifikacijski princip, ki določa kulturno porabo (tudi medijskih tekstov), pa meni Eder (1993, 158–163), da se razredni položaji vedno bolj konstituirajo na podlagi kulturnega kapitala. Tako Eder (prav tam) kot Beck (2009) se strinjata¹³, da novega polja družbenih konfliktov ne določajo več ekonomski konflikti, temveč prakse legitimacije družbenega izkustva, ki se vse bolj individualizira oziroma prehaja v privatno sfero, kjer ima privatni 'partnerski konflikt' splošno družbeno teoretsko stran (Beck 2009, 105). Družbeni problemi se tako po mnenju Becka (prav tako, 145) neposredno sprevržejo v psihične dispozicije: v osebno nezadostnost, občutke krivde, strahove, konflikte in nevroze. »Nastane – precej paradoksnost – nova neposrednost posameznika in družbe, neposrednost krize in bolezni v tem smislu, da se družbene krize kažejo kot individualne in niso več ali pa so samo še zelo posredno zaznane v svoji družbenosti« (prav tam). Mediji kot sredstva »identitetne eksistence«, ki nam, *osvobojenih* strukturnih določenosti življenjskega položaja, pripovedujejo o tem, »kako sebi pripovedujemo o nas samih« (Eder 1993, 44), so danes postavljeni v središče konfliktov za določitev družbenega položaja posameznika

¹³ Tako Klaus Eder (1993) kot Ulrich Beck (2009) skušata na novo opredeliti kulturo. Rezultat novega pojmovanja kulture v visoki moderni je pri Becku pojem individualizacija družbene neenakosti, pri Ederju pa redefinicija pojma razreda. Za medijsko analizo je najpomembnejši element njegove rekonceptualizacije razreda vključitev kulture kot nove spremenljivke. Medijska poraba tako postane eden pomembnejših dejavnikov družbene neenakosti (glej Luthar 1998a, 118).

(od–do). Medijske reprezentacije pomena, ki ga ljudje pripisujejo osebnemu izkustvu, tako osmišljajo naše vsakdanje življenje.

Če si torej socialna stroka prizadeva za reševanje oseb v težavnih življenjskih situacijah, socialnih problemskih situacij udeleženih oseb, za ublažitev njihove stiske in socialno vključitev, pa mediji prikazujejo, kako ljudje tovrstne probleme tudi osmišljajo.

Področje socialne tematike bom torej opredeljevala z dveh perspektiv: tiste, ki osvetljuje mesta, na katerih se konstruirajo tisti subjektni položaji, s katerih je diskurz o socialnih problemih za »subjekte« dotičnega diskurza tudi najbolj smiseln (Foucault 1980) in potemtakem proizvaja načine artikulacije socialne tematike, ki se vzpostavljajo znotraj obstoječih oblastnih razmerij ter tiste, ki opozarja na vsakdanje življenje ljudi, ki so se znašli v socialno problemski situaciji. Skozi optiko prakse socialne stroke na eni strani in novinarskim upovedovanjem na drugi strani se tako konstituirata dve ravni »izjavljanja« socialnih pojavov, pri opredeljevanju kriterija, ki bo v nadaljevanju analize vzpostavil ti dve ravni izjavljanja o socialnih problemih, pa me vodi vprašanje, kdo neko področje označi za problematično, na kakšen način in, ali je v tovrstnem poimenovanju problematičnost sploh upravičena. Kajti neupravičenost naslavljanja nekega dogodka kot problematičnega implicira mesta, kjer proizvaja oblast svoje realne učinke (Foucault 2008, 139) oziroma postanejo ta skozi postopke zdravorazumske naturalizacije »naravna« (Luthar 1998a, 8).

V izhodišču bom analizirala vsa tista novinarska besedila, ki obravnavajo ali se navezujejo na pojave, ki jih posameznik, ki se je znašel v socialno problemski situaciji, doživlja osebno: odpuščanje delovne sile, sindikalna dejavnost, stavka, zaposlovanje, brezposelnost, socialna politika, človekove pravice, marginalizirane družbene skupine in njihove socialne pravice, brezdomstvo, alkoholizem, nasilje, zlorabe, težave v duševnem zdravju itd..

4 TELEVIZIJA IN VSAKDANJE ŽIVLJENJE

Vsakdanje življenje je tista raven družbenega življenja, ki ne bi vzdržala brez reda, brez raznolikih tradicij, ritualov in rutin, s pomočjo katerih delimo izkušnje, vzpostavljamo odnose z drugimi in vzdržujemo identitete, a navkljub svoji samoumevnosti in redu, ki ga vzdržuje in ohranja, »v samem konceptu vsakdanjega življenja tiči določena mera nejasnosti,« razmišlja Lefebvre (v Silverstone 1994, 159) o pojmu vsakdanjega življenja, ki ga v nadaljnji analizi pripelje do ključnega »problema vsakdanjega življenja«: njegove materialne nevidnosti (prav tam).

Srž paradoksa vsakdanjega življenja se po mnenju Silverstona (prav tam) razkriva v okviru teorije angleškega psihoanalitika (poznane kot teorija prehodnega objekta) Winnicotta, saj Silverstone meni, da je možno omenjeno Winnicottovo teorijo uporabiti tudi v okviru sociološke razlage sodobnega oblikovanja identitete ter vpliva medijev na naša vsakdanja življenja. Bistvo problema vsakdanjega življenja leži v dialektiki med izbranimi/vsiljenimi pomeni, svobodnim/nadzorovanim, aktivnim/pasivnim, smiselnim/nemiselnim, saj v času našega vsakdana oblikujemo in ohranjamo identitete, delimo izkušnje z drugimi in se nasploh razvijamo kot družbena bitja.

Ker se v posredovanju izkušenj tako kot pri razvoju otroka in nadaljnjih interakcijah v vsakdanjem življenju vzpostavi zaupanje, je potrebno pogoje vzpostavljanja zaupanja upoštevati kot ključno komponento pri analizi vloge medijev v vsakdanjem življenju (Silverstone prav tako, 165). Po mnenju Bennetta (v Luthar 1992, 103) ritem vsakdana prepajajo popularne fikcije, s čimer »pomagajo določati naše občutenje samih sebe, oblikovati naše želje, fantazije, imaginarno preteklost in projicirano prihodnost« (prav tam).

Winnicottov poudarek (v Silverstone prav tako, 12) na družbeni in simbolni dimenziji »prehodnega« procesa in objekta, preko katerega otrok v zgodnjem otroštvu vzpostavlja občutek sebstva oziroma odnos jaz/drugi, je bistvenega pomena za vzpostavljanje ločnice med subjektivno in objektivno realnostjo nasploh, saj zgodnje prehodne prostore in objekte kasneje nadomestijo druge kulturne dejavnosti in oblike, med katerimi je po mnenju Silverstona danes najpomembnejša prav televizija.

Možnosti prehoda individuuma v družbenega akterja, ki se zaveda sebe in drugih, so pravzaprav vselej odprte, a so se okoliščine, v katerih posamezniki osmišljajo svoja življenja v primerjavi s pred-modernimi družbami drastično spremenile. Kot poudarja Giddens (v Wood 2009, 195; Silverstone prav tako, 5–8), so na spremenjene vzorce družbenega življenja v modernem svetu vplivale spremembe v času in prostoru, saj se družbena razmerja ne vzpostavljajo več neposredno, temveč so se iz prvotne lokalne pogojenosti prilagodila nejasno določenim razsežnostim časa in prostora. Pojav, ki ga Giddens (1991, 18–23) omenja (angl. *time-space distancing*), posredno razkriva tudi spremembe v strukturi vsakdanjega življenja (Silverstone prav tako, 5–8 in 164–170), saj so se spremenile okoliščine vzpostavljanja zaupanja; temeljnega predpogoja »ontološke varnosti« kot središčne komponente našega vsakdanjega življenja, ki nastaja v interakciji z drugimi in osmišlja naša življenja (prav tam).

Današnji pogoji, v katerih vzpostavljamo in ohranjamo občutja varnosti in zaupanja kot temeljnih mehanizmov naše obrambe pred grozečimi pretnjami kaosa in občutka strahu kot »*sine qua non*« družbenega življenja (prav tam), se bistveno razlikujejo od pogojev pred-modernih družb: mesto institucij, kot so družina, soseščina, narod in nekdanje trdnih religioznih tradicij, so zasedli abstraktni viri posredovanja izkušenj. »Denar, zračna potovanja in medijske vsebine so postali vsak na svoj način vredni zaupanja – (angl. *they are trusted*) (Giddens v Silverstone prav tako, 6), s frazo »intimnost/zaupanje na daljavo«, s katero Giddens (v Wood 2009, 195) implicira pomen medijskega posredovanja izkušenj, pa lahko pojasnimo močan vpliv televizije kot medija, ki s kontinuiranim predvajanjem programov, vsebin in specifičnih žanrov ne le strukturira naše vsakdanje življenje, temveč s specifičnimi načini posredovanja medijskih vsebin tudi osmišlja naša življenja (Silverstone prav tako, 164–165).

A moč televizije se po mnenju Silverstona (prav tako, 17) ne skriva zgolj v prednostih njene tehnologije, temveč tudi načinu podajanja medijskih vsebin, od kontinuiranih predvajanj soap oper, vremenskih napovedi in še posebej informativnih oddaj, saj »zasedajo primat nad vsemi žanri prav novice, ki najbolj nazorno prikazujejo napetosti med občutki strahu in varnosti, s posledičnim vzpostavljanjem zaupanja« in »so z dialektično artikulacijo groženj in nevarnosti na eni strani in rešitve oziroma pomiritve

na drugi strani osrednjega pomena za razumevanje našega ustvarjanja in vzdrževanja občutka ontološke varnosti« (prav tam).

4.1 Posameznik in zgodba

Narativnost v okviru novic po mnenju Silverstona (prav tako, 20) ni le temeljnega pomena za ustvarjanje napetosti znotraj novic, temveč v okviru različnih programov (tako zabavnih »*fictional*« kot tudi informativnih »*factual*«) priskrbi varnostni okvir za reprezentacijo in kontrolo neznanega ter ogrožajočega, ki je nekdanj slonel na ustnem pripovedovanju mitov in »zaradi česar informacija, ki je temelj novinarskega besedila, tako imenovani (fran. *raison d'etre of coverage*), postane zgodba, terapija in kolektivni ritual – kasneje poimenovano tudi mit« (Mellencamp v Silverstone prav tako, 22).

Corner (1995, 57–58) tako trdi, da televizijske novice vzpostavljajo »dvojno estetiko«: v produkciji zgodb, ki se nanašajo na nezavedne kulturne vzorce strahu in fantazije, ponujajo hkrati tudi razlage, ki si prizadevajo razložiti kognitivno razumevanje. Pripovedovanje dogodkov na način zgodbe tako postane močno sredstvo za pritegnitev pozornosti gledalcev.

Moment televizije kot prehodnega objekta, ki ga Silverstone (1994) izpostavlja na primeru novic, je primerljiv z opažanji Livingstoneove (v Wood 2009), da ženske med gledanjem pogovornih oddaj osmišljajo svoja življenja, in se zavoljo svojih osnovnih (vsakdanje življenje) in raznolikih (kulturne, ekonomske, politične) ravni družbenega življenja ne kaže le kot nekaj samoumevnega, temveč »kot bistvena institucija moderne države« (Silverstone prav tako, 3), ki s specifičnimi diskurzivnimi načini vzpostavlja posameznike kot subjekte.

4.2 Subjekt moderne

Pojma moderne, ki po mnenju mnogih klasičnih družbenih teoretikov, od Webra in Durkheima dalje (v Ule 2000, Volčič 2008) zaznamuje prehod tradicionalnega/predmodernega/fevdalnega obdobja v modernega in se nanaša na sklop procesov, kot so razvoj kapitalizma kot dominantnega modela ekonomske organizacije, uveljavljanje centraliziranih nacionalnih držav, konec religioznega monopola nad znanostjo, urbanizacija itd. (prav tam), ne bi problematizirala samega na sebi oziroma v

odnosu do postmodernističnih poudarjanj razlik, temveč zgolj kot konceptualno izhodišče nadaljnjim obravnavam subjekta.

Razumevanje subjekta, ki suvereno in avtonomno obvladuje zunanjo in notranjo naravo, t. i. novoveškega subjekta, se pojavi sočasno s klasičnim obdobjem industrijske moderne (Ule 2000), ko so se rušile nevprašljive avtoritete tradicije in so se na temeljih znanosti, razuma in napredka vzpostavljale nove oblike življenja; med drugim tudi takšne, ki so utrjevale predstave o posamezniku kot samodoločujočem gradniku svojega življenja (Ule prav tako, 30–31). A razvojne poti moderne, obdobja, ki je zagovarjalo posameznikovo »osvobajanje od« vseh zunanjih prisil v družbi, so v poznem dvajsetem stoletju dosegle vrhunec svojega paradoksa, saj je bil posameznik navkljub poudarjanju avtonomije nenehno hkrati podrejen tudi »realnim in simbolnim redom« (prav tam). Kot pravi Volčič (2008, 33) so paradoksi subjekta moderne postali izhodišče dvomov in kritik mnogih postmodernističnih teoretikov, ki so ob koncu stoletja spodbudili kolesje teoretskega osredotočanja na pojem identitete.

Glede na izhodiščne predpostavke Foucaulta (2008), ki je pojem modernega subjekta preučeval v odnosu do načinov podrejanja, »da je subjekt vselej proizveden znotraj diskurza« in na to, da ljudje okoliščine lastnih dejavnosti, ki so vezane na pomen (ki ni esencialna lastnost besed/stvari), stalno nadziramo na diskurziven način (Ule prav tako, 26), so načini, na katere mediji in še posebej televizija osmišljajo posameznikovo življenje, bistvenega pomena za nadaljnje razumevaje vloge in pomena medijev v današnji družbi.

4.3 Mediji in sodobne identitete

Če se je posameznikova identiteta nekdanj oblikovala v procesu družbenega samoumeščanja subjekta v red stvari in dejstev, pomenov in smislov, ki so bili nevprašljivi, pa je identiteta sodobnega posameznika po mnenju Taylorja (v Ule prav tako, 222) zaradi izgube vrednostno-moralnih okvirov resno ogrožena. Doslej znani kategoriji sebstva in identitete kot stabilnih, jasnih in trdno določenih entitet posameznika sta se zaradi spremenjenih socialnih okoliščin, prostorske in socialne mobilnosti prebivalcev ter vse večje možnosti izbir spremenili v več vidikih.

Nejasnim in spremenjenim razmerjem v družbi se je posameznik prilagodil s pluralnostjo sebstev, izguba zaščitnega ovoja smisla pa od posameznika terja, da svoje življenje vedno znova reflektira (Giddens 1991) oziroma postavlja v nov kontekst smisla, zaradi česar »sami sebe primerjamo z vzorčnimi zgodbami, ki nam jih dan za dnem sporočajo mediji« (Ule prav tako, 312). V spremenjenih družbenih razmerah so postali informacijski mediji bistveno vpleteni v oblikovanje sebstva, še več, s specifičnimi načini definiranja smisla, pomenov in identitet so postali v pogojih naraščajoče subjektivne konstrukcije sistemov smisla (Ule prav tako, 257–258) prevladujoč okvir interpretacije družbene stvarnosti. Mediji z reprezentacijami družbene realnosti ne le vplivajo na pomen, ki ga ljudje pripisujejo osebnemu izkustvu (Luthar 1998a, 43), temveč prek medijev posredovano izkustvo vpliva tudi na samoidentiteto in organizacijo socialnega življenja (Luthar 1998a, 71).

A kot pravi Shields (v Luthar prav tako, 134) se družbena integracija v postmoderni ne vzpostavlja preko racionalne razprave, temveč na podlagi kulturne identifikacije in diferenciacije; torej na podlagi identitetne politike, s katero upravljajo sodobni aparati družbene moči in ki so paradoksalno v svojih poskusih »vsiljevanja« interpretacije družbene realnosti nevidni (Luthar 1998, Foucault 2008).

4.4 Individualizacija javne sfere in personifikacija zasebne?

Pod vplivom modernizacije vseh družbenih sfer se ni le spremenilo vsakdanje življenje ljudi, ki je zaradi naraščanja kompleksnosti družbenih sistemov oz. diferenciacije družbe na razne podsisteme (denarno-tržno gospodarstvo, moderna nacionalna država, moderno formalno pravo, ločitev zasebne od javne sfere) postal eden od družbenih podsistemov (Habermas v Ule prav tako, 12–13), »podsistem zasebnosti« (prav tam), temveč tudi odnos med posameznikom in družbo, saj postane v moderni družbi upravljanje z osebno identiteto prepuščeno posamezniku oziroma postane zasebna zadeva (Luthar 1998a).

Čeprav postanejo oblike percepcije privatne, pa gre po mnenju Becka (2009, 105) za »personalizirane kontradikcije industrijske družbe«, temeljne antagonizme sodobnega sveta, ki se dogajajo v privatni sferi in zaradi česar postane identiteta kot realizacija družbenega delovanja posameznika način, »kako se družbeno ustvarjeni problemi

rešujejo z individualnimi napori« (Ule prav tako, 160). V spremenjenih družbenih razmerah, ko se »tudi družbeni konflikti premeščajo s področja materialnih odnosov in s tem tudi od gospodarskih in socialnih vprašanj na področje kulturne reprodukcije« (Luthar 1998, 71), imajo mediji kot »sredstva identitetne eksistence« (Eder 1993) pri preoblikovanju načinov družabnosti osrednjo vlogo. Prek vrste naracije, ki govori o urejenosti sveta in posameznika v njem, in vsebinsko prek privatizacije javne sfere in terapijskega diskurza v popularnih medijih (Luthar 1998a) so se pričele premikati meje med javnimi in zasebnimi sferami.

5 METODOLOGIJA

Potem ko se je v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja v okviru britanskih kulturnih študij znotraj birminghamskega *Centra za preučevanje sodobne kulture* (*Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS*) uveljavila tradicija študij televizije (angl. *television studies*), pride na ravni preučevanja množičnih medijev nasploh do pomembnejših paradigmatiskih premikov (Luthar 1992), referenčni okvir teorije televizije znotraj CCCS pa se ni vzpostavil le kot alternativni model razumevanja komuniciranja (Allen 1992; Fiske 1987; Grossberg 1987; Ang 1991; Morley 1992 v Vogrinc 1995; Newcomb in Hirsch v Luthar 2002), temveč tudi z uveljavljenim kvalitativnim metodološkim pristopom analize medijskih tekstov kot antipod ameriškim *analizam vsebine* (angl. *content analysis*) kot temeljne metode empiričnega proučevanja sporočanja (Splichal v Dewey 1999).

Članek *Zakodiranje in odkodiranje televizijskega diskurza* Stuarta Halla (v Vogrinc 1995) velja za prelomnico v razumevanju medijskih tekstov, saj predstavlja omenjeno oddaljitev od kvantitativnega pristopa analiziranja medijskih vsebin (van Dijk v Vezovnik 2008, 82), ki je z osredotočanjem na preučevanje stališč, javnega mnenja in učinkov množičnih medijev zanemarjal tako pomen medijskih tekstov kot tudi njihovo recepcijo.

Čeprav je Halla v preučevanju televizijskega diskurza zanimala predvsem potrošnja kulturnih tekstov oziroma načini branja tekstov, pa je s kritiko enoznačnega odkodiranja tekstov in predpostavke, da pride sporočilo bolj ali manj nepopačeno do sprejemnika, prevetрил dotlej prevladujoče enostranske predstave o nevtralnosti oziroma objektivnosti procesov »pošiljanja« in »sprejemanja« sporočil (Splichal 1999, xxiii). S tem, ko so se zaradi spremenjenih epistemoloških predpostavk medijske študije dokončno tekstualizirale, pa se je v preučevanju televizije prav tako vzpostavila temu primerna metodologija, (ki se je s teoretskimi in potencialno analitičnimi koncepti, kot so pomen, diskurz, ideologija), ki je na kvalitativen način analizirala pomen televizijskih tekstov, tako imenovana analiza teksta (angl. *text analysis*).

5.1 Izbira vzorca

Novinarsko upovedovanje socialne tematike bom analizirala na vzorcu novinarskih besedil osrednje (pozno) večerne dnevnoinformativne oddaje Dnevnik in Odmevi na javni Televizija Slovenija (v nadaljevanju TV Slovenija) ter 24 ur in 24 ur zvečer na komercialni televiziji programa POP TV. Omenjeni, osrednji, vzorec analiziranih besedil pa bom dopolnila s kritično diskurzivno analizo (KDA) novinarskih besedil na informativnih oddajah Tednik na TV Slovenija in Preverjeno! na POP TV.

Preostali možni vzorec informativnih oddaj na TV Slovenija, kot so Polemika, Tarča, Omizje in Utrip, ki bi izhodiščno kvalitativno analizo lahko zgolj kvantitativno dopolnjeval, sem po premisleku opustila, saj sem ugotovila, da bi bila tovrstna analiza za diplomsko delo prezahtevna, pa tudi – glede na zastavljeni vzorec – žanrsko neprimerna; z izjemo oddaje Utrip kot segmenta sobotnega dnevno-informativnega bloka, so omenjene (pogovorno) informativne oddaje zasnovane studijsko, upoštevajoč žanrsko specifično pogovorne oddaje, v kateri se krešejo različni argumenti in mnenja pa je KDA tovrstnih oddaj za utemeljevanje temeljnih nastavkov pričujoče diplomske tudi vsebinsko neustrezna.

V naboru različnih tipov oddaj informativnega programa na TV Slovenija (dnevnoinformativne, tedenske, 14–dnevne, mesečne, dokumentarne ter prenosi in ostali projekti) in POP TV (dnevnoinformativne oddaje in tedenska oddaja) sem se odločila za analizo izbranih oddaj namenoma, saj se želela dopustiti tudi možnost primerjave javne in komercialne televizije. Prav tako namenoma sem se odločila za analizo prispevkov v mesecu maju leta 2010, saj so po ugotovitvah Marka Prpiča (2009) meseci marec, april in maj tisti meseci v letu, ko mediji o dogodkih poročajo najbolj intenzivno.

Glede na ugotovitve Vesne Laban (2007b), da prihaja pri televizijskem novinarstvu do hibridizacije žanrov in stilov, bom pri analizi izpustila problematizacijo opredeljevanja žanrov analiziranih novinarskih besedil, saj bi se lahko kaj hitro oddaljila od predmeta analize, ter se osredotočila na tiste vidike »hibridizacije« televizijskega novinarstva, ki niso v skladu s kodi upovedovanja televizijskega informativnega programa. Kot kriterij bom upoštevala prvine novinarske kakovosti, predvsem pa tiste postavke televizijskega

novinarskega diskurza, ki na temeljih norme objektivnega poročanja oziroma obveščanja javnosti, vzdržujejo diskurzivni status resničnosti.

V ta namen bom za lažje razumevanje načinov upovedovanja socialne tematike razlikovala med novinarskimi besedili dnevnoinformativnih oddaj in tedenskih oddaj. Prve bom obravnavala kot TV poročila, druge pa kot dokumentarne prispevke, saj imajo sebi lasten kod podajanja informacij.

5.2 Ravni analize

V analizi novinarskih besedil bom upoštevala konceptualizacijo diskurzivne analize, kot jo je razvil Fairclough (1995), in sicer bom besedila s socialno tematiko obravnavala na treh ravneh: na deskriptivni ravni bom pri jezikovni analizi teksta izhajala iz predpostavke, da se pomen konstituira v medsebojni povezanosti oblike in vsebine, torej v načinu reprezentacije (kako) socialne tematike (kaj).

Na ravni teksta, upoštevajoč Faircloughovo predpostavko (v Laban 2007a), da sta oblika in vsebina neločljivo povezani in se medsebojno določata, bom preučevala razmerje med govorom in vizualnimi podobami v televizijskem novinarskem diskurzu. Razumevanje povezanosti med vizualnimi in verbalnimi načini televizijskega komuniciranja je za nadaljnje preučevanje televizijskega upovedovanja socialnih pojavov pomembno, saj zaradi kompleksnosti televizijskega znaka, ki da je »kombinacija dveh tipov diskurza, vidnega in slušnega« (Hall 1980, 131), ne obstaja en sam sistem pomnjenja, temveč imamo opravka s serijo sistemov oziroma diskurzov. V ta namen je Fairclough (1995, 132–145) koncept intertekstualnosti, ki »označuje prenos enega (ali več) sistema/sistemov znakov v drugega« (Kristeva v Vezovnik prav tako, 91), razširil na koncept interdiskurzivnosti kot običajne oblikovne in pomenske heterogenosti besedil.

V analizi teksta, za katerega bom v skladu s konceptualizacijo socialne tematike/problematike ocenila, da sodi v izbrani vzorec empirične analize, bom ugotavljala pomen besedila, ki ga je mogoče smiselno interpretirati, pri čemer bom upoštevala razmerje med vizualnimi in verbalnimi kodi upovedovanja (Hartley 1989)

socialne tematike, saj je pomen navsezadnje »rezultat označevalske prakse« (Hall 1997, 44). Analizirana vizualna in verbalna (jezikovna) sredstva bodo tako na deskriptivni ravni razkrivala posamezne besede, besedne zveze in stavke, ki nosijo konotativni pomen, v nadaljnjih (morebitnih) implicitno zaznanih vrednostnih sodbah in pristranskih poimenovanjih družbenih akterjev ter prekomerni uporabi besed v prenesenem ali zamenjanem pomenu (metafore, hiperbole, metonimije in podobno) pa bom kot kriterij vrednotenja pridobljenih rezultatov upoštevala način, kako novinarji reprezentirajo vsebino socialne tematike.

Na drugi, interpretativni ravni, se bom v analizi diskurzivnih praks televizijskega novinarstva osredotočila na preučevanje procesov produkcije in distribucije televizijskih novinarskih besedil s preučevano tematiko. V interpretaciji diskurzivnih praks, ki vključujejo tudi potrošnjo televizijskih novinarskih besedil, bom preučevanja rab teksta zaradi omejenih epistemoloških nastavkov diplomske naloge zanemarila. Pri tem ne gre prezreti kritik, predvsem Phila (v Vezovnik prav tako, 86), ki prihaja iz Glasgow University Media Group in ki KDA med drugim očita, da v pomanjkanju analiz, ki bi pokazale, kako različna občinstva interpretirajo posamezne tekste, zanemarija njihovo sprejemanje s strani občinstva. Je pa možnost, da se pomen konstituira v »srečanju« med tekstom in gledalcem, implicitno vselej prisotna.

V preučevanju profesionalnih in institucionalnih praks novinarstva ter konstitutivnih prvin televizijskega novinarskega diskurza se bom osredotočila na proces oblikovanja besedil s socialno tematiko (dejavnikov, ki vplivajo na vsebino besedil kot tudi izbiro jezikovnih sredstev in ustreznega žanra), ki bo z analizo intertekstualnih in interdiskurzivnih (Fairclough 1995) elementov novinarskih besedil razkril konstrukcijo in artikulacijo diskurza o »socialni problematiki«.

V beleženju zaporedja tematik, ki jih bodo v (dnevno)informativnih oddajah tudi sicer izpostavljali, bom analizo diskurzivnih praks dopolnila s kvantitativnim vpogledom v objavno vrednost socialne tematike, s čimer bom preučevano tematiko umestila v širši kontekst dnevnoinformativne oddaje. Z diskurzivno analizo preostalega vzorca informativnih oddaj, kot sta Tednik na TV Slovenija in Preverjeno! na POP TV, pa bom

dodatno zaobjela načine upovedovanja socialne tematike v televizijskih besedilih informativnega programa javne in komercialne televizije.

Z vključitvijo »diskurzivnega dogodka« (Fairclough in drugi v Erjavec in Kovačič 2007, 43) v širši kontekst institucionalnih praks bom tako prešla na tretjo raven analize, v okviru katere bom pojasnjevala razmerje med televizijsko reprezentacijo socialne tematike in širšim družbenim kontekstom. Na ravni, ki predpostavlja dialektično razmerje med novinarstvom in družbo, nameravam na teoretskem zaledju Foucaulta in ostalih družbene prakse televizijskega novinarskega diskurza preučevati v odnosu do ideologije, hegemonije in oblasti, v odkrivanju relacij moči in implicitnega v tekstu pa socialno tematiko kritično ovrednotiti in pojasniti v okviru širšega družbenega konteksta.

6 ANALIZA

6.1 Diskurzivni status resničnosti

Temeljna zahteva kakovostnega novinarstva je: občinstvu predstaviti nepopačeno sliko resničnosti
(Erjavec 1999, 38).

Ne glede na to, ali že takoj na začetku s filozofskega stališča zavrnemo pojem resničnosti oziroma resnice kot neobstoječe instance ali pa se obregnemo v mit, da »novinarji odslikavajo realnost«, je osrednja funkcija novinarjev poročati o realnosti in so potemtakem »dolžni predstavljati celovito sliko dogodkov in svoje delo, ob spoštovanju pravic drugih, opravljati natančno in vestno«, piše v preambuli Kodeksa novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije 2011). Novinarje pri poročanju o dogodkih usmerja poklicna ideologija novinarjev, ki narekuje profesionalno delo novinarjev kot etičnega in moralno nespornega novinarstva na temeljih idealno-tipičnih vrednot, kot so načela podajanja resnice, pravičnosti, svobode, humanosti in odgovornosti do javnosti (Lambeth 1992, 23–47). Načeli podajanja resnice in pravičnosti, ki predvidevata natančnost poročanja in pridobivanja informacij ter nepristransko in uravnoteženo poročanje, pa sta poleg zahtev po ločevanju dejstev od mnenj in čustveno neprizadetega poročanja tudi bistvena kriterija novinarske objektivnosti kot temeljne prvine etičnega novinarstva (Erjavec 1999, Poler Kovačič 2004).

6.2 Norma objektivnosti

Na splošno se je razumevanje objektivnost kot »emblema« (Schudson 1978, 9) ameriškega novinarstva, ki predvideva ločevanje dejstev od mnenj in vlogo novinarja kot nevtralnega prenašalca informacij o dogodkih (Hackett 1984) ter naj bi novinarja zaščitila pred zunanjimi zahtevami po cenzuri in samocenzuri (Erjavec 1999, 40–45), z leti razcepilo na dva skrajna pogleda.

Medtem, ko zagovorniki objektivnosti vidijo v normi objektivnosti metodo in način predstavitve informacij, ki z upoštevanjem osnovnih kriterijev objektivnosti¹⁴ (Bentele v Erjavec 1999, 42) omogoča preverljivost podatkov, pa kritiki trdijo, da objektivnega poročanja ni moč doseči. Slediti načelu objektivnosti kot osrednji normi in vrednoti profesionalnega novinarstva po mnenju Soloskega in Reesa ne pomeni, da morajo biti novinarji nepristranski opazovalci dogodkov – kot velja za znanstvenike –, temveč da poročajo o dejstvih na pošten in uravnotežen način (Soloski 1997, 143). A kot opaža Hackett (1984, 251), sta kriterija objektivnosti, kot sta uravnoteženo in točno poročanje o dogodkih, epistemološko nezdržljiva, saj pojmovanje objektivnosti kot uravnoteženega poročanja o dejstvih po njegovem implicira vprašljivi predpostavki, da so dejstva dokončno znana (potrebno jih je le posredovati javnosti) in da, pri navajanju trditev dveh nasprotujočih si strani, leži resnica nekje vmes.

Hackett (prav tako, 242) obenem trdi, da pravila o nepristranskosti ne le prikrivajo ideološka sporočila v medijih, temveč predstavljajo ključen del ideološkega delovanja oziroma kot trdi Bennett (1982, 306), postane informativni program »ideološko učinkovit prav z upoštevanjem s statutom predpisanih zahtev o uravnoteženosti in nepristranskosti«. »Prav zato,« trdi Reese (1997, 422), »pomen načela objektivnosti ni fiksen, temveč se v okviru ideološkega boja nenehno vzpostavlja«.

Glede na to, da je diskurzivni status resničnosti v novinarskem diskurzu reproduciran predvsem z normo »objektivnega« poročanja oziroma obveščanja javnosti (Poler Kovačič 2004, 18–19), menim, da je obravnava novinarskih besedil v odnosu do norme objektivnosti eden izmed ključnih kriterijev opredeljevanja novinarskih besedil kot pristranskega poročanja, in sicer na vseh ravneh novinarskega sporočanja (izbora sporočane stvarnosti, odnosa sporočila do stvarnosti in jezikovne predstavitve sporočila).

¹⁴ Bentele je oblikoval naslednje kriterije objektivnosti (prav tam): točnost informacij (zahteva po resnici), popolnost vesti/poročil glede na dejansko stanje dogodka (zahteva po popolnosti), jasna ločitev dejstev od mnenj (zahteva po ločevanju), označitev novinarskega vrednotenja, označitev nasprotujočih si virov informacij (zahteva po preglednosti), stvarno in brez čustev napisane vesti/poročila (zahteva po izogibanju čustev), uporaba nevtralnih pojmov pri opisu dejanskega stanja (zahteva po nevtralnosti) in izogibanje uporabi lastnih (političnih) stališč pri izbiri in predstavitvi vesti/poročil (zahteva po izogibanju mnenjskega izkrivljanja).

Da bi razumeli, kdaj neki dogodek postane novica, je potrebno po mnenju Soloskega (1997, 142–143) razumeti in raziskati profesionalne norme in vrednote novinarstva, ki vplivajo na novinarski sporočanje proces, še posebej norme objektivnosti, iz katere nadalje izhajajo mnogi vidiki poklicne novinarske ideologije, kot so merila presoje o tem, kaj je vredno objave, izbira virov informacij in oblikovanje novinarskega sporočila (prav tam).

V pomanjkanju dobro opredeljenih teoretičnih nastavkov, se namreč novinarji pri opredeljevanju realnosti vedno bolj zanašajo na rutine (Resse 1997, 423). Kot pravi Reese moramo »novinarsko paradigmo videti kot model zbiranja informacij, ukoreninjenega v novinarski praksi, ki je osrednjega pomena za izbor dogodkov, vrednih objave, in njihovega posredovanja javnosti«, v ospredju novinarske paradigme pa je ideal objektivnosti.

Ideologija novinarske objektivnosti torej temelji na predstavi, da lahko novinar ob strogem upoštevanju poklicnih in etičnih standardov in torej tudi strateških ritualov poročanja neposredno posreduje realnost, saj v pripovedi uporabljena dejstva govorijo sama zase, novinarstvo pa je posledično razumljeno kot »avtoriziran pripovedovalec resnice« oziroma »licenčni prenašalec dejstev«, kot temu pravi McNair (1998, 65).

6.3 Tematska pomembnost (izbor dogodkov in dejavniki objave vrednosti)

Glede na to, da je določitev teme prvi konkretni korak v izdelavi posameznega novinarskega prispevka in je tematska pomembnost eden izmed kriterijev novinarske kakovosti¹⁵, je za nadaljnjo analizo socialne tematike pravzaprav ključnega pomena utemeljitev procesa izbire tematike. Z izbiro teme novinar določi del stvarnosti, ki ga bo obdelal – razgrnil problem, dogodek ali stanje, analiziral in pojasnil – v svojem prispevku. Ali bo neki dogodek vreden novinarske objave (da bo postal novica), pa je odvisno od novinarskih dejavnikov objave vrednosti; torej kriterijev, ki po navajanju Erjavec (1999, 54) opredeljujejo zunanjo tematsko pomembnost. Vendar objavna

¹⁵ Erjavec (1999, 53–81) med kriteriji novinarske kakovosti poleg tematske pomembnosti izpostavlja še preiskovanje, aktualnost, točnost, raznolikost, preglednost, stvarnost, uravnoteženost in razumljivost.

vrednost dogodkov ni odvisna zgolj od novinarskih oziroma novičarskih dejavnikov, temveč tudi od vsebinskih izhodišča programa, kompozicije informativne oddaje, uredniških odločitev, narave (javni, komercialni) medija, vrednostne naravnosti družbe in navsezadnje tudi od potreb in želja naslovnikov (Erjavec 1999, 58; Perovič in Šipek 1998, 54).

Ker izbira tematsko pomembnih novic vključuje narodne in druge vrednote (novičarske vrednote so neposredno vključene v izbiro novic), lahko sklepamo, da novinarji pri tem niso nikoli povsem objektivni, glede na omenjeno pa lahko pričakujemo razlike v rezultatih merjenja objavne vrednosti socialne tematike.

V mesecu maju 2010 je bilo na obeh televizijah objavljenih 81 novinarskih prispevkov o socialni tematiki, 43 na TV Slovenija in 38 na POP TV. Skoraj vsi prispevki na POP TV so bili predvajani v oddaji 24 ur (28) ali 24 ur zvečer (9), le enega sem zabeležila v oddaji Preverjeno!, medtem ko je bilo od triinštiridesetih prispevkov na TV Slovenija 27 predvajanih v Dnevniku, 9 v Odmevih in 7 v Tedniku.

Razlike v številu objavljenih prispevkov med dnevnimi in tedenskimi informativnimi oddajami pripisujem različnim vsebinskim izhodiščem oddaj, saj so v dnevnoinformativne oddaje uvrščene najpomembnejše novice dneva s pregledom dogodkov doma in po svetu, medtem ko se aktualne dokumentarne/informativne oddaje z »novicami ukvarjajo na bolj poglobljen način in niso odvisne od vsakodnevnih novic tako kot dnevnoinformativne oddaje ali kratke novice« (Perovič in Šipek 1998, 84).

Glede na že omenjene kriterije objavne vrednosti dogodkov, ki določajo primernost kakega dogodka za objavo, ter vsebinska izhodišča in strukturo analiziranih dnevnoinformativnih oddaj, je bilo ugotovljeno zaporedje tematik v analiziranih oddajah pričakovano, saj morajo, kot piše v poklicnih merilih TV Slovenije (2000, 2.1. čl.) »zagotoviti ustrezno ravnotežje med svetovnimi, nacionalnimi, regionalnimi in krajevnimi informacijami«, prva mesta pa si delijo dogodki, ki sem jih uvrstila v tematske sklope *vojne/kriminal/konflikti/varnost, zunanja in notranja politika, gospodarska politika in kultura/zabava/šport/prosti čas* (glej Tabele 6.1; 6.2; 6.3; 6.4) – to pa so tudi dogodki, ki sodijo med tehtne in razvedrilne novice.

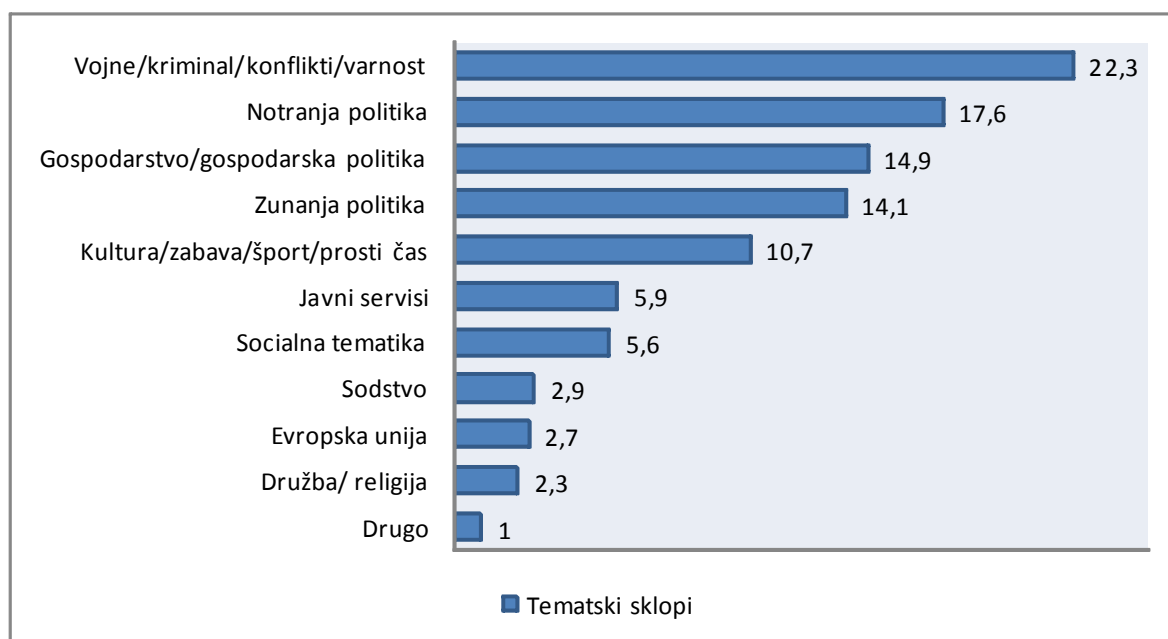
Čeprav sem tedenski oddaji Tednik in Preverjeno! uvrstila med aktualno dokumentarne/informativne oddaje, saj se struktura njunih oddaj in predvajanih prispevkov tudi vsebinsko razlikuje od dnevnoinformativnih oddaj, pa je pri njuni obravnavi tematik opaziti razhajanja. V oddaji Tednik, ki predvaja »zgodbe, ki so odraz našega vsakdana« (RTVSLO 2010c), je objavna vrednost socialne tematike najvišja, medtem ko si z gospodarsko in zunanjo politiko deli v oddaji Preverjeno! najnižje mesto; na prvem mestu prednjačijo dogodki, ki ustrezajo vsebinskim smernicam oddaje »ekskluzivno, razkrito, resnično, jasno in opazovano! Zanimive, pretresljive in provokativne in resnične zgodbe ob torkih zvečer na POP TV!« (24ur.com).

Ob pregledu vseh analiziranih oddaj (glej Tabelo 6.5) sem ugotovila, da ima socialna tematika (procentualno gledano) najvišjo objavno vrednost v oddaji Tednik (31,8), z veliko nižjim odstotkom pa ji sledijo oddaje 24 ur (5,8), Dnevnik in Preverjeno! si mesto delita s 5,6 odstotki, najnižjo objavno vrednost pa ima socialna tematika v pozno večernih oddajah 24 ur zvečer (3,8) in Odmevi (3,7). Socialni problemi, za katere menim, da so danes izrazit družbeni problem, imajo izmed obsežnega nabora dogodkov družbene stvarnosti v primerjavi z ostalimi z ostalimi tematskimi sklopi nižjo objavno vrednost, s čimer sem tako, še preden sem ovrednotila njihovo »konfliktnost«, potrdila prvo hipotezo, ki pravi, da ima socialna tematika ima v nasprotju z ostalimi uveljavljenimi tematskimi področji nižjo objavno vrednost. S katerih vidikov je socialna tematika obravnavana in, ali vsebine prispevkov odsevajo dejansko stanje socialno problemskih situacij, kot sem jih opredelila, bom ugotavljala v nadaljevanju.

Vprašanje, ki sem si ga pri tem zastavila je, na kakšen način novinarji poročajo o dogodkih, ki sem jih uvrstila v sklop socialne tematike. Glede na to, da naj bi novinarji izbirali teme in dogodke, ki obetajo da bodo prispevali k čim boljši obveščenosti čim več ljudi o zanje pomembnih zadevah (McManus 1994) in je prva novica v poročilih na televiziji ali radiu najpomembnejša (Erjavec 1999, 53), se pri tem zastavlja vprašanje, ali se obveščanje o zunanji politiki, gospodarstvu, nasilju ali zabavi res upravičeno postavlja kot prioriteta pred socialno problemskimi situacijami, ki pesti čedalje več ljudi in, ali dogodki, ki sem jih uvrstila v tematski sklop socialne tematike odpirajo problematiko vsakdanjega življenja ljudi, ki so se znašli v socialno problemskih situacijah.

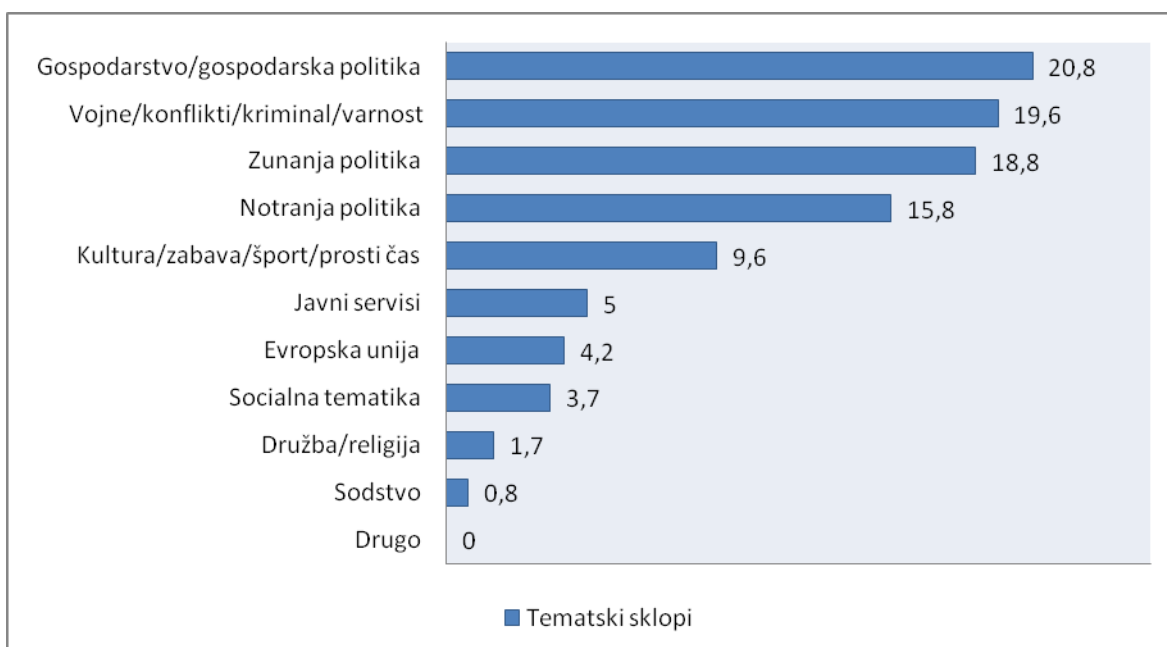
Dnevnik

Graf 6.1: Objavna vrednost tematik na Dnevniku



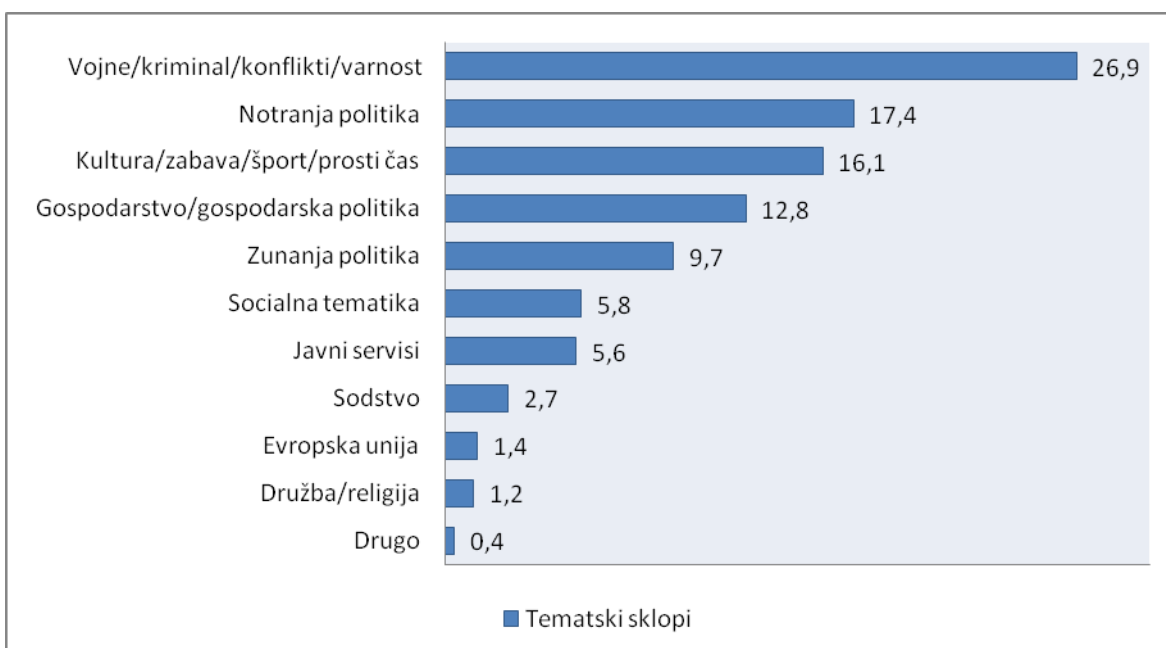
Odmevi

Graf 6.2: Objavna vrednost tematik na Odmevih



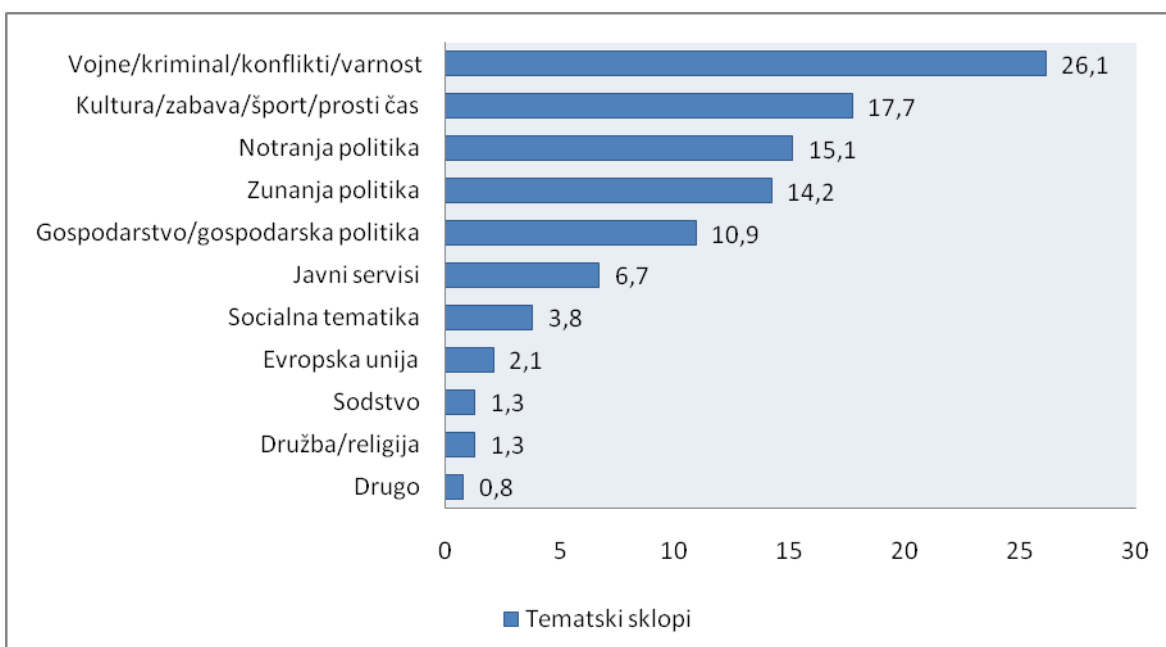
24 ur

Graf 6.3: Objavna vrednost tematik na 24 ur

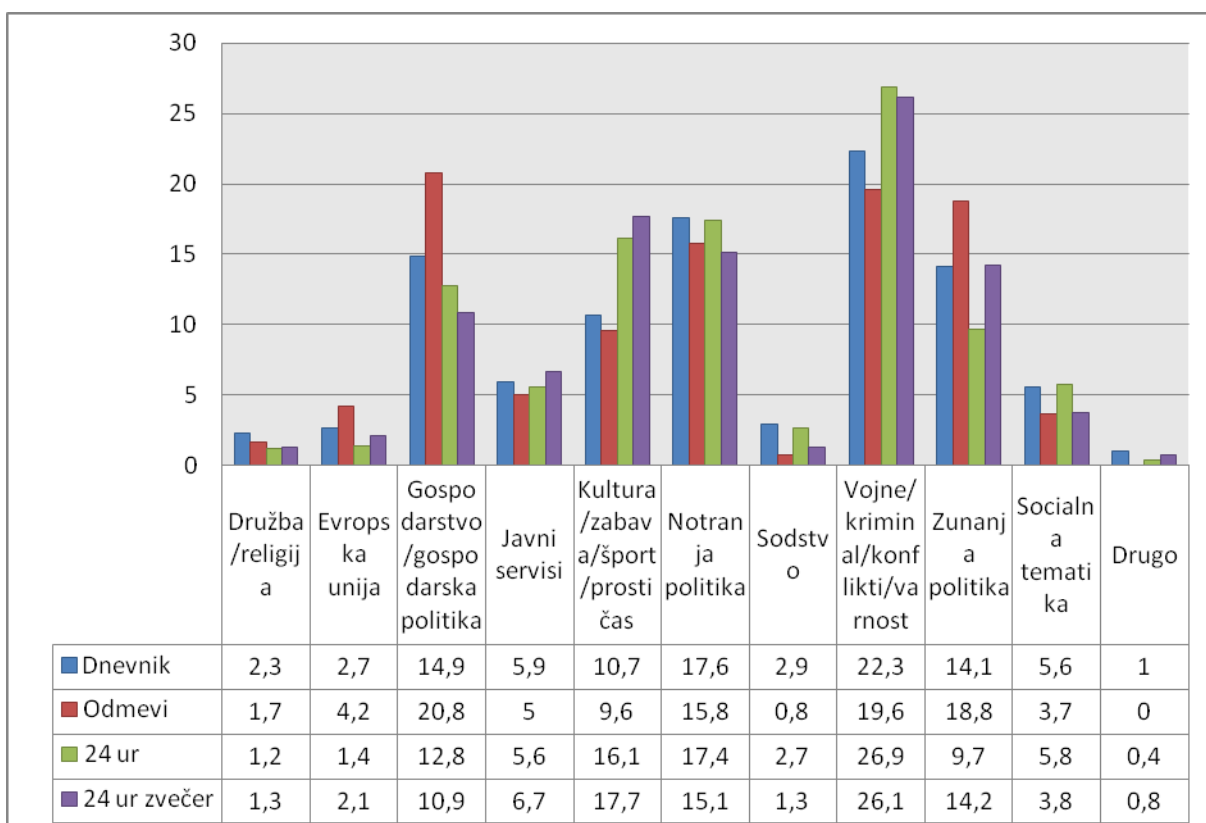


24 ur zvečer

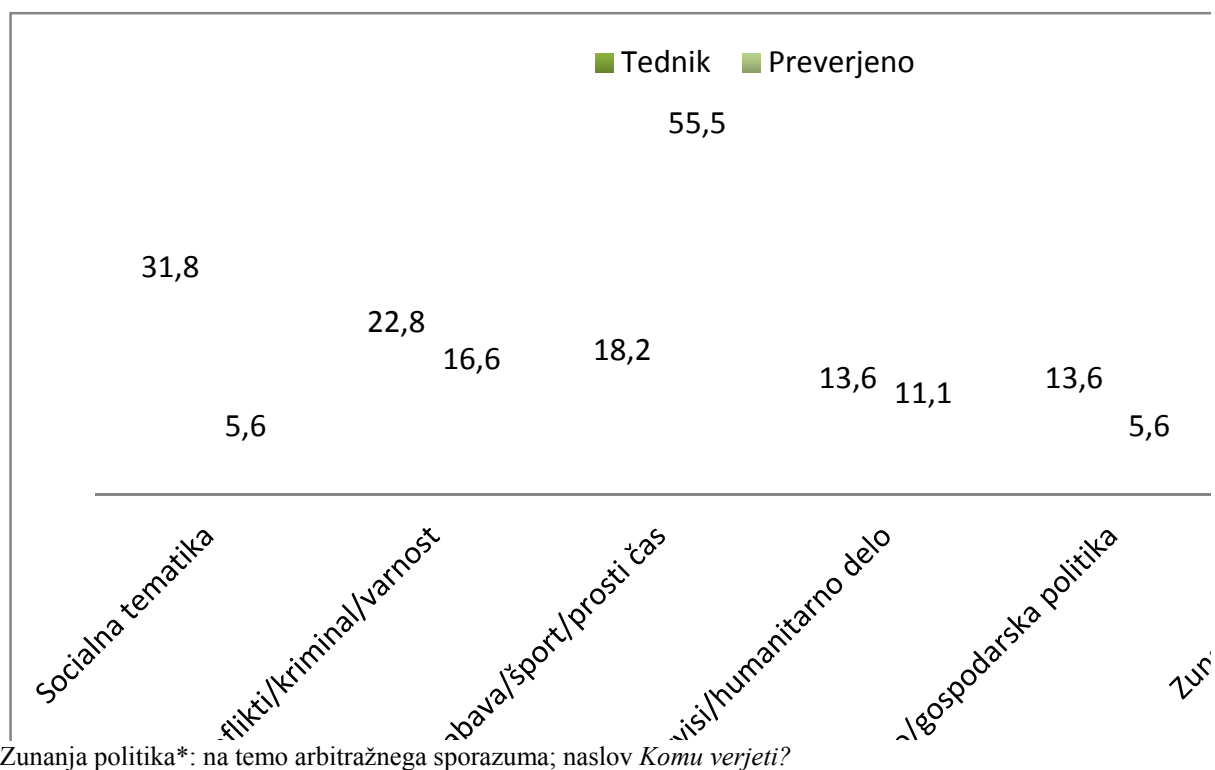
Graf 6.4: Objavna vrednost tematik na 24 ur zvečer



Graf 6.5: Primerjava objavne vrednosti tematik na večernih dnevnoinformativnih oddajah TV Slovenija (Dnevnik, Odmevi) in POP TV (24 ur in 24 ur zvečer)



Graf 6.6: Primerjava objavne vrednosti tematik na tedenskih oddajah TV Slovenija (Tednik) in POP TV (Preverjeno!)



6.4 Socialna tematika

Pri opredeljevanju tematik sem izhajala iz razdelitve tematskih sklopov, kot si jih je zastavil Prpič (2009) v svoji *Primerjalni analizi osrednjih televizijskih informativnih oddaj 24 ur in Dnevnik*, vendar sem kategorijo socialne tematike zastavila nekoliko drugače, in sicer na temelju kriterija socialno problemskih situacij. Tako sem v analizo novinarskega upovedovanja socialne tematike v dnevnoinformativnih oddajah na TV Slovenija (Dnevnik in Odmevi) in POP TV (24 ur in 24 ur zvečer) ter tedenskih oddajah na TV Slovenija (Tednik) in POP TV (Preverjeno!) uvrstila novinarske prispevke, ki so (oziroma bi lahko) obravnavali družbene probleme brezposelnosti, izkoriščanja in revščine na način, kot jih doživljajo posamezniki osebno. V analizo sem zato zajela tudi prispevke o odpuščanju delovne sile, sindikalni dejavnosti, stavkah, protestih oziroma demonstracijah, čeprav bi po razdelitvi Prpiča sodili tako v tematski sklop *gospodarska politika* kot tudi v sklop *javni servisi/socialna država/humanitarno delo* in tudi *vojne/konflikti/kriminal/varnost* (glej Prpič 2009). Zabeležena poročanja o mednarodnih demonstracijah sem uvrstila v sklop *vojne/konflikti/kriminal/varnost*, domače manifestacije nezadovoljstva ljudi pa sem uvrstila v zastavljeni sklop *socialne tematike*.

V analizo sem zajela 81 novinarskih prispevkov, za katere sem ocenila, da so potencialen vir upovedovanja socialne problematike, menim pa, da bi lahko na obeh televizijah glede na široko zastavljeno tematiko analizirala še več prispevkov.

6.5 Viri informacij in rutinizacija novinarskega sporočanja

Glede na to, da norma objektivnega poročanja pri navajanju informacij združuje zahteve po uravnoveženosti virov in pogledov, njihovi raznolikosti in tudi preverljivosti (Poler Kovačič 2004, 19) in so novice tisto, kar kdo pravi, da se je zgodilo (Sigal 1973, 69), z analizo razmerij med novinarji in njihovimi viri ne dobimo le vpogleda v tisto fazo novinarskega sporočanja procesa, ki zadeva način zbiranja informacij in posredno tudi procesa produkcije novinarskih besedil, temveč tudi, kot opozarja Tumber (v Poler Kovačič 2004, 17), možnost razumevanja razmerij novinarstva do družbe na sploh. Z normo objektivnosti je tako zelo povezana norma nepristranskosti in ravnotežja predstavljenih informacij, ki zahteva, da morajo mediji o družbeno pomembnih temah poročati z različnih zornih kotov oziroma posredovati izjave nasprotujočih si strani.

Ob analizi deleža objav novinarskih prispevkov s socialno tematiko glede na vir objave sem ugotovila, da so v mesecu maju na obeh televizijah skupaj predvajali 241 virov informiranja. Od tega so jih 136 predvajali na TV Slovenija, medtem ko sem jih na POP TV zabeležila 105. Čeprav je bilo na POP TV objavljenih kar za 31 manj virov informiranja, pa se delež objav virov informiranja v dnevnoinformativnih oddajah ujema le z manjšimi odstopanji, in sicer so jih v poznovečernih oddajah skupaj objavili 30, 15 v Odmevih in 15 v 24 ur zvečer, 90 v oddaji Dnevnik in 81 v oddaji 24 ur. Po deležu objav tedenskih oddaj, ki je tehnično z 31 viri informiranja več prevesil v prid TV Slovenija, prednjači tedenska oddaja Tednik, z devetimi zabeleženimi viri pa se je najslabše odrezala oddaja Preverjeno!. Razlog za to vidim v samih vsebinskih izhodiščih oddaje Preverjeno!, v kateri poročajo o zgodbah, ki so zanimive za širok spekter gledalcev.

Graf 6.7: Delež objav glede na vir objave

Množični medij	Informativna oddaja	Frekvenca* Odstotek
TV Slovenija	Dnevnik	90 37,4
	Odmevi	15 6,2
	Tednik	31 12,9
POP TV	24 ur	81 33,6
	24 ur zvečer	15 6,2
	Preverjeno!	9 3,7
Skupaj		241 100

*V primeru, da se je vir informacije v analiziranem novinarskem besedilu ponavljal, sem ga upoštevala zgolj enkrat.

Zabeleženi deleži objav virov informiranja na obeh televizijah služijo zgolj kot izhodišče nadaljnji analizi, saj nam pravzaprav do te točke niso še ničesar razkrili o dejanski sporočilni raznolikosti obravnavnih prispevkov. Ta namreč predvideva predstavitev vseh pomembnih informacij in mnenj o določenem dogodku (Erjavec 1999, 73), pri čemer je mnenjska raznolikost ključni kriterij poročanja o posameznem dogodku. Načelo raznolikosti virov informacij (različna mnenja) pa zahteva tudi, da novinarji ne poročajo le o lahko dostopnih informacijah, ampak posvečajo več ali vsaj enako pozornosti neorganiziranim, manjšinskim virom informacij.

Graf 6.8: Delež virov informiranja glede na družbeni status

Množični medij	Družbeni status	Frekvenca*	Odstotek
TV Slovenija	uradni	90	37,4
	neuradni	46	19,1
	nedoločljivo	0	0
POP TV	uradni	76	31,5
	neuradni	28	11,6
	nedoločljivo	1	0,4
Skupaj		241	100

V analizi deleža virov informiranja glede na družbeni status¹⁶ sem prišla do sledečih izsledkov: izmed zabeleženih 241 virov informiranja so jih na TV Slovenija in POP TV skupaj predvajali 166 uradnih virov informiranja, 74 neuradnih in enega nedoločljivega. Največ uradnih virov informiranja (90) so predvajali na TV Slovenija, in sicer 68 v oddaji Dnevnik, 9 v Odmevih in 13 v Tedniku; na POP TV sem skupaj zabeležila 76 uradnih virov, od tega so jih 58 predvajali v oddaji 24 ur, 12 v 24 ur zvečer in 6 v oddaji Preverjeno!. Največ neuradnih virov (46) sem prav tako zabeležila na TV Slovenija, in sicer 22 v Dnevniku, 6 v Odmevih in 18 v Tedniku; medtem ko so jih na POP TV vsega

¹⁶ Pri razdelitvi na uradne in neuradne vire informiranja sem upoštevala razdelitev, ki se je je posluževala Poler Kovačič (2004, 99): novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi. V omenjenem delu so kot uradni viri opredeljeni »viri po funkciji«: izvoljene ali imenovane javne funkcionarje, predstavnike institucij ekonomske, politične, kulturne, znanstvene, religiozne idr. moči ter oblasti, predstavnike nevladnih organizacij, društev, združenj, različnih »organiziranih« civilnih pobud, ki »govorijo« po svoji funkciji, ki jo določa njihovo mesto v organizaciji ali iniciativi, službe za odnose z javnostmi ter navedbe po drugih množičnih medijih in tiskovnih agencijah. Neuradni viri so vpleteni ali nevporeteni posamezniki, ki niso vir po funkciji, ampak govorijo kot udeleženci dogodkov, očividci, priče, »ljudje z ulice«, »navadni« ljudje, »neznanci«: protestniki, izgredniki, stavkarji, žrtve, domnevni ali dejanski kršilci zakona in kulturnih norm, glasovalci, anketiranci, udeleženci neobičajnih dejavnosti in dr.. Nerazpoznavni viri sodijo v kategorijo *Nedoločljivo*.

skupaj objavili za 18 manj (28), od tega 22 v 24 ur, tri v 24 ur zvečer in tri v oddaji Preverjeno!. V oddaji 24 ur sem zabeležila tudi en nedoločljiv vir.

Čeprav prihaja v številkah navajanja deleža virov glede na družbeni status do odstopanj, pa je obema televizijskima postajama skupna prevlada uradnih virov sporočanja, medtem ko je navajanje neuradnih virov v manjšini. Tako sem potrdila hipotezo, ki pravi, da je večina novinarskih besedil posledica t. i. rutinskega novinarstva oziroma skupka standardiziranih dejavnosti, kar dokazuje med drugim prevlada uradnih virov informiranja. »Navadni« ljudje kot temeljni vir informiranja o socialno problemskih situacijah so v manjšini. Večina prispevkov je tako z naslanjanjem na uradne vire kot tiste, ki z nizanem verodostojnih dejstev zgolj ustvarjajo učinek realnosti, verodostojnosti in avtentičnosti, reproducirala gospodarski in politični diskurz, medtem ko je glas posameznikov v opazni manjšini. Ali kot pravi Ericson (v Chaney 1993, 132): »Novice nam govorijo o tem, kdo so avtorizirani vedci, kje so umeščeni v hierarhiji vedenja in kako si lastijo pravico do vedenja«.

Vendar pa se odgovornost do javnosti po mnenju Brechta¹⁷ ne vzpostavlja le tako, da se izpostavi glas posameznikov, temveč je bistvenega pomena vzpostavitev kritične, razmišljujoče drža, tako posameznika znotraj aparata¹⁸ kot prejemnika njegovih vsebin. Novinarska odgovornost javnosti je tako neločljivo povezana z bistveno vlogo medijske dvosmerne komunikacije kot komunikacije med javnosti odgovornim novinarjem in aktivnim posameznikom, pri tem pa morajo novinarji odpirati teme, ki so pomembne za državljane in tako omogočiti javno delovanje. Vendar pa se poglobljene predstavitve obravnavane problematike s strani strokovnjakov danes kažejo kot nezaželena oblika (Košir 2003; McManus 1994), saj celovitejše analize problema zahtevajo več novinarjevega in prejemnikovega časa in pozornosti. Luthar (2004, 666) pri tem meni, da nobeden od »zunanjih glasov«¹⁹ ne govori samostojno, saj so vsi podrejeni

¹⁷ Poglavitni del Brechtove misli o družbeni funkciji radia in širše novinarstva ter njegovega poslanstva je razviden iz spisov *Predlogi za intendanta radia* in *Radio kot komunikacijski aparat, Govor o funkciji radia* (1987, 93–98).

¹⁸ Brecht o vseh takratnih diskurzih (umetnostnem, gledališkem, filmskem, novinarskem) govori kot o »kulinaričnih formah«, ki jih je potrebno prenoviti na način, da bi delovali v prid javnosti in pripomogli k oblikovanju kritično ozaveščenih posameznikov.

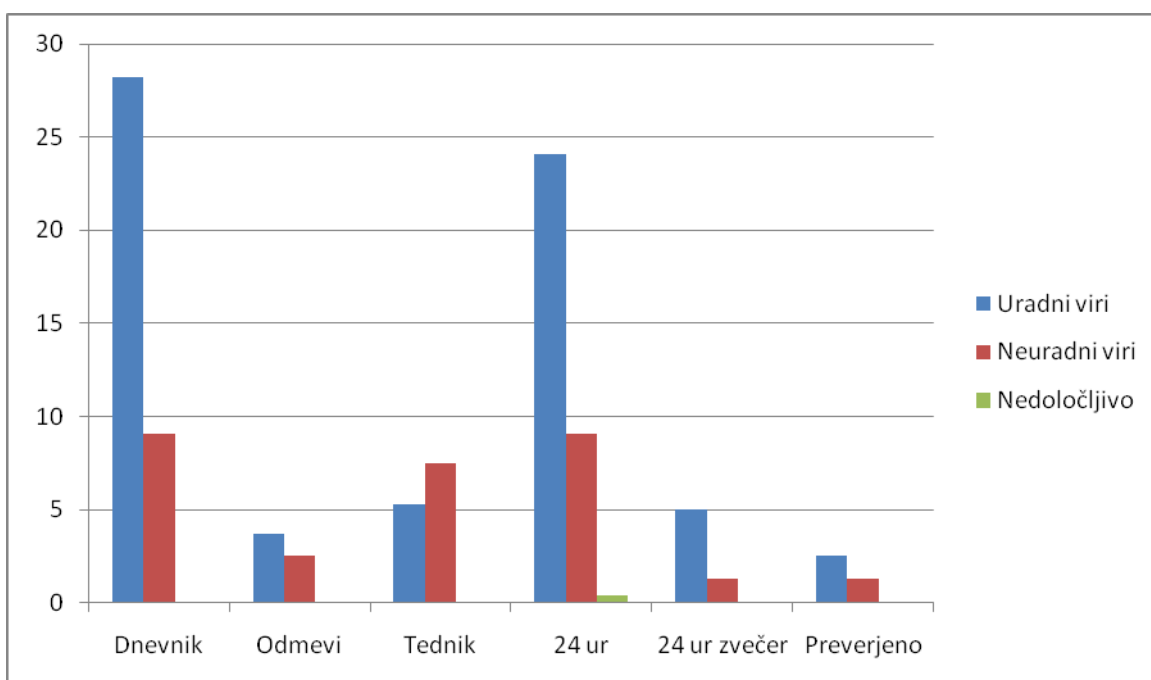
¹⁹ Zaradi potrebe po avtentizaciji svojih izjav mediji izmenično bolj ali manj intenzivno uporabljajo in izrabljajo enega od naslednjih »zunanjih glasov«: javnomnenjsko anketiranje reprezentativnega vzorca

diskurzivni viziji zgodbe, ki jo določa pisec oziroma voditelj, institucionalni glas (prav tam). Uporaba »zunanjih glasov«, bodisi ljudi z ulice, rezultatov anketiranja ali izjav strokovnjakov, je z vedno opremljenimi citati v funkciji ustvarjanja vtisa objektivnosti in obenem prispeva k t. i. prevari transparentnosti, pravi Fiske (2004). Kot trdi Luthar (prav tam) je novinarska resnica rezultat postopkov za imitacijo resničnosti, ki se utrdijo v konvencionalnih novinarskih oblikah.

Ugotovitev, da je glas »navadnih« državljanov, v primerjavi z uradnimi viri informiranja, v manjšini, nas pripelje do zaključka, da so novinarji pri preiskovanju socialnih problemov premalo aktivni (McManus 1994), saj se v zbiranju informacij zanašajo na informacije, s katerimi jih zasujejo na tako imenovanih psevdodogodkih. Med ključnimi vzroki, zakaj novinarji raje objavljajo sporočila z vnaprej dogovorjenih dogodkov in ne iščejo alternativnih virov informacij, Schudson (1997, 7–23) navaja politično ekonomijo novic. Delež informacij, posredovanih neposredno od nosilcev moči, naj bi bil tako odvisen od vpliva politične ekonomije na novinarstvo.

državljanov, posnetek s kraja samega, ekspertna mnenja strokovnjakov, menja naključnih mimoidočih – običajnih ljudi (Luthar 2004, 666).

Graf 6.9: Delež uradnih virov informiranja glede na družbeni status



Pri upoštevanju načela objektivnosti je za posredovanje informacij kot dejstev ključnega pomena izbira virov informacij (Poler Kovačič 2004; Sigal 1973; Soloski 1997; Reese 1997), saj se z navedenimi izjavami virov informacij novinarji prikažejo kot nepristranski udeleženci dogodka (Soloski, prav tam). Upoštevanje profesionalne norme novinarstva pa jih (paradoksalno) prikaže kot pristranske opazovalce realnosti (Reese 1997, 425–426; Soloski 1997, 144), saj z rutinskimi kanali zbiranja informacij dajejo prednost dostopa do objav uradnim virom informacij (Sigal 1973, Van Dijk v Poler Kovačič 2004, 17). Z usmerjanjem toka informacij tako novinarji posredno ohranjajo obstoječi ekonomsko-politični sistem (Soloski prav tam), saj vajeti interpretacije družbene realnosti s sklicevanjem na uradne vire informacij prepustijo nosilcem družbene moči. Mediji tako »pokrivajo« agendo, ki jim jo predpisuje okvir ekonomsko-političnih institucij in njihovih dnevnih redov, saj »se sklicevanje na neuradne vire pojmuje kot nevredno novičarske objave« (Reese 1997, 426), s čimer se »zožuje področje pobude ljudi kot dejanskega temeljnega vira informiranja in komuniciranja« (Vogrinc 2009).

Posledica tega je, da novinarji vse pogosteje navajajo probleme in izjave zdravnikov, sodnikov, znanstvenikov in profesorjev kot probleme in izjave tovarniških delavcev in

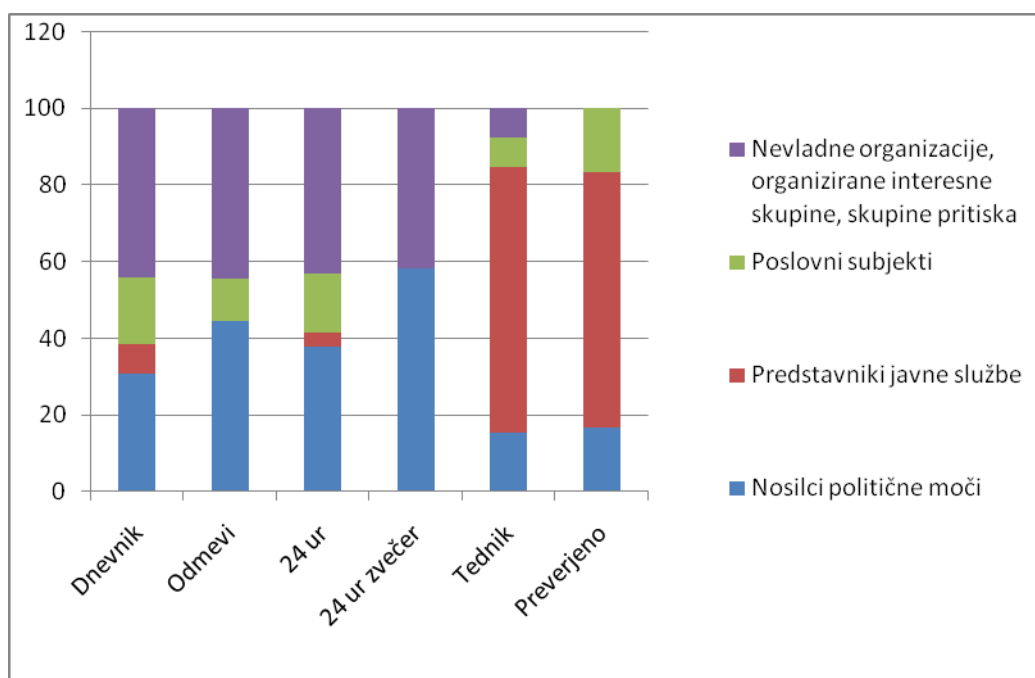
brezposelnih (Erjavec 2004, 122). Večina slovenskih novinarjev upošteva glas srednjega in višjega razreda, iz katerega izhaja večina slovenskih politikov, bolj kot glas delavskega razreda, nezaposlenih ali drugih marginalnih družbenih skupin, saj imajo družbeno uveljavljene in privilegirane institucije ter posamezniki do novinarjev hitrejši in enostavnejši dostop kot državljani, ki so ekonomsko nemočni, marginalizirani in brez institucionalne podpore (prav tam).

Ob bolj podrobnem pregledu deleža uradnih virov informiranja, ki pokaže, da v dnevnoinformativnih oddajah Dnevnik, Odmevi, 24 ur in 24 ur zvečer prevladuje »uravnoteženo« navajanje virov informiranja nevladnih organizacij, organiziranih interesnih skupin in skupin pritiska na eni strani ter nosilcev politične moči na drugi strani, ugotavljam, da upoštevanje osrednjih načel norme objektivnosti po točnem in popolnem poročanju še ne pomeni njenega dejanskega izvajanja.

Četudi so dogodki predstavljeni z različnih vidikov (glej Tabelo 6.9), pa ti še vedno pripadajo sferi nosilcev družbeno-politične moči, saj je socialni problem kot družbeno relevanten problem s strani novinarjev prepoznan šele takrat, ko ga kot takšnega prepoznajo ključni akterji političnega procesa. Novinarji tako vedno znova poudarjajo iste vidike realnosti in ne izpolnjujejo zahteve po mnenjski raznolikosti informacij. Zahteva po objektivnosti in konvencije, ki objektivnost uprizarjajo, tako paradoksalno predpostavljajo, da naj bi prepletanje različnih mnenj na koncu ustvarilo objektivni pogled na dogodek oziroma problem.

Čeprav sem s pričujočo analizo preučila le majhen del medijske stvarnosti (v mesecu maju leta 2010) in se dobljenih rezultatov ne da posploševati na celoten medijski diskurz (na oddaje nasploh), pa se tokrat s svojimi zaključki pridružujem tezi britanskih kulturnih študij o družbeni vlogi osrednjih medijev poročanja v sodobnih kapitalističnih državah kot utrjevalcev in reproducentov vladajoče ideologije, saj mediji z upoštevanjem mehanizmov produkcije nepristranskega in uravnovešenega poročanja vzdržujejo ideje in vrednote nosilcev družbene moči. Mediji pa asimetrično moč legitimirajo in reproducirajo tudi tako, da reprezentirajo glas »močnih« kot glas zdravega razuma (Hall 1980).

Graf 6.10: Podrobnejši prikaz uradnih virov informiranja



14 podtipov družbenega statusa vira informiranja glede na »vire po funkciji« (Poler Kovačič 2004, 99–101) sem razdelila v štiri skupine: nosilce politične moči, predstavnike javne službe, poslovne subjekte in nevladne organizacije oziroma organizirane interesne skupine.

Številne raziskave (Poler Kovačič 2004, 12) potrjujejo ugotovitev, da je za sodobni novinarski diskurz v tržno naravnani novinarski praksi značilno »umikanje novinarja z mesta subjekta v sporočanjškem procesu« (prav tam). Kritična drža novinarjev se na račun odvisnosti novinarjev od virov informiranja počasi umika, to pa po mnenju Lambetha (1992, 23–47) predstavlja eno večjih groženj novinarstvu. Medijski analitiki (Hall in drugi v Erjavec 2004, 122) tako nenehno poudarjajo, da novinarji zaradi pomanjkanja kritičnega odnosa preveč odobravajoče sprejemajo obstoječi družbeni red in prevladujoči družbeni diskurz.

6.6 Epizodičnost in melodrama na televiziji (TV novinarstvo kot pripovedovanje zgodb)

Standardizacija virov pa ni edini dejavnik, ki proizvaja učinek transparentnosti socialne tematike, temveč tudi konvencionalni protokoli upovedovanja realnega, ki veljajo za določena področja realnosti in ki dogodkom z objavo v specifičnem žanru podelijo pomen. Kot ugotavlja Fiske (2004, 152–153), popularnost poročil v veliki meri določajo prav žanrske zakonitosti, ki konstituirajo »strategije obvladovanja realnosti«. Poročila dnevnoinformativnega programa tako obvladujejo realnost na drugačen način kot poročila aktualnodokumentarnega programa. Fiske (prav tam) pri tem meni, da tekstualno ni velike razlike med televizijskimi poročili in televizijsko nanizanko ali nadaljevanko, saj prav naklonjenost televizije dokumentarnim dramam dokazuje, kako zlahka njene tekstualne oblike prečkajo žanrsko mejo med dejstvom in fikcijo. Tekstualno se tako poročila ne razlikujejo veliko od soap opere, a kot trdi Fiske (prav tam), obstajajo zelo realne razlike v načinu, kako občinstva in uredniki oba žanra razumejo in k njima pristopajo.

V zajeti analizi 81 novinarskih prispevkov na TV Slovenija in POP TV sem ugotovila, da jih več kot 80 odstotkov (82,7) pojave brezposelnosti, revščine in odpuščanja, in sicer v dnevno informativnih oddajah na TV Slovenija (39,5) in na POP TV (43,2), upoveduje na podlagi napovedanih dogodkov, kot so stavke, demonstracije, seje vlade ali podjetij o napovedanih zakonskih spremembah oziroma odpuščanjih ter podobno, medtem ko jih je bilo zgolj 17,3 odstotka narejenih na podlagi nenapovedanih dogodkov.

Od slednjih jih je bilo skupaj 7,4 odstotka prispevkov usmerjenih bolj analitično bodisi z namenom pojasnjevanja ozadja že obravnavanega dogodka ali informiranja o aktualnih potezah družbeno-političnih institucij (kot so bile stanovanjske subvencije, plačevanje socialnih prispevkov in dodeljevanje socialnih prejemkov), in sicer v oddajah Dnevnik in Odmevi (4,9) ter 24 ur in 24 ur zvečer (2,5). Zgolj 9,9 odstotka prispevkov, in sicer v tedenskih oddajah Tednik (8,7) na TV Slovenija in Preverjeno! (1,2) na POP TV, je aktualne socialne probleme obravnavalo na ravni posameznikovega doživljanja le teh kot stiske. Menim, da individualizacija socialnega problema še ne izključuje obravnave strukturnih vzrokov zanj, vendar pa postane v kontekstu

individualne izkušnje vprašljiva, saj nam nekaj pove le o problemu človeka, ki ga obravnava in ne kot o skupnem, družbenem problemu. Kot trdi Macdonald (1998, 78), lahko postane personalizacija cenjena, če odpre več perspektiv, sicer se v nasprotnem primeru sprevrže v privatizirano zatopljenost pojava, ki nas zavaja in ne obvešča. Ker namenja popularna medijska kultura svojo pozornost skoraj izključno posamezniku – zadovoljuje potrebe posameznikov, predstavlja zgodbe posameznikov – odvrča ljudi od reševanja skupnih družbenih problemov (Erjavec 2000, 673).

Tabela 6.11: Prikaz tem obravnavanih prispevkov analiziranih oddaj (maj 2010)

ŠT.	TEMA	Maj 2010	
		<i>f</i>	%
1	Pokojninska reforma	9	11,1
2	Stavke, protesti, demonstracije	44	54,3
3	Odpuščanja, brezposelnost, nova delovna mesta	9	11,1
4	Stanovanjska problematika	2	2,5
5	Obnova železnikov	2	2,5
6	O zaposlovanju in delu tujih delavcev	4	4,9
7	Individualne izkušnje ljudi, ki so se znašli v socialno problemski situaciji	8	9,9
8	Drugo (plačevanje socialnih prispevkov, dodeljevanje socialnih prejemkov)	3	3,7
	SKUPAJ	81	100

Legenda: *f*-frekvenca, %-odstotek

Ugotavljam, da so prispevki, ki nastanejo na osnovi napovedanih dogodkov ali ki nadaljujejo s tematizacijo ozadja že obravnavanega dogodka, objavljeni v dnevnoinformativnih poročilih, medtem ko so prispevki, ki obravnavajo izkušnje

posameznih ljudi, predvajani v aktualnodokumentarnih oddajah, kot sta *Tednik* in *Preverjeno!*.

Zastavljena kategorija socialne tematike, ki sem jo uporabila kot epistemološko orodje dokazovanja neprimerne upovedovanja socialnih problemov, me je pripeljala do sklepa, da bi lahko dogodke socialne tematike, ki so bolj kot problem brezposelnosti ali revščine tematizirali ne kaj preveč rožnato stanje podjetij ali sprejemanje vladnih ukrepov, uvrstila tudi v kategorijo gospodarstva ali nasilja. S tem ne želim povedati, da bi nam bilo razumevanje socialno problemskih situacij kaj bližje, če bi jih uvrstila v kategorijo gospodarstva ali nasilja, saj se po mnenju Fiskeja (2004, 156–157) kot ključne za ustvarjanje pomenov izkaže za problematično prav kategorizacija dogodkov v različne sfere družbenega življenja, temveč da je upovedovanje pojavov brezposelnosti in odpuščanja v povezavi s krizo podjetja ali odločitvami vladnih funkcionarjev ideološko. Razvrščanje dogodkov v urejene predalčke, kot trdi Fiske ne implicira le tega, »da lahko problem razumemo in rešimo znotraj njegove lastne kategorije«, temveč tudi »bralca nagovarja, naj jih razume glede na njihove podobnosti, in ne glede na razlike med njimi« (prav tam). Povezovanje zgodbe o industrijskem konfliktu z zgodbo o brezposelnosti ni torej nič bolj pomembno kot to, da jo ločimo od politike, kriminala v mestu ali celo stopnje nepismenosti.

Glede na postavke KDA, da ni pomembno le tisto, kar je v tekstu prisotno, temveč tudi tisto, kar je odsotno (Fairclough v Erjavec in Poler Kovačič 2007), velja opozoriti, da so se kot dogodki vredni objave v (pozno)večernih poročilih izkazali tisti domači pojavi socialno problemskih situacij, ki so bili glede na kriterij negativnosti bodisi aktualni bodisi povezani z nosilci družbene moči.

6.6.1 Novice kot zgodbe

6.6.6.1 Socialni problemi kot gospodarsko-politični problemi

Posledica novinarske rutinizacije, ki novinarjem olajšuje delo v (ne)predvidljivih okoliščinah, so izrazito formulaični in v veliki meri identični prispevki, kar se je pokazalo pri vsebinskem opredeljevanju analiziranih prispevkov, ki s podobnimi vsebinami kažejo na majhno informativno vrednost prispevkov socialne tematike. Prispevki v dnevnikih poročilih imajo seveda druge žanrske zakonitosti in drugačno

nalogo kot dokumentarni prispevki, kar je treba pri analizi upoštevati, vendar pa ugotavljam, da jih ne glede na izpostavljanje različnih vidikov realnosti združuje osmišljanje realnosti na način zgodb.

Televizijski novinarski diskurz na ta način z večino objavljenih prispevkov, ki socialne probleme obravnavajo v kontekstu gospodarsko-političnih vprašanj in so uokvirjeni kot konflikt med politiki in sindikati ali predstavniki uprave podjetja in stavkovnega odbora, ne izpolnjuje funkcije vzpostavljanja javnosti, saj državljane ne obvešča o zadevah, ki bi jim pomagale rešiti izstopajoče družbene probleme. Poročila nas zasipajo z informacijami o stanju v podjetjih in odločitvah politikov, s čimer razgrinjajo strukturne vzroke socialnih problemov na ravni razrednega boja, k razumevanju socialno problemskih situacij pa ne prispevajo.

Če v dnevno informativnih oddajah poročajo o socialnih problemih kot družbenem fenomenu zgolj takrat, ko dogodki utelešajo konflikt med nosilci moči na eni strani in preostalimi družbenimi vlogami, kot so sindikati in žrtve, na drugi strani, pa v aktualnodokumentarnih oddajah poročajo o socialnih problemih le takrat, ko so ti utelešeni v individualnem. V prvem primeru se družbeni problemi podvrženi tematizaciji gospodarsko-političnih vprašanj, medtem ko se pri drugih izgubijo družbeni izvori dogodkov. Če se novinarji pri tem (še posebej na javni televiziji) sklicujejo na družbeno odgovornost in interese javnosti, se sprašujem, v kolikšni meri konstituirajo na ta način javnost, ki bi s politično angažiranostjo dejansko realnost socialno problemske situacije vzpostavila na ravni družbeno-političnega in pripomogla k njihovem reševanju – na primer: odpuščeni delavec se ob informiranju o tem, kakšno stanje je v podjetjih ali tragični zgodbi posameznika, ki ga je doletela podobna situacija, ne more in morda tudi ne zna mobilizirati na način, ki ga ne bi postavljala v položaj odvisnosti od izčrpanosti podjetja ali vladnih odločitev.

Konflikt, ki se uteleša v nenehnih pogajanjih med vodstvom in sindikati, pa se ne izčrpa zgolj na deskriptivni ravni realnosti, temveč implicira nadaljnjo konotacijo realnosti. KDA namreč predvideva, da poimenovanje vedno vključuje izbiro, in kot trdita Reisingl in Wodakova (2001), služi različnim psihološkim, družbenim in političnim namenom. Za način reprezentacije udeležencev dogodka in dogodka samega pa je po mnenju

Millsa (v Erjavec in Kovačič 2007, 61) ključnega pomena analiza tranzitivnosti oziroma na kratko *kdo (ali kaj) počne kaj komu (ali čemu)*. Personalizacija socialnega problema (denimo zgodba posameznika ali konkretne družine) oziroma dramatisacija problema z uokvirjanjem problema znotraj standardnega političnega boja med strankami ali nosilci družbene moči prispeva k novičarski vrednosti zgodbe, vendar pa se obenem zaradi epizodičnosti spregledajo družbene (strukturne dimenzije) in prihaja do individualizacije vzrokov za problem (Iyengar 1991).

Kot navaja Luthar (1998a, 224), ima personalizacija več vidikov: omogoča pripovedovanje dogodkov kot »človeških zgodb«, uporabo individualnega izkustva kot referenčnega okvirja za razumevanje strukturnih fenomenov, osredotočanje na individualno izkustvo in emocionalno stanje žrtve ali prič dogodka, približevanje televizijske govornice vsakdanji govornici, klišejske govorne figure in simulacijo kramljajoče neposredne komunikacije bralcev novic z gledalci.

Preoblikovanje akterjev v socialne tipe in ustvarjanje jasno določenih nasprotij pa je po mnenju Luthar (prav tam) eden izmed načinov narativne rekonstrukcije dogodka v moralno zgodbo. Bolj ko je moralni univerzum polariziran, bolj je zgodba podobna strukturi populistične naracije (Luthar 1998a, 211).

Tabela 6.12: Prikaz analize tranzitivnosti (kdo ali kaj počne kaj komu ali čemu)

		POIMENOVANJE	
		Vlada, uprava, vodstvo	Socialni partnerji, delodajalci, sindikati, študentje, delavci, zaposleni, stavkajoči
TRANZITIVNOST		<ul style="list-style-type: none"> • je predstavila • je predlagala • napoveduje • trmasto vztraja • obljublja • bo na čakanje poslala • ne bo prisluhnila • je obljubilo 	<ul style="list-style-type: none"> • vztrajajo • zahtevajo • ostro nasprotujejo • grozijo s stavko • žugajo s protesti • ostro nasprotujejo • bi radi prisilili vlado • jim je prekipelo • so na čakanju • da si priborijo boljše plače (ne sporočajo)

Način, kako družbeni akterji delujejo, uokvirja pomen njihovega delovanja. Čeprav se usklajevanja in pogajanja med vlado oziroma upravo in sindikati nenehno nadaljujejo ter se na prvi pogled konflikt odvija na ravni naravnih, običajnih nestrinjanj med vlado in sindikati, pa se ob bolj podrobni analizi poimenovanja in delovanja družbenih akterjev pokaže, da se konflikt odvija kot jasno polarizirana drama med dobrim in zlim oziroma med vlado in delavci. Čeprav so družbeni akterji poimenovani kolektivno, kot je razvidno iz razpredelnice, pa izražajo jasen in impliciten pomen delovanja skupine, ki jo zastopajo: vlada in nadzorniki podjetij so prikazani kot akterji, ki si prizadevajo za reševanje nastalih okoliščin in so torej predstavljeni z glagoli, kot so predlagajo, napovedujejo, obljublajo ukrepe itd., medtem ko so sindikati kot predstavniki izigranih in izkoriščanih delavcev (delavci so izkoriščani, ne omenja se kdo jih izkorišča,

izpustitev akterja ima ideološki pomen) tisti, ki žugajo, ostro nasprotujejo, grozijo s stavko. Ne omenja se torej, da vlada grozi z ukrepi, temveč da jih napoveduje (delujejo razumsko), medtem ko sindikatom prekipi in zahtevajo, grozijo (delujejo čustveno).

Poleg klasičnega dualizma med dobrim in zlim Hartley (1989, 117) k standardizirani dualistični narativni logiki »mi-oni« prišteva še element odsotnosti in prisotnosti. Pomeni so določeni tudi s tem, kar je odsotno oziroma diskurzivno potlačeno. Kadar odsotni elementi kljub temu vstopijo v novice, so obravnavani v perspektivi drugačnosti → kot novičarsko vreden pojav nastopijo šele takrat, ko se pojavijo v dualizmu z nasprotnim akterjem (lokalna oblast, država itd.).

- Vlada napoveduje nove, še ostrejše varčevalne reze v javni upravi (ne da vlada ostro napoveduje, temveč da napoveduje ostre varčevalne reze – negativno ni označena vlada, temveč so to ukrepi > prehodno dejanje akterja, ki bi bilo negativno je izbrisano, zamolčano v samostalniki ostri rezi); gre za zameglitev akterja in odgovornosti za proces (glej Erjavec in Poler Kovačič 2007, 65).
- Vlada pripravlja nove, nepopularne ukrepe.

Pomeni dogodkov se tako vzpostavljajo s poimenovanji delovanja akterjev, kot na primer *ostra retorika sindikatov – premier pa po slabi uri razprave v spravlјivem tonu*.

6.6.2 Retorični tropi (Metafora)

Odnos novinarskega diskurza do resničnosti se kaže tudi v uporabi specifičnih retoričnih strategij, s katerimi novinarji prepričujejo druge, naj sprejmejo njihov pogled na dogodke (Thomson v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 71). Z uporabo slogovno zaznamovanih besed v prenesenem ali zamenjanem pomenu novinarji ne le konotirajo pomena besed, temveč na posreden način prepričujejo v racionalnost in primernost navedenih informacij. Z uporabo metafor, metonimij, hiperbol in preostalih retoričnih tropov, pa se novinarji poslužujejo prav tistih sredstev, ki so glede na učinek vrednotenja realnosti značilne predvsem za pripovedovanje zgodb in interpretativne žanre. Na ta način so v novinarskem besedilu implicitno prisotna novinarjeva vrednotenja realnosti:

Primeri:

- Pokojninska reforma - **odprta fronta** (metafora, ki pokojninsko reformo primerja z bitko).
- Delavci delajo s **polno paro** (metafora, ki delo delavcev primerja z nečim, kar je učinkovito – zelo hitro – le takrat, ko dobi dovolj premoga, parna lokomotiva).
- Študentje napovedujejo **velike** demonstracije (hiperbola).
- Po napovedih **množičnih** študentskih demonstracij (hiperbola).
- Med igralničarji **je zavrelo** (metafora, ki implicira prej čustveno kot razsodno delovanje, odločanje).
- **Napeto je bilo** vse do **konca**; **napeto je bilo zadnjega** (stopnjevanje »napetosti« stanja, dogajanja).
- Pogajanja bodo zagotovo **še vroča** (metafora, ki implicira konflikt med vlado in sindikati).
- Vzdušje v tovarni **je porazno** (pretiravanje).
- Nato se je **zapletlo** (stanje, dogajanje se ne umirja, nasprotno, konfliktom ni videti konca).
- **Sta se vdala v usodo** še zadnja od šestih delavcev (konflikt se ni razrešil).
- Ukrepi naj bi bili res **drastični**.

Kontinuirano pogajanje med nosilci moči in nemočnimi ter izkoriščanimi delavci, ki implicira nenehno vzpostavljanje konfliktnosti, se v novinarskem diskurzu ne ohranja zgolj na ravni neposrednega poimenovanja, temveč tudi v vprašanjih, ki jih novinarji postavljajo in v katerih so vključene zdravorazumske predpostavke. Poler Kovačič in Erjavec (2007, 69) pojasnjujeta, da pomeni predpostavljanje implicitno vključevanje trditev v tekst na različne načine (prav tam):

- v k - vprašanjih in v vprašanjih, ki se začenjajo z vprašalnico »zakaj«:
 - Očitno ste zelo jezni – zakaj?
 - Zakaj se pri vas niste odločili za štrajk (predpostavljanje, da se ljudje običajno, če so nezadovoljni z razmerami, odločijo za stavko)?
- določene besede priklicujejo predpostavljeni pomen:

- Brano besedilo: »Pred dobro uro so tuje delavce, ki protestirajo na sedežu Vegrada popisali policisti. Zahtevali so tudi, da delavci stavbo zapustijo, a ti še naprej vztrajajo v prostorih uprave. V policijski upravi pa so povedali, da **kršitev** javnega reda in miru do zdaj ni bilo« (TV Slovenija, 2010a).

Slednji primer s stavkom »v policijski upravi pa so povedali, da kršitev javnega reda in miru do zdaj ni bilo« predpostavlja zastavljeno novinarjevo vprašanje zaposlenim na policijski upravi, in sicer: »Ali ste doslej zabeležili kršitve javnega reda in miru?« oziroma vključuje trditev, »da ne bi bilo nič neobičajnega, če bi tuji delavci kršili javni red in mir«.

Novinarji, ki naj se v informativnih zvrsteh poročanja ne bi opredeljevali do situacije, dogodka, pa svoja mnenja pogosto podajajo v obliki retorično zastavljenih vprašanj:

- Se lahko pri nas ponovi grška zgodba? (povečevanje občutka ogroženosti in strahu)
- Kdaj bomo lahko videli takšne prizore? (posnetek ljudi, ki protestirajo) Morebiti kmalu.
- Je to res socialna država? (novinar sodi, komentira, stališče do situacije, dogodka)

6.6.3 Naracija

Naracije se pojavljajo v najrazličnejših oblikah, od romanov, grozljivk in romanc, biografij in avtobiografij, do poročil strokovnih služb in letnih pregledov, in niso omejene le na novinarstvo. »Na svetu je nešteto naracij,« trdi Barthes (v Milosavljevič 2003, 11), v množstvu naracij pa izstopajo novinarske naracije v obliki novinarskih zgodb²⁰ (prav tam).

²⁰ Novinarsko zgodbo opredeli Milosavljevič (2003, 5–6) kot novinarsko vrsto, v katero zaradi enotnega sloga pisanja in strukturnih značilnosti združujemo reportažno vrsto (ki vključuje klasično reportažo, reportersko zgodbo in potopis) in portretno vrsto (kamor sodi portret), kot je ti vrsti konec osemdesetih definirala Manca Košir v *Nastavkih za teorijo novinarskih vrst* (1988). Vesna Laban (2007a, 162–163) televizijsko zgodbo opredeli kot »televizijsko novinarsko besedilo, ki gledalcem predstavlja (neaktualne) življenjske zgodbe, drugačne življenjske stile, ljudi, družine, kraje ter vizualno in verbalno poudarja občutke in čustva«. Pri tem pa Laban opozarja (prav tam), da je potrebno razlikovati med televizijsko zgodbo kot žanrom, torej eno izmed oblik televizijskega novinarskega upovedovanja, in razumevanjem zgodbe kot sinonima za (televizijsko) novinarsko besedilo nasploh.

Analiza novinarskih naracij je tako analiza novinarskih zgodb oziroma načina, kako novinarji reprezentirajo vsebino (Erjavec in Poler Kovačič 2007). Glede na razlike v značilnostih pripovedne rekonstrukcije dogodkov razlikujejo tudi pomeni dogodkov. Za Halla (1984, 7) je ideološko delo forme novičarskih zgodb veliko bolj pomembno kot katerikoli vidik njihove vsebine, saj se lahko s pripovedovanjem zgodb na različne aktivirajo različni pomeni zgodbe. Vsaka novica je zgodba, vendar to še ne pomeni, da je vsak dogodek rekonstruiran na način zgodbe. Glede na to, da se novinarji o pripovedni rekonstrukciji dogodka ne odločajo vedno znova, so različne vsebine prilagojene različnim konvencijam organiziranja pripovedi.

Za narativni diskurz informativnih žanrov je značilna pripovedna oblika obrnjene piramide (Erjavec in Poler Kovačič 2007), torej urejanje informacij po padajočem vrstnem redu, pri čemer v nasprotju z naracijo (novinarske) zgodbe umanjka končni sklep – končna moralna sodba o svetu. Naracija tako nima le kognitivne funkcije (urejanje dejstev oziroma informacij v določen red), temveč tudi moralno funkcijo, saj dejstvom z umeščanjem v moralni okvir podeljuje smisel. Naracija informativnih žanrov je zaradi dogodkov, ki jim ni konca, le redko kdaj tako popolna kot v pravi zgodbi, vendar pa jo prav to približa fikijski formi nanizank.

Ellis (1992, 145–155) tako zanika ločevanje televizijske naracije na fikijske in nefikijske, saj tako forma televizijske nanizanke kot tudi poročil ne predvideva zaključka, temveč nenehno obnavlja izhodiščno dilemo oziroma temelji na »nenehnem ponavljanju osnovne problematike«. Tako bodisi začetek bodisi konec novinarjevega branega besedila z osredotočanjem na ne do konca razvite družbene dogodke asociira na formo televizijskih nanizank, v ospredju katere je ponavljanje in ne reševanje neke problematike. »Odkar televizija vzpostavlja učinek neposrednosti na ravni podobe in izkušnje gledanja, se vloga televizijskih nanizank in nadaljevanj vse bolj kaže kot neke vrste stalno posodabljanje,« trdi Ellis (1992, 157). To pa je po njegovih besedah še najbolj očitno pri novicah in reportažno-dokumentarnih oddajah (prav tam).

Konec branega besedila:

- Mnenja o pokojninski reformi se bodo znova kresala že prihodnji teden, do takrat pa je torej jasno le ... (TV Slovenija 2010b).

- Sindikalisti pravijo, da nosi velik del krivde slab ekonomska politika države. Dodajmo, v izogib poslabšanja ekonomske slike države načeloma tudi gredo reforme (TV Slovenija 2010c).
- In še ugotovitev, ki bo gotovo razburila sindikate: na ministrstvu so namreč prepričani, da vlada do sedaj v položaju javnih uslužbencev ni posegala restriktivno, kar kaže rast plač v javnem sektorju (TV Slovenija 2010č).
- Uprava je predlagala delitev 90 odstotkov zaposlenim pri mizah, desetino pa zaposlenim pri igralnih avtomatih, blagajnikom in receptorjem. Ali so popoldne kaj zblížali stališča, ni znano – kocka bo torej padla jutri ob 15-ih (TV Slovenija 2010d).
- Pogajanja bodo zagotovo še vroča, saj je na seznamu še sedem stavkovnih zahtev, ki se nanašajo na plače in druge delavce pravice (TV Slovenija 2010e).
- Seveda pa bo 255 zaposlenih, ki bodo verjetno končali na zavodu za zaposlovanje, v mirnski dolini težko našlo novo delovno mesto (TV Slovenija 2010f).
- Delavcem Steklarske nove po letu dni čakanja še vedno zgolj upanje, to pa menda umre zadnje (TV Slovenija 2010g).

Začetek branega besedila:

- Ne samo v Grčiji, temveč tudi pri nas bodo ljudje svoje nezadovoljstvo očitno vse pogosteje izražali na ulicah (TV Slovenija 2010h).
- Razmere v novogoriškem Hitu so še vedno napete. Potem ko so igralniški delavci minulo nedeljo za sedem ur prekinili delo in s tem povzročili ... (TV Slovenija 2010d).
- Nadaljujemo v slovenjgraškem Preventu, kjer so danes spet stavkali. Včeraj so delavke zaradi neizplačanih plač prekinile delo za pol ure, danes zjutraj pa so se ob šestih odločile za nenapovedano stavko za tesno zaprtimi vrati tovarne. Pozno popoldne so iz Preventa sporočili, da jim bo jutri vendarle uspelo izplačati plače (TV Slovenija 2010f).
- Nadaljujemo pri velenjskem Vegradu, ki se še ni izkopal iz težav. Nadzorni svet je v začetku tedna potrdil poslovni načrt, ki predvideva zmanjševanje števila zaposlenih za tretjino, družba pa bo očitno potrebovala še veliko časa, da se izkoplje iz likvidnostnih težav (TV Slovenija 2010i).

Kot pravi Milosavljevič (2003, 13), je uvajanje naracijskega diskurza v novinarstvo povezano s splošno popularizacijo novinarskega diskurza, zaradi česar novinarske zgodbe s svojimi narativnimi elementi pogosto nihajo med poneverjanjem objektivne stvarnosti, z namenom ustvarjanja čimboljše zgodbe na eni strani in želje po predstavljanju kompleksnih družbenih problemov na drugi strani. Narativizacija oziroma pripovedovanje zgodb je sicer novinarjem pri personifikaciji in emocionalnem vključevanju gledalca v povedano v veliko pomoč, vendar pa »popolnega povezovanja in enačenja tabloidizacije in človeške zgodbe z narativizacijo ne moremo izpeljati« (Milosavljevič 2003, 15).

Če želimo novice kot pripoved bolje razumeti, se moramo izogniti dihotomiji pomembno/zanimivo in razmišljati o novinarskih zgodbah kot o celoti – kot o okvirju za upovedovanje kakršnihkoli človeških dejanj in kot o zgodbi, ki se naslanja na posameznikove izkušnje, menita Bird in Dardenne (1997, 335). Pojmovanje novic kot pripovedi po njunem ne zanika vrednosti razumevanja novic kot nečesa, kar odslikava realnost, je pogojevano z vplivom na družbo (in obratno) ali je produkt bodisi novinarjev bodisi neke institucije, temveč je pomembnejša neka druga dimenzija novic – tista, znotraj katere zgodbe novic presegajo svoje tradicionalne funkcije informiranja in razlaganja. »Kajti večino tistega, kar se bralci, gledalci naučijo, ima kaj malo opraviti z dejstvi, imeni in podobami, ki si jih novinarstvo prizadeva predstaviti tako natančno. Ti detajli – pomembni in nepomembni – prispevajo k simboličnemu sistemu novic. Dejstva, imena in detajli se spreminjajo skoraj iz dneva v dan, a ogrodje, v katerega so dani – simbolni sistem – je veliko bolj trajen,« argumentirata misel, »da novice v celoti kot trajen simbolni sistem 'naučijo' prejemnike bolj kot katerikoli njihov posamični sestavni del, pa naj si ti prizadevajo informirati, vznemirjati ali zabavati« (prav tam). V tem smislu bi bilo televizijske novice bolje konceptualizirati kot »obliko kulturnega diskurza« (Dahlgren 1988, 289).

6.6.4 Zgodbe kot drama

6.6.4.1 Socialni problemi kot človeški problem

Medtem, ko je informacija v novicah vedno fragmentarna in razpršena in prikriva tisto, kar bi bilo treba preiskati (Macdonald 1998), je naloga dokumentarnih televizijskih žanrov, da prinašajo novo vedenje in prispevajo k razumevanju obravnavanih problemov. Ti žanri se v večini primerov osredotočajo na izkušnje posameznih ljudi in se poslužujejo narativnega diskurza, ki pripoveduje dogodke v kronološkem zaporedju (tako da zgodba označuje gibanje v času glede na vzroke in posledice dogajanja in) ter tako zaradi smiselnega povezovanja dogodkov osmišlja in vrednoti (moralno tematizira) dogajanje. Moralna sodba o svetu pa je po mnenju Luthar (1998b, 15) glavna naloga tabloidnih medijev. Televizijske novice tako konstruirajo televizijske tekste kot narativizirano zgodbo, v ospredju katere je moralna dilema, pri upovedovanju kolektivnih fenomenov, prenesenih na osebne izkušnje posameznikov, pa se (tako kot v klasični melodrami) odvija jasno polarizirana drama med dobrim in zlim. Novice tako dandanes postanejo narativizirana melodrama, ki »prikazuje svet, kateremu naj bi vladala morala in čustvene vrednote /.../ in v katerem so ljudje in dogodki /.../ mitično središče, ki pogojuje vse, kar se dogaja« (Gripsrud 1992, 88–89).

V izpostavljeni personalizaciji zgodbe vidijo nekateri (Hall 1973) kritiki medijev možnosti dekontekstualizacije problema posameznika, saj se poroča o usodi ljudi kot žrtvah okoliščin onkraj družbenih fenomenov (Macdonald 2003, 63). V razumevanju potencialne kompleksnosti tematike, ki jo novinarji upovedujejo na temeljih individualne izkušnje v obliki človeške zgodbe, se po mnenju Macdonald (2003, 66–78) ne sme zanemarjati raznolikih perspektiv na obravnavani problem, saj lahko v nasprotnem primeru, ko se zgodba sprevrže v privatizacijo pojava, spodbudi zgolj močna čustva (empatijo) in »narcistično strmenje«, brez kritične refleksije pojava.

V vseh prispevkih tedenskih oddaj *Tednik (7)* in *Preverjeno! (1)* je vsebina socialne tematike oblikovana v obliki melodramske človeške zgodbe. Izkustveni vidik in epizodično uokvirjanje tu izpodrinja analizo različnih pojavov socialno problemskih situacij kot družbenega fenomena. Corner (2002, 259–269) to zvrst dokumentarcev imenuje »doku-drame«, s čimer nakazuje, kako imata ključno mesto v dokumentarni

pripovedi (melo)dramatizacija in fikcionalizacija – torej elementi rekonstrukcije realnosti. Dokumentarni program nam v taki obliki pove le o problemu človeka, ki ga obravnava in ne o družbenih okoliščinah, ki do teh problemov privedejo. Realne socialno problemske situacije so sicer prikazane, a na temeljih dramatizacije (a) in personifikacije (b) ter znotraj konteksta individualne izkušnje, kar je značilnost tabloidnih medijev oziroma »subjektivnega novinarskega diskurza« (Luthar 1998b). Tako novice »očitno ne moremo več obravnavati kot ločeni žanr, ki 'posreduje informacije', saj se v teletabloidnem žurnalizmu srečujejo politika in pop kultura, informiranje in 'razvedrilo', melodrama in informacija, informiranje in moraliziranje, preiskovanje in kramljanje« (Luthar 1998b, 9).

Vendar pa personifikacija v televizijskem novinarstvu kot »način upovedovanja dogodka s pomočjo slikovite in nazorne predstavitve njegovih učinkov na posameznika ali skupino ljudi« (Laban 2007a, 174) in dramatizacija kot le eden izmed načinov požitve in izboljšanja pripovedne strukture ter vzdrževanja neprekinjenosti televizijskih dnevnoinformativnih oddaj (Corner 1999, 55) nista povezana le s popularizacijo in tabloidizacijo novinarskega diskurza (Milosavljevič 2003), temveč lahko predstavljata sredstvo za uspešno in zanimivo predstavitev določene problematike čimvečjemu številu ljudi (Macdonald 2003, 60–61).

Na temelju izsledkov Birdove študije (prav tam) odzivov občinstva na informativne in aktualnodokumentarne programe v ZDA, ki je pokazala, da si gledalci zgodbe o posameznikih zaradi možnosti poistovetenja ter jasno strukturirane pripovedi, moralne tematizacije in živahnih podob v nasprotju z ostalimi tujimi novicami veliko bolj zapomnijo ter o njih raje diskutirajo, Macdonald (prav tam) razmišlja, da je potrebno vzpostaviti alternativni model angažiranja javnosti in preseči kritični model ločevanja med informacijami in zabavo oziroma polarizacijo na tehtne in razvedrilne novice. Dahlgren (1995, 50) pravi, da »morajo kriteriji za 'dobro novinarstvo' upoštevati svoje cilje, kako pritegniti in angažirati občinstvo in pri tem vzpostavljati javno mnenje in kritično refleksijo«. Kot meni Macdonald (1998, 112), je lahko personalizacija »pod določenimi pogoji uspešno povezana s širino raziskave tematik, odprtosti perspektive in pozornosti do politično provokativnih pogledov osebnega.« Resna razlaga, pojasnjevanje in analiza naj ne bi bili združljivi s kakršnimkoli poudarkom na osebnem,

vendar pa se avtomatične korelacije med personalizacijo in izgubo analitične ostrine vseeno ne da vzpostavljati, saj ima »personalizacija raznolike oblike, nekatere so dokazano oddaljene od omejitev človeške zgodbe« (Macdonald 1998, 109–124).

a)

- Težko razumejo **kruto** realnost, da so po desetletjih trdega garanja obsojeni na **životarjenje in bedo**.
- Na pokojninskem zavodu pa je Petrič **pogorel**.
- Iskreno priznava, da je **sam boter svoje kalvarije** in ko išče pomoč **pri ljudeh dobrega srca**.
- ... **pa je bil na mestu mrtev**.
- ... **in spet** se je začela **kalvarija**.
- ... **no**, pa ni šlo tako **gladko**.
- **Najhuje** pa je, da
- Pojutrišnjem bodo morali **čez lasten prag – na cesto**.

b)

- Morata Meri in Katica na jesen življenja vsak evro obrniti dvakrat.
- Tako je prepričan gospod v letih z dolgo delovno dobo in mnogimi izkušnjami. Spoznali ga bomo v naslednji zgodbi.
- Jože Z., nekoč uspešen obrtnik, danes pa brezdomec ...
- Koliko je pravzaprav vredno življenje človeka? Za svojce umrlega nima cene
- Takšna je tudi zgodba Renate,
- ... kot se je zgodilo prebivalcem barakarskega naselja.
- Simona je tetraplegik in njena družina

Dramatizacijo dosežejo novinarji tudi z:

a) **retoričnimi sredstvi:**

- *skromen vsakdan*
- *vroča razprava*
- *golo preživetje*

- *se je z birokratskimi milini podal v boj*
- *odvetniško togo je obesil na klin*
- *življenje ga hudo tepe*
- *sam je boter svoje kalvarije*
- *v gonji za zaslužkom*

b) moralno tematizacijo novinarjev:

- Nemara bi v Sloveniji potrebovali tudi varuha pravic upokojencev (TV Slovenija 2010j).
- Napačne odločitve pa so dela našega vsakdana. Njihovih posledic se ponavadi zavemo, ko je že prepozno, ko se znajdemo v slepi ulici ... (TV Slovenija 2010j).
- Ali res postajamo dežela hlapcev Jernejev, ki zaman iščejo svojo pravico (TV Slovenija 2010k)?
- Res ne vem, kaj je huje, ko nimaš kaj dati v lonec ali ko ostaneš brez skromne strehe nad glavo ... (TV Slovenija 2010k).
- Hudo je kadar človek nima niti za osnovo preživetje sebe in svoje družine. A še mnogo huje je, ko revščino in pomanjkanje spremlja bolezen (TV Slovenija 2010l).
- Prizor, ki nas je dočakal ob obisku družine Tudija, bi razorožil še tako močnega in vsega vajenega človeka (TV Slovenija 2010l).

c) tonskimi izseki »zunanjih« glasov:

- Brano besedilo (novinar-ka): »Gospod Petrič vi ste profesionalno, celo kariero v paragrafih in aktih, lahko se je vam boriti; kaj pa če na tekšen mlin ZPIZ-a prišel nekdo, ki nima pojma o pravu?«.

Odgovor gospoda: »Mu svetujem, da si kupi pištolo in da se ustrelj. Ja, družga nimam kaj rečt« (TV Slovenija 2010j).

- Brano besedilo (novinar-ke): »Življenje si je vzela pred tremi otroki«.

Tonski izsek: »Vzela je bencin, kanto bencina iz te kleti, delavnice, najstarejša hčerka Ines ji je hotela preprečiti vzeti kanto, pa ji ni uspelo«.

Vprašanje (novinar-ke): »In kam je potem šla?«.

Tonski izsek: »In gospa je šla do tega vogala na dvorišču, se polila in pred otroki zažgala«.

Brano besedilo (novinar-ke): »Njihovo življenje je ena sama kalvarija« (POP TV 2010b).

Socialni problemi so tako umeščeni v polje partikularne družinske zasebnosti, ne pa v kontekst »politike zasebnega« (Jontes in Luthar 2007). Socialno problemi kot družbeni problemi ostanejo na ravni upovedovanja osebne izkušnje zgolj anekdotični primeri vsakdana, medtem ko so strukturni faktorji, ki do njih privedejo, zvedeni na raven konflikta med posamezniki in nosilci oblasti. Narativizacija oziroma ozgodbenje dogodkov kot dvodimenzionalnih konfliktov v obliki jasno polarizirane melodrame nadomešča informiranje o nekem dogodku s tematizacijo moralnega reda in nereda v družbi, visoka stopnja melodramatizacije ozgodbenja pa je po mnenju Luthar (1998a, 195) značilna za populistični diskurz. Problema prevladujočega poročevalskega diskurza, ki se spreminja v lahkotno pripovedovanje zgodb, ne vidim v prehodu »od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu« (Luthar 1998a), temveč v zanemarjanju človeške zgodbe oziroma individualnega izkustva kot referenčnega okvirja za razumevanje strukturnih, kolektivnih in institucionalnih fenomenov.

6.6.5 Slike, ki govorijo namesto besed

Slika kot hrbtenica televizijskih dnevnoinformativnih oddaj (Hartley 1989, 109) oziroma kot glavna prvina televizijskega novinarstva (Svet RTV Slovenija 2000) je ena izmed ključnih prvin televizijskega novinarskega diskurza, saj pri reprezentaciji realnosti ustvarja vtis neposrednega posredovanja dogodkov, s čimer potrjuje resničnost informacije, poleg avtentifikacije povedanega pa privlači in zadržuje pozornost gledalca ter na temeljih vizualno posredovanih kulturnih idej in vrednot omogoča sodelovanje in identifikacijo (Yorke in Tompkins v Laban 2007b, 36; Corner 1999). Tompkins (v Laban 2007a, 33) pravi, da so vizualne podobe »glavna moč televizije, saj slike sporočajo neposrednost, intimnost, razumevanje in čustva«.

Čeprav televizija z vizualizacijo informacij, ki so preveč kompleksne, da bi jih ubesedili, ali preveč čustvene, da bi jih učinkovito predstavili brez slike, omogoča lažje razumevanje sporočenega (Mayeux v Laban 2007a, 34), pa sporočanja vrednost informacije, ki jo gledalec dobi iz vizualne podobe, še zdaleč ni tako jasna in

enoznačna, kot se zdi na prvi pogled. Slika namreč pri posredovanju pomenov ni neodvisna, saj soustvarja pomen z govorjenim besedilom. Kot meni Hartley (1989, 180–181), so verbalni kodi televizijskih dnevnoinformativnih oddaj kljub temu, da izvirajo iz vsakdanjega govora in pripovedovanja, edinstveni prav zaradi tesne povezanosti z vizualnimi podobami, saj lahko okrepijo, spodkopljejo ali spremenijo pomen vizualnih prvin.

Da je slika za televizijskega novinarja bolj pomembna kot beseda, pa meni Letica (2003, 151–153), saj »neposrednost in pomnjenje slike gledalcu omogočata identifikacijo z vizualno podobo na zaslonu«. Vendar pa Letica pri tem opozarja na neskladje med besedilom in sliko, saj je zaradi neinovativnosti novinarjev »ob besedilu s pomembno vsebino lahko katerakoli slika, nepomembna, mimogrede izbrana, neštetokrat videna, a vsebinsko dovolj splošna, da novinarja ne omejuje in obvezuje, ampak mu ponuja popolno svobodo verbalnega izražanja« (prav tako, 154). Tudi Vogrinc (1992, 152) se strinja, da »televizijska slika v slehernem trenutku katerekoli govorne oddaje *predpostavlja* govor, na katerega se obeša kot njegov dodatek«. Neujemanje med govorom in sliko na televiziji je po mnenju Vogrinca (prav tako, 154) posledica tega, da »slika informira pač le toliko, kolikor ji je namenjeno uprizoriti, avtentificirati, utelesiti stvar govora«.

Ne le, da televizijski novinarski diskurz z združevanjem prvin govora, zvoka in vizualnih podob zahteva specifične oblike reprezentacije ter pogosto tudi drugačne vsebine, temveč mora tudi gledalec pri dešifriranju televizijskih vsebin upoštevati tako kode vizualne kot tudi verbalne reprezentacije realnosti (Hall 1980; Hartley 1989; Bignell 1997; MacQueen 1998; Laban 2007a). Oboji so namreč nosilci številnih pomenov, ki posredujejo interpretacijo realnosti v medsebojnem učinkovanju, vendar to še ne pomeni, da se vedno povsem ujemajo oziroma sporočajo enako. V primeru, da se televizijski govor, ki najbolje posreduje dejstva, podatke in razlago, in vizualne podobe, ki se v televizijskem novinarstvu večinoma uporabljajo kot dokaz in za dramtizacijo, ne dopolnjujejo smiselno, se poveča možnost nejasne in dvoumne interpretacije besedila – to pa je v nasprotju s poslanstvom novinarjev, ki morajo posredovati informacije na jasn in točen način.

Tabela 6.13: Razmerje med vizualno in verbalno informacijo v analiziranih prispevkih oddaj²¹

	TV Slovenija		POP TV	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Razmerje vizualne podobe do verbalne informacije				
Podvajanje	55	11,2	26	7,3
Sonanašanje	102	20,7	62	17,5
Neskladnost	55	11,2	43	12,2
Prvine vizualizacije				
Posnetek osebe, ki daje izjavo	222	45,1	164	46,3
Sotvorba	48	9,8	46	13
Graf	6	1,2	3	0,9
Raport	4	0,8	10	2,8
SKUPAJ	492	100	354	100

²¹ Pri oblikovanju tabele sem se naslanjala na podrobnejšo analizo razmerja med vizualno in verbalno informacijo v televizijskem novinarstvu Vesne Laban (2007b, 67-72), ki loči štiri kategorije razmerja med vizualno in verbalno informacijo v televizijskem novinarskem diskurzu: podvajanje, sonanašanje, neskladnost in nasprotovanje (prav tam).

Legenda: *f*-frekvenca, %-odstotek

V analizi vizualnih prvin sem prišla do rezultatov, ki potrjujejo vlogo slike kot sredstva avtentifikacije in potrjevanja govornega besedila, ne pa tudi kot nosilke osrednjega pomena: skoraj polovica vseh vizualnih posnetkov (posameznih kadrov) na TV Slovenija (45,1) in POP TV (46,3) je prikazovala gibljive slike »zunanjih« glasov, ki so vizualno dopolnjevale vnaprej posnete izjave novinarjevih sogovornikov. Med posnetki dnevnoinformativnih oddaj Dnevnik, Odmevi, 24 ur in 24 ur zvečer so prevladovali kadri²² človeka od pasu do glave (srednji plan) in od prsnega koša navzgor (srednji bližnji plan), medtem ko so v tedenskih oddajah Preverjeno! in Tednik prevladovali kadri bližnjega plana²³. V vseh primerih so posnetki služili kot verodostojen dokaz posameznikovih izjav, glede na značilnosti posameznih kadrov pa so na vizualni ravni dosegali učinek personifikacije in tudi dramatičnosti.

Kot pravi Fiske (2003, 149), se kamera po nekaj začetnih širših kadrih, ki služijo predstavitvi lokacije ali identitete oseb, vedno osredotoči na individualno, pri čemer so meje med izmišljenim in resničnim vse bolj zabrisane. Takšno brisanje mej lahko opazimo prav v obravnavanju oseb v poročilih, saj so poročila »seveda obljudena z resničnimi posamezniki, toda v reprezentiranju dogodkov skozi ljudi novica spoštuje konvencije klasičnega realizma, saj predpostavlja, da poteka konstruiranje razumljive in avtentične različice realnosti skozi dejanja, besede in reakcije vpletenih posameznikov« (Fiske 2004, 163).

Vizualno se namreč personifikacija dosega s posnetkom kamere v srednjem, srednjem bližnjem in bližnjem planu, saj lahko gledalec ujame še vse tiste malenkosti, ki jih

²² Izhodišče našega razumevanja različnih vrst kadrov predstavlja opredelitev Butlerja (v Laban 2007b, 37). **Splošni plan** je najširši kader televizijskega novinarskega diskurza in ga razumemo kot širok kader prizorišča dogodka, ljudi, pokrajine ali stvari. Daljni plan obsega osebo od glave do pet, **srednji plan** pa je kader človeka od pasu do glave. **Srednji bližnji plan** prikazuje človeka od prsnega koša navzgor, **bližnji plan** prikazuje človekovo glavo in vrat, lahko tudi del ramen, **skrajno bližnji plan** pa se osredotoča na detajl človekovega telesa.

²³ Bližnji plan je zelo dramatičen in na televiziji najpogosteje uporabljan kader, tudi zaradi majhnosti televizijskega zaslona in posledično gledalčeve potrebe, da bi bil čim bližje (Laban 2007b, 39).

novinar z besedami ne zmore povedati. Kot poudarja Letica (2003, 282), lahko izraz obraza sogovornika, njegova čustva, zamišljenost in oklevanje, skupaj z bližnjimi kadri obraza ali rok gledalcem omogočijo, da vidijo tudi tiste dimenzije, ki so drugim medijem nedostopne. V sodobnem televizijskem diskurzu pa se za poudarjanje akterjevih čustev in povečevanje čutne vpletenosti gledalca v besedilo vse pogosteje uporablja primik²⁴, ki je hitrejši in cenejši posnetek kot premik kamere.

Med vizualne prvine dramatičnosti po navajanju Laban (2007b, 167–169) sodi še objavljane čustvenih posnetkov, uporaba upočasnjene ali dvojne hitrosti vizualne podobe, hitro menjavanje kadrov, uporaba dinamičnih premikov kamere, ki posnemajo človekovo premikanje, uporaba posnetkov novinarjevega aktivnega poizvedovanja, uporaba zameglitev in izostritev ter primikov k objektu snemanja. Prevlada tonskih izsekov, vizualiziranih s posnetkom sogovornikov in identifikacijskim napisom, kaže torej na težnje sodobnega novinarstva po individualizaciji in personifikaciji medijskih vsebin.

V primeru dnevnoinformativnih oddaj so posnetki napeljevali na družbeno razmerje med gledalcem in novinarjevim sogovornikom (prevlada uradnih virov kaže na družbeno-politične implikacije danega razmerja), medtem ko so v primeru tedenskih oddaj ustvarjali občutek enakosti z osebo na zaslonu in z apeliranjem na čustva ustvarjali občutek domačnosti in intimnosti. Pri slednjih so bili pogosti tudi skrajno bližnji plani ljudi, ki so povečali učinek dramatičnosti njihovih individualnih izkušenj. Uporaba bližnjih posnetkov ljudi, t. i. govoreče glave (angl. *talking heads*), je po mnenju Ellisa (1982, 131) tista estetska prvina televizije, ki poleg tehnike hitrih rezov, zagotavlja učinek neposrednosti ter ustvarja vtis enakosti in intimnosti.

Učinek neposrednega spremljanja dogajanja pa se v televizijskem novinarskem diskurzu doseže tudi s televizijskim raportom²⁵ novinarja, ki s poročanjem s kraja dogajanja tako uveljavlja načelo objektivnosti kot verodostojnega poročanja o dogodku, služi pa tudi za

²⁴ Primik (angl. *zoom*) razumemo kot postopek približevanja objektiva kamere objektu snemanja, brez fizičnega premika kamere in snemalca (Laban 2007b, 39).

²⁵ Posnetek poročevalca, ki govori v kamero, medtem ko stoji pred tako ali drugače pomembnim ozadjem (Laban 2007a, Perovič in Šipek 1998).

identifikacijo in posebljanje novinarja (Laban 2007a, 97). Vsi raporti novinarjev na TV Slovenija (4) in POP TV (10) so bili posneti pred zgradbo parlamenta oziroma pristojnega ministrstva, s čimer je bil kvečjemu dosežen vtis novinarjeve delavnosti in dejavnosti, na govorno besedilo pa so se ti posnetki informativno nanašali zgolj kot na poročanje s kraja, ki služi kot »metonimični nadomestek za dogajanje« (Luthar 1998b, 20). Takšna »vizualna simulacija realnosti ter vizualno dokazovanje avtentičnosti« (Luthar 1998a, 223) je povezana tudi z narativizacijo dogodkov kot dvodimenzionalnih konfliktov, saj te jasno polarizirane melodrame nadomeščajo informiranje o nekem dogodku s tematizacijo moralnega reda in nereda v družbi (prav tam). »Učinek tega je, da se izgubijo družbeni izvori dogodkov, in predpostavlja se, da je individualna motivacija izvor celotnega delovanja« (Fiske 2004, 163).

Ne glede na to, kaj posnetek predstavlja in če je sploh v kakšni zvezi z besedilom, sam po sebi vzpostavlja verbalno novico, ki jo voditelj ali reporter posreduje, kot avtentično. Na televiziji slika ni več zgolj ilustracija povedanega, temveč je postala dokaz avtentičnosti diskurza. Toda to, kar vidimo, ni nujno resnično, saj obstaja med vizualnim in resnico družbeni in ne formalni odnos (Luthar prav tako, 222).

Medtem ko sem skupaj zabeležila 9 posnetkov statističnih grafik, na TV Slovenija 6 in na POP TV 3, pa sem t. i. sotrbov, mešane tvorbe voditeljeve napovedi, grafike in napisa, zabeležila desetkrat več, 48 na TV Slovenija in 46 na POP TV. Če grafika v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah pogosto služi za predstavitev in ponazoritev velike količine (zapletenih) informacij v zgoščeni, pregledni in jasni obliki ter hkrati pritegne pozornost gledalcev (Laban 2007a, 41), pa »sotrbove, ki se pojavijo na zaslonu ob voditelju, medtem ko bere napoved novinarskega prispevka, označujejo posebnost in edinstvenost vsakega novinarskega besedila« (Laban prav tako, 46). Večinoma vizualno nakazujejo spremembo teme in voditelju pomagajo pri verbalni vpeljavi nove teme, hkrati pa zagotavljajo orodje za gledalčevo interpretacijo besedila.

Med branimi besedili novinarjev sem ugotovila, da prevladuje »sonanašanjsko razmerje«²⁶ med vizualno in verbalno informacijo v novinarstvu (Laban 2007a, 83–85),

²⁶ Gre za delno semantično povezavo vizualnih podob z besedilom, ki zahteva gledalčevo interpretacijo, pri čemer lahko vizualne podobe posredujejo več oziroma manj informacij kot besedilo.

in sicer so vizualne podobe v večini primerov na TV Slovenija (20,7) in POP TV (17,5) posredovale manj informacij od besedila. Razmerje neskladnosti med vizualno in verbalno informacijo se je pojavljalo z 11,2 odstotki na TV Slovenija in 12,2 odstotki na POP TV, kar pomeni, da v desetini primerov med vizualnimi podobami in branim besedilom ni bilo pomenske povezave. Čeprav »gre za običajne novinarske posnetke« (Brosius in Donsbach 1996 v Laban 2007a, 85), kot je npr. kader politika, ki izstopa iz limuzine, običajno pa jih spremlja brano besedilo o sklepih konference, menim, da je številka previsoka za informativni program, razlog za to pa vidim v upovedovanju analiziranih vsebin, ki jih je težko vizualizirati (kot so pogajanja o socialnem dialogu, pokojninskih reformah, odpuščanjih) in prav zato hitreje pripeljejo do pomenskega neskladja. V 11,2 odstotkov na TV Slovenija in 7,3 na POP TV so vizualne podobe z avtentifikacijo verbalne informacije sporočale isti pomen oziroma so ga podvajale ter tako pozitivno vplivale na gledalčevo razumevanje in pomnjenje posredovanih informacij. Postopki avtentifikacije se tako ob natančnejšem pogledu izkažejo za retorične postopke ponavljanja povedanega v vizualni *spremljavi* k novinarskemu govoru na televiziji (Vogrinc 1992, 153).

Ob dobljenih rezultatih tako zaključujem, da so slike v vseh primerih nosilke pomena, le da v večini primerov služijo kot sredstvo neposrednega in verodostojnega posredovanja informacij oziroma z dopolnjevanjem branega besedila vplivajo na spremljavo in pomnjenje verbalno posredovanih informacij. Če želi gledalec videno in slišano osmisлити (Bignell 1997, 113), mora kode in pravila, s pomočjo katerih prvine jezika, zvoka in vizualnih podob sestavljajo televizijski novinarski diskurz, zaznati in prepoznati. V primeru, ko vizualne prvine (navkljub dejstvu, da je televizija vizualni medij) govorjeno in pisano besedo neustrezno dopolnjujejo ali povzročijo uhajanje pomena, se možnost gledalčeve neposredne presoje predmeta upovedovanja zmanjša na točko, ki dopušča interpretacijo smiselnega kot proizvodnje realnega skozi pogled (Hartley 2004, 182).

Če se povrnem k Ellisovi (1992) trditvi, da ima podoba na televiziji zgolj ilustrativno funkcijo in da je zvok osrednji nosilec pomena, in sklenem, da ima slika na televiziji v primerjavi z govorom sekundarno vlogo, bi po mnenju Chiona (1993, 154–155) »vzeli stvar preveč na lahko, če bi rekli, da je tu v središču zvok, saj televizija v resnici nima

središča«. Kot trdi Chion (prav tam), zagotavlja zvok kontinuiteto (pa naj gre za komentar ali dialog), medtem ko gledamo podobe »diskontinuirano«. Morebiti se prav v tem skriva moč vizualnih podob, saj jih nehote ponotranjimo na nezavedni ravni. Pri analizi in interpretaciji novinarskih besedil je torej potrebno upoštevati tudi način vizualizacije zgodb kot del njihove narativizacije in dramatizacije, saj prav tako ustvarja okvir za njihovo branje (Luthar 1998a).

Kot ugotavlja Scannell (1989), se je v desetletjih obstoja televizije spremenil tudi stil komuniciranja na televiziji, in sicer je vzvišena in »avratična« retorika z leti postajala vse bolj idiomatična, dialoška, sproščena, in spontana, podobna pogovoru z gledalcem pred televizijskim ali radijskim sprejemnikom. Ker so to tudi institucionalni glasovi, ki izražajo različne institucionalne naravnosti do moči in oblasti tradicije, pomeni televizijski komunikativni slog tudi specifičen odnos do oblasti in tradicije (Luthar 1992, 112–113).

Za nas je analiza televizijske retorike kot javnega diskurza prav tako pomembna, saj nam veliko pove o naravi družbene interakcije v televizijski institucionalni situaciji. Ob analizi televizijskega dogodka posredno razkrivamo tudi komunikativno naravo ali etos televizije kot institucije, splošneje pa to pomeni odkrivati strukturo identitet, nastopa in družbene interakcije v konkretni družbi. Zaradi merjenja gledanosti, »mentalitete odzivnosti«, je televizija bolj kot katerokoli drugo področje kulturne produkcije podvržena prisilam trga (Bordieu 2001, 24–25). Oziroma povedano drugače: »Teme so televizijskim gledalcem vsiljene, ker se vsiljujejo ustvarjalcem, tem pa so vsiljene, ker jih vsiljuje konkurenca z drugimi ustvarjalci« (prav tam).

7 SKLEP

V pričujoči diplomski nalogi sem analizirala novinarska besedila osrednje in poznovečerne dnevnoinformativne oddaje Dnevnik in Odmevi na javni TV Slovenija ter 24 ur in 24 ur zvečer na komercialni televiziji programa POP TV, ter oddaji Tednik na TV Slovenija in Preverjeno! na POP TV. Pri analizi sem si pomagala z arhivskimi avdiovizualnimi posnetki oddaj, saj sem lahko le tako opravila potrebno transkripcijo govornih in vizualnih prvin izbranih novinarskih besedil.

Če sem želela odgovoriti na zastavljeno problemsko vprašanje (Kakšna je diskurzivna struktura televizijskih informativnih novinarskih besedil s socialno tematiko?) in ugotoviti, katere dogodke in pojave novinarji znotraj televizijskega novinarskega diskurza uvrščajo k socialni tematiki, sem si morala slednjo – se pravi tematski sklop, ki vključuje socialno problemske situacije – zastaviti tako, da sem upoštevala tako dogodke, ki jih novinarji, upoštevajoč kriterije televizijskega novinarskega diskurza potencialno prištevajo »pokrivanju« socialne tematike (kaj mediji poročajo), kot tudi tiste, ki so del realnosti socialno problemskih situacij in o katerih novinarji poročajo predvsem kot o družbenih problemih (kaj so socialni problemi in o čem bi morali novinarji v okviru tega poročati).

Poleg zastavljene socialne tematike sem natančneje opredelila tudi preostale tematske sklope, pri oblikovanju le teh pa sem se v izhodišču naslanjala na razdelitev, ki si jo je na temelju več raziskav v svoji primerjalni analizi posluževal Marko Prpič (2009). Glede na to, da sem v sklop socialne tematike uvrščala tudi poročanje o dogodkih, ki bi jih lahko po razvrščanju Prpiča uvrstili tudi v sklop *gospodarstvo/gospodarska politika* ali pa *javni servisi/socialna država/humanitarno delo*, sem pri razvrščanju prispevkov v posamezne tematske sklope pogosto naletela na težave, saj bi jih glede na vsebino in način poročanja (tipičen primer je poročanje o brezposelnosti na način, ki se bolj kot na vprašanje, kako bi brezposelnost preprečili ali kje tičijo vzroki za to, navezuje na vprašanje likvidnosti podjetij) prej uvrstila v prej omenjena tematska sklopa ali pa med

vojne/konflikti/kriminal/varnost, a sem si prav z razlogom, da bi se mi skozi diplomsko delo izrisala ločnica med dejanskim in potencialnim poročanjem o socialno problemskih situacijah, prizadevala za čim bolj ohlapen nabor dogodkov iz sklopa socialne tematike. Če bi novinarji natančneje tematizirali socialne probleme, menim, da bi jih lahko našli več.

Tako sem ugotovila, da je bilo v mesecu maju lani na obeh televizijah objavljenih skupaj 81 novinarskih prispevkov o socialni tematiki (43 na TV Slovenija in 38 na POP TV), skoraj vsi prispevki na POP TV so bili predvajani v oddaji 24 ur (28) ali 24 ur zvečer (9), le enega sem zabeležila v oddaji *Preverjeno!*, medtem ko je bilo na TV Slovenija 27 predvajanih v *Dnevniku*, 9 v *Odmevih* in 7 v *Tedniku*. Razlike v številu objavljenih prispevkov med dnevnimi in tedenskimi informativnimi oddajami pripisujem različnim vsebinskim izhodiščem oddaj, saj so v dnevnoinformativne oddaje uvrščene najpomembnejše novice dneva s pregledom dogodkov doma in po svetu, medtem ko se informativne dokumentarne oddaje z novicami ukvarjajo na bolj poglobljen način in niso odvisne od vsakodnevnih novic tako kot dnevnoinformativne oddaje ali kratke novice.

Čeprav sem tedenski oddaji *Tednik* in *Preverjeno!* uvrstila med informativne dokumentarne oddaje, navsezadnje se struktura njunih oddaj in predvajanih prispevkov tudi vsebinsko razlikuje od dnevnoinformativnih oddaj, pa je pri njuni obravnavi tematik opaziti razhajanja. V oddaji *Tednik*, ki predvaja »zgodbe, ki so odraz našega vsakdana«, je objavna vrednost socialne tematike najvišja, medtem ko si z gospodarsko in zunanjo politiko deli v oddaji *Preverjeno!* najnižje mesto. Na prvem mestu tako prednjačijo dogodki, ki ustrezajo vsebinskim smernicam oddaje »ekskluzivno, razkrito, resnično, jasno in opazovano! Zanimive, pretresljive in provokativne in resnične zgodbe ob torkih zvečer na POP TV!« (POP TV 2010c).

Ob pregledu vseh analiziranih oddaj na TV Slovenija in POP TV v mesecu maju 2010 sem ugotovila, da ima socialna tematika (procentualno gledano) najvišjo objavno vrednost v oddaji *Tednik* (31,8), z veliko nižjim odstotkom pa ji sledijo oddaje 24 ur (5,8), *Dnevnik* in *Preverjeno!* (5,6), najnižjo objavno vrednost pa ima socialna tematika v poznovečernih oddajah 24 ur zvečer (3,8) in *Odmevi* (3,7). Socialni problemi imajo

izmed obsežnega nabora dogodkov družbene realnosti v primerjavi z ostalimi tematskimi sklopi nižjo objavno vrednost, s čimer sem potrdila prvo tezo, ki pravi, da ima socialna tematika v nasprotju z ostalimi uveljavljenimi tematskimi področji nižjo objavno vrednost. V beleženju zaporedja tematik, ki so jih v (dnevno)informativnih oddajah tudi sicer izpostavljali, sem analizo diskurzivnih praks televizijskih novinarskih besedil dopolnila s kvantitativnim vpogledom v objavno vrednost socialne tematike ter tako preučevano tematiko umestila v širši kontekst dnevnoinformativnih oddaj.

Glede na kriterije objavne vrednosti dogodkov, ki določajo primernost kakega dogodka za objavo, ter vsebinska izhodišča in strukturo analiziranih dnevno informativnih oddaj, je bilo ugotovljeno zaporedje tematik v analiziranih oddajah pričakovano, saj morajo, kot piše v poklicnih merilih TV Slovenije (2000, 2.1. čl.) »zagotoviti ustrezno ravnotežje med svetovnimi, nacionalnimi, regionalnimi in krajevnimi informacijami«, prva mesta pa si na obeh televizijah delijo dogodki, ki sem jih uvrstila v tematske sklope *vojne/kriminal/konflikti/varnost, zunanja in notranja politika, gospodarska politika in kultura/zabava/šport/prosti čas* – to pa so tudi dogodki, ki sodijo med tehtna in razvedrilna poročila.

Tako sklepam, da informativna programa obeh televizij sicer upoštevata načelo poročanja o tematsko raznolikih dogodkih, vendar pa je bolj podrobna analiza socialne tematike pokazala, da so novinarji v zajeti analizi 81 novinarskih prispevkov z obeh televizij prevladujoče pojave brezposelnosti, revščine in odpuščanja upovedovali na podlagi napovedanih dogodkov, kot so stavke, demonstracije, seje vlade ali podjetij o napovedanih zakonskih spremembah oziroma odpuščanjih ter podobno, (več kot 80 odstotkov analiziranih prispevkov: 39,5 na TV Slovenija in 43,2 na POP TV). Izmed vseh prispevkov, narejenih na podlagi nenapovedanih dogodkov (17,3), jih je bila manj kot polovica (7,4) usmerjenih bolj analitično, bodisi z namenom pojasnjevanja ozadja že obravnavanega dogodka bodisi informiranja o aktualnih potezah družbeno-političnih institucij, kot so stanovanjske subvencije, plačevanje socialnih prispevkov in dodeljevanje socialnih prejemkov, približno 10 odstotkov (9,9) prispevkov pa je bilo takšnih, ki so aktualne socialne probleme obravnavali na ravni posameznikovega doživljanja le teh kot stiske, in sicer v informativno dokumentarni oddaji Tednik (8,7) na TV Slovenija in Preverjeno! (1,2) na POP TV.

Zastavljena kategorija socialne tematike, ki sem jo uporabila kot epistemološko orodje dokazovanja pomanjkljivega upovedovanja socialnih problemov, me je tako pripeljala do sklepa, da bi lahko dogodke socialne tematike, ki so bolj kot problem brezposelnosti ali revščine tematizirali ne kaj preveč rožnato stanje podjetij ali sprejemanje vladnih ukrepov, uvrstila tudi v kategorijo gospodarstva ali nasilja. S tem ne želim povedati, da bi nam bilo razumevanje socialno problemskih situacij kaj bližje, če bi jih uvrstila v omenjeni kategoriji gospodarstva ali nasilja, temveč da je upovedovanje pojavov brezposelnosti in odpuščanja v povezavi s krizo podjetja ali odločitvami vladnih funkcionarjev ideološko in pomensko brezpredmetno za posameznike, ki jih tovrstne situacije prizadevajo neposredno.

Na ravni tekstualne analize sem ugotovila, da novinarski prispevki o dogodkih, ki sem jih uvrstila v kategorijo socialne tematike, pomensko ne reprezentirajo izkušenj socialno problemskih situacij, ki bi morale biti dejanski predmet novinarskega upovedovanja socialne tematike, temveč konstituirajo družbene subjekte vladajoče ideologije. Zgodbe o brezposelnosti in odpuščanjih, o katerih je bilo v obravnavnih prispevkih največ govora, so tako zgolj implicirale različne družbene in ideološke pomene.

Do slednjih ugotovitev sem prišla s pomočjo vrednotenja norm objektivnega poročanja, saj so mi načela objektivnega novinarskega poročanja domnevno služila kot kriterij »nepristranskega« podajanja informacij. Skozi analizo pa sem ugotovila, da poleg konvencionalnih protokolov upovedovanja realnega t. i. »učinek transparentnosti« dogodkov socialne tematike proizvajata tudi standardizacija virov.

Z analizo razmerij med novinarji in njihovimi razvidnimi viri informacij nisem dobila le vpogleda v tisto fazo novinarskega sporočanja procesa, ki zadeva način zbiranja informacij in posredno tudi procesa produkcije novinarskih besedil, temveč tudi možnost razumevanja razmerij novinarstva do družbe nasploh. V izhodišču omenjenega dela analize sem zabeležila delež objav razvidnih virov informiranja glede na to, na kateri televiziji so bili objavljeni, in prišla do naslednjih ugotovite: v mesecu maju so na obeh televizijah skupaj predvajali 241 razvidnih virov informacij – 136 na TV Slovenija

(90 v oddaji Dnevnik in 15 v Odmevih) in 105 na POP TV (81 v oddaji 24 ur in 15 v 24 ur zvečer).

Do ugotovitve, kakšna je dejanska sporočilna raznolikost obravnavanih prispevkov, pa sem prišla z dodatno analizo deleža virov informacij glede na družbeni status, saj menim, da je bolj kot uravnoveženost virov pomembna njihova raznolikost, ki dogodek ne osvetli zgolj z dveh nasprotujočih si strani, temveč z različnih zornih kotov, pri čemer je pomembno, da novinarji ne poročajo le na temelju »lahko« dostopnih virov informacij, ampak posvečajo več ali vsaj enako pozornosti neorganiziranim, torej manjšinskim virom informacij.

Ugotovljeni izsledki, da so izmed zabeleženih 241 virov informiranja na TV Slovenija (90) in POP TV (76) skupaj predvajali 166 uradnih virov informiranja, 74 neuradnih in enega nedoločljivega, so tako potrdili mojo domnevo o tem, da reprezentacije socialne tematike v osrednjih oziroma poznovečernih poročilih nastajajo v okviru rutinizacije in standardizacije televizijskega novinarstva, kar dokazuje med drugim prevlada uradnih virov informiranja – 68 (Dnevnik), 9 (Odmevi), 13 (Tednik), 58 (24 ur), 12 (24 ur zvečer) in 6 (Preverjeno!), s čimer lahko potrdim tezo, da so »navadni« ljudje kot temeljni vir informiranja o socialno problemskih situacijah v manjšini. Na ta način se novinarji oddaljujejo od prikazovanja realnosti socialnih problemov takšne, kot je, saj jo zgolj konstruirajo.

Ob prikazanem pregledu deleža uradnih in neuradnih virov informiranja, ki pokaže, da v analiziranih dnevnoinformativnih oddajah prevladuje »uravnoveženo« navajanje virov informiranja nevladnih organizacij, organiziranih interesnih skupin in skupin pritiska na eni strani ter nosilcev politične moči na drugi strani, lahko sklepam, da je večina prispevkov z naslanjanjem na uradne vire kot tiste, ki z nizanjem verodostojnih dejstev zgolj ustvarjajo učinek realnosti, verodostojnosti in avtentičnosti, zgolj reproducirala gospodarski in politični diskurz, saj je glas posameznikov v opazni manjšini. Dogodki so bili sicer predstavljeni z različnih vidikov, vendar so ti še vedno pripadali sferi nosilcev družbeno-politične moči. Ne le, da sem s tem potrdila tezo, ki pravi, da se reprezentacije socialne tematike v večini primerov vsebinsko nanašajo na politični diskurz o socialni problematiki, temveč sem ponovno dokazala, da mediji z upoštevanjem osrednjih načel norme objektivnosti po nepristranskem in uravnoveženem

poročanju zgolj utrjujejo in reproducirajo vladajočo ideologijo, saj z neizpolnjevanjem zahteve po mnenjski raznolikosti informacij zgolj vzdržujejo ideje in vrednote nosilcev družbene in politične moči.

Iz slednje ugotovitve lahko nadalje sklepamo, da so novinarji pri preiskovanju socialnih problemov premalo aktivni in torej kritični, saj se v zbiranju informacij zanašajo na informacije, s katerimi jih zasujejo na t. i. psevdodogodkih. Temu sicer botruje predvsem obstoječi ekonomsko-politični sistem, v katerega so čedalje bolj s »pokrivanjem« agende, ki jim jo predpisuje okvir ekonomsko-političnih institucij in njihovih dnevnih redov, vpeti skorajda vsi mediji. Z usmerjanjem toka informacij novinarji vajeti interpretacije družbene realnosti s sklicevanjem na uradne vire informacij prepustijo nosilec družbene moči, področje pobude ljudi kot dejanskega temeljnega vira informiranja in komuniciranja pa se čedalje bolj zožuje.

Vendar standardizacija virov ni edini dejavnik, ki proizvaja učinek transparentnosti socialne tematike, temveč tudi konvencionalni protokoli upovedovanja realnega, ki veljajo za določena področja realnosti in ki dogodkom z objavo v specifičnem žanru podelijo pomen. Pri vsebinskem opredeljevanju analiziranih prispevkov sem namreč ugotovila, da analizirane prispevke navkljub različnim žanrskim zakonitostim (prispevki v dnevnih poročilih in informativno dokumentarnih oddajah) in izpostavljanju različnih vidikov realnosti združuje osmišljanje realnosti na način zgodb, s čimer potrjujem tezo, ki pravi, da se o socialni problematiki zaradi konfliktnosti pripoveduje na način zgodbe.

En vidik takšnega osmišljanja se kaže v obravnavi socialnih problemov kot gospodarsko-političnih problemov, saj se da na nestrinjanja med politiki in sindikati ali predstavniki uprave podjetja in stavkovnega odbora gledati tudi kot na konflikt, ki se odvija kot jasno polarizirana drama med dobrim in zlim oziroma med junaki (vlado) in žrtvami (delavci). Slednje je bilo najbolj očitno in najpogosteje prikazano v dnevnoinformativnih oddajah, v okviru katerih so bili socialni problemi podvrženi tematizaciji gospodarsko-političnih vprašanj, v informativno dokumentarnih oddajah pa so novinarji najpogosteje poročali o socialnih problemih le takrat, ko so bili ti utelešeni v individualnem.

V vseh prispevkih tedenskih oddaj *Tednik* (7) in *Preverjeno!* (1) sem zasledila, da je vsebina socialne tematike oblikovana kot melodrama, zaradi česar lahko novinarji zanemarjajo analizo različnih pojavov socialno problemskih situacij kot družbenega fenomena. Realne socialno problemske situacije so sicer prikazane, a na temeljih dramtizacije (a) in individualizacije (b) ter znotraj konteksta individualne izkušnje. Vendar se struktura prispevkov, ki je sledila pripovedovanju na način zgodbe, ni izčrpala le na točki konfliktnega in individualnega, temveč sem v analizi razbrala tudi verbalne in vizualne prvine dramtizacije in narativizacije ter tako potrdila tezo, da v večini novic o socialni tematiki struktura prispevka zaradi naraščajočih prvin dramtizacije in narativizacije, kot so (prekomerna) uporaba pestrih retoričnih sredstev, besed v prenesenem in zamenjanem pomenu, vizualnih sredstev upovedovanja brez ustrezne pomenske vrednosti, sledi pripovedovanju na način zgodbe, kar napeljuje na sklep, da se novinarji pri žanrih informativne zvrsti vse bolj poslužujejo mešanice objektivnega in subjektivnega načina prezentacije.

Za ustrezno razumevanje televizijskih novinarskih besedil je torej potrebna tudi analiza njihove vizualne reprezentacije, saj se pomen izkristalizira prav skozi medsebojno učinkovanje tako govornih kot tudi vizualnih prvin reprezentacije realnosti, v našem primeru socialne tematike.

Pri analizi vizualnih prvin sem prišla do rezultatov, ki potrjujejo vlogo slike kot sredstva avtentifikacije in dopolnjevanja govornega besedila, ne pa tudi kot nosilke osrednjega pomena: skoraj polovica vseh vizualnih posnetkov (posameznih kadrov) na TV Slovenija (45,1) in POP TV (46,3) je prikazovala gibljive slike »zunanjih« glasov, ki so vizualno dopolnjevale vnaprej posnete izjave novinarjevih sogovornikov, in sicer so med posnetki dnevnoinformativnih oddaj (*Dnevnik*, *Odmevi*, 24 ur in 24 ur zvečer) prevladovali kadri človeka od pasu do glave (srednji plan) in od prsnega koša navzgor (srednji bližnji plan), medtem ko so v tedenskih oddajah *Preverjeno!* in *Tednik* prevladovali kadri bližnjega plana.

Med branimi besedili novinarjev sem ugotovila, da prevladuje »sonanašjsko razmerje« med vizualno in verbalno informacijo v novinarstvu, saj so vizualne podobe v večini primerov na TV Slovenija (20,7) in POP TV (17,5) posredovale manj informacij od

besedila, v približno desetini primerov pa med vizualnimi podobami in branim besedilom ni bilo nikakršne pomenske povezave. Čeprav gre slednje pripisovati poročanju o dogodkih, ki jih je težko vizualizirati (kot so pogajanja o socialnem dialogu, pokojninskih reformah, odpuščajih), pa menim, da je številka previsoka za informativni program.

Ne le, da se z neujemanjem televizijskega govora in vizualnih podob, poveča možnost nejasne in dvoumne interpretacije besedila, temveč kaže ugotovljena prevlada tonskih izsekov, vizualiziranih s posnetki sogovornikov in identifikacijskimi napisi, na težnje sodobnega novinarstva po individualizaciji in personifikaciji medijskih vsebin.

Z ugotovljenim sem potrdila tezo, da slike, objavljene v dnevoinformativnih oddajah na TV Slovenija in POP TV, govorjeno besedilo podvajajo ali pa ga dopolnjujejo brez kakršnekoli dodatne informativne vrednosti oziroma povezave, ki bi bila smiselna, medtem ko so v informativno dokumentarnih oddajah (Tednik, Preverjeno!) poudarjale čustveno komponento vizualne reprezentacije. Slike na televiziji še vedno ostajajo pomemben nosilec pomena, vendar pa v večini primerov služijo zgolj kot sredstvo neposrednega in »verodostojnega« posredovanja informacij oziroma z dopolnjevanjem branega besedila vplivajo na spremljavo in pomnjenje verbalno posredovanih informacij.

V pričujočem diplomskem delu tako ugotavljam, da so posamezniki, ki se znajdejo v socialni stiski, in državljani nasploh, na račun rutinizacije in standardizacije televizijskega novinarstva pomanjkljivo obveščeni o zadevah socialno problemskih situacijah, kar je v nasprotju načeli informativnega programa in javne televizije nasploh, saj morajo novinarji poročati o zadevah, ki so v interesu državljanov in se jih tičejo neposredno. V primeru novinarskih zgodb oddaje Tednik in Preverjeno!, so novinarji opozarjali na socialne probleme, vendar so zaradi izpostavljanja konkretnih osebnih izkušenj zanemarjali strukturne fenomene. Menim, da bi bilo potrebno zgodbe posameznikov umestiti v širši kontekst družbenega dogajanja.

Glede na to, da globalna koncentracija kapitala, vloženega v produkcijo in razširjanje informacij, poteka že nekaj časa, in da javna televizija v nasprotju s komercialno

televizijo ni podjetje, in jo zato primarno obvezuje odgovornost do gledalcev kot državljanov, bi bilo na tej točki smiselno preprašati uveljavljena tematska področja (zunanja in notranja politika, gospodarska politika, regionalna in lokalna politika, »visoka« kultura ...) in rutine produkcije informacij, saj novinarji z uveljavljenim načinom posredovanja informacij ne zmorejo vzpostavljati kritične javnosti. Ta je namreč nujna za konsistentno reševanje družbeno pomembnih problemov.

Očitno je, da so dominantni mediji področja informiranja razdelili tako, da se v grobem prekrivajo s pristojnostmi ministrstev in njihovih uradov, zaradi česar mediji pokrivajo »agendo«, ki jim jo predpisuje okvir državnih institucij. Mediji so na ta način zožili polje resne problematike na rituale imetnikov družbene moči, namesto da bi bili predmet obravnave takšni problemi posameznikov, ki jih doživljamo kot osebne in bi lahko, če bi jih mediji znali artikulirati, postali skupni in zato rešljivi. Konkurenca bi morala namreč medije siliti v to, da iščejo nove teme, ne pa v homogenizacijo medijskih vsebin.

Da bi spravili v medsebojno komunikacijo različne vire informacij, od žrtev in akterjev dogodkov prek najrazličnejših družbenih dejavnikov, ki se tako ali drugače ukvarjajo z nekim področjem, in da bi ugledali probleme, ki jih doslej nismo, bi bilo potrebno izumiti nove teme in načine poročanja, o izbranih tipih dogodkov pa bi bilo potrebno poročati sistematično in redno in ne le v primeru škandalov ali pa vnaprej dogovorjenih dogodkov.

Obstoječa klasifikacija novic in tematik aktualnih zadev v diskurzivni okvir na tehtne in razvedrilne novice ima z vzpostavljeno hierarhijo na pomembne in nepomembne novice ideološke učinke. Kaj so torej za državljane pomembnimi dogodki in s katerimi vsebinami novinarji državljane naslavljajo kot potrošnike, sta zgolj dve izmed mnogih vprašanj, bi si jih bilo potrebno zastaviti in nanje tudi najti odgovore.

Novice, predstavljene na osebni način, bi lahko gledalce sicer hitreje angažirale, vendar pa trenutna praksa novinarstva odslikava družbeno stanje kapitalizma in potrošništva, v ozadju katerih z naraščajočim podajanjem novic na subjektiven in personaliziran način tiči predvsem želja po zabavi in kovanju dobička.

Menim, da bi se dalo o zadevah in dogodkih, ki so sicer tema razvedrilnih novic in človeških zgodb (angl. *human interest stories*), poročati tudi na način, ki bi jih uveljavljal kot politično relevantne in zato vredne angažiranega poročanja. Zato bi bilo potrebno vzpostaviti alternativni model angažiranja javnosti in preseči kritični model ločevanja med informacijami in zabavo oziroma polarizacijo na tehtne in razvedrilne novice. Kriteriji za »dobro novinarstvo« bi morali upoštevati svoje cilje, kako pritegniti in angažirati občinstvo ter vzpostavljati javno mnenje in kritično refleksijo.

Menim, da naloga novinarstva v svetu zlahka dosegljivih in pomanjkljivih (v navajanju virov) informacij ne tiči v tem, da obnavlja nastale okoliščine, ki jih je med drugim spodbudilo svetovno medmrežje, temveč da najde nove poti vzpostavljanja aktivnih in angažiranih državljanov.

S pričujočim diplomskim delom želim nadaljevati izhodiščna razmišljanja o družbenem položaju in funkciji sodobnih medijev nasploh, predvsem televizije, ter spodbuditi temeljito razpravo o tem, kako doseči, da bi del medijev spet prevzel svojo družbeno funkcijo, t. j. formiranje javnosti. V mislih imam predvsem informativne medijske vsebine, saj recimo kljub »primerjavi« dveh statusno različnih televizij pri nobeni v okviru informativnega programa ne bi smelo umanjhati sistematično poročanje o pojavih, ki se nas tičejo kot državljanke in kot ljudi, ki se v zasebnem svetu spopadamo s problemi družbenih razsežnosti.

8 LITERATURA

24ur.com. 2010. Dostopno prek: <http://24ur.com/> (15. maj 2010).

Arendt, Hannah. 1996. *Vita Activa*. Ljubljana: Krt.

Bantz R., Charles. 1997. News Organizations: Conflict as a Crafted Cultural Norm. V *Social meanings of news*, ur. Dan Berkowitz, 123–135. London: Sage Publications.

Baudrillard, Jean. 1999. *Simulaker in simulacija. Popoln zločin*. Ljubljana: Študentska založba.

Bašić-Hrvatín, Sandra in Marko Milosavljević. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih. Regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić-Hrvatín, Sandra in Lenart J. Kučić. 2005. *Monopoli: družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.

Bašić-Hrvatín, Sandra, Iztok Jurančič, Lenart J. Kučić, Roman Kuhar, Brankica Petković in Marko Prpič, ur. 2006. *Mediji za državljane*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić-Hrvatín, Sandra in Brankica Petković. 2007. *In temu pravite medijski trg?* Ljubljana: Mirovni inštitut.

Beck, Ulrich. 1986/2009. *Družba tveganja: na poti v neko drugo moderno*. Ljubljana: Založba Krtina.

Bennett, Tony. 1982. Media, 'reality', signification. V *Culture, Society and the Media*, ur. Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran in Janet Woollacott, 287–308. London: Methuen.

Bignell, Jonathan. 1997. *Media semiotics: an introduction*. Manchester in New York: Manchester University Press.

Bird, Elizabeth S. in Robert W. Dardenne. 1997. Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News. V *Social meanings of news*, ur. Dan Berkowitz, 333–350. London: Sage Publications.

Bourdieu, Pierre. 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Založba Krtina.

--- 2003. *Sociologija kot politika*. Ljubljana: Založba /*cf. (Rdeča zbirka).

--- 2004. Ali je sociologija znanost*. V *Kompendij socioloških teorij*, ur. Frane Adam in Matevž Tomšič, 243–251. Ljubljana: Študentska založba.

Brecht, Bertol. 1987. *Umetnikova pot: Spisi in zapiski o gledališču, liriki in romanu, filmu, fašizmu, kritiki, realizmu in formalizmu, diktaturi in miru, in tako naprej*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Briggs, Assa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev. Od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Založba Sophia.

Chaney, David. 1993. *Fictions of collective life: Public drama in late modern culture*. London: Routledge.

Chion, Michel. 1993. Zvok na televiziji ali ilustrirani radio. *Časopis za kritiko znanosti* (21): 154–155.

Corner, John. 1999. *Critical Ideas in Television Studies*. Oxford: Clarendon Press.

--- 2002. Performing the Real: Documentary Diversions. *Television and New Media* (3): 255–269.

Croteau, David in William Hoynes. 2006. *The business of media: Corporate media and public interest*. Thousand Oaks, London in New Delhi: Pine Forge Press.

Dahlgren, Peter. 1988. What's the Meaning of This? Viewers' Plural Sense-Making of TV News. *Media, Culture and Society* 10 (3): 285–301.

--- 1995. *Television and the Public Sphere*. London: Sage Publications.

Debord, Guy. 1999. *Družba spektakla. Komentarji k družbi spektakla. Penegirik*. Ljubljana: Študentska založba.

Dewey, John. 1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Dragoš, Srečo in Vesna Leskošek. 2003. *Družbena neenakost in socialni kapital*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije. 2011. *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/wordpress/kodeks/> (22. november 2011).

Eder, Klaus. 1993. *The New Politics of Class: Social Movements and Cultural Dynamics in Advanced Societies*. London: Sage Publications. Dostopno prek: <http://www.google.si/search?tbm=bks&tbo=1&hl=sl&q=google+books> (22. december 2011).

Ellis, John. 1982/1992. *Visible fictions*. London in New York: Routledge.

Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2000. Medijska pismenost kot pogoj uspešne politične socializacije. *Teorija in praksa* 37 (4): 672–685.

--- 2004. Sodobno novinarstvo in teorija demokracije. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 113–138. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fairclough, Norman. 1995/1997. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London in New York: Longman.

Fiske, John. 1989/1991. Moments of television: Neither the text nor the audience. V *Television, Audiences and Cultural Power*, ur. Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner in Eva-Maria Warth, 56–78. London in New York: Routledge.

--- 2003. *Television culture*. London: Routledge.

--- 2004. Televizijska kultura: Branja poročil, bralci poročil. V *Medijska kultura: Kako brati medijske tekste*, ur. Luthar Breda, Vida Zei, Hanno Hartd, 147–179. Ljubljana: Študentska založba.

Foucault, Michael. 2008. *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Založba Krtina.

Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. California: Stanford University Press.

--- 2000. *Tretja pot: prenova socialne demokracije*. Ljubljana: Orbis.

Gripsrud, Jostein. 1992. The aesthetics and politics of melodrama. V *Journalism and popular culture*, ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 84–95. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Hackett, A. Robert. 1984. Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies. *Critical Studies in Mass Communication* 1 (3): 229–259.

Hall, Stuart. 1973/1980. Encoding and decoding. V *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*, ur. Andrew Lowe, Dorothy Hobson, Paul Willis, Stuart Hall, 128–138. London in Birmingham: Hutchinson in Center za sodobne kulturne študije.

--- 1984. The narrative construction of reality: An interview with Stuart Hall. *Southern Review* 17 (1): 3–17.

--- 1997. *Delo reprezentacije*. V *Medijska kultura: Kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Hanno Hardt in Vida Zei, 35–95. Ljubljana: Študentska založba.

Hartley, John. 1982/1989. *Understanding News*. London in New York: Routledge.

--- 1992. *Tele-ology: studies in television*. London in New York: Routledge.

--- 2004. Novinarstvo in vizualizacija resnice. V *Medijska kultura: Kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Hanno Hardt in Vida Zei, 181–192. Ljubljana: Študentska založba.

Iyengar, Shanto. 1991. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press.

Jontes, Dejan in Breda Luthar. 2007. Nasilje v družini in strateški rituali poročanja. *Družboslovne razprave* XXIII (55): 27–48.

Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.

Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Laban, Vesna. 2007a. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2007b. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Lambeth, Edmund B. 1992. *Committed journalism: an ethic for the profession*. Bloomington in Indianapolis: Indiana University Press.

Letica, Zvonko. 2003. *Televizijsko novinarstvo: temelji profesionalizma*. Zagreb: Disput.

Luthar, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

--- 1998a. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

--- 1998b. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Božnar & partner.

--- 2002. O televizijskih študija: pojasnilo k tekstu Newcomba in Hirscha. V *Cooltura: uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2004. Ljudstvo: navodilo za uporabo (uporaba anket javnega mnenja v novinarstvu). *Teorija in praksa* 41 (3-4): 663–677.

Macdonald, Myra. 1998. Politicizing the personal: Women's voices in British television documentaries. V *News, Gender and Power*, ur. Cynthia Carter, Gill Branston in Stuart Allen, 105–121. London in New York: Routledge.

--- 2003. *Exploring Media Discourse*. London: Arnold.

McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding media: the extensions of man*. London: Cambridge.

McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, New Delhi, London: Sage Publications.

McNair, Brian, 1998. *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.

McQuail, Denis. 1983/2010. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

McQueen, David. 1998. *Television: a media student's guide*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.

Mesec, Blaž. 2006. Očarani z močjo. *Socialno delo* 45 (3–5): 235–247.

Milosavljevič, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Morley, David. 1995. Television: Not So Much a Visual Medium, More a Visible Object. V *Visual Culture*, ur. Chris Jenks, 170–189. London in New York: Routledge.

Mulvey, Laura. 1996. *Fetishism and curiosity*. Bloomington: Indiana University Press.

Pengov, Jure. 2003. 35 let TV Dnevnika. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rplayer (30. maj 2010).

Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.

Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost. Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

POP TV. 2010a. *Kronologija dnevnoinformativne oddaje 24*. Dostopno prek: http://24ur.com/bin/article.php?article_id=3060270 (15. maj 2010). !!!

--- 2010b. *Preverjeno!*. Ljubljana, 25. maj.

Prpič, Marko. 2008. Kako smo dobili slovenski TV dnevnik: 40 let Dnevnika TV Slovenija. *Javnost* 15: 95–112.

--- 2009. *Primerjalna analiza osrednjih televizijskih informativnih oddaj 24 ur in Dnevnik*. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.

Reese, Stephen D. 1997. The News Paradigm and the Ideology of Objectivity. V *Social meanings of news*, ur. Dan Berkowitz, 420–440. London: Sage Publications.

Reisigl, Martin in Ruth Wodak. 2001. *Discourse and Discrimination*. London: Routledge.

Rosanvallon, Pierre. 1998. *Ekonomski liberalizem*. Ljubljana: Studia humanitatis.

RTVSLO. 2010a. *Novice dneva*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/dnevnik/> (15. maj 2010).

--- 2010b. *Novice dneva*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/odmevi/> (15. maj 2010).

--- 2010c. *Novice dneva*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/tednik/> (15. maj 2010).

--- 2010č. *Programsko-poslovni načrt za leto 2010*. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/svet_rtv/ppn2010.pdf (30. maj 2010).

--- 2010d. *Dnevnoinformativne oddaje TV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/dnevnik/content.php?id=60002> (30. maj 2010).

Scannell, Paddy. 1989. Public Service Broadcasting and Modern Public Life. *Media, Culture and Society* 11 (2): 135–166.

--- 1991. *Broadcast talk*. London: Sage Publications.

Schudson, Michael. 1978. *Discovering the news: A social history of American newspapers*. New York: Basic Books.

--- 1997. The Sociology of News Production. V *Social meanings of news*, ur. Dan Berkowitz, 7–23. London: Sage Publications.

Sigal, Leon. 1973. *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, MA: D.C. Heath.

Silverstone, Roger. 1994. *Television and everyday life*. Routledge, London.

Simmel, Georg. 1993. *Temeljna vprašanja sociologije: individuuum in družba*. Ljubljana: ŠKUC in Znanstveni inštitut filozofske fakultete (Zbirka Studia Humanitatis).

Soloski, John. 1997. News Reporting and Professionalism. V *Social meanings of news*, ur. Dan Berkowitz, 138–154. London: Sage Publications.

Sontag, Susan. 2006. *Pogled na bolečino drugega*. Ljubljana: Sophia.

Splichal, Slavko. 1999. Uvodna študija. V *Komunikološka hrestomatija 2. Razvoj empirične komunikologije v ZDA*, ur. Slavko Splichal, 23-41. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Svet RTV Slovenija. 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (19. december 2011).

TV Slovenija, 1. program. 2010a. *Dnevnik*. Ljubljana, 26. maj.

--- 2010b. *Dnevnik*. Ljubljana, 3. maj.

--- 2010c. *Dnevnik*. Ljubljana, 5. maj.

--- 2010č. *Dnevnik*. Ljubljana, 12. maj.

--- 2010d. *Dnevnik*. Ljubljana, 14. maj.

--- 2010e. *Dnevnik*. Ljubljana, 15. maj.

--- 2010f. *Dnevnik*. Ljubljana, 19. maj.

--- 2010g. *Dnevnik*. Ljubljana, 21. maj.

--- 2010h. *Dnevnik*. Ljubljana, 4. maj.

--- 2010i. *Dnevnik*. Ljubljana, 26. maj.

--- 2010j. *Tednik*. Ljubljana, 6. maj.

--- 2010k. *Tednik*. Ljubljana, 20. maj.

--- 2010l. *Tednik*. Ljubljana, 27. maj.

Ule Nastran, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče (Zbirka Sophia 6/2000).

Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. *Družboslovne razprave XXIV (57)*: 79–96.

Virilio, Paul. 1996. *Hitrost osvoboditve*. Ljubljana: Študentska založba.

Volčič, Zala, Karmen Erjavec, Tatjana Welzer-Družovec in Katja Udir Mišič, ur. 2008. *Mediji in identiteta: Medijski prostori identitet in pripadnosti*. Maribor: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.

Vogrinc, Jože. 1995. *Televizijski gledalec*. Ljubljana: ŠKUC (Znanstveni inštitut Filozofske fakultete).

--- 1992. Apendiks k televizijskemu komentarju. V *Jezikanja*, ur. Igor Ž. Žagar, 150–158. Ljubljana: Pasadena.

--- 2007. Poklicna ideologija novinarjev ter cenzura in samocenzura. *Dialogi* 43 (7–8): 149–164.

--- 2009. Spremenimo informativne medije v javna glasila!(1) *Medijska preža* 34–35 (maj) 2009. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/kriza/> (15. oktober 2011).

Wallerstein, Immanuel. 2000. *Kako odpreti družbene vede: Poročilo Gulbenkianove komisije o restrukturiranju družboslovja*. Ljubljana: Založba / *cf.

White, Peter R. R. 1998. *Telling Media Tales: The News Story as Rhetoric*. Doktorsko delo. Sydney: Univerza Sydney. Dostopno prek: http://www.grammatics.com/appraisal/whitepr_phd.html (14. december 2011).

Williams, Raymond. 1990. *Television: technology and cultural form*. London: Routledge.

Wittgenstein, Ludwig. 1976. *Logično filozofski traktat*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Wood, Helen. 2009. *Talking with television: Women, talk shows and modern self-reflexivity*. United States of America: Library of Congress Cataloging (Publication Data).

Zajc, Melita. 1995. *Nevidna vez: rabe radiodifuzne televizije v Sloveniji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

--- 2000. *Tehnologije in družbe*. Ljubljana: Fakulteta za podiplomski humanistični študij (ISH).

Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1). Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (22. december 2011).