

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Hreščak

Manipulacija v slovenskih tiskanih medijih: Primer Dela in Večera

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Hreščak

Mentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

Manipulacija v slovenskih tiskanih medijih: Primer Dela in Večera

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

Manipulacija v slovenskih tiskanih medijih: Primer Dela in Večera

V sodobni družbi mediji ne odslikavajo realnosti, pač pa jo konstruirajo in interpretirajo, tudi z zavajanjem in manipulacijo. Čeprav se v posameznih znanstvenih razpravah že pojavljajo ideje o uveljavljanju manipulativnega diskurza v slovenskih medijih, se poglobljene analitične študije opisane problematike ne lotevajo. Diplomsko delo zato kritično analizira vlogo dveh osrednjih slovenskih tiskanih medijev ter njih novinarjev pri uveljavljanju manipulativnega diskurza in pri reprezentaciji ter konstrukciji izkrivljene realnosti. Osrednji del diplomskega dela predstavlja empirična analiza ravnanj oseb, ki so sodelovale pri posredovanju takega manipulativnega diskurza, empirična analiza novinarskih prispevkov objavljenih v dnevno informativnih časopisih *Delo* in *Večer* ter primerjalna analiza novinarskih prispevkov s sporočili za javnost določenih interesnih skupin in skupin pritiska. Analiza temelji na metodi opazovanja z udeležbo in na kritično diskurzivni analizi ter dokazuje prenašanje manipulativnega diskurza prek diskurzivnih praks, in sicer prek določenih besed, besednih fraz in besednih figur. Sklepni del predstavlja spoznanje o nujnosti povečanja kritičnega premisleka novinarjev pri posredovanju diskurza, ki ga posredujejo interesne skupine.

Ključne besede: novinarstvo, novičarski diskurz, dnevno-informativni časopisi, manipulacija.

Manipulation in Slovenian Print Media: Example Delo and Večer

Reality in the modern society media is not reflected, but rather constructed and interpreted, also by deception and manipulation. In individual scientific discourses there are emerging ideas on exercising manipulative discourse in the Slovenian media, but in-depth analytical studies do not address the described problem. This graduate paper therefore critically analyses the role of the two major Slovenian print media and their journalists in exercising manipulative discourse and in representation and construction of distorted reality. The central part of this graduate paper features the empirical analysis of actions of persons that participated in mediating such manipulative discourse, empirical analysis of journalistic reports in the daily newspapers *Delo* and *Večer*, as well as comparative analysis of journalistic reports with press releases of certain stakeholders and pressure groups. The analysis is based on the observational method with participation, as well as on critical discourse analysis, and establishes the transfer of manipulative discourse via discourse practices, e.g. using certain words, word phrases and figures of speech. The epilogue establishes the necessity of increasing critical consideration when mediating discourse provided by stakeholders.

Key words: journalism, news discourse, daily information newspapers, manipulation.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	6
2 DISKURZ	10
2.1 REPREZENTACIJE IN IDEOLOGIJE V DISKURZU	12
2.2 MEDIJSKI DISKURZ	14
2.3 NOVINARSKI IN NOVIČARSKI DISKURZ	16
2.4 DISKURZ PREDSTAVNIKOV ZA ODNOSE Z JAVNOSTMI IN HIBRIDNI DISKURZ	17
3 NORMATIVNO NOVINARSTVO NASPROTI NOVINARSKI PRAKSI	19
3.1 NORMATIVNO NOVINARSTVO	19
3.2 SODOBNA NOVINARSKA PRAKSA	22
3.2.1 INDIVIDUALNI VPLIVI IN VPLIVI NOVINARSKIH RUTIN	23
3.2.2 ORGANIZACIJSKI VPLIVI	25
3.2.1 VPLIVI VIROV INFORMACIJ	28
4 NOVINARJI, ODNOSI Z JAVNOSTMI IN MOČ	30
5 MANIPULACIJA	34
5.1 MANIPULACIJA, DISKURZ IN MEDIJI	36
5.2 MANIPULACIJA IN IDEOLOGIJA	37
5.3 STRATEGIJE IN TAKTIKE MANIPULIRANJA	38
6 ŠTUDENSKO ZDRUŽEVANJE	43
6.1 POLOŽAJ ŠTUDENTOV V SLOVENIJI	44
6.2 KRONOLOŠKA UMESTITEV PREUČEVANEGA OBDOBJA	48
7 ČASOPISNI PRISPEVKI DELA IN VEČERA O ŠTUDENSKIH DEMONSTRACIJAH	50
7.1 METODOLOGIJA	50
7.2 REZULTATI	54
7.2.1 REZULTATI ANALIZE PRODUKCIJSKIH PROCESOV	54
7.2.2 REZULTATI ANALIZENOVINARSKIH PRISPEVKOV	57
7.2.3 PRIMERJAVA NOVINARSKIH PRISPEVKOV IN SPOROČIL ZA JAVNOST ŠTUDENTSKE ORGANIZACIJE	70
8 DISKURZIVNA IN DRUŽBENA ANALIZA	79
9 SKLEP	83
10 LITERATURA	85

KAZALO SLIK

<i>Slika 3. 1: Lastniška struktura treh največjih slovenskih tiskanih dnevnikov, Dela, Dnevnika in Večera.....</i>	<i>27</i>
<i>Slika 6.1: Grafični in slikovni elementi ob tekstu</i>	<i>67</i>
<i>Slika 6. 2: Sporočilo za javnost Študentske organizacije Slovenije, 13. maja.....</i>	<i>70</i>
<i>Slika 6. 3: Novinarski prispevek v Delu, 14. maja 2010.....</i>	<i>72</i>
<i>Slika 6. 4: Novinarski prispevek v Večeru</i>	<i>75</i>
<i>Slika 6.5: Fotografija ob tekstu</i>	<i>77</i>

KAZALO TABEL IN GRAFOV

<i>Tabela 5. 1: Število podeljenih štipendij v primerjavi s številom dijakov in študentov, med leti 2000 in 2009.....</i>	<i>45</i>
<i>Graf 5.1: Število vloženih in odobrenih vlog za državne štipendije, ki so namenjene socialno šibkim študentom, med leti 2003 in 2009</i>	<i>46</i>
<i>Graf 5.2: Vrste nastanitve študentov po študijskih centrih.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabela 5.2: Poprečni zaslužki iz naslova občasnega in začasnega dela študentov in dijakov (t.i. študentskega dela) v letu 2008.....</i>	<i>47</i>
<i>Graf 5.3: Delež študentov v posameznih dohodkovnih skupinah</i>	<i>48</i>

1 UVOD

Izmišljene zgodbe so ušle skozi nevarovana vrata medijev s takšno lahkotnostjo, kot brazilski napadalec prebije obrambno vrsto angleške nogometne reprezentance. /.../ Nihče nikoli ne preverja, ali so zgodbe sploh resnične. Novinarstvo brez preverjanja pa je kot telo brez imunskega sistema. Če je primarna naloga novinarstva resnicoljubno poročanje, potem bi morala biti primarna naloga novinarjev preverjanje informacij in zavračanje vsega, kar ni resnično. Vendar se je v svetu novinarstva nekaj spremenilo in ta nujno potrebni imunski sistem je začel razpadati. Na tej nenavadni, skrb zbujajoči in večinoma neopaženi poti razvoja so novinarji začeli bruhati nepreverjene zgodbe – in te nato obkrožijo svet (Davies 2008, 28).

Tako je večkrat nagrajeni angleški novinar Nick Davies orisal realnost v sodobnem novinarstvu. Novičarski mediji imajo sicer po definiciji in splošno sprejetem družbenem znanju status »obveščevalca javnosti«, »psa čuvaja«, »sedme sile«, »četrtveje oblasti« ter status verodostojnih in neodvisnih, zato jim posamezniki zaupajo (Košir 2003, 46). A vplivov na vsebino množičnih medijev, kljub jasni in nedvoumni teoriji, novinarskim kodeksom in etiki, ne moremo zanikati. Manca Košir (2003, 15) ugotavlja, da v slovenskem medijskem prostorunovinarska etika sicer navidez doživlja razcvet, v praksi pa opazamo nasprotno težnjo – njeno izginjanje. Že skoraj pred desetletjem je opazila postopno spreminjanje slovenskega medijskega prostora v bojišče ekonomskih, političnih in drugih interesov, kjer javni interes in etika večinoma izgubljata. Na podlagi raziskav je zapisala, da je postala značilnost novinarstva svoboda brez odgovornosti s tržnimi normami kot novinarskim imperativom (Košir 2003, 7). »Svobodnega, poštenega in objektivnega novinarstva ni, ne v Sloveniji ne drugod po svetu. Tako novinarstvo je ideal, ne realnost,« dodaja Koširjeva (2003, 46). Bardoel (v Poler Kovačič 2004, 15) govori o »koncu kritičnega novinarstva«, Kurtz (prav tam) o »krizi novinarstva«, Bumler in Gurevitch (prav tam) pa o »krizi javnega komuniciranja«.

Nič manjša kot odgovornost novinarjev pa ni odgovornost naslovnikov, ki naj bi bili medijsko pismeni. A tipičen posameznik – prejemnik informacij, uporabnik množičnih medijev, torej bralec časopisa – nepozna procesov medijske produkcije, niti se ne zaveda morebitnih vplivov v ozadju novinarskega dela. Večina Slovencev je v tem smislu analfabetov, kar pomeni, da so medijsko nepismeni. Ljudje bi morali »znati brati, da bi razumeli medijska sporočila in da se ne bi pustili zmanipulirati« (Košir 2003, 46).

O medijski manipulaciji, ki jo omenja Koširjeva, so po 19. maju 2010, ko so se končale študentske demonstracije pred slovenskim parlamentom, govorili tudi mnogi drugi strokovnjaki. Tako je predstojnica Oddelka za sociologijo na Filozofski fakulteti Univerze v Mariboru, prof. dr. Marina Tavčar Kranjc, po študentskih demonstracijah rekla (Siol.net 2010): »Predlog Zakona o malem delu meri na omejevanje študentskega dela, ki se nanaša na morda 20 % študentov več pa zanesljivo ne, ker vsi ostali opravljajo manj dela preko študentskih servisov, kot bi jim nova zakonodaja omogočila. S študenti se manipulira, saj bolj kot študentje sami izgubljajo študentske organizacije in študentski servisi.«

Tudi izredni prof. dr. Gregor Tomc, predavatelj sociologije mladine na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, je takrat rekel, da so v ozadju »demonstracij stali bolj lastniki študentskih servisov in predvsem študentski funkcionarji, ki se bojijo za svoje velike dobičke, politiki v študentskih organizacijah pa za svoje male privilegije, zato so zmanipulirali ljudstvo, da je to verjelo nečemu, kar ni res« (Siol.net2010).

Podobno mnenje je javnostiposredovala Univerza v Mariboru v imenu vseh zaposlenih (Izjava za javnost Univerze v Mariboru 2010): »Zdi se, da so bile demonstracije v znamenju varovanja interesov študentskih funkcionarjev, študentskih organizacij in z njimi povezanimi skupinami, ki bodo po novem zakonu veliko izgubili. Študentom ponujajo zavajajoče informacije in tako spretno manipulirajo s študenti, ki so premalo kritični, in s tem bodoče intelektualce spreminjajo v bodoče neandertalce.«

In rezultati? Prvič v zgodovini samostojne Slovenije so slovenski parlament kot najvišje zakonodajno telo v državi za kratek čas zajeli plameni. Pročelje parlamenta je

bilo obtolčeno, domala vse šipe na oknih razbite, steklena vhodna vrata zdrobljena. Množica jeznih študentskih demonstrantov, ki je takrat protestirala »za boljši socialni status študentov in dijakov«, je v stavbo metala vse, kar jim je prišlo pod roke; najprej jajca, toaletni papir, plastenke, pločevinke piva in steklenice, nato še granitne kocke. Ni prvič, da so parlament obmetali z jajci in granitnimi kockami, a takšnih izgredev in vandalizma v parlamentu ne pomnijo.

Ker so novinarji ključni ustvarjalci interpretacije družbenih dogodkov (Poler Kovačič in Erjavec 2010), si zastavljam naslednje raziskovalno vprašanje, in sicer na kakšen način se kaže manipulacija v novinarskih prispevkih o študentskih demonstracijah. Zanima me, kako so voditelji študentskih organizacij pred opisanimi študentskimi demonstracijami uporabljali medije v svoje namene in prek njih poskušali manipulirati. Da je v opisanem primeru šlo za manipulacijo prek množičnih medijev, niše nihče, sodeč po dostopni obstoječi literaturi, znanstveno dokazal oziroma se s tem vprašanjem ni še nihče resno ukvarjal. Cilj diplomske naloge je torej razkriti, kako se manipulacija kaže v novinarskih prispevkih o študentskih demonstracijah.

Predpostavljam, da so v dotični situaciji študentski funkcionarji kot osrednji nasprotniki Zakona o malem delu izrabljali medije v svoje namene, da bi prek njih manipulirali z javnostjo. Z vprašanjem, ali je občinstvo manipulaciji v medijih podleglo in ravnalo tako, kot je bil manipulatorjev namen, se v diplomskem delu ne bom ukvarjala, saj me zanimajo izključno elementi manipulacije v novinarskih medijih. Poskušala bom dokazati, da so voditelji študentskih organizacij prek številnih sporočil za javnost in prek umetno ustvarjenih dogodkov uspeli pritegniti pozornost novinarjev in s tem uveljaviti manipulacijo v novinarskih prispevkih. S kritično analizo diskurza (Fairclough 1995, 2001, 2006) bom poskušal pokazati, kako se manipulacija kaže v novinarski rabi določenih besed, besednih fraz in besednih figur, ki se pojavljajo v sporočilih za javnost, v časopisnih prispevkih ter v makropropozicijah v novinarskih prispevkih.

Diplomska naloga je sestavljena iz dveh delov, teoretičnega in empiričnega. V posameznih poglavjih prvega dela naloge bom razdelala, kaj so novice ter kako nastajajo, nato pa opredelila, kateri procesi vplivajo na vsebino novinarskih prispevkov. Ob tem se bom osredotočila na novinarske prispevke v časopisih, saj so

prav ti predmet kasnejše analize, ki jo bom predstavila v empiričnem delu diplomske naloge. Pojasnila bom, da novice niso le odraz verodostojnega in objektivnega dela novinarjev, saj na njihov nastanek vplivajo še drugi procesi in faktorji. Tri izmed najpomembnejših virov vpliva bom razdelala v naslednjih poglavjih diplomske naloge. V nadaljevanju bom opredelila, zakaj je sploh mogoče, da se manipulacija v medijih udejanja. V tem poglavju bom med drugim natančneje razdelal temeljne elemente službe za odnose z javnostmi ter metode in načela dela predstavnikov za odnose z javnostmi v nasprotju z novinarskimi. Del praktične analize so namreč tudi sporočila za javnost študentskih organizacij, zato menim, da se je treba zavedati procesov v ozadju nastajanja le-teh. Sledi poglavje o manipulaciji, kjer bom opredelila, kaj je manipulacija, razdelala, kako ter zakaj se udejanja v medijih, in opisala, kako jo spoznamo. V nadaljevanju bom na kratko opredelila, kaj so študentske organizacije, kakšen je njihov namen, poslanstvo in cilji, ter predstavila položaj študentov v Sloveniji. Nemogoče je namreč govoriti o manipulaciji brez poznavanja trenutnega družbenega okolja in aktualnega študentskega položaja. V poglavju, ki povezuje teoretični del z empiričnim, bom natančneje opredelila v drugem delu naloge uporabljene metodološke pristope, torej kritično diskurzivno analizo in opazovanje z udeležbo. Ta koncepta bom uporabila v naslednjem delu, in sicer v empirični analizi časopisnih prispevkov dnevnoinformativnih časopisov Dela in Večera in v primerjalni analizi posameznega sporočila za javnost in novinarskih prispevkov. Toda začenjam z definiranjem enega osrednjih teoretičnih konceptov, pomembnih za to diplomsko nalogo, diskurza. Uvodoma bom opredelila, kaj je diskurz, definirala, kaj je medijski diskurz, novičarski diskurz in diskurz predstavnikov za odnose z javnostmi, pojasnila, kako je diskurz kot »raba in uporaba jezika« (Richardson 2007) povezan z družbo, kakšne so njegove karakteristike ter na kakšen način v medijih predstavlja realnost.

2 DISKURZ

Diskurz je »zelo trendi beseda, ki označuje zelo trendi koncept. Je ena najbolj rabljenih besed v današnjem akademskem svetu. Njeni pomeni ob različnih rabah pa se med seboj drastično razlikujejo« (Richardson 2007, 21).

Avtorji se v svojem razumevanju definicije diskurza običajno naslanjajo na filozofa Michaela Foucaulta, ki je eden temeljnih teoretikov koncepta. Toda Foucault v svojih delih nikdar ni artikuliral jasne definicije diskurza (MacDonald 2007, 16–17), zato so nam konkretizacije tega koncepta, kot ga je razumel, na voljo skozi razumevanja in interpretacije drugih teoretikov.

Navedla bom tri definicije, ki jih je moč izluščiti iz Foucaultovih del (glej Mills 1997, 6). Najširše je mogoče diskurz razumeti kot »generalno domeno vseh aspektov jezika«, pri čemer je jezikovno vse tisto, kar nosi pomen. Na nižji ravni diskurz predstavljajo »individualizirane skupine izjav« (Foucault v Mills 1997, 6), torej skupine tekstovnih elementov ali izjav, ki so med seboj povezane. Na tretji, najnižji ravni, Foucault (v Mills 1997, 6) označi diskurz kot »regulirano prakso v ozadju nešteti izjav«, s čimer aplicira na pravila in strukture, ki so v ozadju produkcije (medijskih) tekstov. Nič ne obstaja izven diskurza. Diskurz je praksa, ki formira tiste objekte, o katerih govori (Foucault v Burr 1998, 57). Foucault (v MacDonald 2007, 11) pravi, da naša oblika komunikacije nikdar ne more zajeti realnosti v njeni naravni obliki, temveč jo ustvarja. Tako vse oblike, v katerih osmišljamo realnost, vključujejo določen zorni kot. Foucault dopušča možnost, da realnost obstaja izven diskurza, a dosegljiva in dojemljiva nam je le skozi prizmo diskurza, v komunikaciji pa izven diskurza ne moremo stopiti, zato realnost ostaja neznana (MacDonald 2007, 17).

Nesmiselno se je spraševati o točnosti ali resničnosti katerega koli diskurza, temveč je pravilno vprašanje, kako so aspekti resnice predstavljeni v diskurzu, ki sam po sebi ni niti resničen niti neresničen. Diskurze moramo preučevati z njihovega taktičnega zornega kota; kakšen je njihov vpliv na razmerja moči in družbeno znanje ter katere okoliščine vplivajo na posamezne diskurze (Foucault v MacDonald 2007, 18). Tako

analizo diskurza omogoča kritična diskurzivna analiza, o kateri bom več spregovorila v sledečih poglavjih.

Foucault, na katerega se prednostno navezujem v pričujočem poglavju, je bil sicer pripadnik šole družbenega strukturalizma in poststrukturalizma. Diskurz, kot so ga razumeli strukturalisti, se nanaša na »set pomenov, metafor, reprezentacij, podob ter zgodb in ustvarja določene verzije dogodkov; nanaša se na način, na katerega je predstavljen dogodek, na način reprezentacije« (Burr 1998, 45). Vsak objekt in subjekt obkroža na stotine diskurzov in vsak od teh ga predstavlja na drugačen način. Vsak diskurz se osredotoča na različne aspekte tega objekta, ima druge implikacije in spodbuja druga vprašanja, ob tem pa vsak diskurz v sebi nosi dikcijo, da odraža resnico. Diskurzi tako služijo konstrukciji fenomena današnjega sveta za nas (Burr 1998, 47).

Diskurz je tisto, kar jezik povezuje z družbenimi in kulturnimi procesi (Burr 1998, 54–55) oziroma, kot ga je opisal Locke (2004, 12), je »jezik v uporabi«. Pomen, ki ga pripisujemo besedam in podobam, pa je odvisen od družbenih in kulturnih predispozicij. Verbalne oznake se ne morejo izogniti temu, da nosijo družbeno in kulturno prtljago. Diskurz je torej »jezik z razkritimi družbenimi in kulturnimi koreninami in vplivi, je celoten sistem komunikacijskih praks, ki so integralno povezane s širšimi družbenimi in kulturnimi praksami in ki pomagajo konstruirati specifične okvirje razmišljanja« (MacDonald 2007, 9–10).

Določeni diskurzi, določeni načini reprezentacij dogodkov ali oseb uživajo široko odobravanje družbe v smislu »zdravega razuma« ali »resnice«, saj so ti diskurzi v interesu dominantnih družbenih skupin. Diskurzi, ki jih sprejemamo, imajo zato pogosto politične implikacije (Burr 1998, 56–57). Besede in stavki sami po sebi ne pripadajo nobenemu določenemu diskurzu, pomen izrečenega pa je odvisen predvsem od diskurzivnega konteksta, od konceptualnega okvirja, v katerem so utelešene besede (Burr 1998, 50).

2.1 Reprezentacije in ideologije v diskurzu

Reprezentacija je proces, v katerem nastaja pomen ter povezuje pomen in jezik s kulturo¹ (Hall 2003, 15). Pomen se izmenjuje skozi jezik (Hall 2003, 16), skozi znakovni in simbolni sistem. Torej je jezik osnovni medij, v katerem osmišljamo svet, in je tudi ključni prenašalec kulturnih vrednot in družbenih praks. Jezik deluje kot »reprezentacijski sistem« (Hall 2003, 16). V vsaki kulturi obstaja nabor pomenov, ki si jih med seboj delimo pripadniki iste kulture in ki si jih izmenjujemo v družbenih interakcijah. Hall (2003, 21) pravi, da si člani iste kulture delijo »konceptualni zemljevid«, konsenz obstoječih vrednot, ki je povezan z interesi močnejše družbene skupine.

Reprezentacija v tisku je, tako kot v vseh drugih oblikah medijev in diskurzov, konstruktivna praksa. Dogodki in ideje niso predstavljeni nevtralnno, saj gredo najprej skozi vrsto selekcij, o katerih bom govorila v nadaljevanju. Selekciji sledi transformacija dogodkov v poročila, ki vsebujejo določeno reprezentacijo dogodkov. Tisk ni resničen svet, ampak izkrivljen (Fowler 1993, 11). Vsebina časopisov niso dejstva o svetu, pač pa, v zelo splošnem, ideje, prepričanja, verovanja in teorije, propozicije in ideologije. Jezik ni nevtralen, ampak je zelo konstruktiven medij (Fowler 1993, 1). Vsak tekst je torej produkt, njegov nastanek pa je proces. Termin diskurz se tako nanaša na celoten proces družbene interakcije, v kateri tekst predstavlja le del. Javnost oziroma bralec se medtem ne zaveda, da obstaja selektivnost ob vključevanju in izključevanju določenih informacij. Diskurz namreč poleg produkcije teksta zajema aspekt interpretacije teksta in je odvisen tudi od drugih, nelingvističnih procesov družbe (Fairclough 2001, 20).

Vsaka določena oblika lingvistične formulacije v novicah – besedotvorje, sintaktične strukture – je izbrana z razlogom. Te izbire niso naključne, saj vselej obstaja vrsta izbir, kako povedati iste stvari, in vsaka izbira ima svoj pomen. Razlike v izražanju v sebi nosijo ideologijo. Ideološko nevtralnega načina, kako ubesediti tekst, ni (Fowler 1993, 25–26). Verovanja in vrednostne sodbe se utrjujejo skozi jezik, ta pa podpira obstoječi sistem verovanj in vrednot. Tudi sama izbira besed vzpostavlja točno

¹Hall (1997; 2003) razume kulturo v širšem pomenu, in sicer kot set družbenih praks, v katerem se izmenjujejo pomeni.

določene ideološke predstave o družbi (Reah 1998, 73). Jezik je najmočnejše orožje takrat, ko predstavlja svet občinstvu na neekspliciten način. Lahko se je upreti določenim pogledom, mnenjem ali ideologiji, ko se posameznik zaveda, da mu jih nekdo vsiljuje, težje je, ko je ta ideologija skrita (Reah 1998, 54).

Jezik je lahko uporabljen na tak način, da reprezentira družbene skupine ali posameznike, da promovira različne odnose v družbi in da utrjuje obstoječe stereotipe. Je eno izmed najmočnejših sredstev za oblikovanje, utrjevanje in spreminjanje obstoječih mnenj v družbi. V tem mediju so nujno skrite tudi vrednostne sodbe. Ko posamezniki berejo medijski tekst, ki vsebuje sodbe in ki predstavlja realnost na določen način, jim ta tekst okrepi predstave, ki jih imajo o tej realnosti in ki zavirajo kritično razmišljanje. Njihova mnenja so zmanipulirana (Reah 1998, 55). Jezik je najpomembnejši inštrument manipulacije. Zavestno uporabljanje tega sredstva z določenim ciljem je predpogoj za vplivanje na ljudi oziroma manipuliranje (Kirschner 1995, 141). Imenovanje oziroma poimenovanje je element jezika, ki je obkrožen z družbenimi pomeni. Poimenovanje, kontekst in odnos posameznika do upovedanega delujejo skupaj pri konstrukciji pomena. Ta isti sistem poimenovanja lahko deluje v smeri manipulacije tako, da ustvari zelo določene in specifične učinke. Diskurz in poimenovanje realnosti sta lahko torej učinkovita načina za promoviranje točno določenih interesov in ideologije, za spodbujanje točno določenega mnenja, reprezentacij o stvareh ter posledično za spodbujanje točno določenega odziva množice (glej Reah 1998, 57–58).

Tako selekcijo kot transformacijo informacij obkroža sklop idej in prepričanj (običajno takih, ki jih dojemamo kot zdravorazumske) o resničnosti, o kateri se ne sprašujemo in ne dvomimo. Te dispozicije, prepričanja in ideje so v konsolidaciji z idejami dominantnega razreda kapitalistične družbe, v kateri živimo (Fowler 1993, 2). Reprezentacije v medijskih tekstih delujejo ideološko tako, da prispevajo k reprodukciji neenakih družbenih odnosov in k izkoriščanju. Ideološke reprezentacije v tekstih so sicer bolj implicitne kot eksplicitne in so utelešene v rabi jezika (Fairclough 1995, 55). V končni fazi so reprezentacije dogodkov posredovane skozi medij, ki ima že sam po sebi utelešene določene družbene vrednote, na podlagi katerih dogodki dobijo določen zorni kot (Fowler 1993, 25). Novinarski diskurz torej naturalizira kulturo in družbo ter opravičuje trenutno razdelitev vpliva in moči (Allan 2004, 83),

zdravorazumska sklepanja, na katerih je zgrajen ta diskurz, pa imajo ideološki značaj (Fairclough 1995, 46). Edini način, s katerim se lahko dokopamo do resnice, je skozi reprezentacije le-te, a vse reprezentacije vključujejo določen aspekt, vrednote in cilje (Fairclough 1995, 46–47) in utrjujejo obstoječe ideologije in hegemonijo. Naturalizacija določenih ideologij je implementirana v njihovi reprezentaciji realnosti (Allan 2004, 87).

Odločilno vlogo v produkciji in širjenju ideologij torej igrajo mediji (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 26), saj redno obdelujejo gradiva družbenega življenja in jih vključujejo v skladen ideološki sistem. Ideologije izvirajo iz družbenih in materialnih praks, mediji pa jih artikulirajo in reproducirajo. Mediji niso nevtralni akterji, ampak dogodke aktivno konstruirajo, v glavnem na temelju medijskih ideoloških povezav, in jih tako strukturirajo v ideološko skladna poročila ter ohranjajo bralce, ki so nagovorjeni kot potrošniki produktov določenega medija (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 26).

Jezik je po Faircloughu (1995; 2001) dialektično povezan z vsemi aspekti družbe, kar pomeni, da ga oblikuje družba, in obratno, da tudi jezik oblikuje družbo. Jezik je del družbe, je družbeni proces in je odvisen od drugih, nelingvističnih procesov v družbi (Fairclough 2001, 18–19). Kritična diskurzivna analiza raziskuje odnos med opisanima aspektoma jezika (Fairclough 1995, 50). Novice so reprezentacija sveta skozi jezik. Vsi pomeni so družbeno konstruirani, vsi diskurzi so družbeni produkt in družbena praksa in v tem smislu je diskurz v celoti mogoče razumeti le skozi »kritično lingvistično analizo« (Fowler 1993, 8) ali, kot je rekel Locke (2004, 11), »jezik je srce kritične diskurzivne analize«.

2.2 Medijski diskurz

V družbi obstaja veliko število diskurzov, denimo medicinski, znanstveni, medijski, pedagoški, religiozni, korporacijski, kulturni in politični. Vsak ima svojo terminologijo, določen žargon, svoj način reprezentacije idej, svojo logiko, predpostavke in argumentacijo (Erjavec in Poler Kovačič 2007). Hartley (1982, 4) pravi, da vsi ti diskurzi niso enako pomembni in, tako kot mnogi drugi

avtorji,medijskega postavljajo na vrh, ker je le-ta »glavni vir znanja ljudi, njihovega obnašanja in ideologij«.

»Medijski diskurz je pomemben sistem reprezentacije sveta,« opisujeta Croteau in Hoynes (2000, 15). Mediji naj bi zagotavljali novo kakovost informacij na temelju profesionalnih meril, kompleksnosti, objektivnosti in razumljivosti. Množični mediji imajo funkcijo vzpostavljanja in artikuliranja javnosti (Vreg 2000, 60).

Medijskega diskurza se naučimo skozi medijske tekste, nad njimi pa imajo nadzor vladajoče politične, izobrazbene, raziskovalne in medijske elite (van Dijk 2000, 34). Elite potrebujejo množične medije kot sredstvo za izvrševanje ali legitimiranje svoje moči, saj lahko prav prek medijskega diskurza vplivajo na javno mnenje in ideologije (Poler Kovačič 2004, 37). Po Vregu (2000) na konstrukcijo medijskega diskurza konkretno vplivajo lastniki medijev, ki zasledujejo svoje lastne kapitalske interese, države, ki si lastijo medije v imenu državnega interesa, ter transnacionalna medijska industrija, ki s svojimi novinarji proizvaja globalno informacijo v interesu transnacionalne ekspanzije kapitala in dominantne politike velesil.

Na področju medijev se manipulacija najbolj izraža z vsebino in z jezikom. Kapitalski, politični in državni upravljavci z mediji poskušajo lastne interese prikazati kot skupne ali obče. Manipulacija z javnostjo se pogosto zakriva z vseobčimi standardi, normami in vrednotami (Vreg 2000, 61). Van Dijk (2000) tako meni, da medijski diskurz lahko vidimo kot obliko hegemonije, ki temelji na navidez legitimnih ideologijah in obnašanjih, vsilijo pa jo člani dominantne večinske skupine. Gre torej za nadzor večine nad oblikami javnega diskurza, za politično in družbeno vodenje. Medijski diskurz nas uči raznih oblik prepričanj in verovanj, za katere menimo, da so »zdravorazumske« ali »resnične« (Burr 1998, 57), ostalih pa ali ne vidimo ali jih ne želimo videti. Novinarski in v ožjem smislu opredeljen novičarski diskurz sta podvrsti medijskega diskurza (Vreg 2000, 60).

2.3 Novinarski in novičarski diskurz

Novinarski diskurz ima nekaj zelo specifičnih tekstualnih značilnosti, metod recepcije in produkcije tekstov. V širšem pomenu pa ga lahko razumemo kot sistem, v katerem novinarske organizacije zbirajo in izbirajo razpoložljive izjave okrog določene teme in jih nato razpošljejo naslovnikom (Richardson 2007, 75). Množični mediji posredujejo te informacije o dogajanju okrog nas in so pomemben dejavnik ustvarjanja podobe sveta v naših glavah (glej Burr 1995, 83).

Novinarski žanri imajo več moči in potencialnega vpliva na družbo kot drugi komunikacijski žanri (Richardson 2007, 13). Novinarski jezik, njegova mobilizacijska moč in način, na katerega družba vpliva na novinarski jezik, sta dva izmed osrednjih fokusov ob preučevanju novinarskega diskurza. Koširjeva (1988, 19) povzema glavne prvine novinarskega diskurza in s pomočjo teh definira novico v časopisu kot »enopomensko pisno-jezikovno in grafično celoto v množično komunikacijskem dejanju, katere funkcija je ažurno sporočanje o aktualnih dogodkih /.../ z določitvijo kraja, časa in nosilcev dogajanja, ki pripadajo skupnemu referencialnemu univerzumu sporočevalca in naslovnika«.

Novinarski prispevki so »diskurzivna praksa, družbena konstrukcija realnosti« (Fowler, 1993, 2). Novice so konstrukt, ki ga je treba razumeti v sklopu družbenih in semiotičnih razmerij v smislu pomembnosti jezika in procesa njegove konstrukcije (Fowler, 1993, 7). Posamezniki se identificirajo z določenim jezikovnim sistemom in stremijo k temu, da se determinirajo znotraj tega jezikovnega sistema. Tudi kultura, industrija in določeni parcialni interesi se uveljavljajo skozi jezik (glej Hartley 1982, 3). Jezik namreč ni zgolj medij, ki izraža pomen, jesistem, ki ima sam po sebi utelešen pomen, diskurz (Locke 2004, 11).

Novičarski diskurz torej sestoji iz znakov, besed in slik. Je povezan z družbeno strukturo, a je do neke mere avtonomen in neodvisen (Hartley 1982, 7). Novičarski diskurz je družbena in kulturna institucija z večinoma podobnimi karakteristikami in ima pomen le znotraj teh dveh institucij. Novic v izolaciji od družbe in od diskurza ni mogoče razumeti (Hartley 1982, 9). Nemogoče je namreč izbrati in sestaviti novico

brez vplivov na družbo in brez da bi družba vplivala na njen nastanek (Richardson 2007, 1).

Hartley (1982,11) definira novinarski prispevek kot pripoved o določenem dogodku; diskurz, ki je vkomponiran v zgodbo na enak način, kot je govor sestavljen iz komponent jezikovnega sistema.²Novice pridejo do naslovnikov kot že obstajajoči diskurzi neosebne družbene institucije, ki je hkrati tudi industrija. Posamezniki nato interpretirajo in sprejemajo v novicah predstavljen svet v skladu s kodi, ki so se jih naučili prav iz novic, družba kot kolektiviteta pa sprejema realnost tako, kot je bila reprezentirana v novicah. Novice torej igrajo pomembno vlogo v določanju,»kako posamezniki vidijo svet okrog sebe, kako reagirajo v njem in kako se obnašajo v interakciji z drugimi ljudmi« (Hartley 1982, 10).

Preučevanje novičarskega diskurza zato ne zajema le praks, ki imajo vpliv na vsebino novic, kot so novičarske vrednote in kriteriji, pač pa zajema tudi obliko, organizacijo, reprezentacijo in konzumacijo novic na tekstovni in intertekstualni ravni (Richardson 2007, 76). Procese produkcije novic in prakse, ki imajo vpliv na vsebino novic, bom podrobneje predstavila v nadaljevanju, toda prej bom osvetlila diskurz, pomemben za namen pričujoče diplomske naloge. Predmet analize namreč niso le časopisni prispevki in novičarski diskurz, ampak tudi sporočila za odnose z javnostmi in s tem druge vrste diskurza.

2.4 Diskurz predstavnikov za odnose z javnostmi in hibridni diskurz

V 80. letih minulega tisočletja je nastala posebna vrsta javnega govora, ki je uporabljala predvsem prvine »marketinškega ali promocijskega diskurza« (Cameron in Marcus 2002, 109). Ta diskurz si je izposojal prvine iz oglaševanja in naslavljal javnost kot potrošnike. Danes ga uporabljajo predstavniki za odnose z javnostmi,

²Čeprav so novice v največji meri sestavljene iz besed, so več kot le to. Sestavljene so iz znakov (Hartley 1982, 11). Vsak znak ima poleg svojega običajnega pomena še dodaten, razširjen pomen; govorimo o denotativni in konotativni ravni, pri čemer je denotacija dobeseden pomen znaka, konotacija pa predstavlja vrsto ideoloških in emocionalnih asociacij, ki so družbeno, kulturno in subjektivno determinirane (Branston in Staford 2010, 25).

katerih namen je ustvarjati pozitivno podobo svojega klienta – posameznika, podjetja, vlade ali druge družbene institucije (Cameron in Marcus 2002, 109).

Odnosi z javnostmi predstavljajo formalno pot, po kateri organizacije komunicirajo s svojimi javnostmi in z okoljem, torej upravljajo organizacijsko komuniciranje navzven (Grunig in Hunt 1995, 6). Morris in Goldsworthy (2008, ix) industrijo opisujeta kot »strateško upravljavsko disciplino« in kot »posebno silo kapitalizma«, ki je za razliko od novinarstva »nemoralna« (Morris in Goldsworthy 2008, viii). Sorodna termina, ki poimenujeta isto profesijo, sta tudi »javni odnosi« in »poslovno komuniciranje« (Grunig in Hunt 1984, 6). Cottle (2003, 3) jih definira kot namerni menedžment javne podobe in informacij, ki zasledujejo interese določene organizacije.

Erjavčeva je v slovenskih medijih razkrila objavljanje novega hibrida, in sicer sporočilo za javnost v obliki novinarskega prispevka (Erjavec 2005), ki ga lahko uvrstimo v »tržno novinarstvo« (McManus 1994). V sporočilih za javnost v obliki novinarskih prispevkov se mešajo elementi sporočil služb za odnose z javnostmi in elementi novinarskih prispevkov. Taki novinarski prispevki vsebujejo v bistvu nespremenjene diskurzivne elemente predstavnikov za odnose z javnostmi, ki so preoblikovani v novinarske prispevke, brez da je naveden verodostojen vir, njihov osrednji namen pa je promocija organizacije, za katero delajo predstavniki za odnose z javnostmi (Erjavec 2005, 156). Običajno se v prispevku za javnost v obliki novinarskega prispevka pojavijo enostranske informacije, ki so v prid zgolj organizaciji, ki jih je posredovala v javnost, medtem pa nasprotnega mnenja v novinarskem prispevku ni.

Novinarstvo spreminja svojo naravnost s sprejemanjem prvin diskurza predstavnikov za odnose z javnostmi v novinarski diskurz. Namen takih sporočil za javnost, ki so produkti predstavnikov za odnose z javnostmi, je namreč prepričati občinstvo ali nanj vplivati (Košir 2003), medtem pa je namen novinarstva verodostojno in objektivno obveščati javnost. Novinarji so primarno odgovorni državljanom, ki jim morajo nuditi resnične, verodostojne in relevantne informacije. Ob tem morajo ohraniti neodvisnost od institucij, o katerih poročajo (Kovach in Rosentiel 2001).

3 NORMATIVNO NOVINARSTVO NASPROTI NOVINARSKI PRAKSI

Namen tega poglavja je v prvi vrsti prikazati nasprotje med tem, kaj naj bi novinarstvo po svoji normativni opredelitvi bilo, torej med novinarstvom, kot je načrtano v novinarskih kodeksih, ter na drugi strani med vsakdanjo novinarsko prakso, v luči katere novinarstvo nikakor ni objektivno in suvereno, kot je opredeljeno. Normativno novinarstvo po Poler Kovačičevi (2005, 57) utemeljujemo s prepričanjem, da imajo novinarji in tudi množični mediji določeno družbeno odgovornost in da je njihova osrednja funkcija obveščanje javnosti.

V sledečem poglavju bom natančneje pojasnila, zakaj suverene in neodvisne novinarske prakse ni in se ob tem osredotočila tudi na razmere v slovenskem prostoru. V nadaljevanju bom opredelila različne vrste vplivov, ki se uveljavljajo v medijih in ki vplivajo na oblikovanje novinarskih prispevkov. Razumevanje različnih vplivov in razumevanje slovenskega medijskega prostora je pomembno, ker posredno pojasnjuje razloge, ki prispevajo k temu, da prihaja do uveljavljanja manipulacije v medijih.

3.1 Normativno novinarstvo

Časopisno novinarstvo tudi v dobi dramatičnih tehnoloških sprememb še vedno predstavlja bistvo novinarstva bolj kot kateri koli drug medij; njegov osnovni namen izvedeti informacije in jih prenesti do bralcev, govoriti zgodbe in podajati informacije na enostaven in dosegljiv način, pojasniti, razkriti hipokrizijo in korupcijo med tistimi, ki so na oblasti in ki imajo moč, zagotoviti temo vsakodnevnega pogovora, zabavati, šokirati in mobilizirati, pozdraviti in obtožiti (Cole in Harcup 2010, 14).

Etični kodeksi predstavljajo obliko minimalnega skupnega soglasja o novinarski kakovosti (Erjavec 1999, 14) in so »postavka brez katere novinarskega diskurza ni« (Košir 1988, 11). Kodeks novinarjev Slovenije (2010) nalaga novinarju, da v prvi

vrsti služi javnosti in deluje v javnem interesu. V preambuli Münchenske deklaracije (1971) piše, da je pravica do informacije, svobode izražanja in kritike ena od temeljnih človekovih pravic, iz katere izhajajo tudi vse novinarjeve obveznosti in pravice. Resolucija Sveta Evrope o etiki v novinarstvu št. 1003 (1993) nalaga, da morajo novinarji naslovnike jemati kot osebe in ne kot množico. Svet Evrope je v resoluciji na prvo mesto postavil etično odgovornost novinarjev do državljanov in družbe, saj ima informiranost pomembno vlogo pri oblikovanju mnenja in razvoja družbe ter pri oblikovanju demokratičnega življenja. Pravica javnosti do obveščnosti je izpostavljena tudi v Ustavi Republike Slovenije (1991) kot temeljna pravica; novinar torej mora služiti javnosti in poročati o pomembnih informacijah, da si naslovnik lahko tako izoblikuje mnenje, hkrati pa se s takim načinom delovanja potrjuje demokratičnost družbe.

Novinarski prispevek je, sodeč po Kodeksu novinarjev Slovenije, opravičljivo objaviti, če za to obstaja javni interes.³ Novinarstvo je po svoji normativni opredelitvi v »službi javnosti« (Poler Kovačič 2005, 108); torej jo novinar predstavlja in je njej tudi odgovoren. Informacija, ki jo objavi novinar, mora biti zato resnična in verodostojna, vanjo pa se ne smejo vmešavati javne oblasti in privatni sektorji (Kodeks novinarjev Slovenije 2010). Državljeni lahko zahtevajo dostop do resničnega in raznolikega obveščanja ter do pravičnih in poštenih mnenj, kar naj zagotavljajo množični mediji ne glede na to ali so javna ali zasebna last. Novinarstvo je namreč v svoji biti dejavnost za obče dobro, ki omogoča mnogim, da izrečejo svoje mnenje, obenem pa nadzira vladajočo (gospodarsko in politično) elito (Košir 2003, 10). Novinarski del množičnega komuniciranja je za uresničevanje komunikacijskih pravic državljanov in za demokracijo v družbi najpomembnejši (Poler Kovačič 2004, 8). Le novinarji, ki se trudijo »uresničevati osebno odgovornost do naslovnikov kot nosilcev sporočanjских pravic, lahko odločilno preusmerijo navidezno neustavljivo spreminjanje slovenskega medijskega prostora v bojišče ekonomskih, političnih in drugih interesov, kjer javni interes večinoma izgublja« (Košir 2003, 7).

³Slovenski novinarski etični kodeks nima posebej definiranega javnega interesa. Etični kodeks britanske The Press Complaints Commission (nekakšna različica Novinarskega častnega razsodišča, ki v Sloveniji deluje v sklopu Društva novinarjev Slovenije) pa je obstoj javnega interesa utemeljil z naslednjimi predpostavkami: javni interes vključuje razkritje zločinov, sporočanje o tematikah s področja javnega zdravja in varnosti, preprečitev, da je javnost zavedena z dejanjem ali z izjavo posameznika. Javni interes vključuje svobodo izražanja (The PCC Code 2011).

Ključni temelji novinarjevega dela pri produkciji novic so (če novinar želi svoje delo kakovostno opravljati) izbira teme, preiskovanje, urejanje, oblikovanje in posredovanje informacij, točnost podanih informacij, jezikovna kompetentnost, jezikovna in vsebinska razumljivost ter družbena kompetenca in osebna angažiranost novinarja (Erjavec 1999). Temelj profesionalnega novinarskega delovanja je, da novinar do informacij in besedil, ki jih prejme od drugih, vzpostavlja kritično razdaljo, da jih premisli – mišljenje pa se vzpostavlja s spraševanjem. Vprašanje in spraševanje sta »ključni orodji novinarstva« (Košir 2003, 10). Cole in Harcup (2010, 14) pa dodajata, da »novinarstvo postavlja vprašanja in se sprašuje o odgovorjenem«. Idealen novinar (Donsbach v Erjavec 1999, 15) razumljivo in pravilno piše, je ustvarjalen, objektiv in točen, hitro naveže stik, ima dobro splošno izobrazbo in sposobnost kritičnega dojetja stvarnosti. Bralec je najbolje informiran takrat, ko je na podlagi različnih virov informacij kompleksno seznanjen s situacijo (Erjavec 1999, 12). Tudi za demokracijo je ključnega pomena, da obstaja informacijski sistem, ki omogoča svojim bralcem, da sena podlagi raznovrstnih informacij prosto in predvsem svobodno odločajo (Reah 1998, 10).

Ključni pogoj za zagotavljanje resničnih, različnih in raznovrstnih informacij je lastniška pluralnost medijskega prostora (Bašič-Hrvatin in drugi 2004). Evropska zakonodaja omejuje koncentracijo medijskega lastništva, Evropski parlament pa zavzema stališče, da je »medijski pluralizem temeljni element oblikovanja Evropske unije v skladu z zahtevami demokratične družbe« (Bašič-Hrvatin in drugi 2004, 11). O omejevanju lastništva govori tudi slovenska zakonodaja. Zakon o medijih (2006) določa, da je koncentracija lastništva omejena in je najvišji možni prag 20 % lastniške navzočnosti posameznega izdajatelja v lastniških ali upravljavskih pravicah drugega izdajatelja brez ustreznega soglasja kulturnega ministrstva.

Medijsko lastništvo je treba regulirati, ker lastniki lahko vplivajo na vsebino. Njihovi motivi so osebni, politični, ideološki ali komercialni, v vseh primerih pa določajo vsebino, ki nam jo mediji ponujajo. Manj različnih lastnikov pomeni manj različnih vsebin ter ogrožanje pluralnosti, pluralnost v medijih pa je mogoče zagotoviti s pluralnostjo lastništva (Bašič-Hrvatin in drugi 2004, 12).

Novinarji naj bi bili četrta veja oblasti, torej tista, ki zakonodajno, sodno in izvršilno nadzira vse ostale. Prvi je termin uporabil Edmond Burke, ki je rekel, da je »četrta veja najpomembnejša veja oblasti in kot taka enakovredna demokraciji« (Burke v Harcup 2009, 4). Novinarstvo kot četrta veja oblasti se udejanja v novinarjevi vlogi »psa čuvaja« (Harcup 2009, 5). Po tem konceptu, naj bi novinarji preiskovali delo javnih uradnikov in tako zagotavljali, da tisti na oblasti ne bi zlorabljali svoje moči in javnega zaupanja, ter poskušali zagotoviti odgovorno ravnanje javnih uradnikov. Ker če so javni uradniki odgovorni tistim, ki jih izvolijo, morajo biti državljani obveščeni o njihovem ravnanju (Cupito in Farrell 2010, 62). Novinarji bi torej morali zagotavljati neodvisno analizo vlade, gospodarstvenikov in drugih javnih uslužbencev ter njihovih dejanj in o tem obveščati javnost ter jim hkrati razkrivati zlorabe avtoritete. Zato je vloga psa čuvaja »primarna demokratična odgovornost medijev« (Cupito in Farrell 2010, 64). Vsak poskus vlade, da omeji medije, pomeni vpliv na neodvisnost novinarjev ter omejitev vloge medijev kot psa čuvaja (Cupito in Farrell 2010, 66).

3.2 Sodobna novinarska praksa

»Definicije se spreminjajo. Novice so relativne« (Strenz 1989, 35).

V sodobni novinarski praksi je koncept novinarjev kot psov čuvajev le mit; svobodnega in nepristranskega novinarstva ni, kar bom natančneje razdelala v pričujočem poglavju. Sočasno s prodorom novinarske etike v predavalnice, v knjige in v raziskave, opazamo v praksi (tudi v slovenskem prostoru) nasprotno težnjo; njeno izginjanje iz novinarskih uredništev in presoj urednikov (Poler Kovačič 2005, 20). Opevana novinarska kakovost je iluzija, pristranskost v novinarskem poročanju je dejstvo. Svobodnega novinarstva ni, ne v Sloveniji ne drugod po svetu (Košir 2003, 46). Raziskave so pokazale, da obstaja precejšnje neskladje »med tem, kar so slovenski novinarji v zadnjih dveh novinarskih kodeksih zapisali in njihovim dejanskim ravnanjem. Najbolj problematična je njihova etična drža« (Košir 2003, 76).

Poler Kovačičeva (2005, 82) ugotavlja, da novinar v vseh fazah sporočanja procesa izgublja vlogo subjekta. Na njegovo mesto stopajo drugi akterji in postajajo

novinarski subjekti. Te akterje razvršča glede na vrsto vplivov, ki se bodisi neposredno bodisi posredno kažejo kot vplivi na novinarja. Med petimi skupinami vplivov so: individualni vplivi, vplivi novinarskih in medijskih rutin, organizacijski vplivi (med katere spadajo vplivi delničarjev, vlagateljev, lastnikov in njim odgovornega vodstva matične korporacije direktorjev in založnikov medijskega podjetja ter urednikov medija), izvenmedijski vplivi (in sicer izvenmedijski vplivi virov informacij, med katere najpogosteje spadajo prav službe za odnose z javnostmi, in izvenmedijski vplivi virov dohodkov, denimo oglaševalci, ter ideološki vplivi. Najpomembnejše naštetih vplive bom za namene te diplomske naloge obravnavala v sledečih poglavjih.

3.2.1 Individualni vplivi in vplivi novinarskih rutin

Individualni vplivi prihajajo iz novinarjeve notranjosti, iz njegovega osebnega in profesionalnega ozadja, iz njegove osebne drže ter političnih in verskih prepričanj, iz njegovega dojemanja profesionalne vloge kot nevtralnega opazovalca ali kot aktivnega udeleženca v razvijanju zgodbe (Shoemaker in Reese v Poler Kovačič 2005, 83). Vse to vpliva na njegovo delo, interpretacijo dogodkov in oblikovanje novinarskih prispevkov.

Mediji v prvi vrsti izbirajo in selekcionirajo dogodke, o katerih poročajo, na podlagi seta kriterijev novičarskih vrednot. Novice torej niso preprosto tisto, kar se zgodi, ampak tisto, o čemer je na podlagi določenih kriterijev, vredno poročati.⁴Točnost je sekundarnega pomena glede na vpliv, nekaj zanimivega ima manj moči kot nekaj šokantnega in škandaloznega (Cole in Harcup 2010, 114). Kljub seznamom kriterijev novičarskih vrednot, ki jih vsebujejo novinarski priročniki, pa novinarji v praksi novice relativno definirajo »kot tisto, kaj oni rečejo, da je«, »kot tisto, kar piše v časopisu«, »kot tisto, kar danes veš, včeraj pa nisi« (Strenz 1989, 33).

⁴Novičarske vrednote, ki sta jih leta 1973 definirala Galtung in Ruge (v Fowler 1993, 13; v Hartley 1982, 76), so pogostost, intenzivnost, nedvoumnost, pomembnost, predvidljivost, nepričakovanost, nenapovedljivost, redkost, kontinuiteta, povezava z elitnimi narodi in osebami predvsem pa z negativni dogodki. Novičarske vrednote so osnova novinarskega poročila. To ni le osnova selekcije ampak osnova reprezentacije. Določen objekt je lahko v prvi fazi izbran le, če je lahko reprezentiran na določen način. V tem smislu je tudi selekcija ideološka (Fowler 1993, 19).

Bennett (v Poler Kovačič 2005, 84) dalje ugotavlja, da je večina novinarskih prispevkov rezultat rutinskega novinarstva ali skupka standardiziranih dejavnosti. V nadaljevanju bom razdelala rutinizacijo nastajanja novinarskih prispevkov in rutinizacijo ob selekciji virov informacij in dogodkov.

Dejstvo je, da časopisi v svoje vsebine ne vključijo vsega, kar se dogaja, zaradi kadrovske in logistične zmogljivosti ter zaradi pomanjkanja časa in prostora v časopisu (Strenz 1989, 29). Produkcija teksta je kolektiven proces in določene vsebine postanejo »novice« le zaradi naklonjene selekcije. Časopisni medijski teksti so produkt »serije institucionaliziranih rutin« in produkt »serije transformacij«, ki potekajo »skozi ves komunikacijski dogodek« (Fairclough 1995, 48). Medijske organizacije rutinsko in vsakodnevno načrtno zbirajo in izbirajo informacije, jih transformirajo in uredijo v medijske tekste. Cole in Harcup navajata (2010, 117), da so v zadnjih letih novinarji primorani napisati dvakrat več člankov v dvakrat krajšem obdobju kot nekaj let nazaj. Takšno medijsko delovanje Davies (2008, 16) poimenuje »tovarna novic«. Rutinizacija novinarjem in naslovnikom olajša in predvsem časovno skrajša potek dela, bralcem pa poenostavi reprezentacijo novice.

Dogodki, o katerih se poroča, niso odraz njihove neizmerne pomembnosti, ampak odraz kompleksnega in umetnega seta kriterijev, na podlagi katerih so izbrani (Fowler 1993, 2). Katere novice bodo prišle do bralcev je odločeno veliko pred tem, ko je napisana prva beseda (Strenz 1989, vii). Razumevanje procesa nastanka novic pomaga pri razumevanju tega, katere novice se znajdejo v medijih in zakaj. Gre za razumevanje, da novice nastajajo pod pritiskom in da se »novičarske vrednote spreminjajo« (Strenz 1989, 49).

Novice so pogosto tisto, kar lahko novinarji spravijo v okvir etikete. »Etiketiranje« posameznika, zadeve ali gibanja, opisovanje na temelju ene same lastnosti ali pridevnika pomaga novinarju poenostaviti zgodbo in omogočiti javnosti, da kompleksno dojame v preprosti obliki, prav tako pa novinarju prihrani čas in prostor v časopisu (Strenz 1989, 43). Rezultat vedno bolj rutinsko zbranih informacij je tudi dejstvo, da novinarji poročajo o dogodkih zgolj zato, ker o njih poročajo drugi mediji, sledijo torej »črednemu nagonu« (Strenz 1989, 45). Strategije izbiranja novic, med katerimi je tudi prednostno tematiziranje, prihranijo snovalcem časopisov čas in trud in jih uvrščamo v sklop rutinizacije izbora virov informacij (Fowler 1993, 21). V

skupino rutinizacije virov informacij uvrščamo tudi strokovnjake za odnose z javnostmi in psevdodogodke, kot so na primer novinarske konference. Večina vsakdanjih dogodkov ima tako »napovedljiv scenarij, da jih novinarji zlahka upovedujejo z ustreznimi avtomatizmi in žanri« (Poler Kovačič 2005, 90). O vlogi novinarskih konferenc in služb za odnose z javnostmi bom več pisala v nadaljevanju.

3.2.2 Organizacijski vplivi

Najvišje na lestvici moči in veljave organizacijskih vplivov so delničarji, vlagatelji in lastniki medijskega podjetja (Poler Kovačič 2005, 86). Kot bom razdelala v nadaljevanju, so tudi slovenski mediji delniške družbe, v katerih so vlagatelji delničarji, ki svojo voljo in vpliv izražajo v upravnih odborih, saj kot vlagatelji prispevajo kapital, v zameno pa pričakujejo dobiček. Cilji medija so podrejeni ciljem vlagateljev in lastnikov, ki, tako kot od drugih industrij, tudi od novinarstva pričakujejo, da bo ustvarjalo profit. Temu so podrejena ekonomska razmerja znotraj določenega časopisnega podjetja in razmerje le-tega z drugimi zunanjimi institucijami, temu pa so navsezadnje podrejene tudi konvencionalne novinarske prakse. Komercialna, politična in gospodarska situacija vpliva na to, kaj bo v časopisu objavljeno in kako bodo novice predstavljene (Fowler 1993, 20). V praksi ni pomembno, da novinarji zadostijo interesu javnosti, ampak je primarni cilj zadovoljiti partikularne interese vodstva časopisnih hiš, ki stremijo k ustvarjanju profita (Kovach in Rosenstiel 2001, 60). Prepričanje, da časnik pripada lastniku, ki prodaja proizvod kot lastno tveganje in javnosti ničesar ne dolguje, je v zadnjih dveh stoletjih skupno številnim lastnikom oziroma založnikom (Poler Kovačič 2005, 86). Čedalje bolj postaja značilno »tržno novinarstvo« (Poler Kovačič 2005, 20–21), ki informacijo vidi kot blago.

Časopisi so torej industrija in posel, ki imajo mesto v nacionalnem in svetovnem gospodarstvu in politiki. Mediji so večinoma v lastništvu medijskih baronov ali podjetij in družb, ki sicer nimajo medijske tradicije (Cole in Harcup 2010, 85). Lastniki časopisov so ljudje s čisto konkretnimi političnimi in komercialnimi interesi, s katerimi vplivajo na novinarje, na vsebino časopisa, na njegovo politično opredelitev in uredniško usmeritev (Reah 1998, 8).

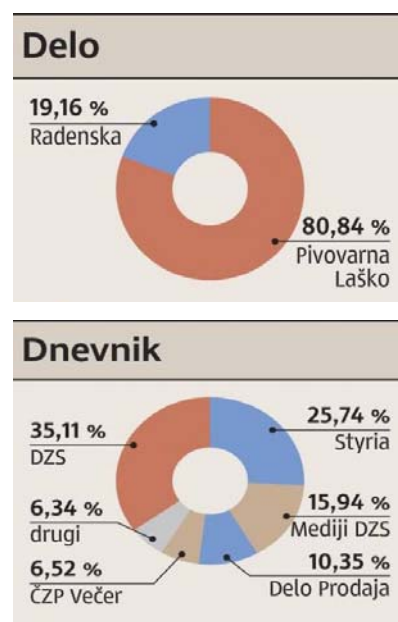
Peščica posameznikov in korporacij, ki ima danes v lasti veliko večino medijev, pa je do svojega medijskega lastništva prišla z odkrito podporo političnih elit držav, kar Bašič-Hrvatinova (2004, 10) označuje kot »incestuzno razmerje med politiko in mediji«. Tesna prepletenost medijskega, političnega in ekonomskega kapitala (včasih v eni in isti osebi) je skupna značilnost vseh držav članic Evropske unije. Medijske lastnike v Evropi (in v Sloveniji) lahko razvrstimo v tri skupine, in sicer na medijske lastnike z interesi v drugih industrijskih panogah, medijske lastnike z močnim političnim profilom, s pozicijo v političnih strankah, vladi in parlamentu ali z izrednim vplivom. V tretjo skupino spadajo lastniki z znatnimi lastniškimi deleži (Bašič-Hrvatin in drugi 2004). Tudi trije največji nacionalni dnevniki v Sloveniji so v lastništvu družb, ki sicer nimajo medijske tradicije oziroma nimajo »strateškega lastništva« (Bašič-Hrvatin in drugi 2004, 51) in so v rokah maloštevilnih posameznikov z znatnimi deleži (glej Sliko 3.1). Struktura medijskega lastništva je zapletena, zato bom podrobneje osvetlila le lastniško strukturo treh najpomembnejših slovenskih dnevnoinformativnih časopisov.

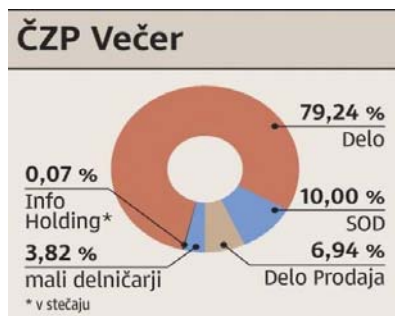
Peščica lastnikov ima v lasti večinski delež treh največjih slovenskih nacionalnih časopisov. Časopis Delo velja za najpomembnejši slovenski dnevnoinformativni časopis, ker ima edini izrazito nacionalni značaj (Bašič-Hrvatin in drugi 2004, 65) in največjo naklado, okrog 90.000 izvodov. Lastniška struktura po nakladi medijskega podjetja Delo d.d. je naslednja: Pivovarna Laško d. d. 80,83 %, Radenci d.d. 19,17% (Radenska d.d. je v večinski lasti Pivovarne Laško d.d.).

Časopisno-založniško podjetje (ČZP) Večer d.d. velja za tretjo največjo medijsko hišo v državi (Bašič-Hrvatin 2004, 66). Lastniška struktura podjetja je naslednja: Delo d.d. 79,24%, SOD 10%, Delo Prodaja 6,94 % (Delo Prodaja je hčerinsko podjetje Dela d.d., pri čemer ima slednje v njem tudi največji delež delnic), 3,82 % mali delničarji, 0,07 % Infond Holding d.d. v stečaju (Infond Holding d.d. dejansko obvladuje Pivovarna Laško d.d., ki je tudi njegov največji lastnik). Ker ima delež v ČZP Večer d.d. tudi družba Delo d.d., to pomeni, da Pivovarna Laško d.d. preko svojih podjetij obvladuje statutarno večino družbe z 78,82 %.

Največji lastnik družbe medijskih vsebin Dnevnik d.d. je Državna založba Slovenije (DZS) s 35,11 %, ki je ena izmed največjih založniških in trgovskih hiš v Sloveniji (Bašič-Hrvatina 2004, 65). Poleg tega so v lastniški strukturi še družba Styria Media z 25,47 %, Mediji DZS s 15,49 % (družba Mediji DZS je hčerinsko podjetje DZS-ja in slednji ima v njem tudi največji delež), Delo Prodaja z 10,35%, ČZP Večer d.d. s 6,52 % in drugi delničarji s 6,34 %. Dnevnik d.d. je z 12,10 % lastnik Primorskih novic, lastnik pa je hkrati tudi DZS s 5,23 % (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve 2011). Ob tem Bašič-Hrvatina opozarja, da je lastniška struktura slovenskih medijev nenehno spreminjajoča se (Bašič-Hrvatina in drugi 2004). Tudi med nadzorniki teh treh slovenskih dnevnikov sedijo predsedniki uprav največjih slovenskih podjetij, lastniki oglaševalskih agencij, predsedniki uprav in nadzornih svetov bank. Tako je medijska moč tesno povezana z ekonomsko močjo. Biti medijski lastnik pomeni imeti »možnost vpliva na medijsko vsebino in uredniško politiko« (Bašič-Hrvatina in drugi 2004, 78).

Slika 3.1: Lastniška struktura treh največjih slovenskih tiskanih dnevnikov





Vir: Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (2011).

3.2.1 Vplivi virov informacij

Novinar se v praksi umika, njegovo vlogo pa prevzemajo zlasti lastniki kapitala ter nosilci politične moči in oblasti. McManus (1994, 26) ugotavlja, da viri informacij pogosto neposredno nadzorujejo vse faze novinarskega procesa. Le določeni viri so vredni objave, najpogostejši novinarski viri pa so institucije in osebe z uradno in s finančno močjo ter z avtoriteto (Fowler 1993, 22). Dostop do medijev služi predvsem obstoječim hegemoničnim interesom, legitimira družbeno neenakost in reproducira moč (Cottle 2003, 5). Elita je »neviden lastnik, monopolni veleposestnik informacij, ki jih po svoji presoji prodaja na novinarskih konferencah,« dodaja Vreg (2000, 205).

Tudi vsi politični viri so nosilci interesnega govora (Poler Kovačič 2005, 91). Z novinarji sodelujejo le toliko, kolikor verjamejo, da bodo oni in njihove ideje dobili ugodno, zanje koristno javno obravnavo v množičnih medijih. Doseči želijo naklonjeno obravnavo, četudi z manipulacijo, kar je v nasprotju s kakovostnim novinarstvom, ki si prizadeva nepristransko zbirati informacije (McManus 1994, 26). Taka pozitivna javna publiciteta pa je v nasprotju s cilji normativnega novinarstva, ki je zavezano uravnoveženemu, nepristranskemu sporočanju. Politična manipulacija novinarstva poteka v popolnoma nadzorovanih dogodkih, ko politiki prevzamejo vlogo subjektov na vseh ravneh konstrukcije dogodka, v delno nadzorovanih dogodkih, ko politiki vlogo subjekta včasih izgubljajo, in v nenadzorovanih dogodkih, kjer ima novinar največjo možnost, da prevzame vlogo subjekta (Poler Kovačič 2005, 91).

Vsak novinarjev vir ali njegova služba za odnose z javnostmi govori iz sebe in zase – za svoj ugled, svoj imidž, svoj dobiček, novinarstvo pa naj bi sporočalo od drugih za druge (Košir 2003, 14). Viri informacij oziroma službe za odnose z javnostmi postajajo subjekti novinarskega sporočanja s tem, ko pišejo sporočila za javnost in organizirajo novinarske konference (Poler Kovačič 2005, 94). Teorija odnosov z javnostmi sicer uči, da imajo predstavniki za odnose z javnostmi malo ali nič nadzora nad tem, kdaj in kako bodo novinarji o njihovih informacijah poročali, praksa pa kaže nasprotno težnjo, in sicer da imajo veliko nadzora in celo posredno odločajo o tem, kaj bo objavljeno. Tako sopredstavniki za odnose z mediji tisti, ki oblikujejo medijsko realnost (Poler Kovačič 2005, 94).

Temelj profesionalnega novinarskega dela je, da novinar do informacij in besedil, ki jih prejme od drugih, vzpostavi kritično razdaljo. Toda v fazi iskanja in preverjanja informacij izginja novinarsko vprašanje (Košir 2003). Kot je prikazano zgoraj, novinarji informacij ne pridobivajo s spraševanjem, ampak jih za objavo zainteresirani subjekti enostavno dostavijo; informacije, ki bi jih novinarji morali uporabljati le kot izhodiščno gradivo za nadaljnjo obdelavo in za spraševanje različnih virov, posredujejo kot samoumevnost, ki je ni treba preverjati ali analizirati (Košir 2003; Hargreaves 2003). Zato ni ključnega pomena za slovensko novinarstvo le vprašanje, kdo in kakšni so novinarji, temveč je ključno, kdo so informatorji (Košir 2003, 49).

Temu vidiku sodelovanja med novinarji in profesionalci za odnose z javnostmi ter vidiku posredovanja informacij na novinarskih konferencah namenjam naslednje poglavje.

4 NOVINARJI, ODNOSI Z JAVNOSTMI IN MOČ

Vstaja industrije za odnose z javnostmi predstavlja direktno kontrolo političnih, državnih in poslovnih interesov nad tokom informacij javnega značaja, ki ni v interesu racionalnega diskurza, ampak manipulacije (Morris in Goldsworthy 2008, 58).

Služb za odnose z javnostmi se je v zadnjih letih začel posluževati širok spekter institucij in organizacij na državni ravni, še bolj pa na ravni ekonomije in gospodarstva, da so si z njimi izboljšali ali utrdili dostop do medijev in do posredovanja informacij. Obvladovanje procesa pridobivanja informacij je del obvladovanja medijev in vpliva nanje. Vpliv medijev pomeni moč oblikovati mnenja in usmeriti dogodke v želeno smer (Strenz 1989, 3). Osrednje družbene institucije, vlada, sodišče in policija imajo tako pozicijo v družbi, da lahko nadzorujejo pretok informacij v medije ter si zagotovijo zadovoljujoče medijsko pokritje le-teh (Cottle 2003, 11–12). Služba za odnose z javnostmi se je intenzivno razvijala vso 20. stoletje minulega tisočletja in zrasla v dobro kadrovske opremljeno dejavnost, ki je postopoma zavzela velik del informacijskega in novinarskega procesa (Davies 2003, 27). Erjavčeva (2005) ugotavlja, da vsaj polovica vsebine dnevnih časopisov izvira iz sporočil predstavnikov za odnose z javnostmi. V raziskavi je ugotovila celo, da je pet od šestih analiziranih prispevkov, ki jih je objavila Slovenska tiskovna agencija, izviralo iz informacij, ki so jih posredovali predstavniki za odnose z javnostmi (Erjavec 2005, 156).

Odnosi z javnostmi so postali del današnje »promocijske kulture« (Cottle 2003, 3) in uporabljajo »vse metode sodobnega oglaševanja« (Hargreaves 2007, 123), poosebljajo pa jih sporočila za javnost in novinarske konference. Mnogi novinarji začenjajo delovni dan z branjem pošte, ki so jo prejeli od služb za odnose z javnostmi in sestavijo novico (Strenz 1989, 116). Uporaba novinarskih konferenc je v zadnjih letih vladnim institucijam pomagala izboljšati dostop do medijev ter dodobra utrdila termin »psevdogodek«⁵. To je dogodek, ki si umetno pridobi medijsko poročanje,

⁵Boorstein (1964) ga je definiral kot nepravi, umetno ustvarjen dogodek.

ne da bi izpolnjeval novičarske vrednote (Strenz 1989, 64), novinarje pa neprikrito usmerja k določenim informacijam.

Novinarske konference so učinkovite in hitre ter omogočijo novinarsko poročanje na več mestih naenkrat, medtem pa jih usmerjajo profesionalci za odnose z javnostmi (Strenz 1989, 65). Novinarji informacij nič več ne iščejo in izbirajo, ampak so »ponižani na pasivne predelovalce vsega, kar jim pride pod roke, pa naj gre za resnične informacije ali pa za lažnive piarovske zvijače« (Davies 2008, 28). Novinarji ta sporočila skozi množične medije prenesejo javnosti kot novinarsko obdelane prispevke, v bistvu pa gre za oglaševalski diskurz, ki ga v skladu z interesi svojih naročnikov upovedujejo službe za odnose z javnostmi. Vnost. i. oglaševalskih prvin v navidezno novinarski diskurz otežuje ali onemogoča prepoznavnost identitete novinarstva, kar pomeni »manipulacijo z javnostjo, ki pod preobleko novinarskega besedila prejema nenovinarstvo oziroma neobdelan interesni govor« (Poler Kovačič 2005, 42).

Ključ do manipuliranja z množičnimi mediji je preprosto v vedeti, kaj novinarji iščejo in o čem želijo poročati. Če jim to lahko zagotovi vir, je ta tudi sposoben usmerjati medijsko poročanje (Strenz 1989, 47). Viri informacij, ki sklicujejo novinarske konference, večinoma uporabljajo medije za svoje lastne interese in zato, da preko medijev zmanipulirajo javnost v svojo korist. Z njihovega vidika to ni problematično, saj so vsi subjekti upravičeni do predstavitve svojega vidika. Novinarjeva naloga namreč je, da pridobljene informacije kritično in objektivno posreduje naprej (Rich 2010, 397).

Za sodobni novičarski diskurz je, kot smo ugotovili, značilno umikanje novinarja z mesta subjekta v sporočanjškem procesu ter v fazi izbora in upovedovanja informacij. O tem, o čemer naj bi v –skladu s svojo profesionalno kompetenco – odločali novinarji, odločajo drugi akterji, ki so tudi nosilci določenega interesnega govora (Poler Kovačič 2004, 17). Na to kaže visoka stopnja rutinskega zbiranja informacij.

Novinarska besedila in prispevki tako izhajajo iz sporočil za javnost in telefonskih klicev predstavnikov za odnose z javnostmi (Košir 2003, 121). Službe za odnose z javnostmi tudi proizvajajo dogodke, ki so poceni, o katerih je lahko poročati, ki so

številni in napovedljivi. Med najpogosteje uporabljene psevdodogodke spada novinarska konferenca. Pogosta je tudi uporaba sporočil za javnost, ki je standardno orodje oziroma tehnika pri odnosih z mediji. Slednja so za novinarje uporabna, ker so napisana kot novinarska besedila po načelu obrnjene piramide (padajoča pomembnost), zato jih ni treba veliko spreminjati (Poler Kovačič 2005, 95).

Med novinarji torej prevladuje model »minimalno aktivnega odkrivanja novic« (McManus 1994). Novinarji se le težka uprejo sodelovanju z industrijo za odnose z javnostmi, saj gre za »bolje plačano, bolj kadrovske opremljeno in hitreje rastočo industrijo, kot je njihova. Zavedajo se, da je ta industrija v času množičnih medijev pogosto edini učinkovit in realističen način razpošiljanja določenega mnenja skozi različne medije« (Morris in Goldsworthy 2008, x).

Novinarstvo in služba za odnose z javnostmi se ločita predvsem po tem, v čigavem interesu delujeta. Hargreaves (2007, 129) meni, da novinarji služijo najprej kolektivnemu interesu svojih bralcev po načelu obveščenosti in objektivnosti, šele nato (pa vendar) interesom organizacij, ki jih zaposlujejo. Poklicni predstavniki za odnose z javnostmi pa so odgovorni »organizaciji, ki jim nakazuje plače, in njenemu interesu« (Strenz 1989, 116). Prav zato »izvor novice ne bi smel biti predstavnik za odnose z mediji, temveč mora biti novica plod resnega dela« (Hargreaves 2007, 114). Prepad med novinarji in javnostjo ter viri informacij je največji, »ko se dogodki zaradi novinarskega poročanja sprevržejo v škodljive za družbo. Takrat novinarji ne dosegaajo svojega poslanstva. Novice so lahko krive za spodbujanje kriminala, za uničenje ugleda ali za eskalacijo določenega družbenega problema« (Strenz 1989, 16). Bralec se namreč ne zaveda, da obstajajo opisani vplivi v ozadju novinarskega dela, saj je medijska kultura v Sloveniji na nizki stopnji, bralci pa medije dojemajo kot verodostojne in objektivne (Košir 2003).

Raziskave World Values Survey (2011) namreč kažejo, da bralci v Sloveniji še vedno zelo oziroma precej zaupajo časopisom in ostalim tiskanim medijem (27,8 %). Skoraj 60 % bralcev jim zaupa v določeni meri, le 12,8 % anketiranih pa je odgovorilo, da tiskanim medijem ne zaupa. Sodeč po drugi raziskavi, Reader's Digest Trusted Brands (2011), tiskanim medijem v Sloveniji zaupa 48 % bralcev, polovica anketiranih pa je odgovorila, da jim ne zaupa. Po drugi strani pa novinarjem zaupa kar

41 % vprašanih, 58% pa jim ne zaupa. Slovenija se uvršča v sam vrh držav z največjim zaupanjem v novinarje. Zanimivo je tudi, da 47 % vprašanih Slovencev zaupa taksistom, ki so se na lestvici zaupanja v poklice uvrstili nad novinarji, 36 % pa nogometašem, ki so se na lestvici uvrstili tik pod novinarje. Najnižje na lestvici dvajsetih poklicev, katerim Slovenci zaupajo, so se uvrstili politiki; le 4 % Slovencev politikom zaupa, 94 % pa jih politikom ne zaupa (Readers Digest Trusted Brands Survey 2011, 41–42).

5 MANIPULACIJA

Novinar Washington Posta Howard Kurtz je nekoč dejal, da je življenje na Wall Streetu tekma, vrtozlava dirka; od njenega izida so odvisne cene delnic, korporacijski zaslužki in naložbe milijonov posameznikov. V tem pregretem okolju je stopnja, s katero je mogoče osnovna dejstva prikrojiti, prirediti ali z njimi manipulirati, resnično problematična. Zaradi tega se zastavlja osnovno vprašanje: Komu zaupati sredi tega neskončnega hrupa? (Hargreaves 2007, 119).

Manipulacija je »indirektno motivacijsko dejanje. Gre za poskus osebe, da zmanevrira svojega kolega, da ta deluje na določen način ali za točno določen cilj, za kar v normalnih okoliščinah verjetno ne bi deloval« (Handelman 2009, 4). Manipulirati z nekom pomeni zaplesti se v dejanje, ki bo skupaj z dejanji drugih prineslo vnaprej predvidene posledice (Were 1981, 179). Manipulacija torej izhaja iz zavednega dejanja manipulatorja (Kirschner 1995, 17), ki se ga tarča oziroma manipulirani ne zaveda, pogosto ima pred seboj celo »iluzijo svobodne izbire« (Handelman 2009, 7). Manipulator se namreč vmeša in vpliva na proces odločanja posameznika in mu hkrati daje vtis, da se le-ta odloča svobodno in neodvisno na podlagi lastne volje.

Manipulacija se udejanja skozi tekst in govor ter vključuje oblike ideološkega diskurza. Predstavlja obliko kognitivnega nadzora misli, diskurzivne interakcije in zlorabe družbene moči, v kateri manipulator izvaja kontrolo nad ljudmi proti njihovi volji ali vsaj proti njihovim primarnim interesom (van Dijk 2006, 361). Je tudi ključnega pomena za vzpostavitev demokracije (Were 1981, 163). Manipulacija je »družbeni fenomen, ker vključuje interakcijo in zlorabo moči med skupinami in družbenimi akterji, je kognitivni fenomen, ker vedno vključuje manipulacijo z mislimi prejemnikov in služi formiranju izkrivljenih miselnih modelov, reprezentacij in ideologij, ter je diskurzivno-semiotični fenomen, ker se udejanja skozi tekst, govor in vizualna sporočila« (van Dijk 2006, 361).

Manipulacija se bistveno razlikuje od prepričevanja ali nudenja informacij, za slednja namreč velja, da sta za razliko od manipulacije legitimna, medtem ko je manipulacija nelegitimna, ker utrjuje družbeno neenakost, saj je vedno v interesu močnejše družbene skupine in proti interesom podrejene družbene skupine (van Dijk 2006, 359). Kirschner navaja (1995, 25), da je odločujočega pomena v manipulaciji, da lahko manipulator prejemnika zastraši s svojim višjim statusom ali z avtoriteto. Cilj slehernega vplivanja na posameznikovo odločitev pa je, da v čim večji meri omeji njegovo kritično sposobnost presoje in ga usmeriv korist manipulatorja⁶ (Kirschner 1995, 121). Če bi se zmanipulirana oseba teh vplivov, ki se izvajajo nanjo, zavedala, o manipulaciji ne bi mogli govoriti, ampak bi šlo le za obliko legitimnega prepričevanja (Were 1981, 166–170). Ključna razlika med prepričevanjem in manipulacijo torej je, da pri prvem sogovorniki samostojno verjamejo, mislijo in presodijo, prejemniki pri manipulaciji pa imajo zgolj pasivno vlogo, so žrtve in ne razumejo resničnih namenov, posledic ali dejanj manipulatorja, manjka jim namreč specifično vedenje (van Dijk 2006, 363).

Alan Were (1981, 163–166) utemeljuje, da morajo biti izpolnjene štiri predpostavke, da lahko govorimo o manipulaciji, in sicer:

1. Odločitve, način življenja, vrednote in okus osebe B ter razlogi zanje so drugačni, kot bi bili, če oseba A ne bi vplivala nanjo.
2. Oseba A je onemogočila alternativne možnosti, med katerimi bi oseba B lahko izbirala, ali pa jih je oseba A predstavila na tak način, da bo oseba B najverjetneje izbrala točno določeno možnost, ki je v interesu osebe A.
3. Oseba B se ne zaveda, da oseba A vpliva nanjo.
4. Moralno odgovorna je oseba B, ne oseba A. Oseba A je odgovorna le za pomanjkanje informacij, ki jih je nudila osebi B.

⁶Determiniranje, kdaj je manipulirani deloval v korist manipulatorja, kdaj je bila torej manipulacija uspešna, je težavno, zato bom za namene te diplomske naloge po vzoru Hoyta (1997), ki se je v svojem delu ukvarjal predvsem z manipulacijo skupin, kar je tudi predmet pričujoče diplomske naloge, manipulacijo kot uspešno razumela takrat, ko se bo povečal politični vpliv za dosego cilja ali ko se bo izpolnil politični cilj, ki ga ima manipulator.

5.1 Manipulacija, diskurz in mediji

Manipulacija ali usmerjanje je tehnično vplivanje na posamezen objekt z nekim določenim ciljem. Če torej apliciramo na družbeno raven, je manipulacija politična. V času intenzivne medijske industrije zato že uporaba medijev aplicira njegovo manipulacijo. Ta obkroža ves proces od produkcije do konzumacije. Vprašanje torej ni, ali so mediji manipulativni, ampak kdo manipulira z mediji (Wardrip-Fruin in Montfort 2003, 265).

Catherine Gourley (1999, 9) za medijsko manipulacijo uporablja simbolno primerjavo s čarovnikom iz Oza in govori o »medijskih časovnikih«. Ti resnični in realni ustvarjalci podob uporabljajo dim in ogenj, da konstruirajo tisoče sporočil vsak dan. Ta sporočila se nespremenjena prenašajo skozi radijske novinarske prispevke in skozi televizijske in časopisnenovinarske prispevketer ustvarjajo določeno verovanje⁷. Novice, ki so navidez verodostojne, so dejansko izdelane in ustvarjene. Svoja sporočila ustvarijo z vrsto orodij, z vizualnimi efekti, ki izzovejo negativne konotacije, z naslovi, ki kričijo, in s fotografijami, ki so senzacionalne. Vsak novinarski konstrukt nastane z namenom, da prepriča, da proda ali da vpliva na ravnanje (Gourley 1999, 9–10). Veliko oblik sodobne manipulacije, ki jo izvajajo množični mediji, je »multimodalnih«, torej se izvajajo tudi s pomočjo slik, fotografij ali grafik (Day v van Dijk 2006, 361).

Ključnega pomena za udejanjanje manipulacije v elektronski dobi je, da imajo manipulatorji dostop do družbenih virov informacij, torej množičnih medijev, skozi katere uveljavljajo svoj diskurz. Diskurzivni vpliv na misli je indirektni vpliv na dejanja. Sredstva množičnega komuniciranja služijo predvsem vladajočim družbenim skupinam, ki imajo dostop do medijev in s tem možnost za manipuliranje z množicami in njihovim političnim razpoloženjem (Marković 1979, 152). Mediji so »nosilci manipulativnih impulzov ožje skupine na množico, nosilci reklame in propagande. Ker množica nekritično sprejema in verno posluša, manjšine s pomočjo medijev usmerjajo prejemnike« (Kirschner 1995, 28).

⁷Gourleyjeva (1999, 9) uporablja termin »making believe«, ki ga prevajamo kot »ustvarjajo verovanja«.

Leksikon novinarstva pravi, da manipuliranje s sredstvi množičnega komuniciranja pomeni »uporabljati ta sredstva, da bi dosegli želeni učinek za skriti cilj. Že obstoj sredstev množičnega komuniciranja samih po sebi predpostavlja manipulacijo z njimi«(Marković 1979, 152).

Izkrivljene informacije se prenašajo skozi medije na množico zaradi »časovnih rokov in pritiskov, pod katerimi delajo novinarji, zaradi zmotne presoje novinarjev, zaradi težnje, da bi kompleksno zgodbo čimbolj poenostavili, ter nenazadnje zaradi selektivnosti, ki je nujna v novinarskem procesu (Parenti 2011). Le družbeni nadzor lahko omeji manipulacijo prek medijev (Wardrip-Fruin in Montfort 2003, 265). Posamezniki se manipulaciji lahko uprejo, če kritično preverijo in spoznajo prikrite povezave v ozadju in namene manipulatorjev (Kirschner 1995). A dokler nimajo dostopa do množičnih medijev, do množičnega upora manipulaciji ne more priti (van Dijk 2006, 376).

5.2 Manipulacija in ideologija

Manipulacija z ljudmi je vedno manipulacija z njihovim umom, verovanji, znanjem, mnenji, ideologijami in posledično z njihovimi dejanji. Manipulacija na kognitivni stopnji torej pomeni vplivanje na procesiranje informacij v kratkoročnem spominu prejemnikov, na formacijo potencialno izkrivljenih mentalnih modelov v dolgoročnem spominu in končno na formacijo izkrivljenih družbenih reprezentacij, ideologij, norm in vrednot. Dominantne skupine želijo spodbuditi razmišljanje, ki je skladno z njihovimi interesi, in preprečiti tisto, ki ni (van Dijk 2006, 367). Toda treba je »korist manipulatorja vedno zaviti v takšno embalažo, da bo nasprotnik v manipulativni igri videl v njej izpolnitev svojih želja in ciljev. Uspeh bo odvisen le od tega, koliko je manipulator sposoben vzbuditi pri prejemniku občutek, da si bo od tega pridobil svojo korist« (Kirschner 1995, 65–66).

Kirschner navaja (1995, 123), da ljudje vselej sprejemajo le trenutne odločitve in jih ne presojujejo v sklopu celote, torej reagirajo glede na svoje trenutno razpoloženje. Ko se morajo posamezniki odločiti, sledijo trenutnim impulzom, ki tedaj nanje najmočneje delujejo. Kdo pozna ves kontekst zgodbe, ima v igri vsakodnevne

manipulacije v rokah dragocen adut, ki mu ne omogoča samo, da sprejema odločitve v svojo korist, ampak predvsem, da vpliva na odločitve drugih –v svoje dobro (Kirschner 1995, 123).

Na drugem, višjem nivoju manipulacija začne težiti k trajnejšim in stabilnejšim rezultatom in se osredotoča na dolgoročen spomin, torej spomine, znanje in ideologije (van Dijk 2006, 367). Manipulatorji »ciljajo na to, da bo prejemnik dojel in razumel informacije, kot to želijo oni sami, zato je ključnega pomena, da prejemnik tudi tvori mentalne modele, kot to želi manipulator, pa čeprav to omejuje njegovo svobodo interpretacije informacij in možnost, da bodo prejemniki razumeli dogodek na način, ki nasprotuje interesom manipulatorjev« (van Dijk 2006, 370). Najbolj vplivna oblika manipulacije se osredotoča na bolj splošna in abstraktna verovanja, kot so znanje, odnosi in ideologije. Vplivanje na odnos, ki ga ima posameznik do nečesa ali nekoga, pa pomeni vplivanje na celotno družbeno skupino in ne le na posameznika. Ko manipulator pridobi vpliv na družbene odnose do določene problematike, mu je že uspelo doseči, da bo posameznik tudi deloval v skladu s temi – zmanipuliranimi – prepričanji in družbenimi znanji, ki jih je ponotranjil in sprejel kot svoja lastna (van Dijk 2006, 372). Were (1981, 168) pravi, da zmanipulirana oseba vselej prostovoljno stori določena dejanja, a jih stori zaradi tega, ker je manipulator sploh vplival nanjo. Van Dijk (2006, 372) pravi, da so resnični nameni manipulatorja, ko ustvarja določene družbene reprezentacije, celo ideologije, tudi na tej stopnji vedno skriti, izpostavljeni so le domnevni skupni doprinosi za celotno družbo.

5.3 Strategije in taktike manipuliranja

Manipulacija ima lahko po Hoytu (1997) tri oblike oziroma vplive: vpliv na informacije, vpliv na procese in vpliv na sestavo. Proceduralna manipulacija je poskus, da bi usmerili dejanja neke skupine v svojo korist (Hoyt 1997, 775). Za namene te diplomske naloge je ključnega pomena informacijska manipulacija, ki jo bom razdelala v nadaljevanju, proceduralna manipulacija je na tem mestu razumljena kot logična posledica informacijske, medtem pa tretje vrste, manipulacije s sestavo, na tem mestu ne bom obravnavala.

Osrednja strategija manipulacije na podlagi informacij po van Dijk (2006, 374) je, da se osredotoča na tiste kognitivne in družbene karakteristike posameznikov oziroma prejemnikov, ki jih naredijo bolj ranljive in s tem tudi dovzetne za manipulacijo. Ključna pogoja, da sprejemajo druga prepričanja brez odpora, sta družbena neenakost in dominantni položaj manipulatorjev (van Dijk 2006, 376).

Kljub temu, da diskurzivne prakse same po sebi niso manipulativne, kot smo razdelali, pa so nekatere prakse bolj uspešne v manipuliranju kot druge. Kot smo ugotovili, je »pristranskost v novinarskem poročanju dejstvo« (Košir 2003, 46). Pristranskost je uporaba predsodkov ali mnenj, ki so za določeno skupino favorizirana. Če pristranska sporočila posredujejo množični mediji, lahko vplivajo na oblikovanje preistranskih mnenj pri prejemnikih (Gourley 1999, 23). Kirschner (1995, 154) pravi, da je osrednja metoda manipulacije prikaz »majhnih podrobnosti« kot osrednjega problema. Ta metoda se imenuje tudi »problem – odziv – rešitev« (Herman in Chomsky 1994). Ustvariti je treba problem, da bi se del javnosti nanj odzval, poleg tega pa gre tudi za preusmerjanje pozornosti javnosti. Manipulatorji tako s pomočjo množičnih medijev preusmerjajo javnost od pomembnih problemov k nepomembnim informacijam. Prikrivanje oziroma nenavajanje pomembnih informacij, ki jih manipulatorji izpustijo z namenom zavajanja javnosti, in neenakomerno medijsko predstavljanje določene problematike, je tako učinkovita metoda manipuliranja. V splošnem torej ločimo dve konkretni strategiji: skrivanje relevantnih informacij⁸ in skrivanje resničnih ciljev in namenov pred manipuliranim (Handelman 2009, 10). Vplivnejše oblike manipulacije namreč vplivajo na tvorbo mentalnih modelov in s tem namenom izpostavljajo določene poudarke zgodbe, ki so skladni z njihovimi interesi, ter zamolčijo tiste dele zgodbe, ki niso skladni z njihovimi interesi (van Dijk 2006, 372); ali drugače rečeno, manipulator bo naslovnika samo enostransko informiral (Kirschner 1995, 127).

Naslovi v novinarskih prispevkih, ki upovedujejo teme in izpostavljajo določene informacije ter jim s tem pripišejo več teže, so uspešno orodje manipulacije (van Dijk 2006, 372). Reah pravi (1998, 28), da lahko novinarji z ustrezno selekcijo informacij v naslovih direktno ali indirektno pripišejo določeno konotacijo in s tem najbolj

⁸Tudi novinarske metode, kot so uokvirjanje, prednostno tematiziranje in izpostavljanje, lahko služijo namenu manipulacije (Hoyt 1997, 775).

manipulirajo bralce, saj so prav naslovi tisti, ki imajo prepričevalno funkcijo. Najbolj učinkovita metoda, s katero se manipulacija prenaša skozi medijske tekste je »uokvirjanje«⁹ (Parenti 2011). Catherine Gourley (1999, 13) omenja uporabo »nastavljenih nadomestkov«; to so fiktivni karakterji, ljudje, ki so nastavljeni na kraj dogodka z namenom, da se ostali identificirajo z njimi in tako vodilni preko njih poosebljajo odnos, ki ga poskušajo lansirati ali spodbuditi v javnosti.

Strategija pozitivne samoreprezentacije in negativne reprezentacije drugih je zelo tipična v pristranskem predstavljanju dejstev, saj so v govoru izpostavljene le »Naše« dobre lastnosti ter »Njihove« slabe lastnosti. Metode uveljavljanja manipulacije skozi medijske tekste so tudi uporaba detajlov, uporaba splošnega ali specifičnega poimenovanja z okvirnimi ali natančnimi določili, z eksplicitnim ali implicitnim poimenovanjem, uporaba besed s pozitivno konotacijo za »Nas« in besed z negativno konotacijo za »Njih«, uporaba aktivnega načina za »Nas« in pasivnega glagolskega način za »Njih«, uporaba hiperbol¹⁰, efemizmov¹¹ ter metafor¹² in metonimij¹³, s katerimi poudarimo »Naše« ali »Njihove« pozitivne ali negativne lastnosti (glej van Dijk 2006, 372).

Lowrence in Shapiro (2000, 1–8) opisujeta manipulacijo preko medijev s pomočjo upravljanja javnega mnenja. Politiki s pomočjo javnomnenjskih raziskav izsledijo najbolj mamljive in privlačne, predvsem pa čustveno nabite besede, simbole in argumente, s katerimi se javnost poistoveti, z namenom, da nato s pomočjo teh izsledkov preko množičnih medijev vodijo javno mnenje v svojo smer, da ga lahko bolje zmanipulirajo. Mediji namreč v moderni družbi veljajo za enega najbolj vplivnih ustvarjalcev javnega mnenja. To pomeni, da javnost preko medijev

⁹Uokvirjanje je način, na katerega je novica »zapakirana in distribuirana«, in način, kako je članek umeščen v časopis, koliko pomembnosti mu je pripisane s podtonom reprezentacije zgodbe, z naslovi in s fotografijami (Parenti 2011).

¹⁰ Gre za prekomerno pretiravanje, da bi dosegli retorični učinek (Smolej in Hriberšek 2006).

¹¹ Gre za olepševanje stvarnosti. Izraz, ki zastre, omili ali olepša drug, neprijeten, moralno ali družbeno spotakljiv ali zlovesč izraz; lahko je metafora (Smolej in Hriberšek 2006).

¹² Metafora je stilno-retorična figura in pomeni prenašanje besed ali rabe besed v prenesenem pomenu oziroma v nasprotju z njenim najbolj razširjenim, logičnim in uporabnim pomenom (Smolej in Hriberšek 2006).

¹³ Metonimija označuje jezikovno-stilno tvorbo, ki je podobna metafori in v širšem smislu spada v okvir metaforike, saj gre prav tako za neobičajne besedne zveze s pomočjo pomenskega prenosa. Metonimija nastane, kadar besedo zamenjamo z drugo oziroma označimo pojav z imenom za pojav, ki je z njim v stvarni, vzročni ali prostorski zvezi, ne pa samo v razmerju logične podobnosti, kot je značilno za metaforo (Smolej in Hriberšek 2006).

posledično prevzame mnenje, ki ga sicer ne bi, če bi se zavedala vseh relevantnih informacij.

Kirschner (1995, 67) navaja, da je trditev manipulatorja toliko uspešnejša in verjetnejša, kolikor vztrajneje in bolj prepričljivo jo ponavlja. Uspeh se zgodi, če človek mnogokrat sliši eno in isto sporočilo, prejemnike je treba napadati na več frontah – v časopisih, na televiziji in po radiu ter s plakati in podobnimi pripomočki. Manipulatorji povsod »bobnajo svoje sporočilo, dokler jih nihče več ne more preslišati. Kdor jih ni videl ali slišal danes, jih bo zagotovo jutri ali pojutrišnjem. Ko propagandi uspe, da je stvar postala znana, ne bo treba več dolgo, da ljudje sprejmejo sporočilo, verjamejo obljubi ali sledijo pozivu. Natančno na tak način se prodajajo izdelki in vsiljujejo ideologije« (Kirschner 1995, 68).

Kirschner (1995) razlikuje tri najpogostejše različice ponavljanja z namenom manipuliranja:

1. stereotipno ponavljanje;
2. »kvantitativna multiplikacija«, pri kateri je pomembno število; kolikor več ljudi prejme sporočilo, toliko verjetnejša postane. Po določenem številu multiplikatorjev se prejemniki odpovedo celo objektivnim dokazom;
3. »kvalitativna okrepitev«, pri kateri gre za to, da prejemniki nekaj lažje verjamejo, če piše v časopisu; ljudje so nagnjeni k temu, da v časopisu zapisano informacijo sprejmejo kot dejstvo.

Pri uveljavljanju manipulacije preko medijev je predpogoj, da manipulator pri prejemniku vzbudi pozornost in čustva (Kirschner 1995, 136–140). Zloraba čustev je klasična tehnika manipuliranja, ki pomaga pri sprožanju kratkega stika v razumni presoji. Kritično zavest nadomestijo čustveni impulzi, kot sta denimo jeza, strah. Uporaba čustvenega registra omogoča dostop do nezavednega, kamor jepotem mogoče vpeljevati ideje, želje, skrbi, bojazni in prisile, ali pa spodbujati določena dejanja (Chomsky 1989; Herman in Chomsky 1994). Strah je odločujoč dejavnik slehernega odločanja (Kirschner 1995, 105). Z zastraševanjem manipulator vpliva na človekove odločitve, zato si manipulatorji prizadevajo prejemnika ohromiti in podrediti ter ga na koncu uporabijo v svojo korist. Toda, če bi nanj vplivali direktno,

bi obstajala velika možnost upora, pri manipulaciji pa gre za indirektnen vpliv, zato je možnost upora manjša (Handelman 2009, 16). Cilj te metode je (tudi umetno) ustvariti odvisnost, da lahko na ključni točki manipulator ponudi rešitev, ki mu obljublja upanje in prevzem bremena. Ustvarjanje te odvisnosti in strah pred izgubo je torej izrednega pomena v manipulativni igri (Kirschner 1995, 108–113).

6 ŠTUDENSKO ZDRUŽEVANJE

V prejšnjih poglavjih opredeljene službe za odnose z javnostmi so se začeli posluževati tudi sindikati in druge nevladne organizacije, dobrodelni sektor in skupine pritiska (Davies 2003, 29–31). Nevladne organizacije so formalne, neobvezujoče in neprofitne organizacije (Deacon 2003). Vanje se uvrščajo dobrodelne organizacije, cehovske in priložnostne organizacije ter sindikati. Njihova kredibilnost sloni na njihovi tradicionalni sposobnosti, da demonstrirajo svojo neodvisnost od trga in države. Njihova moč leži v sposobnosti, da rekrutirajo in mobilizirajo svoje široko članstvo (Deacon 2003, 100). Tudi študentske organizacije se uvrščajo med nevladne, nepridobitne, nestrankarske organizacije in so po svojih karakteristikah zelo podobne sindikatom. Njihov interes se večinoma prekriva, le da so študentske organizacije zastopnice drugega družbenega segmenta, študentov. Študentske organizacije se zavzemajo za študente, za uresničevanje njihovih interesov in zastopanje njihovih stališč, ki se vežejo na kakovosten študij, ter rešitve na področju zdravstvenega, socialnega in javnopolitičnega vidika študentskega življenja (Cvikl 2010, 19).

Prvi zametki študentskih organizacij so se pojavili v začetku 70. let, ko je bil v Sloveniji značilen ideološki pritisk na mlade in represija (Ule 1996, 20). Značilnost prvih študentskih gibanj je bila zahteva po univerzalizaciji in globalizaciji načel, vrednot in življenjskih ciljev. V ospredju so bile človekove pravice, enakost možnosti, pravna država, družbena pravičnost in solidarnost (Miheljak 2002, 19). V sklopu študentskih gibanj so se združeni mladi začeli kritično upirati prevladujoči ideologiji. Na vrhuncu so bila študentska gibanja sposobna sprožiti velike reakcije na določene družbene spremembe in odmeve. Študentski protesti so pomenili prvo množično in demonstrativno odpoved lojalnosti državi in družbenemu redu v sodobnih družbah (Braun v Miheljak 2002, 19).

Tudi danes je bistvo študentskih demonstracij zaradi njihove tradicije razumljeno kot upor prevladujoči ideologiji (Ule 1996, 21). Toda značilnost teh organizacij od začetka 90. let naprej je, da so se preusmerjali od ukvarjanja z družbo k ukvarjanju s samim seboj. Študentska generacija v 60. letih je bila tista, ki je »povzročala probleme družbi« z oblikovanjem prvih mladinskih subkultur. Generacija 70. in 80. let

je »zastavljala probleme družbi« z razvojem družbenih gibanj, od 90.let naprej pa imajo študentske organizacije »predvsem probleme« in se ne ukvarjajo več primarno z družbo (Ule 1996, 23).

Študentska organizacija Slovenije (ŠOS) je krovna nacionalna organizacija vseh študentov v Sloveniji, ki je bila formalno ustanovljena z Zakonom o skupnosti študentov (1994), s polnim zagonom pa se je ideja o enotnem zastopanju študentov na nacionalni ravni začela uresničevati osem let kasneje po sprejetju temeljnega akta samoupravne skupnosti študentov Slovenije – Študentske ustave (2002). V sklopu ŠOS-a delujejo različne organizacijske oblike, študentske organizacije univerz, ki združujejo študentske organizacije fakultet, le-te pa še manjše organizacijske enote (Cvikl 2010, 19). Moč, ki jo imajo študentske organizacije v Sloveniji, posredno izvira iz vsebinske in politične neodvisnosti ter avtonomije, ki je v določeni meri možna tudi zaradi samostojnega financiranja preko koncesijske dajatve od študentskega dela (Cvikl 2010, 14).

Študentske vstaje se, v primerjavi z dvema desetletjema prej, dogajajo le še ob izrazito »sindikalnih« zahtevah, kot je denimo izboljšanje standarda študentov (Ule 1996, 111). Toda ob študentskih vstajah, ko študentske organizacije pridobivajo svojo podporo, se le-te še vedno poslužujejo pomoči množičnih medijev. Sindikati in študentske organizacije uporabljajo službo odnosov z javnostmi, ki »ubesedi in pošlje v javnost njihove argumente« (Deacon 2003, 105), da si pridobijo politično in ekonomsko odobravanje svojega stališča v javnosti. Te organizacije namreč morajo pristopiti do svojega občinstva in ciljne publike ter morajo komunicirati z njimi preko medijev (Davies 2003, 30–31).

6.1 Položaj študentov v Sloveniji

Da bi bila obravnavana tematika diplomskega dela natančneje razumljiva, moram na kratko osvetliti tudi socialni položaj študentov v Sloveniji. V sledečem poglavju bom predstavila slovensko štipendijsko in stanovanjsko politiko ter področje študentskega dela, ki skupaj predstavljajo osrednje elemente študentskega socialnega položaja. »Slabšanje socialnega položaja« pa je osrednji vzrok, zakaj so študentske

organizacije nasprotovale uvedbi Zakona o malem delu in sprožile demonstracije. V Sloveniji je v primerjavi z ostalo Evropo še vedno omogočena visoka dostopnost do visokega šolstva (Evroštudent 2007).

V tabeli je prikazano število študentov in dijakov, ki prejemajo eno izmed oblik štipendije, ki so jim na voljo v Sloveniji (Zoisovo, državno ali kadrovske štipendije), v primerjavi s številom vseh dijakov in študentov (glej Tabelo 6.1).

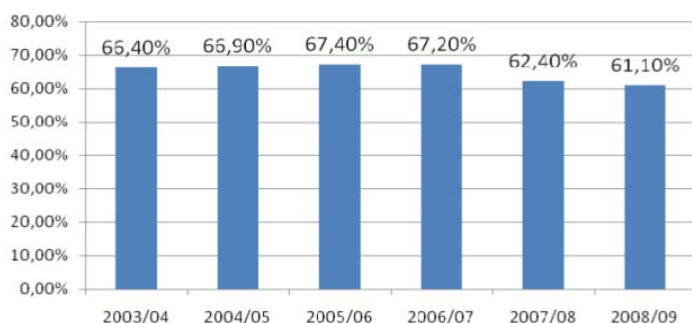
Tabela 6.1: Število podeljenih štipendij v primerjavi s številom dijakov in študentov med leti 2000 in 2009

študijsko leto	število dijakov	število študentov	skupno število dijakov in študentov	kadrovske štipendije	republiške / državne štipendije	Zoisove štipendije	število vseh štipendij
2000	104.508	91.494	196.002	10.534	47.754	6.526	65.684
2001	103.230	99.214	202.444	7.598	39.822	11.716	59.368
2002	103.178	101.458	204.636	7.082	40.578	12.123	59.999
2003	103.203	104.396	207.599	7.000	40.802	12.750	60.957
2004	101.876	112.228	214.104	6.864	40.971	12.956	61.207
2005	99.860	114.794	214.654	7.077	40.659	12.920	60.691
2006	96.310	115.944	212.254	5.726	38.919	12.877	58.563
2007	91.623	115.465	207.088	5.829	37.750	12.823	57.427
2008	84.491	114.391	198.882	7.309	34.581	12.571	54.630
2009 jan	Ni podatka	Ni podatka	Ni podatka	Cca 2.000	36.584	12.978	51.562
2009 avg	Ni podatka	Ni podatka	Ni podatka	2.000	35.340	12.978	Ni podatka

Vir: Statistični urad Republike Slovenije (2010); Cvikel (2010).

V spodnjem grafu je prikazano razmerje med številom oddanih vlog in številom odobrenih vlog (glej Graf 6.1). Namen štipendijske politike je zagotoviti študentom zadovoljiva sredstva, s katerimi lahko v času študija pokrijejo stroške izobraževanja in je kot tako najbolj pomembno študentsko socialno področje (Cvikel 2010, 8).

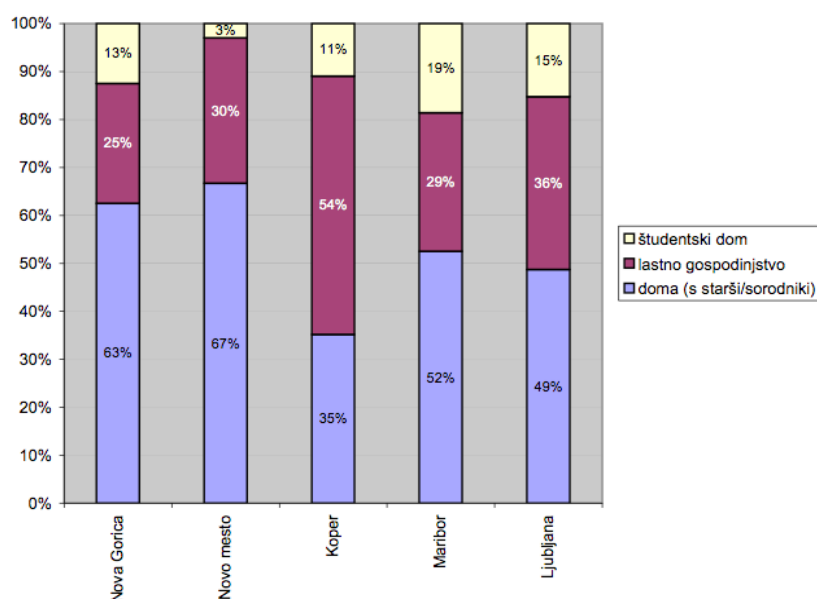
Graf 6.1: Število vloženih in odobrenih vlog za državne štipendije med leti 2003 in 2009, ki so namenjene socialno šibkim študentom



Vir: Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje (2010).

Naslednje pomembnejše področje je bivanje v času študija. Študenti, ki se odločijo za študij izven kraja bivanja, se soočajo z odločitvijo, ali naj se preselijo v kraj študija za čas študija ali naj vsakodnevno tja migrirajo. Slednjih je približno 27 %. Na slovenskih univerzah je dve tretjini vseh študentov, ki ne študirajo v kraju bivanja in si zato urejajo začasno bivanje izven kraja stalnega prebivališča. Delež študentov, nastanjenih v študentskih domovih, znaša 16,4 %, približno 30 % študentov je nastanjenih v najeti sobi ali stanovanju, vsaj polovica pa jih živi s starši ali s sorodniki (Evroštudent 2007).

Graf 6.2: Vrste nastanitev študentov po študijskih centrih



Vir: Evroštudent (2007).

Za pričujočo nalogo najpomembnejše področje je študentsko delo. Raziskava Evroštudent (2007) razkriva, da slovenski študenti v primerjavi z ostalimi evropskimi državami zasedajo osmo mesto po obsegu študijske obremenitve, po obsegu delovne aktivnosti v času študija pa četrto mesto. Leta 2006 so slovenski študenti v povprečju delali 17 ur tedensko, medtem ko so evropski študenti delali 12,3 ure tedensko. Raziskava tudi razkriva, da 57 % študentov dela več kot 5 ur tedensko, 8 % pa do 5 ur tedensko. V spodnji tabeli so prikazani dohodki od študentskega dela v Sloveniji.

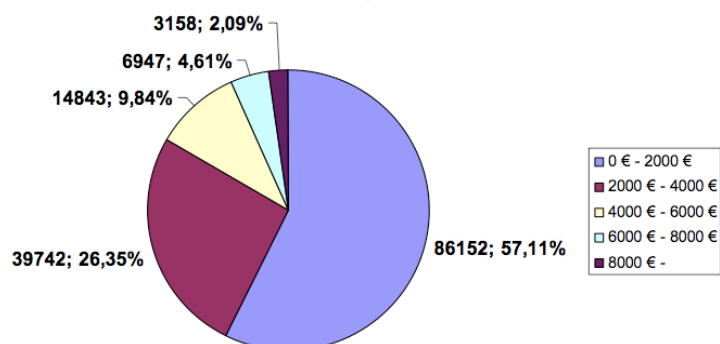
Tabela 6.2: Povprečni zaslužki z naslova občasnega in začasnega dela študentov in dijakov (t.i. študentskega dela) v letu 2008

Leto 2008 Starost	Število dijakov in študentov v starostni skupini	Delež starostne skupine med vsemi, ki so opravljali študentsko delo	Letno povprečje starostne skupine	Skupno zaslužena sredstva starostne skupine	Izračunano Število ur ob predpostavki 1ura=4 EUR
30 – 51	256	1,69	2.432 EUR	622.673 EUR	608
24 – 29	29.865	19,81	3.375 EUR	100.818.617 EUR	843
19 – 23	77.524	51,43	2.390 EUR	185.324.823 EUR	597
15 – 18	43.071	28,57	1.193 EUR	51.384.402 EUR	298
SKUPAJ	150.842	100,00	2.241 EUR	338.150.515 EUR	560

Vir: Davčni urad Republike Slovenije (2010).

V letu 2008 je po Davčnem uradu Republike Slovenije 2,09 % vseh študentov in dijakov zaslužilo več, kot bi Zakon o malem delu dopuščal. Glavnina zaslužkov preko študentskega dela pa v obsegu, ki bi ga zakon dopuščal. Iz spodnjega grafa je torej razvidno, da glavnina študentov sprememb, ki jih prinaša zakon, ne bi občutila (glej Graf 6.3).

Graf 6.3: Delež študentov v posameznih dohodkovnih skupinah



Vir: Cvikl (2010).

6.2 Kronološka umestitev preučevanega obdobja

V začetku decembra leta 2009 je Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve Republike Slovenije objavilo prvi osnutek Zakona o malem delu (2010), s katerim so reagirali na opozorila Evropske komisije (2009), ki je v svojem poročilu zapisala, da je oblika študentskega dela preko napotnic študentskih servisov za slovenski trg dela neprimerna, saj povzroča nelojalno konkurenco na trgu dela. Evropska komisija je Republiki Sloveniji svetovala, naj si »v okviru pristopa prožne varnosti prizadeva proti razdrobljenosti trga dela, še posebej s preučitvijo ustreznosti zaščite delavcev s pogodбами za nedoločen čas in pogojev za tako imenovano študentskodelo« (Evropska komisija 2009). Ministrstvo je zato študentsko delo v osnutku Zakona o malem delu močno omejilo, ga uzakonilo skupaj z delom brezposelnih in upokojujencev, ga obdavčilo in iz posredovanja dela izločilo posrednike, študentske servise. Močno je tudi omejilo t.i. koncesijske dajatve, to so sredstva, ki so jih neposredno od zaslužka študenta prejeli študentski servisi in ŠOS (glej Zakon o malem delu 2010).

Že ob prvi objavi je osnutek zakona sprožil revolt študentskih funkcionarjev, ki so s prvo organizirano akcijo posredovali svoje stališče, da »zakon bistveno slabša socialni položaj študentov« in hkrati s simboličnim dejanjem opozorili na problem. Na tem mestu sem se v spremljanje problema vključila tudi sama in bila odslej kot novinarka tretjega slovenskega dnevnoinformativnega časopisa, Dnevnika, vsakodnevno v

interakciji s člani študentskih organizacij, hkrati pa sem bila tudi vključena v aktivnosti študentskih organizacij. Te vključujejo psevdodogodke, kot so novinarske konference in aktivnosti za zbujanje pozornosti, denimo sežiganje osnutkov zakonov, posipavanje pepela, »podelitev jajc Pahorju«, s katerimi so opozarjali na problem in zbujali pozornost javnosti. Med te aktivnosti sodijo tudi neformalna srečanja, formalni, strukturirani in nestrukturirani intervjuji ter izjave. S podatki, pridobljenimi na tak način, bom pojasnila diskurzivne prakse (Fairclough 1995, 2001) ob nastanku medijskih tekstov, analiziranih s kritično diskurzivno analizo. Omenjene aktivnosti študentskih predstavnikov so dosegle vrhunec s študentskimi demonstracijami 19. maja 2010.

7 ČASOPISNI PRISPEVKI DELA IN VEČERA O ŠTUDENTSKIH DEMONSTRACIJAH

7.1 Metodologija

V empiričnem delu naloge bom s pomočjo kritične diskurzivne analize časopisnih novinarskih prispevkov, temelječe večinoma na predpostavkah Fairclougha (1995, 2001, 2006) in van Dijka (2006), poskušala dokazati, da se je v dveh vseslovenskih dnevnoinformativnih časopisih, v Večeru in Delu, uveljavljala manipulacija vsaj v dvajsetih dneh pred množičnimi študentskimi demonstracijami 19. maja 2010, na katerih je približno 8.000 študentov in dijakov prvič v zgodovini samostojne Republike Slovenije razbilo pročelje slovenskega parlamenta in na tak način izrazilo svoje nestrinjanje z osnutkom Zakona o malem delu. Moja teza je, da so takrat študentski funkcionarji, vodje študentskih organizacij, manipulirali z vsebino v medijih.

Ob tem bom s kritično diskurzivno analizo delno razčlenila tudi sporočila za javnost Študentske organizacije Slovenije. Sledeč metodam Erjavčeve (2005) bom uporabila analizo diskurzivnih praks sporočil za javnost in novinarskih prispevkov. Skozi vse faze analize bom poskušala dokazati uveljavljanje manipulativnega diskurza skozi medije na podlagi van Dijkovih (2006) teoretičnih konceptov manipulacije. Zanima me torej, kako se v novinarskeprispevke prenašajo elementi sporočil za javnost, ki jih je posredovala Študentska organizacija Slovenije.

Kritična diskurzivna analiza je najprimernejša metoda za raziskovanje tovrstnega uveljavljanja manipulacije v medijih, saj s to metodo raziskujemo, »kaj ljudje počnejo z uporabo govora in teksta« (Richardson 2007, 25); ali z uporabo jezika in govora posamezniki manipulirajo. Van Dijk (1988, 4–17) podobno pravi, da novice v tisku najbolj poglobljeno raziskujemo s kritično diskurzivno analizo, ker je to interdisciplinarni pristop, ki obravnava tako tekst kot kontekst. Diskurzivni dogodki in kontekst dogajanja so v dialektičnem odnosu, torej vplivajo eden na drugega.

Diskurzivne prakse imajo »ideološki vpliv in pomagajo pri reprodukciji družbene moči« (Wodak in Fairclough 1997, 259). Po Faircloughu (1995, 2001) je kritična diskurzivna analiza interpretativna, intertekstualna, kontekstualna in konstruktivistična metoda. Z njo raziskovalec interpretira pomene tekstov, upošteva, kaj je rečeno v kontekstu, in upošteva, da je pomen teksta konstituiran skozi interakcijo med tistim, ki ga proizvaja, tekstom in prejemnikom (van Dijk 1988, 10). Raziskovalec torej raziskuje razmerja v širšem kontekstu produkcije in konzumacije teksta, raziskuje pomen tega, kaj je napisano, in pomen tega, kako je napisano (Richardson 2007, 20). Za vsak člen medijskega diskurza po Faircloughu obstajajo alternativne izbire (Fairclough 1995, 65). Po vzoru Fairclougha tudi pričujoča kvalitativna metoda temelji na deskripciji, interpretaciji in pojasnilu. Deskriptivno metodo bom uporabljala na ravni analize tekstov, ker je to najpomembnejša stopnja vsake analize (Fairclough 1995), v kateri je opredeljena funkcija vsakega posameznega jezikovnega elementa. Osredotočila se bom na analizo besed, slovnice, besedotvorja, sestave stavkov, tekstualno organizacijo, uporabo metafor, hiperbol, metonimij ter makropropozicij¹⁴. Analiza posameznih tekstovnih elementov je ena izmed najpomembnejših stopenj vsake analize novinarskega prispevka ali diskurza (Richardson 2007). Ker so navedbe virov pomemben pokazatelj diskurzivne reprezentacije novinarskega prispevka in v tem smislu tudi pokazatelj novinarske (ne)objektivnosti (Fairclough 1995, 97), se bom osredotočila tudi na analizo virov. Ker tudi vizualizacija poudarja določene informacije, sem se ob kritični diskurzivni analizi osredotočila na analizo umestitve novinarskega prispevka v časopis, na analizo celotne forme novinarskih prispevkov ter na analizo slikovnih in grafičnih elementov.

Pojasnjevalno metodo bom uporabljala v družbeni analizi, ker je to najprimernejša metoda za razumevanje odvisnosti nastanka medijskega teksta od situacijskega in kulturnega konteksta (Fairclough 1995). Na vmesni ravni pa bom s pomočjo interpretacije podatkov, pridobljenih ob opazovanju z udeležbo, analizirala proces in diskurzivne prakse, proces produkcije teksta in proces interpretacije medijskih tekstov

¹⁴Van Dijk (1988, 30) pravi, da se analiza diskurza ukvarja s kognitivnim procesom, preko katerega bralci razumejo določene elemente prispevka zgolj kot del širše teme. Te elemente prispevka imenuje makropropozicije. So najbolj ključni pomeni nekega teksta, izpeljani iz pomenov posameznih besed in povedi ob brisanju nepomembnih pomenov in ob posploševanju. To so elementi, ki omogočajo identifikacijo ključne ideje povedi, več različnih povedi, odstavkov in daljšega besedila.

v specifičnem okolju naslovnika (Fairclough 2001; Erjavec 2005).

Medtem ko se Fairclough (1995) v svojih delih v glavnem osredotoča na kritično analizo teksta, Erjavčeva (2005) predlaga kombinacijo z drugimi etnografskimi metodami. Sama bom ob kritični diskurzivni analizi uporabljala metodo opazovanja z udeležbo, s katero bom pojasnila, kako so nastali obravnavani medijski teksti, kateri produkcijski procesi so bili v ozadju in kateri procesi so vplivali na razumevanje teksta pri prejemnikih. Uporaba metode opazovanja z udeležbo je najprimernejša metoda, ker »omogoča identificiranje določenih praks znotraj procesa produkcije in interpretacije novinarskih tekstov, ki niso konvencionalne« (Erjavec 2005, 174). Ker bom iskala elemente manipulacije, za katere domnevam, da so se uveljavili prek sporočil za javnost, in ker je ta praksa v Sloveniji z novinarskim kodeksom (2002) prepovedana, jeta metoda zaradi »problematične narave subjekta nujna« (Erjavec 2005, 159). Manipulacija je »problem, ki zadeva človeško delovanje, namen, pomen človekovih dejanj ter interakcije« (Jorgensen 1989, 13). Namen manipuliranja, kot smo ugotovili, je vselej skrit pred javnostjo in tudi s tega vidika je opazovanje z udeležbo najprimernejša metoda za ugotavljanje take intencije. Osredotoča se na »skrite namene in pomene človekovih dejanj, ki so vidni in znani samo pripadnikom določene skupine oziroma insajderjem« (Znaniecki v Jurgensen 1989, 15). Opazovalec je postavljen na samo mesto dogajanja, zbiranje podatkov pa poteka v naturalističnem okolju (DeWalt in DeWalt 2002, 2), zato ima raziskovalec vpogled v procese človekovih dejanj, kar mu omogoča boljše razumevanje in interpretacijo teh dejanj (glej Bernard 2006). Člani določene skupine lahko »upravljajo, manipulirajo in spreminjajo pomene določenih situacij ter resnične pomene skrivajo pred zavedanjem nečlanov teh skupin. Opazovanje z udeležbo omogoča razkritje takih dejanj članov skupine ali organizacije« (Goffman v Jorgensen 1989, 22). Opazovanje z udeležbo bom uporabila kot kvalitativno metodo, v kateri bom nastopala kot opazovalka in kot interpret določenega fenomena, torej manipulacije, ne bom pa se usmerjala v razsežnosti tega fenomena, torej v kvantitativni opis (glej DeWalt in DeWalt 2002, 2). Kot ugotavlja Jorgensen (1989, 9) ni enotne opredelitve, katere aktivnosti in kakšne strategije zbiranja podatkov vključuje metoda opazovanja z udeležbo. Sama bom s pomočjo opazovanja z udeležbo zbrala in uporabila podatke, zbrane s formalnimi in neformalnimi intervjuji, podatke, zbrane z analizo dokumentov, pisem in pisnih izjav, ter podatke, zbrane med aktivnostmi, dogodki in med interakcijami s študentskimi

funkcionarji, torej predsedniki Študentske organizacije Slovenije, Študentske organizacije Univerze v Ljubljani, Študentske organizacije Univerze v Mariboru, Študentske organizacije Univerze na Primorskem ter Zveze študentskih klubov Slovenije. Opazovanje z udeležbo je potekalo pet mesecev, od 11. decembra 2009, ko je Študentska organizacija Slovenije s prvo akcijo opozorila na nestrinjanje z osnutkom Zakona o malem delu in tudi zavzela določeno stališče, do 19. maja 2010, ko so študentske aktivnosti dosegle vrhunec in so množice študentskih demonstrantov oskrunile slovenski parlament.

V kritično diskurzivno analizo bom vključila 14 časopisnih prispevkov, objavljenih v dnevnoinformativnem časopisu Delo, in 16 novinarskih prispevkov, objavljenih v dnevnoinformativnem časopisu Večer, ki obravnavajo tematiko, povezano s »študenti« in z »malim delom« v obdobju od 1. maja 2010 do 19. maja 2010, torej v dvajsetdnevem obdobju pred študentskimi demonstracijami. Študentska organizacija Slovenije je namreč 4. maja 2010 objavila datum študentskih demonstracij (sporočilo za javnost Študentske organizacije Slovenije). To obdobje sem izbrala zato, ker so po tem, ko so študentski funkcionarji objavili datum organiziranih demonstracij, akterji aktivneje dostopali do medijev oziroma novinarjev in prek njih iskali podporo, opazno bolj intenzivno pa je bilo tudi medijsko poročanje o tej temi, zato domnevam, da se bo v tem obdobju morebitna manipulacija očitneje izražala skozi medije. V analizo bom vključila le novičarske prispevke informativne zvrsti¹⁵, ne pa tudi mnenjskih¹⁶ (Košir 1988, 58). Prav tako bom analizirala tudi novinarske prispevke, ki so bili objavljeni nekaj dni pred 4. majem 2010, ko je bil uradno objavljen datum študentskih demonstracij, saj so se neuradne informacije o datumu demonstracij v medijih pojavljale že prej. Vsak analiziran novinarski prispevek bom obravnavala kot posamezen diskurzivni dogodek in na podlagi opisanih teoretičnih konceptov ugotavljala, ali je v teh prispevkih moč najti elemente manipulacije.

¹⁵Po Koširjevi (1988) so to vest, poročilo, reportaža, feature, intervju, izjava, poročilo in anketa. Avtor je iz besedil izločen, je distanciran in predmet upoveduje objektivno.

¹⁶Po Koširjevi (1988) so to komentar, uvodnik, glosa, kolumna, kritika in recenzija. Avtor je v besedilu prisoten, je subjektivno naravnani in angažiran.

7.2 Rezultati

Najprej bodo predstavljeni rezultati analize produkcijskih procesov, zbrani z opazovanjem z udeležbo. V prvem delu tega poglavja bom tako odgovorila na osnovni vprašnji, in sicer kako je potekala selekcija dogodkov, o katerih so mediji poročali, ter kako je potekalo zbiranje informacij, ki so bile vključene v novinarske prispevke.

Sledi predstavitev rezultatov, pridobljenih s kritično diskurzivno analizo novinarskih prispevkov. V posameznih podpoglavjih bom pojasnila, katere so ključne značilnosti novinarskih prispevkov in kako so povezane s sporočili za javnost študentskih organizacij.

7.2.1 Rezultati analize produkcijskih procesov

7.2.1.1 Selekcija dogodkov in produkcija tekstov

Med večmesečnim opazovanjem produkcijskega procesa novinarskih prispevkov sem ugotovila, da je bila selekcija dogodkov, o katerih so mediji poročali, skoraj izključno v domeni študentskih organizacij, saj so z uspešnim zbujanjem pozornosti, s sklicevanjem tiskovnih konferenc in s pošiljanjem sporočil za javnost ter z ostalimi promocijskimi aktivnostmi določali dnevni red novinarjem.

Akterji študentskih organizacij so umetno ustvarjali napetost in z igranimi prizori, ki so imeli namen le vzbuditi novinarjevo pozornost, pridobivali novinarsko poročanje. Študentske organizacije se ob študentskih vstajah, ko pridobivajo svojo podporo, še vedno poslužujejo pomoči množičnih medijev. Sindikati in študentske organizacije dandanes uporabljajo službo za odnose z javnostmi, ki »ubesedi in pošlje v javnost njihove argumente« (Deacon 2003, 105), da si pridobijo politično podporo med svojo ciljno publiko, študenti, in odobranje svojega stališča v javnosti. Te organizacije preko medijev pristopajo do svojega občinstva in ciljne publike ter na tak način komunicirajo z njimi (Davies 2003, 30–31).

Že s prvo organizirano akcijo so študenti pridobili pozornost, saj so pred vhodom v stavbo Vlade Republike Slovenije zažgali »žaljiv osnutek malega dela« (11. december 2009) in s tem vzbudili pozornost več slovenskih medijev, kar je po Kirschnerju(1995, 136) tudi ključni pogoj za uveljavljanje manipulacije. Kmalu za dotičnim psevdodogodkom so predsedniki študentskih organizacij sprožili še eno akcijo, v kateri so pred slovenskim parlamentom simbolično »posipali pepel za zažganim žaljivim osnutkom Zakona o malem delu« (15. december 2009). Njihove aktivnosti so se iz meseca v mesec stopnjevale in postajale vse bolj provokativne, s čimer so pritegnile še več pozornosti medijev in javnosti. Dne 11. marca 2010 so na stavbo Kozolca v središču Ljubljane izobesili transparent z odmevnim napisom: »Če bo sprejet Zakon o malem delu bomo najebali vsi, ne samo psi.« Mesec dni kasneje (2. aprila 2010) so center Ljubljane, natančneje okolico stavbe Ministrstva za notranje zadeve Republike Slovenije in Prešernov trg s Tromostovjem, napolnili s tisočnimi nagrobnimi svečami. Šlo je za skrivno nočno akcijo, v kateri so predstavniki ljubljanske študentske organizacije skrivaj prižgali več tisoč sveč in jih nastavili pred vhod, na znake, pred spomenik, na ograje mostov. Naslednji dan so v medijih slavnostno priznali, da je to akcija v njihovi organizaciji. »Posluha za socialo ni več, socialni dialog je umrl. Zato gorijo sveče – slednjemu v spomin!« so takrat s sporočilom za medije sporočili javnosti. Nazadnje so nekaj tednov pred demonstracijami odprli žalno knjigo za vse, »ki žalujejo za socialno državo« (5. maj 2010). Šlo je torej za simbolične akcije, s katerimi so si pridobivali medijsko pozornost, javno odobravanje med svojo ciljno publiko in s tem podporo.

Sama tematika »študentskih demonstracij« je bila v medijih obravnavana, ker ustreza vsaj devetim novičarskim faktorjem (Galtung in Ruge1973). Poleg tega je bil študentski protest organiziran v času, ko so potekale pomembne zakonodajne spremembe, ki so vplivale na veliko družbeno skupino, delavce in študente, zaradi česar so sindikati pogosto javno opozarjali na nestrinjanje pred parlamentom. Tudi vsak tak posamezen dogodek je prepoznan kot primeren za objavo v tiskanih medijih zaradi elementa konflikta, ki je prav tako eden izmed novičarskih faktorjev.

7.2.1.2 Zbiranje informacij

Rezultati opazovanja z udeležbo so pokazali, da so bili v preučevanem obdobju predstavniki za odnose z javnostmi primarni vir informacij za novinarje.

Neformalni pogovori s člani organizacij, ki so sodelovali pri akcijah, so razkrili, da so le-tinačrtno dostopali do svoje ciljne publike preko medijev. Avtonomnost in s tem kredibilnost študentskih organizacij namreč sloni na njihovi tradicionalni sposobnosti, da demonstrira svojo neodvisnost od trga in države. Njihova moč leži v »sposobnosti, da rekrutirajo in mobilizirajo svoje široko članstvo« (Deacon 2003, 100).

Namen opazovanja z udeležbo je bil delno tudi razkriti diskurzivne elemente predstavnikov za odnose z javnostmi v novinarskih prispevkih. Ugotovila sem, da so novinarji »vsebinske« informacije pridobivali večinoma na tiskovnih konferencah, preko sporočil za javnost, ki so jih pošiljale študentske organizacije, preko elektronske pošte ali s pomočjo interneta. V dotičnem obdobju so predstavniki za odnose z javnostmi pošiljali sporočila za javnost intenzivno in redno ter novinarje obveščali o vseh aktivnosti študentskih organizacij. Tako pridobljene informacije so novinarji redko kritično premislili in jih preverili, večinoma so jih le zgoj dobesedno prepisali in posredovali v javnost, kar bo v nadaljevanju razvidno tudi iz primerjalne analize. Novinarji so njihova sporočila uporabljali nekritično, večinoma brez navedbe vira informacij oziroma so se pod novinarski prispevek podpisali sami. V analiziranih novinarskih prispevkih gre za transformacijo izvornih tekstov oziroma sporočil za javnost z velikim deležem dobesednih prepisov in izredno nizko angažiranostjo novinarjev pri delu. Podoben rezultat sem razkrila tudi s tekstualno analizo novinarskih prispevkov, ki dopolnjuje zadnjo ugotovitev.

Če so se predstavniki za odnose z javnostmi študentskih organizacij in tudi sami voditelji dnevno angažirali in se s sporočili za javnost ažurno odzivali na vsako izjavo, ki je bila posredovana v javnost bodisi s strani ministrov, vlade, poslancev, strokovnjakov ali drugih akterjev, ter s tem poskrbeli, da je bil ob vsakem poročanju o tej tematiki v morebitni novinarski prispevek vključen tudi njihov vidik, pa se druga stran, ministrstvo oziroma vlada, ni angažirala v tej smeri. Pred samimi demonstracijami niso sklicevali novinarskih konferenc, niso pošiljali sporočil za javnost, v redkih izjavah za javnost po sestankih pa so povzeli svoje stališče.

7.2.2 Rezultati analizenovinarskih prispevkov

7.2.2.1 Umestitev novinarskega prispevka v ospredje časopisa

Erjavčeva in Poler Kovačičeva (2007, 80) pravita, da ni le vsebina, ampak je tudi oblika tista, ki ustvarja pomen. Ni namreč vseeno, na kateri strani je določen novinarski prispevek objavljen, ali ima zraven fotografijo, kako velik naslov ima in kako dolg je. Zato kertudi vizualizacijapoudarja določene informacije, sem se ob kritičnidiskurzivni analizi osredotočila na analizo umestitve novinarskega prispevka v časopis in v sledečem poglavju na analizo celotne forme novinarskih prispevkov.

V analizi pozicije novinarskih prispevkov oziroma umestitve v časopis sem ugotovila, da so bili vsi analizirani novinarski prispevki, objavljeni v časopisu Delo, umeščeni v ospredje časopisa med rubriko »Dogodki dneva«, kar jih prednostno izpostavlja in jim daje dodatno težo v smislu pomembnosti. Tudi novinarski prispevki v Večeru so bili v obravnavanem obdobju umeščeni v rubriko »V žarišču«, kar jih izpostavlja kot pomembnejše, saj so pozicionirani na prvih straneh časopisa. Dodatno jih izpostavlja tudi postavitev na strani, saj se prevladujoče pojavljajo na zgornjih delih časopisnih strani. Prevladujoče gre za daljše novinarske prispevke tipa poročil (Košir 1988).

Intenziteta objavljanja prispevkov se večja s približevanjem datuma napovedanih demonstracij. Bolj kot se je približeval datum demonstracij, pogostejši so bili objavljeni prispevki. V Delu sta bila 18. maja 2010 objavljena dva novinarska prispevka o praktično isti temi, oba umeščena v ospredje časopisa.

7.2.2.2 Vizualni elementipodpirajostališče študentskih organizacij

Van Dijk (2006, 372) pravi, da se manipulacija uveljavlja skozi neverbalno komunikacijo, kot so denimo poudarjeni naslovi ali fotografije, oblika izvornega teksta in grafični elementi. Te diskurzivne strategije same po sebi sicer niso manipulativne, take postanejo v določenem kontekstu in v specifičnih komunikacijskih situacijah. Prav zato sem se v nadaljevanju posvetila analizi celotne forme preučevanih novinarskih prispevkov.

Analiza celostne oblike obeh besedil je razkrila, da je bila žanrska struktura sporočila za javnost povsem enaka strukturi novinarskega prispevka. Sporočilo za javnost je, tako kot novinarski prispevek, žanrsko oblikovano kot resna novica (Košir 1988), pri čemer je za slednji tekst to ena izmed žanrskih oblik, za prvi tekst pa to ni značilna žanrska forma (Fairclough 1995). Obe vrsti analiziranih tekstov imata sledečo formo: izpostavljen naslov, poudarjena uvod in jedro. Pomembnost navedenih informacij proti koncu jedra v obeh vrstah tekstov upada, torej imata oba teksta obliko obrnjene piramide (Poler Kovačič 2005).

7.2.2.3 Uporaba enostranskih virov in psevdodogdkov

Novinarski prispevki so sestavljeni iz izjav in virov, zato je pomembno, koga novinarji navajajo eksplicitno, koga manj eksplicitno in koga sploh ne navajajo. Navajanje virov je tudi ključni pokazatelj novinarske (ne)pristranskosti, saj morajo novinarji navesti mnenja vseh v dogodek vpletenih udeležencev (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 80). Pomemben pokazatelj diskurzivne reprezentacije novinarskega prispevka (in v tem smislu tudi pokazatelj novinarske (ne)objektivnosti) je po Faircloughu (1995, 97) navedba virov oziroma citiranje določenih izjav in opisovanje določenega vidika brez navedbe ustreznega vira oziroma skozi usta novinarja. Slednje je pokazatelj preferenčno vsiljenega razumevanja novinarskega prispevka. Prav zato bom v nadaljevanju analizirala uporabljene vire v izbranih novinarskih prispevkih.

Ob analizi virov sem ugotovila, da v izbranih novinarskih prispevkih, objavljenih v časopisu Delo, prevladuje enostransko poročanje, torej zastopanje strani študentske organizacije, ne pa zastopanje vlade oziroma ministrstva. Študentski vidik zgodbe je predstavljen samo v tolikšni meri, kot so ga sami predstavili skozi sporočila za javnost spredhodno vkomponiranimi citati in izjavami. V vseh prispevkih v Delu je študentskemu vidiku namenjeno več prostora, študentski argumenti in njihova stališča so postavljeni v ospredje oziroma na začetek novinarskega prispevka. V analiziranih novinarskih prispevkih v Delu sem ugotovila, da novinar prevladujoče reprezentira študentski diskurz brez navedbe ustreznega vira, torej gre za zastopanje študentskega stališča skozi besede novinarja oziroma reporterja (Djordjević2010c, 3): »*Na ulico za boljši socialni položaj!*« Van Dijk (2006, 373) pravi, da sta vrstni red upovedanih

informacij in poudarki (grafični ali vsebinski) elementa manipulacije, saj se s tema strategijama namreč prednostno izpostavlja določene informacije in na tak način poudarja določene pomene, ki so razumljeni pozitivno oziroma negativno.

Za Večer, za razliko od analiziranih novinarskih prispevkov objavljenih v Delu, ne morem trditi, da je študentska perspektiva oziroma njihov zorni kot obravnavane tematike v ospredju novinarskih prispevkov, prav tako pa nisem ugotovila, da bi novinar brez navedbe ustreznega vira zavzel določeno stališče in ga upovedal s svojimi besedami ter reprezentiral kot dano dejstvo in ne kot mnenje določene družbene skupine.

Ob analizi virov novinarskih prispevkov sem prav tako ugotovila, da je primarni novinarjev vir vselej študentska organizacija. Večinoma gre za enostransko informiranje in izpostavljanje določenih poudarkov zgodbe, ki so skladni z njihovimi interesi ter zamolčanje tistih delov zgodb, ki niso skladni z njihovimi interesi (van Dijk 2006, 372); ali drugače povedano, študentske organizacije, ki domnevno na tem mestu nastopajo v vlogi manipulatorja, svoje naslovnike samo enostransko informirajo, kar je pravtako element manipulacije (Kirschner 1995, 127).

V Delu neodvisni viri nastopajo v natanko enem izmed analiziranih prispevkov. V Večeru je več neodvisnih virov, a so prav tako redki. Večinoma se v novinarskih prispevkih pojavljajo pravni ali ekonomski strokovnjaki, ki običajno podkrepijo stališče študentske organizacije. Tudi v Večeru se pojavljajo enostransko predstavljeni novinarski prispevki, kjer je vključen le vidik študentov, predstavljene so njihove želje, pogledi in cilji, ne pa tudi pogledi in želje vlade oziroma ministrstva (Žišt 2010a, 3): *»Predstavniki študentov so poudarili, da želijo pred samo obravnavo zakona videti poglobljene konkretne analize o učinkih zakona, predsednika vlade pa opozarjajo, da je nujno potrebno zagotoviti zadostno število študentskih postelj, drastično povečati število in višino državni štipendij, subvencionirati prevoz za dijake in študente, sicer bodo še naprej vztrajali, da je zakon slabo pripravljen.«*

»Obtoževanje« in »napad«, ki ju sicer prevladujoče lahko zasledimo v analiziranih novinarskih prispevkih, sta po van Dijk (2006, 373) eni izmed osrednjih strategij manipulacije, a o teh strategijah več ob analizi makropropozicij.

Primerjava je razkrila dobesedno navajanje celotnih odstavkov iz sporočil za javnost v novinarskih prispevkih, upovedanih tako, da bralec dobi vtis, da je novinar aktivno deloval in se pogovarjal s predsednico organizacije, dejansko pa je bil stavek na tak način pripravljen za objavo in posredovan novinarjem v sporočilih za javnost s strani službe za odnose z javnostmi (Žišt 2010b, 3): *»"Vendar nas skrbi, da kljub temu predsednik vlade ne bi pozabil, da smo eden izmed najpomembnejših segmentov družbe in smo tudi najšibkejši. Ravno zato, ker mislimo, da se situacija za študente ne bo izboljšala, bodo 19. maja študentske demonstracije. Očitno je potrebna ulica, da nas vlada tudi sliši," je povedala Katja Šoba.«*

Novinarski prispevki ne temeljijo na dogodkih, ki bi ustrezali novičarskim kriterijem, saj gre večinoma za psevdodogodke, ki so bili organizirani z namenom promocije študentskih aktivnosti. Ob tem je dogodek velikokrat opredeljen s stavkom *»kot je na današnji novinarski konferenci poudarila Katja Šoba«* (Djordjević 2010b, 4). Edina opazna razlika je bila, da so aktivnosti v sporočilih za javnost predstavljene bolj eksplicitno in izrazito pozitivno, v novinarskih prispevkih pa je izrazita pozitivnost ponekod omiljena.

7.2.2.4 Vrednostne sodbe v izbranem besedišču

Uporabila sem analizo posameznih besed, ker je to ena izmed pomembnejših stopenj vsake analize novinarskega prispevka ali diskurza (Richardson 2007). Besede slikajo družbo, še posebej njene vrednostne sodbe, saj vse besede nosijo poleg denotativnega tudi konotativni pomen. Sledeča analiza leksikalne strukture poteka od mikroanalize besed do analize stavkov (Richardson 2007, 47).

V leksikalni analizi sem ugotovila, da je leksikalna struktura novinarskih prispevkov zelo podobna sporočilom za javnost. Uporabljene so bile podobne ali enake fraze, ki so jih skonstruirale študentske organizacije. Ena takih fraz je bila besedna zveza *»socialni korektiv«*, npr. *»malo delo bo odpadlo kot glavni socialni korektiv«* (Belovič 2010c, 4).

Zelo pogosto je bila uporabljena tudi besedna zveza »poslabšal socialni položaj«:

- *»/.../ ker je socialni položaj najšibkejših družbenih skupin čedalje slabši.«* (Djordjević 2010b, 4);
- *»Zakon ogroža položaj socialno najšibkejših študentov.«* (Belovič 2010a, 2);
- *»Na ulico za boljši socialni položaj«* (Djordjević 2010c, 3);
- *»Opozorili bodo na težek položaj slovenskih študentov, ki bi se z odpravo študentskega dela še poslabšal.«* (Djordjević 2010c, 3);
- *»Ključni pomislek študentskih funkcionarjev je, da bo poseg poslabšal socialni položaj študentov.«* (Belovič 2010a, 4).

Skoraj v vseh prispevkih se pojavlja tudi navezava na »neobstoj socialnega dialoga«:

- *»Srečanje bi pomenilo prelomnico v socialnem dialogu.«* (Delo 2010a, 4);
- *»/.../ po več mesecih neuspešnega socialnega dialoga /.../«* (Belovič 2010b, 1).

Zgornji sklopi primerov so izpostavljeni tudi zaradi prikaza ponavljanja. Ponavljanje po Erjavčevi (2005) najbolj jasno kaže na ideološko konstrukcijo, ki obkroža tekst, po Kirschnerju (1995, 79) pa je ponavljanje ena izmed pomembnejših metod manipulacije. Grunig in Hunt (1984) navajata, da je ponavljanje tudi ena izmed glavnih prvin v promocijskih tekstih, kot so sporočila za javnost.

Tipična je tudi pozitivna samoreprezentacija študentov in negativna reprezentacija drugih, ki sta se skozi sporočila za javnost prenašali na novinarske prispevke (Delo 2010a, 4): *»V pismu med drugim navajajo, da gre za pomembno odločitev o usodi generacije, ki je "razvojni imperativ naše države". Srečanje je zato najvišja prioriteta, ki bi pomenilo prelomnico v socialnem dialogu, ki doslej zaradi enostranskega delovanja ministrstva za delo ni bil vreden svojega imena. Po njihovem mnenju je predlog dopolnila k zakonu konstruktiven, saj celostno ureja socialno problematiko najšibkejšega dela slovenskega prebivalstva.«*

Pozitivna samoreprezentacija je poudarjena z besedno zvezo »generacija, ki je razvojni imperativ naše države«, na negativno reprezentacijo drugih pa kaže besedna zveza »enostransko delovanje ministrstva«, ki aplicira delovanje v nasprotju z demokratičnimi standardi naše družbe, v nasprotju s pripravljenostjo na dialog, na katero v izpostavljenem odlomku aplicirajo študenti. Izpostavljanje odgovornosti ter

»Naših« pozitivnih doprinosov in »Njihovih« negativnih doprinosov je prav tako strategija manipulacije (van Dijk 2006, 373). »Naši« pozitivni doprinosi so v odlomku izpostavljeni z besedno zvezo »predlog dopolnila k zakonu je konstruktiven«, na »Njihove« negativne doprinose pa ponovno aplicira besedna zveza »enostransko delovanje ministrstva«. »Obtoževanje« in »napad«, ki ju sicer prevladujoče lahko zasledimo v analiziranih novinarskih prispevkih, sta po van Dijk (2006, 373) dve izmed osrednjih strategij manipulacije. V izpostavljenem citatu se ponovno pojavi tudi strategija obtoževanja, in sicer z apliciranjem, da do pomembnega srečanja ni prišlo zaradi nepripravljenosti vlade na socialni dialog. Tako obtoževanje sem zasledila tudi v drugih analiziranih novinarskih prispevkih. Van Dijk (2006, 373) navaja, da je naslednja bistvena strategija manipulacije tudi »diskreditiranje nasprotnika«. Na takšno diskreditacijo v analiziranem primeru aplicira poved »v socialnem dialogu, ki zaradi enostranskega delovanja ministrstva za delo doslej ni bil vreden svojega imena«.

Zadnji stavek zgornjega odstavka prenaša manipulativni diskurz, saj študenti nikjer ne poudarijo, da so se sestali s predsednikom vlade, a skupnega dogovora niso dosegli, pač pa lahko bralec dobi vtis, da odgovorni srečanje oziroma pogovor s študentskimi predstavniki zavračajo. Mestoma je mogoče v analiziranih prispevkih zaznati uveljavljanje promocijskih prvin v tekstu, denimo poudarjanje, da so dijaki upravičeni odsotnosti od pouka na dan demonstracij in natančen opis aktivnosti demonstracij. Take promocijske prvine so eden izmed bistvenih elementov prispevkov za javnost v obliki novinarskih prispevkov (Erjavec 2005, 170).

Diskurz študentske organizacije, ki se je prenesel v novinarski prispevek, prav tako aplicira na moralno superioriteto študentskih organizacij v smislu pripravljenosti na dialog, ki jo neprestano izpostavljajo. Člani študentskih organizacij so izpostavljeni kot tisti, ki upoštevajo demokratične standarde, dopuščajo javne debate, spoštujejo nasprotno mnenje, na kar aplicirajo s povedjo, da »institut študentskega dela potrebuje spremembe, a ne takšne kot so predlagane«. Po drugi strani pa s tem dodatno negativno reprezentirajo svojega nasprotnika, ki teh standardov ne upošteva.

7.2.2.5 Metafora vojne in izrazito pretiravanje

Analiza retoričnih tropov je pokazala, da v novinarskih prispevkih prevladujoče nastopajo metafore in hiperbole, »ki služijo ob marginalizaciji konstrukciji pomenov teksta s perspektive nasprotne strani« (Fairclough 1995, 72). Uporabljen diskurz o vpeljavi zakona je ob uporabi metafor razumljen kot boj kapitalizma proti delavskemu razredu, kot krčenje delavskih in študentskih pravic. V prispevkih, objavljenih v dneh, ko se je bližal datum demonstracij, je novinar Dela uporabil klasično metaforo vojne, kar je po Faircloughu (1995, 71) »metafora z ideološkim predznakom«. Skozi uporabo metafore vojne, novinarski prispevki pomagajo pri uveljavi in reprodukciji takih ideoloških reprezentacij (Fairclough 1995, 73).

Metafora se pojavi že v naslovu »*Socialne fronte se odpirajo*« (Belovič 2010a, 2) ter v poudarjenem uvodu (prav tam): »*Prejšnji teden so se dokončno izrisale ključne socialne fronte, ki jih bo letos bila vlada. Jutri bodo Ljubljano zasedli študenti, nezadovoljni z malim delom. /.../ Protest študentskih organizacij v Ljubljani je prvi interesni spopad, ki ga bo letos bila vlada.*« Tudi dan kasneje se v tekstu pojavi enaka vojna metafora »*ključna bitka se bo bila*« (Belovič 2010b, 1).

Metafore so tudi sicer značilnost analiziranih tekstov, ki so pogoste zlasti v naslovih, npr. »*Po sindikatih na ulico še študenti*« (Belovič 2010b, 1), »*Preizkus na ulici*« (Belovič 2010c, 4), »*Na ulico za boljši socialni položaj*« (Djordjević 2010c, 3), »*Škisova tržnica generalka pred majskimi protesti*« (Djordjević 2010a, 2). Zaznamovana jezikovna sredstva in retorični tropi (glej Korošec 1998) so poleg metafore, ki se pojavlja tudi v tekstu, torej zelo pogosti, npr. »*vladi bi radi na ulici povedali to, česar v pisarni ne sliši*« (Djordjević 2010c, 3), poleg tega pa lahko zasledimo še hiperbolo oziroma močno pretiravanje, npr. »*silovit odpor študentov*« (Belovič 2010c, 4), »*eskaliralo v demonstracije*« (prav tam), »*plačujejo oderuške najemnine pri zasebnikih*« (Djordjević 2010a, 2).

Pretiravanja oziroma hiperbole se pojavljajo tudi v časopisu Večer (Žišt 2010b, 3): »*Vendar nas skrbi, da kljub temu predsednik vlade ne bi pozabil, da smo eden izmed najpomembnejših segmentov družbe in smo tudi najšibkejši. Ravno zato, ker mislimo,*

da se situacija za študente ne bo izboljšala, bodo 19. maja študentske demonstracije. Očitno je potrebna ulica, da nas vlada tudi sliši," je povedala Katja Šoba.«

Besedne zveze, kot so »najpomembnejša družbena skupina« in »najšibkejši«, so izmišljene in pretirane, saj nobena izmed referenčni raziskav še ni pokazala, da se študenti uvrščajo v katero koli izmed zgornjih dveh skupin.

V zadnjem stavku citatase ponovno pojavi metafora. Le-te so tudi sicer pogoste v novinarskih prispevkih v Večeru, ki se, tako kot v Delu, pojavljajo tudi v naslovih, npr. »*Ko ni dialoga, se začne jezik ulice*« (Žišt 2010d, 4) in »*Mladi bodo protestno preplavili Ljubljano*« (Žišt 2010g, 3). V novinarskem prispevku, objavljenem 5. maja 2010, se v zadnjem stavku ponovi metafora, uporabljena tudi v Delu, v prispevkih pa se pojavljajo tudi metonimije, npr. »*Študenti izžvižgali vlado*« (Žišt 2010c, 1).

Na tem mestu naj opozorim na uporabo besede »*odprava*« študentskega dela, saj formalno ne gre za odpravo, ukinitev, temveč zgolj za omejevanje. Beseda »*ukinitev*« študentskega dela se pojavlja v mnogih analiziranih prispevkih. Tako v sporočilih za javnost kot na novinarskih konferencah, so namreč akterji študentskih organizacij poudarjali, da »*vlada ukinja malo delo*«, pri čemer to ne drži, saj gre za omejevanje instituta študentskega dela (Zakon o malem delu 2010) in ne za njegovo ukinitev. Kljub temu se je tak diskurz prenesel v novinarske prispevke obeh časnikov (Toplak 2010, 4): »*Bo pa zakon dolgoročno ukinil študentsko delo in študentom iz slabšega socialnega okolja onemogočil študij – kar okoli 40 odstotkov mladih si preko študentskega dela zasluži osnovo, da sploh lahko študira.*« Na tem primeru je tudi jasno vidna manipulacija, saj se skozi novinarsko poročanje prenašajo neresnične in nepreverjene navedbe in dejstva (van Dijk 2006), ki so celo izpostavljene v naslovu.

Nasloviv analiziranih prispevkih so večinoma zavajajoči, saj prevladujoče aplicirajo, da je zdaj socialni položaj študentov slab, npr. »*Na ulico za boljši socialni položaj*« (Djordjević 2010c, 3) ali »*Zakon dolgoročno ukinja študentsko delo*« (Toplak 2010, 4), pri čemer zanemarjajo dejstvo, da je že nekaj let enak, da spremembe še niso uveljavljene in da se socialni položaj vsaj do prihodnjega leta ne bo spremenil. Na tem mestu naj izpostavim tudi grafično umestitev in izpostavljenost sicer netočnih in

zavajajočih informacij v naslovih kot dodatnega elementa manipulacije (van Dijk 2006).

V analiziranih prispevkih sem večkrat zasledila tudi apel dijakom, ki bodo ob udeležbi na demonstracijah opravičeno odsotni od pouka. Ponavljanje določenih besed in fraz, predvsem neresničnih, ima, kot je omenjeno v zgornji analizi, ideološki učinek (Erjavec 2005, 171) in manipulativni učinek (Kirschner 1995).

V dneh pred demonstracijami je v novinarskih prispevkih vse več pretiravanja in navajanja neresničnih dejstev, npr. *»zakon ogroža položaj socialno najšibkejših študentov, ki ne bodo mogli več študirati«* (Belovič 2010a, 2). To početje gre lahko razumeti tudi kot generiranje moralne panike med javnostjo (glej Bulc 2003). V več prispevkih se pojavlja reprezentacija splošnega nezadovoljstva v družbi, kar ni nujno resnično. Na nezadovoljstvo aplicirajo zastopniki posameznih družbenih skupin, ki namenoma ustvarjajo tako stanje, verovanje v družbi (Belovič 2010a, 2): *»/.../ študenti, nezadovoljni z malim delom, upokojenci z usklajevanjem pokojnin, sindikati s preurejanjem delovnih razmerij in višanjem upokojitvene starosti /.../«*

Večkrat se v novinarskih prispevkih pojavlja tudi primerjava s t.i. Črno sredo, to so bile demonstracije, ki so jih študentske organizacije organizirale pred petimi leti, udeležilo pa se jih je nekaj tisoč študentov, npr. *»Protest napovedujejo kot ponovitev Črne srede«* in *»pričakujejo več kot 1.500 protestnikov«* (Djordjević 2010c, 3). Kljub temu da naj bi bili študenti v družbi marginalizirana in najšibkejša družbena skupina, v svojem diskurzu neprestano reprezentirajo svojo velikansko moč prav z napovedovanjem demonstracij in množične udeležbe na njih, kar je po van Dijk (2006, 378) prav tako element manipulacije. Prejudiciranje odločitve in napovedovanje množične udeležbe in zabavne prireditve s koncertnim dogajanjem služi tudi kot zastrašitev svojega nasprotnika, kar je po Kirschnerju (1995) element manipulacije.

7.2.2.6 *Novinarski teksti kot promocijska besedila*

Analiza makropozicij je pokazala, da je v ospredju tematika »spornih družbenih sprememb« in »ukinjanje najpomembnejšega socialnega korektiva« ter legitimizacija odločitve za demonstracije. Študentske organizacije so skozi sporočila za javnost konstruirale družbeni problem, da »vlada ukinja študentsko delo«, pri čemer dejansko ne gre za ukinjanje, temveč za omejevanje, te spremembe pa bi, sodeč pozgoraj navedeni raziskavah in statističnih podatkih, občutilo le 8 % študentske populacije (Cvikl 2010). Nasprotno pa študentske organizacije v sporočilih za javnost ne omenjajo svojih parcialnih interesov oziroma interesa, ki ga imajo one od tega. Študenti so skozi diskurz v novinarskih prispevkih reprezentirani kot nedolžne žrtve spornih družbenih sprememb. Nastopajo kot zagovorniki celotne skupnosti za študentske interese, saj se borijo proti zakonu, ki »*bistveno slabša njihov socialni položaj*« (Dordjević 2010c, 3), ne pa kot zagovorniki svojih partikularnih interesov.

Ob primerjavi sporočil za javnost in novinarskih prispevkov sem ugotovila, da so teme novinarskega poročanja v glavnem narekovali v študentskih organizacijah. Poročanje so spodbujali prav s tem, da so vsakič znova generirali problem, svoj vidik upovedali v sporočilu za javnost in ga posredovali novinarjem, ki so ga, kot sem ugotovila, nekritično povzeli. Na to kaže tudi dejstvo, da tako sporočila za javnost kot novinarski prispevki obravnavajo priprave ali potek demonstracij, vsebino Zakona o malem delu ter socialni položaj študentov. Le v enem izmed analiziranih člankov so novinarji sicer pisali o študentih, a obravnavali njihovo domnevno sporno ravnanje le, ker je Študentska organizacija Univerze na Primorskem kupila jadnico.

Sporočila za javnost, ki sem jih analizirala, imajo promocijsko funkcijo, in sicer pridobiti čimveč podpornikov izmed svoje ciljne publike in jih prepričati, da se udeležijo demonstracij. Ob tem jim ponujajo zastoj avtobusni prevoz in opravičeno odsotnost od pouka. Ta promocijska narava je pogosto prenesena v novinarski prispevek. V sporočilih za javnost in novinarskih prispevkih sem odkrila večkrat ponavljajoč se apel predsednika dijaške organizacije, da imajo »*tudi pravico, da so dijaki na dan protestnega shoda upravičeno odsotni od pouka*« (Djordjević 2010a, 2).

Tudi slikovni in grafični elementi ob tekstu so izrazito promocijske narave – v prid študentskim organizacijam (glej Sliko 7.1).

Slika 7.1: Grafični in slikovni elementi ob tekstu

Jutri študentski protesti v Ljubljani

Na ulico za boljši soc

Maribor, Ljubljana – Študentje in dijaki bodo jutri protestirali, ker so nezadovoljni s predlogom zakona o malem delu, ki predvideva omejitve njihovega dela. Opozoriti nameravajo tudi na neustrezno štipendijsko politiko, pomanjkanje študentskih postelj in napovedano ukinitve brezplačne dijake malice. »Vladi bi radi na ulici povedali tisto, česar v pisarni ne sliši.« Je na včerajšnji tiskovni konferenci poudaril predsednik mariborske študentske organizacije Žiga Schmidt. Tisti, ki so proti protestom, opozarjajo, da večinoma študentskih funkcionarjev ne nasprotuje omejevanju študentskega dela, ampak izgubi 14 milijonov evrov na leto, s katerimi njihove organizacije prosto razpolagajo.

Študentske organizacije se na dogodek – napovedujejo ga kot pomenitev » rne srede« izpred štirih let – temeljito pripravljajo in s transparenti na avtocestah in prometnih vpadnicah, plakati, nalep-



Vir: Delo (2010, 3).

Slika, objavljena 18. maja v Delu, prikazuje človeka, ki drži plakat, s katerim so sicer študentske demonstracije pozivale na demonstracije. Gre torej za fotografijo z vkomponiranim promocijskim elementom. (Domnevni) študent na pričujoči fotografiji je preprosto oblečen, stoji v blokovskem naselju, kar aplicira na preprostost in »slab socialni položaj«, na katerega sicer opozarjajo študentske organizacije. Fotografija pripomore k tendencioznosti novinarskega prispevka, saj ob njej ni objavljene tudi ustrezne promocije nasprotne strani; ob novinarskem prispevku ni objavljenih tudi promocijskih plakatov, s katerim je vladna stran zastopala svoje odločitve pri vpeljavi zakona.

Glede na intenziteto pošiljanja sporočil za javnost in sklicevanja tiskovnih konferenc lahko sklepam, da so študentske organizacije v zadnjih dneh pred demonstracijami

želele ustvariti preplah med ciljno publiko, torej študenti (Djordjević 2010c, 3): *»Predstavniki študentov bodo z demonstracijami vlado opozorili na slab socialni položaj študentov, ki se bo z odpravo študentskega dela le še poslabšal.«* Prav tako so se v zadnjih dneh intenzivno posluževali tipičnega promocijskega diskurza in vabili študente na demonstracije ter jim, kot omenjeno, ponudili tudi vse rešitve, da se bi jih lahko udeležili: avtobusni prevoz, upravičeno odsotnost od pouka in – neeksplicitno – zabavo.

Ključna značilnost novinarskih prispevkov, objavljenih v Večeru, je tudi, da ne poročajo o družbenih dogodkih, pač pa o promocijskih aktivnostih določene organizacije, ki jih akterji te organizacije posredujejo na tiskovnih konferencah (Erjavec 2005, 170). Najbolj tipičen primer sporočila za javnost, ki je bil objavljen kot novinarski prispevek, je bil v Večeru 18.maja 2010, torej dan pred demonstracijami, kjer je šlo za tipično enostransko poročilo z novinarske konference z močnim promocijskim nabojem. Primerjava je na tem mestu nemogoča, saj so bile informacije podane ustno, kljub temu pa lahko izluščimo ključne značilnosti prispevka za javnost v obliki novinarskega prispevka.

V analizi sem ugotovila, da avtorica v prispevku predstavi natančen potek aktivnosti z navedbami zbirnih mest, odhodov avtobusov in ur odhoda. V oči pa bodejo neutemeljene in pavšalne obtožbe predsednika mariborske študentske organizacije (Toplak 2010, 4): *»Poleg Zakona o malem delu je povod za protestno zbiranje še vse slabši socialni položaj študentov, ki ga neurejena zakonodaja pogloblja (neurejena študentska politika, premalo študentskih postelj, nesubvencioniranje prevoza in zdravstvenega zavarovanja), vlada ukinja še državne študentske stipendije za mladoletne dijake in otroške dodatke za polnoletne ter polno subvencionirano dijaško prehrano.«* Mednaslov *»Skoraj polovica jih dela, da lahko študira«* (prav tam) je tipičen manipulativni diskurz. V celotnem prispevku namreč ni naveden vir, od kod izvira ta podatek, zato domnevam, da gre za ocene študentskih organizacij, ki pa ne držijo. Gre za manipulacijo z množico, pri čemer ima ta še toliko več možnosti, da se uveljavi, saj je podatek izpostavljen v mednaslovu, ki je grafično izpostavljen del teksta.

Novinarji Večera so prav tako reagirali na akcije študentskih organizacij, ki so bile namenjene zgolj zburanju pozornosti novinarjev, da so o tej temi začeli poročati, kar

je po Kirschnerju (1995) eden izmed elementov manipulacije (Žišt 2010b, 3):
»Študentska organizacija Univerze na Primorskem je po neuspelem sestanku s predsednikom vlade pripravila simbolično žalovanje z vencem, svečami in žalno knjigo, v katero se lahko vpišejo vsi, ki žalujejo za izgubljeno socialno državo.«

7.2.2.7 Ključne razlike med analiziranimi časopisoma

V preučevanem času v Delu ni bilo objavljenih prispevkov o študentih, ki ne bi bili neposredno povezani bodisi s študentskimi demonstracijami bodisi z Zakonom o malem delu, v veliki meri pa z obojim. V analizi časopisa Večer sem zasledila relativno več raznovrstnih prispevkov, ki sicer zadevajo študente in posredno tudi njihov socialni položaj ter sprejem zakona, a so mnogo bolj raznovrstni in vključujejo več virov informacij kot prispevki v Delu. Predvsem v analizi prispevkov Dela ugotavljam, da študenti nastopajo v prav vsakem izmed prispevkov, medtem ko so v Večeru izbirali raznovrstne vire informacij, ki prav tako zastopajo »pro et contra« stališča Zakona o malem delu, a so mnogo bolj raznovrstni in vključujejo več virov informacij kot prispevki v Delu. Vsaj v enem izmed analiziranih novinarskih prispevkov, objavljenem v časopisu Večer, študentskega stališča ne zastopajo vodje študentskih organizacij, ampak pravni in ekonomski strokovnjak, ki v rubriki »Pro et contra« soočita svoje videnje zakona.

Medtem ko se v Delu novinarji kritično ne sprašujejo o upravičenosti demonstracij, temveč jih jemljejo kot dano dejstvo, se v Večeru sprašujejo o njihovi upravičenosti ter skozi prispevke nakazujejo alternativne možnosti reševanja problemov. V Večeru je tematika kvalitativno obširneje pokrita, saj je bilo v preučevanem obdobju objavljenih več prispevkov, je pa tudi vsebinsko bolj raznovrstna. Osrednja razlika med analiziranimi časopisoma je, da Večer navidez zavzema stališče, ki ni skladno s študentskim, je torej proti študentskim demonstracijam, v Delu pa, vsaj navidez, študentske demonstracije in študente pri svojih prizadevanjih mestoma celo podpirajo.

7.2.3 Primerjava novinarskih prispevkov in sporočil za javnost študentske organizacije

7.2.3.1 Primerjava novinarskega prispevka, objavljenega v Delu 14. maja 2010, in sporočila za javnost, posredovanega 13. maja 2010

V spodnji analizi novinarskega prispevka je natančneje analiziran diskurz predstavnikov za odnose z javnostmi v novinarskem prispevku v Delu, ki je bil objavljen 15. maja 2010, dan po posredovanju sporočila za javnost študentske organizacije. Iz spodnje natančne analize je razvidno, kako je bil izvorni tekst, torej sporočilo za javnost, transformiran in »utelešen v novinarski prispevek« (Fairclough 1995, 72).

Slika 7.2: Sporočilo za javnost Študentske organizacije Slovenije 13. maja 2010



SPOROČILO ZA JAVNOST (aktualno do 19. maja 2010)



Dijaška
organizacija
Slovenije

Dunajska 51
SI 1000 Ljubljana

T 01 280 68 00
F 01 280 68 07

info@dijaska.org
www.dijaska.org

Študenti in dijaki 19. maja skupaj proti slabim vladnim odločitvam

(Ljubljana, 13. maj 2010)

Na današnji novinarski konferenci sta predstavnika študentov in dijakov podrobno predstavila razloge za dijaško-študentske demonstracije, ki bodo v sredo, 19. maja 2010 ob 13. uri na Prešernovem trgu v Ljubljani. Predsednica Študentske organizacije Slovenije (ŠOS) Katja Šoba je poudarila, da pri demonstracijah ne gre zgolj za nasprotovanje Zakonu o malem delu, temveč je razlogov veliko več, saj je socialni položaj dijakov in študentov čedalje slabši, ob tem pa neurejena zakonodaja na področju visokega šolstva še dodatno pogloblja težave študentov. Glavni razlogi za demonstracije so naslednji: uvedba malega dela za dijake in študente, nezadostna štipendijska politika, bivanjska problematika, problem subvencioniranja prevozov in plačevanje zdravstvenega zavarovanja ter ukinjanje državnih štipendij za mladoletne dijake, ukinjanje otroških dodatkov za polnoletne dijake in študente in ne nazadnje tudi ukinitvev 100 odstotne subvencionirane dijaške prehrane.

Katja Šoba je uvodoma povedala, da mora biti visoko šolstvo brezplačno in dostopno vsem. Štipendije bi morale študentom zagotoviti zadovoljiva sredstva, s katerimi v času izobraževanja pokrije vedno večje stroške študija, ki so se samo od leta 2002 do 2007 povečali kar za dvakrat (200 odstotkov). Delež štipendistov se iz leta v leto zmanjšuje, štipendije so prenizke in kot take ne zadoščajo za pokritje stroškov študija. Sistem štipendiranja je neustrezen, denar, namenjen za štipendije pa ostaja nerazdeljen, poleg tega pa želi država ukiniti državne štipendije za vse mladoletne dijake ter ukiniti 100 odstotno subvencionirano dijaško prehrano.

»Žalostno je, da minister dr. Ivan Svetlik s prstom kaže na študentsko delo, kot edinega krivca za podaljševanja študija, kar pa ni res.« je poudarila predsednica ŠOS. Študentsko delo ima poleg funkcije socialnega korektiva še druge, pomembne naloge – oblikovanje osebnosti, kritičnega razmišljanja posameznika, pridobivanja nujno potrebnih delovnih izkušenj in navad ter nenazadnje – študentsko delo je v letih svojega obstoja znatno prispevalo k dostopnosti visokega šolstva v Sloveniji.

Aleksandar Spremo, predsednik Dijaške organizacije Slovenije: »Pozivamo vse dijake, da o nameravani udeležbi na demonstracijah predhodno obvestijo svojega razrednika. Na demonstracijah oz. na organiziranih avtobusnih prevozih bomo zbirali poimenski sezname prisotnih dijakov in njihove podpise. V nekaj dneh po demonstracijah bomo sezname dijakov, ki so se udeležili demonstracij, posredovali srednjim šolam. Dijaki bodo na ta način opravičeni odsotnosti pri pouku za čas demonstracij.«

Katja Šoba, predsednica Študentske organizacije Slovenije: »Podporo našim prizadevanjem je izrazila tudi Evropska študentska unija in Zveza svobodnih sindikatov Slovenije, poleg tega pa smo pripravili tudi peticijo za socialne pravice, ki jo lahko podpiše kdorkoli. Ker je socialni položaj najšibkejših družbenih skupin čedalje slabši, na kar želimo tudi opozoriti, pozivamo vse dijake in študente k trezni udeležbi na demonstracijah. Več informacij o poteku demonstracij, avtobusnih prevozih in vsebinskih vprašanjih je dosegljivih na spletni strani www.skupaj.info. Na demonstracijah bo poskrbljeno za varnost, pri avtobusnih prevozih pa bo organizirano spremstvo.«

###

Vir: Študentska organizacija Slovenije (2010).

Slika 7.3: Novinarski prispevek v Delu 14. maja 2010

so pri nas operacijo, pri kateri (po- nih okoliščinah, ne pri zunajtele- krvni obt

Protest v Ljubljani

Študentje bodo demonstrirali v sredo

Ljubljana – »Študentje zahtevamo: štipendije za mladoletne dijake, dostopen in kakovosten študij, primerno delo za brezposelne, pravi ne pla e za delavce, zaslužene pokojnine za upokojene in dostojanstvo za vse ljudi!« je na v erajšnji tiskovni konferenci poudarila predsednica študentske organizacije Slovenije (ŠOS) Katja Šoba. V sredo, 19. maja, ob 13. uri pri akujejo na ljubljanskem Prešernovem trgu 50 avtobusov, polnih protestnikov iz vse Slovenije, pridružili naj bi se jim še sindikati, upokojeni in predstavniki Evropske študentske unije – European Students Union. Za organizacijo napovedanih protestov so porabili ve kot 50.000 evrov.

Študentske demonstracije se bodo začele v sredo ob 11.30 z zborom študentov na Kardeljevi ploščadi, v Mestnem logu, Rožni dolini, na Topniški ulici in Filozofski fakulteti. Ob 13. uri bodo na Prešernovem trgu začeli dveurni program, od tam pa pot nadaljevali do državnega zbora, kjer bodo predvidoma ob 17. uri proteste končali. Po zagotovilih prirediteljev so glavni razlogi za demonstracije uvedba malega dela za dijake in študente, nezadostna štipendijska politika, bivanjska problematika, subvencioniranje prevozov, odprava državnih štipendij za mladoletne dijake ter otroških dodatkov za polnoletne dijake in študente.

»Ker je socialni položaj najšibkejših družbenih skupin čedalje slabši, pozivamo vse dijake in študente k trezni udeležbi na demonstracijah. Več o poteku demonstracij, avtobusnih prevozi in vsebinskih vprašanjih si zainteresirani lahko preberejo na spletni strani www.skupaj.info.« je povedala Šoba. Predsednik Dijaške organizacije Slovenije Aleksandar Spremo pa je vse dijake, ki se nameravajo udeležiti protestov, pozval, naj o tem obvestijo svojega razrednika, saj bodo le tako opravičeno odsotni od pouka.

Nika Djordjevi

www.delo.si

Pogajanja v Hitu se bodo nadaljevala danes

Nova Gorica – V erajšnja, skoraj do 3. ure, teden dni pozneje, torej

Minist
Soc
ods

Dorjar
Prihod

Ljubljani:
doslej na
lani v gli
ge za uve
zaradi po
kor kaže,
akuje ve



Rajko Ke

Kot je
vedal p
sveta prc
nister D

Vir: Delo(2010, 4).

Primerjava razkrije, da je novinarski prispevek, objavljen v Delu, v bistvu transformiranosporočilo za javnost, spremenjeno v obliko novinarskega prispevka (Erjavec 2005, 156) oziroma »utelešeno« vanj (Fairclough 1995). Posamezni stavki in izjave so skoraj dobesedno prevzeti iz sporočila za javnost, ki so ga študentske organizacije podkrepile z novinarsko konferenco. V sporočilu za javnost sem zasledila mešanje različnih diskurzov; informativnega, kot je značilen za resne novice (Košir 1988), in prepričevalnega ter promocijskega, ki je značilen za sporočila za javnost (Gruning in Hunt 1995).

Medtem ko so v sporočilu za javnost uvodoma navedli razloge za demonstracije, je avtorica v novinarskem prispevku šla še korak dlje in uvodoma navedla kar zahteve študentske in dijaške populacije, razlogi pa so navedeni na koncu prvega odstavka. Primerjava konca prvega odstavka novice in sporočila za javnost razkrije, da gre za dobesedno navajanje celotnih odstavkov sporočila za javnost v novinarskem prispevku. Enako je dobesedno povzeta izjava predsednika dijaške organizacije, ki je v novinarskem prispevku uvrščena na konec drugega odstavka. Element, ki se prav tako ponovi v obeh analiziranih besedilih, je tudi naslov spletne strani, kjer lahko bralci najdejo več informacij, pri čemer ni navedba te strani v sporočilu za javnost nič nenavadnega, v novinarskih prispevkih pač. Slednji imajo namreč funkcijo informirati javnost o relevantnih temah (Košir 2003), ne pa jih usmeriti na naslednji vir, kjer se lahko informirajo.

Intertekstualna analiza in analiza makropropozicij obeh analiziranih novinarskih prispevkov je pokazala, da gre za enake makropropozicije pri obeh besedilih, in sicer je izpostavljeno zagovarjanje upravičenosti demonstracij in navajanje natančnih informacij glede poteka demonstracij. Propozicija obeh primerov je »slab socialni položaj, ki se še slabša, zato je trend treba ustaviti«. V obeh analiziranih besedilih je v ospredju pozitivna samoreprezentacija študentskih organizacij in legitimiranje njihove odločitve za demonstracije v smislu demokratične pravice. V izpostavljenem primeru se prav tako vidi ideološka polarizacija (van Dijk 2006, 378), ki jo sicer skozi vse analizirane prispevke slikajo študentske organizacije. Na ideološko polarizacijo aplicira reprezentacija »Nas« kot tistih, ki spoštujemo demokratične vrednote, ki smo bili pripravljene na dialog, kot tistih, ki smo spodbujali javne debate, v nasprotju z negativno reprezentacijo »Njih«, ki so diktatično pripravili zakon, ob tem zavračali »Našo« demokratično pripravljenost na dialog in niso bili pripravljene na kompromise. Kljub temu da naj bi bili študenti v družbi marginalizirana in najšibkejša družbena skupina, v svojem diskurzu neprestano reprezentirajo svojo velikansko moč prav z napovedovanjem demonstracij in množične udeležbe na njih, kar je po van Dijk (2006, 378) prav tako element manipulacije.

Oba prispevka povzemata le enostransko stališče, v novinarskem prispevku ni vključene niti vlade niti ministrstva. Torej je obravnavan le zorni kot študentskih organizacij, ki jih prikazuje kot nedolžne žrtve nehumanih zakonskih sprememb,

zanemarjene pa so tiste perspektive zgodbe, ki bi organizacijo prikazale v negativni luči, torej vidik, kaj od študentskega dela pridobijo sami. Diskurzivni elementi sporočila za javnost se evidentno nespremenjeni pojavljajo v novinarskem prispevku. V tem primeru lahko opredelimo medije kot »nosilce manipulativnih impulzov ožje skupine na množico, nosilce reklame in propagande. Ker množica nekritično sprejema in verno posluša, manjšine s pomočjo medijev usmerjajo prejemnike« (Kirschner 1995, 28).

Tudi žanrska sestava obeh tekstov je podobna, pri čemer je zanimivo, da tudi sporočilo za javnost vsebuje vse elemente novinarskega prispevka: naslov, kraj in datum, poudarjen uvodni del, izjave odgovornih. Tudi sestava v obliki obrnjene piramide, kar pomeni, da so pomembne informacije uvrščene na začetek, je v obeh primerih enaka. Ne gre za poročilo z družbenega dogodka, o katerem bi novinar poročal v časopisu, pač pa za poročilo s psevdodogodka, novinarske konference, katere edini namen je bil promocijske narave, torej pridobiti čimširšo podporo ciljnih skupin na prihajajočih demonstracijah. Na ta element izrazito kaže tudi izjava predsednika dijaške organizacije.

Analizamakropropozicij 14-ih prispevkov, objavljenih v časopisu Delo, je pokazala, da so makropropozicije novinarskih prispevkov enake kot makropropozicije primerjajočih sporočil za javnost istega dne, to zadeva teme, perspektive, izbiro besed in žanrsko strukturo.

7.2.3.2 Primerjava novinarskega prispevka, objavljenega v Večeru 15. maja 2010, in sporočila za javnost, posredovanega 13. maja 2010

V spodnji analizi novinarskega prispevka je natančneje analiziran diskurz predstavnikov za odnose z javnostmi v novinarskem prispevku v Večeru, ki je bil objavljen dva dni po posredovanju sporočila za javnost študentske organizacije, torej 15. maja 2010.

Slika 7.4: Novinarski prispevek v Večeru

Poskrbljeno bo za varnost in prevoz

Študenti in dijaki so podrobno predstavili razloge za demonstracije, ki bodo v sredo, 12. maja, ob 14. uri na Prešernovem trgu v Ljubljani. Njihov socialni položaj je vedno slabši, neurejena zakonodaja dodatno pogloblja težave mladih, pravijo v dijaški in študentski organizaciji Slovenije (DOS in ŠOS). Glavni razlogi za demonstracije so uvedba malega dela za dijake in študente, nezadostna štipendijska politika, bivanjska problematika, problem subvencioniranja prevozov, plačevanje zdravstvenega zavarovanja in ukinjanje državnih štipendij za mladoletne dijake, ukinjanje otroških dodatkov za polnoletne dijake in študente ter ukinitve stoozgodnje subvencionirane dijaške prehrane.

“Vse dijake pozivamo, da o nameravani udeležbi na demonstracijah predhodno obvestijo svojega razrednika. Na demonstracijah oziroma na organiziranih avtobusnih prevozih bomo zbirali poimenske sezname prisotnih dijakov in njihove podpise. V nekaj dneh po demonstracijah bomo sezname dijakov, ki so se udeležili demonstracij, poslali srednjim šolam. Dijaki bodo tako opravičeni odsotnosti pri pouku za čas demonstracij,” pravi predsednik DOS Aleksandar Spremo.

“Ve informacij o poteku demonstracij, avtobusnih prevozih in vsebinskih vprašanjih je dosegljivih na spletni strani www.skupaj.info. Na demonstracijah bo poskrbljeno za varnost, pri avtobusnih prevozih pa bo organizirano spremstvo,” je poudarila predsednica ŠOS Katja Šoba. (fž)

Vir: Večer (2010, 4).

Tako uvod sporočila za javnost kot uvod novinarskega prispevka sta identična, saj je sprva navedena točna ura in datum demonstracij, nato so ponovno naštet razlogi za demonstracije. Primerjava stavkov razkrije, da gre za prepis sporočila za javnost, saj so celotne stavčne strukture v obeh tekstih identične. Ob tem je v novinarskem prispevku ponovno dobesedno naveden ves uvodni del sporočila za javnost, z izjemo enega stavka, ter obe izjavi predsednika dijaške organizacije in predsednice študentske organizacije. To sta tudi edini izjavi, ki se pojavita v sporočilu za javnost in torej tudi v novinarskem prispevku. Prav tako je navedena spletna stran, kjer lahko dijaki najdejo več informacij o samih demonstracijah, pri čemer v oči ponovno bode naveden naslov spletne strani, ki sam po sebi ne prinaša nikakršne informativne vrednosti, je le orodje za doseg dodatnih informacij in kot tak promocijski element. Diskurzivni elementi sporočila za javnost se evidentno nespremenjeni pojavljajo v novinarskem prispevku. V analiziranem primeru se torej diskurzivni elementi sporočila za javnost evidentno nespremenjeni pojavljajo v novinarskem prispevku. Analiza oblike je razkrila, da sporočilo za javnost prevzema formalno obliko novinarskega prispevka z večjim naslovom, datumom, poudarjenim uvodom in

strukturo informacij v obliki obrnjene piramide, kar pomeni, da pomembnost informacij proti koncu prispevka upada. Iz tega izhaja, da je tudi žanrska struktura obeh prispevkov popolnoma enaka, prav tako propozicije, struktura informacij, izbira virov informacij in zorni kot poročanja. Celotna struktura novinarskega prispevka torej zanemarija tiste poudarke teme, ki niso v skladu s prepričanji študentske organizacije, kar je po Erjavčevi (2005, 168) prav tako tipična značilnost prispevka za javnost v obliki novinarskega prispevka. Ključna značilnost obeh tekstov je poudarjanje nujnosti študentskih demonstracij in navajanje promocijskih elementov v prid demonstracijam.

Ponavljanje besedne zveze »slab socialni položaj mladih«, kar je sicer ena izmed tipičnih značilnosti diskurza študentskih organizacij, ki se pojavlja v novinarskih prispevkih v Večeru, razkriva ideološko konstrukcijo teksta; gre namreč za ponavljanje tistih elementov, ki gredo v prid študentskim organizacijam (glej Erjavec 2005, 171), prav tako pa gre za enega tipičnih manipulativnih elementov (Kirschner 1995).

Analiza virov je razkrila podobno kot analiza prispevkov v Delu; gre za nekritično povzemanje stališč in argumentov študentskih organizacij brez navajanja mnenj nasprotne strani. Treba je poudariti, da je zgornji del teksta objavljen kot okvir ob glavnem prispevku, pri čemer osrednji tekst govori predvsem o pravicah dijakov, da se udeležijo demonstracij in mnenju ravnateljev ob tem. Prispevek ima naslov »*Maj je, šolske naloge se pišejo, a demonstracije so njihova pravica*« (Žišt 2010e, 4) pri čemer celotni članek in struktura teksta delujeta tendenciozno zaradi izbire takih virov, ki demonstrativne aktivnosti podpirajo oziroma razumejo udeležbo dijakov na njih, ob tem pa je tekst v okvirju le dodatno izpostavljen. K tendencioznosti teksta pripomore tudi fotografija ob novinarskem prispevku, kjer sta prikazana dijaka oziroma študenta, ki držita transparente s slogani, kar aplicira na demonstracije, ki so bile v tistem trenutku oddaljene le še en dan. Naj ob tem omenim, da je bilo v časopisu Večer objavljenih veliko več fotografij in grafičnih elementov kot v časopisu Delo, le-te pa so večinoma prikazovale študente in študentske predstavnike – mlade, preprosto oblečene in na videz nepremožne osebe, ki se za celotno populacijo borijo za boljši jutri. Opažam, da fotografij s predstavniki ministrstva in vlade, torej z

nasprotni strani, skorajda ni; izjemoma se pojavijo le skupaj s študentskimi predstavniki, rokojuč se.

Slika 7.5: Fotografija ob tekstu

ala
e
t
ljakov

ajo teren
organizaci-
onikom
ah vsem
demon-
v šolskih
dan. Vsi
nonstra-
izostali
ol pravi-
onstracij

ulirani,"
telj Sred-
Maribor
iki s svo-
i. "Borijo
plačeva-
zdi bolj
ano raz-
e, ne pa
ne glede
ne vidi
predlo-
teoriji bi
i. 41. 11. 2010



Dijaki in študenti bodo demonstrirali v sredo, 19. maja, ob 13. uri na Prešernovem trgu v Ljubljani. (Robert Balen)

V šolah se boiiio.

Poskrbljeno bo za varnost in prevoz

Vir: Večer(2010, 4).

Podobno, kot sem ugotovila v primerjalni analizi novinarskega prispevka, objavljenega v Delu, in sporočila za javnost, lahko na podlagi primerjalne analize novinarskega prispevka, objavljenega v Večeru, in sporočila za javnost razkrijem elemente manipulacije, kot jih definira van Dijk (2006). Podobno kot v Delu, je namreč tudi v novinarskem prispevku Večeru vidna ideološka polarizacija, ki slika študentske organizacije oziroma »Nas« kot zveste privrženice demokratičnih vrednot in našo nasprotno stran kot tiste, ki teptajo te demokratične vrednote in želijo samovoljno uveljaviti zakon, ki slabša »Naš« socialni položaj. Prav tako je analizarazkrila pozitivno diskurzivno samoreprezentacijo in negativno reprezentacijo

»Našega« nasprotnika ter legitimizacijo »Naših« odločitev kot demokratične pravice. Razlogi za taka sklepanja so natančneje pojasnjeni v zgornji primerjalni analizi.

8 DISKURZIVNA IN DRUŽBENA ANALIZA

Bralci dekodirajo pomene tekstov z uporabo znanja in verovanj svojega družbenega okolja in tudi ti teksti dalje soustvarjajo znanja in verovanja tega istega bralca (Richardson 2007, 45). Zato mora kritična diskurzivna analiza vključevati tudi analizo družbenih kulturnih praks in družbenih kulturnih dogajanj, katerih del je specifični dogodek; torej situacijski kontekst, širši kontekst in institucionalne prakse (Fairclough 1995). Ob analizi diskurzivnih praks novinarskih tekstov je treba upoštevati tudi makroekonomske, organizacijske in profesionalne dejavnike ter način, kako so novinarski teksti sestavljeni iz različnih drugih tekstov, denimo sporočil za javnost (Richardson 2007, 112). Ob analizi družbenih praks je potrebno upoštevati, da sta produkcija in potrošnja povezani, saj novinarski prispevki nastajajo z mislijo na določeno ciljno publiko – njihov družbeni razred, izobrazbo, vrednote, prioritete itd. Po drugi strani občinstvo novinarske tekste konzumira in interpretira, upoštevajoč producenta – medijsko hišo, njene politične preference in novičarske vrednote (Richardson 2007, 114). V analizi sem ugotovila, da sta oba dnevnika, tako Delo kot Večer, v svojem ažurnem poročanju v dneh pred demonstracijami nekritično povzela ključno sporočilo študentskih organizacij, v katerem so organizacije v javnost lansirale svoje argumente in stališča.

Ključno vprašanje, ki se mi zastavlja je, zakaj so novinarji prevladujoče nekritično povzemali sporočila študentskih organizacij. Smernice razvoja novinarstva v 90. letih 20. stoletja, ki jih opisuje Dahlgren (v Košir 2003, 11), kažejo, da se količina državljanom dostopnih informacij sicer povečuje, vendar večina medijskih izdelkov po naravi ni novinarskih. Novinarji vedno bolj nekritično uporabljajo informacijska nadomestila, s katerimi jih oskrbujejo predstavniki za odnose z javnostmi (Poler Kovačič 2004, 18). Scott Culp je že pred več kot 50-imi leti naredil raziskavo in ugotovil, da so polovica vsega, kar preberemo v časopisu, informacije, za katere poskrbijo tiskovni predstavniki. Tudi starejša raziskava Leona Sigala (1973) je razkrila, da kar tri četrtine novinarskih prispevkov izvira iz pasivne narave informacij; iz rutinskih virov, kot so na primer sporočila za javnost in novinarske konference, manjšina pa iz dejanskega iskanja informacij. Poler Kovačičeva in Erjavčeva (2004,

13–14) sta z raziskavopotrčili, da se novinarsko delo tudi v Sloveniji rutinizira¹⁷, aktivno novinarsko zbiranje informacij pa je – v primerjavi z desetletjem pred tem – upadlo. Ta opis stanja velja tudi za slovenski medijski trg. Opazovanje z udeležbo je pokazalo, da je iskanje in preverjanje informacij ter kritičen premislek novinarjev ob svojem delu redko. Prevladuje rutinsko zbiranje informacij prek predstavnikov za odnose z javnostmi, ki želijo prek medijev lansirati v javnost predvsem pozitivno reprezentacijo institucij, za katere delajo, oziroma v našem primeru, želijo upravičiti svoja napovedana dejanja. Tak način novinarskega dela na široko odpira vrata manipulaciji in manipulativnemu diskurzu, ki ga, kot smo dokazali, uporabljajo predstavniki za odnose z javnostmi študentskih organizacij in njihovi voditelji. Kot sem ugotovila med večmesečnim opazovanjem z udeležbo so vodje študentskih demonstracij s strateškimi akcijami uspešno uporabljali medije v svoje namene. Študentske demonstracije so preko ustvarjanja izkrivljenih miselnih modelov ustvarjale javno mnenje, ki je skladno z njihovimi interesi, kar je po van Dijk (2006, 367) element manipulacije. Dejstvo, da bodo imele od dejanja same korist, so študentske organizacije namreč poskušale zaviti v takšno embalažo, da je njihova ciljna publika, študenti, njihova prizadevanja podprla, misleč, da gre za izpolnitev njihovih želja in ciljev. Uspeh manipulatorja je namreč odvisen od tega, koliko je manipulator sposoben vzbuditi pri javnosti občutek, da si bo od tega pridobil svojo korist (Kirschner 1995, 65–66). Kot so pokazali rezultati kritične diskurzivne analize, so študentske organizacije izpolnitev svojih ciljev v sklopu svojih prizadevanj skrile za diskurz »ukinjanja študentskega dela« in »slabšanja socialnega položaja študentov«. Z aktivnim, rednim, ažurnim in načrtnim pošiljanjem tega sporočila v javnost so svojo manipulacijo še okrepile. Po drugi strani pa nasprotnik do medijev ni dostopal tako pogosto in ažurno. Tudi to je generiralo neenakomerno medijsko predstavljanje določene problematike, kar so ponovno v svoj prid izkoristile študentske organizacije, kar je po Kirschnerju (1995, 154) ena izmed metod manipuliranja.

¹⁷Poler Kovačičeva (2004, 39) kot rutinske kanale zbiranja informacij pojmuje uradne zadeve, kot so denimo sodni postopki, zaslišanja v parlamentu, parlamentarna zasedanja, seje vlade, obiske državnikov, pa tudi sporočila za javnost, novinarske konference, tiskovne agencije, sporočila od drugih novinarskih organizacij, športne, kulturne, turistične in druge nesponsane dogodke, slovesnosti in vnaprej pripravljene demonstracije.

Kirschner (1995, 67) navaja, da je trditev manipulatorja toliko uspešnejša in verjetnejša, kolikor vztrajneje in bolj prepričljivo jo ponavljamo. Prejemnike je treba »napadati na več frontah; v časopisih, na televiziji in s plakati. Povsod manipulatorji bobnajo svoje sporočilo – kdor jih ni videl ali slišal danes, jih bo zagotovo jutri ali pojutrišnjem. Ko propagandi uspe, da je stvar postala znana, ne bo treba več dolgo, da ljudje sprejmejo sporočilo, verjamejo obljubi ali sledijo pozivu. Natančno na tak način se prodajajo izdelki in vsiljujejo ideologije« (Kirschner 1995, 68). Konstantno ponavljanje diskurza »ukinjanje socialnega korektiva« je, kot sem dokazala, vsiljevalo določena verovanja.

Kot sem ugotovila ob kritično analizi tekstov je bila osrednja tema poročanja častnikov »študentsko delo« in njegovo »ukinjanje«. Značilnost manipulacije je, da se osredotoča na tiste kognitivne in družbene karakteristike posameznikov oziroma prejemnikov, ki jih naredijo bolj ranljive in s tem tudi dovzetne (van Dijk 2006, 374). Ukinitev malega dela bi vsekakor vplivala na socialni položaj študentov, zato je jasno, da so ti na tovrstna sporočila študentskih organizacij reagirali, toda šlo je za enostranske informacije v medijih, ali drugače, prekrivanje tistega dela informacij, ki razkriva korist organizacij. Tudi prikrivanje in nenavajanje pomembnih informacij, ki jih manipulatorji izpustijo z namenom zavajanja javnosti, je ena izmed metod manipuliranja (Kirschner 1995, 154). Kljub temu, da diskurzivne prakse same po sebi niso manipulativne, kot smo razdelali, so nekatere prakse bolj uspešne v namenu manipulacije kot druge. Po Handelmanu (2009, 10) ločimo dve strategiji, skrivanje relevantnih informacij¹⁸ in skrivanje resničnih ciljev in namenov pred manipuliranim. Za oboje lahko trdim, da se pojavlja v analiziranih časopisnih prispevkih.

Naslovi, ki jih novinarji uporabljajo, so lahko uspešni pri udejanjanju manipulacije, saj prednostno izpostavljajo določeno dejstvo (van Dijk 2006, 372). Kot je bilo ugotovljeno s kritično diskurzivno analizo, so se v medijih pojavljali celo neresnični in izkrivljeni naslovi, denimo »Zakon dolgoročno ukinja študentsko delo«, vsebujoč popolnoma izkrivljene, enostranske, toda zelo izpostavljene informacije, ki so pridobile pozornost ciljne publike, študentov, in jih ganile. Reah pravi (1998, 28), da lahko novinarji z ustrezno selekcijo informacij v naslovih direktno ali indirektno

¹⁸Tudi novinarske metode, kot so uokvirjanje, prednostno tematiziranje in izpostavljanje, lahko služijo namenu manipulacije (Hoyt 1997, 775).

pripišejo določeno konotacijo in s tem najbolj manipulirajo z bralci, saj so prav naslovi tisti, ki imajo prepričevalno funkcijo (Reah 1998, 28). Strategija pozitivne samoreprezentacije in negativne reprezentacije drugih, ki smo jo prav tako izluščili iz analize časopisnih prispevkov, je zelo tipična v pristranskem predstavljanju dejstev. Enako velja za uporabo hiperbole, metafore in metonimije, s katerimi poudarimo »Naše« ali »Njihove« pozitivne ali negativne lastnosti (glej van Dijk 2006, 372). Uporabo takih retoričnih figur smo dokazali z zgornjo kritično diskurzivno analizo novinarskih prispevkov.

S takim diskurzom je študentska organizacija v javnosti med svojo ciljno publiko, študenti, vzbujala strah pred dejansko popolno izgubo študentskega dela in ta strah je bil »odločujoč dejavnik odločanja slehernega posameznika« (Kirschner 1995, 105). Z zastraševanjem namreč manipulator najbolj vpliva na človekove odločitve, zato si manipulatorji prizadevajo prejemnika ohromiti in podrediti ter ga na koncu uporabijo v svojo korist. Cilj te metode je ustvariti odvisnost, da lahko na ključni točki manipulator ponudi rešitev, ki mu obljublja upanje, kar je na tem mestu demonstracija kot prikaz moči študentskih organizacij in študentov kot njihovih članov ter upor proti sistemu. Študenti so se namreč navidezno bojevali za ohranitev svojih ciljev. Ustvarjanje te odvisnosti in strah pred izgubo je torej izrednega pomena v manipulativni igri (Kirschner 1995, 108–113).

Odgovor na vprašanje, zakaj so se manipulacija v medijih lahko uveljavlja in prenaša do bralcev ter morebiti tudi vpliva nanje, jev nizki medijski pismenosti v Sloveniji (Košir 2003). Raziskave kažejo, da se bralci ne zavedajo procesov v ozadju novinarskega dela ali vplivov nanje. Raziskave tudi kažejo, da tretjina bralcev zaupa časopisom, torej zaupajo, da je informacija, ki jo preberejo resnična in verodostojna, saj je to poslanstvo novinarjev. V kredibilnost slednjih javnost, sodeč po raziskavah, zaupa še v večji meri. Ne predvidijo in ne pričakujejo, da obstaja možnost, da se z njimi manipulira. Gotovo pa k uspešnejšemu uveljavljanju manipulacije pripomore še dejstvo, da Slovenci izmed vseh poklicev najmanj zaupamo politikom. Dejstvo, da ne verjamemo v dobronamernost njihovih dejanj in jim ne zaupamo, žene vodo na mlin njihovim nasprotnikom.

9 SKLEP

V javnosti je pogosto zaslediti ideje o manipulaciji v novinarskih prispevkih. Zato je bil namen diplomske naloge razkriti, kako se manipulacija kaže v novinarskih prispevkih o študentskih demonstracijah. V diplomski nalogi sem na podlagi deskriptivne, interpretacijske in pojasnjevalne metode kritično diskurzivne analize ter kvantitativne metode opazovanja z udeležbo poskušala ugotoviti, na kakšen način se je kazala manipulacija v novinarskih prispevkih, predvsem pa, kako so voditelji študentskih organizacij pred opisanimi študentskimi demonstracijami uporabljali medije v svoje namene in manipulirali z medijsko vsebino.

Med večmesečnim opazovanjem z udeležbo sem ugotovila, da so predstavniki za odnose z javnostmi študentskih organizacij s skrbno načrtovanimi akcijami načrtno manipulirali z mediji. Na tem mestu torej lahko potrdimo uvodoma predstavljeno domnevo, da so v dotični situaciji študentski funkcionarji kot osrednji nasprotniki Zakona o malem delu izrabljali medije v svoje namene in preko njih manipulirali z javnostjo. Zavedam se omejitve naloge, saj lahko svoje trditve podkrepim le s subjektivnim opazovanjem z udeležbo.

Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov, objavljenih v dnevnoinformativnih časopisih Večeru in Delu, je pokazala, da so voditelji študentskih organizacij prek številnih sporočil za javnost, strukturiranih psevdodogodkov, uspeli pritegniti pozornost novinarjev in s tem uveljaviti manipulacijo v novinarskih prispevkih. Kot sem dokazala tekom kritične diskurzivne analize, se je ta manipulacija preko medijev pokazala na uporabi določenih besed, besednih fraz in besednih figur, ki so se pojavljala tako v sporočilih za javnost kot v časopisnih prispevkih ter na makropropozicijah v novinarskih prispevkih.

Krivde za udejanjanje take manipulacije ne gre iskati le na strani študentskih funkcionarjev, ki so branili svoje interese, ampak predvsem novinarjev, ki niso opravljali svojega dela in niso izpolnjevali svojega poslanstva, tj. odgovornosti do javnosti. Kritika pa gre tudi novinarskemu častnemu razsodišču, ki ob takem družbeno neodgovornem ravnanju, ki se je udejanjalo preko slovenskih medijev, ni ukrepalo.

Naj zaključim z mislijo Noama Chomskega (1989, viii), ki pravi, da bi morali v prvi vrsti predvsem državljani, na katerih sloni demokratično odločanje v moderni medijski družbi, kritično pristopiti do medijskih tekstov in se na tak način zaščititi pred medijsko manipulacijo.

10 LITERATURA

Allan, Stuart. 1999/2004. *News Culture*. Berkshire; New York: Open University Press.

Bašič-Hrvatin, Sandra, Lenart J. Kučič in Brankica Petkovič. 2004. *Medijsko lastništvo: Vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni Inštitut.

Belovič, Mario. 2010a. Socialne fronte se odpirajo. *Delo*, 2 (18. maj).

--- 2010b. Po sindikatih na ulico še študenti. *Delo*, 1 (19. maj).

---- 2010c. Preizkus na ulici. *Delo*, 4 (19. maj).

Bernard, Harvey Russell. 2006. *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. Oxford: Alta Mira Press.

Branston, Gill in Roy Stafford. 1996/2010. *The media Student's Book*. London, New York: Routledge.

Bulc, Gregor. 2003. Serijski morilci mačk: Moralna panika in mladinsko prestopništvo. *Teorija in praksa* 40 (2): 245–266.

Burr, Vivienne. 1998. *An introduction to a social constructionism*. London: Routledge.

Cameron, Deborah in Tomas A. Marcus. 2002. *The words between the space: Buildings and Language*. London: Routledge.

Chomsky, Noam. 1989. *Necessary Illusions: Thought Control in democratic Societies*. London: Pluto Press.

Croteau, David in William Hoynes. 2000. *Media Society: Industries, Images and Audiences*. London: Pine Forge Press.

Cole, Peter in Tony Harcup. 2010. *Newspaper Journalism: Journalism Studies, Key texts*. London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Cvikl, Elvis, ur. 2010. *Študentsko organiziranje v Sloveniji*. Ljubljana: Študentska organizacija Slovenije.

Cottle, Simon, ur., Aeron Davis, Bob Franklin, Phillip M. Taylor, Gadi Wolfsfeld, David Deacon, Alison Anderson in John Langer. 2003. *News, public relations and power*. London: Sage publications.

Davies, Nick. 2008. *Flat Earth News: An Award-winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*. London: Chatto & Windus.

Delo. 2010a. Študentje znova pisali Pahorju in dosegli svoje, 4 (4. maj).

--- 2010b. Študentje napovedujejo demonstracije, premier si bo vzel 50 dni, 4 (5. maj).

DeWalt, Musante Kathleen in Billie R. DeWalt, 2002. *Participant observation: A guide for fieldworkers*. Oxford: Alta Mira Press.

Djordjević, Nika. 2010a. Škisovalna tržnica generalka pred majskimi protesti. *Delo*, 2 (6. maj).

--- 2010b. Študentje bodo demonstrirali v sredo. *Delo*, 4 (14. maj).

--- 2010c. Na ulico za boljši socialni položaj. *Delo*, 3 (18. maj).

--- 2010d. Junija konec bonov. *Delo*, 4 (19. maj).

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

--- 2004. Beyond advertising and Journalism: Hybrd Promotional News Discourse. *Discourse & Society* 15 (5): 553–578.

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

--- 2010. *Uvod v novinarstvo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Evropska Komisija. 2009. *The socio-economic and employment situation in Slovenia*. Dostopno prek: <http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=399&langId=en> (8. september 2011).

Evroštudent. 2007. *Ekonomski in socialni položaj ter mednarodna mobilnost študentov v Sloveniji: Raziskava o ekonomskem in socialnem položaju ter mednarodni mobilnosti študentov v Sloveniji*. Ljubljana: M-Kori.

Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London, New York, Sydney, Auckland: A Hodder Arnold Publication.

--- in Ruth Wodak. 1997. Critical discourse analysis. V *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, ur. T. vanDijk, 258–284. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications. Dostopno prek: <http://www.uk.sagepub.com/books/Book204635> (11. september 2011).

--- 2001. *Language and power*. Edinburgh: Pearson Education Limited.

Farrell, Mike in Mary Carmen Cupito. 2010. *Newspapers: A complete guide to the industry*. New York: Peter Lang Publishing.

Fowler, Roger. 1993. *Language in the news: Discourse and Ideology in the press*. London: Routledge.

Gourley, Catherine. 1999. *Media Wizards: Look behind the Scenes of Media Manipulations*. Brookfield: Twenty Century Books.

Grunig, James E. in Todd Hunt. 1984. *Managing public relations*. Philadelphia: Harcourt Brace Jovanovich College.

--- 1995. *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Hall, Stuart. 1997/2003. *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications.

Harcup, Tony. 2009. *Journalism: Principles and Practice*. London; Thousand Oaks; New Delhi; Singapore: Sage Publications.

Hargreaves, Ian. 2003, 2005. *Journalism, a very short introduction*. New York: Oxford University Press.

Handelman, Sapir. 2009. *Thought manipulation: The use and abuse of psychological trickery*. Santa Barbara: Sapir Handelman.

Hartley, John. 1982. *Understanding news*. New York: Routledge.

Herman, Edward S., Noam Chomsky. 1988/1994. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York, Montreal: Black Rose Books.

Hoyt, Paul D. 1997. The Political Manipulation of Group Composition: Engineering the Decision Context. *Politycal Psihology* 18 (4): 771–790.

Hunt, Knight Frederick. 1850. *The Forth Estate: Contributions towards a history of Newspapers and of the liberty of the Press, vol. I*. London: David Bogue.

Jacobs, R. Lawrence in Robert Y. Shapiro. *Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness*. Chichago: The University of Chicago Press.

Jorgensen, L. Danny. 1989: *Participant Observations: A Methodology for Human Studies*. Thousand Oaks; New Delhi; London: Sage Publications.

Kodeks novinarjev Slovenije. 2010. Dostopno prek:http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.php (12. maj 2011).

Kovach, Bill in Tom Rosenstiel. 2001. *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers.

Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

--- 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kirschner, Josef. 1994. *Umetnost manipuliranja*. Ljubljana: DZS.

Lewis, Justin, John Hartley in Jackie Harisson. 2001. News. Studying Television News. V *The television genre book*, ur. Creeber Glen, Toby Miller in John Tulloch, 108–123. Michigan: Bristish film institute.

Locke, Terry. 2004. *Critical discourse analysis*. London, New York: Continuum International Publishing Group.

MacDonald, Myra. 2003. *Exploring media discourse*. New York: Oxford University Press.

Marković, Ljiljana, ur. 1979. *Leksikon novinarstva*. Beograd: Savremena administracija.

McManus, John H. 1994. *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Miheljak, Vlado, ur. 2002. *Mladina 2000: Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

Mills, Sara. 1997. *Discourse*. Routledge. New York.

Morris, Trevor in Simon Goldsworthy. 2008. *PR – a persuasive industry? Spin, public relations and the shaping of modern media*. Hampshire, New York: Palgrave Macmillan.

Münchenska deklaracija. 1971. Dostopno prek: http://sindikar.novinar.com/?m=3&id_clanek=50 (12. maj 2011).

Neale, Steve, Graeme Turner. 2001. Introduction: What is genre? V *The television genre book*, ur. CreeberGlen, Toby Miller in John Tulloch, 1–7. Michigan: British film institute.

Parenti, Michael. 2011. Methods of media manipulation. *The Media Alliance*. Dostopno prek: <http://www.mediaalliance.org/article.php?story=20040513171349558&query=manipulation> (31. maj 2011).

Poler Kovačič, Melita. 1997. *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija

--- 2004. *Novinarska (iz)virnost: novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

---2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Reader's Digest. 2011. *The Brands You Trust: Reader's Digest Trusted Brands Survey 2011*. Dostopno prek: www.rdtrustedbrands.com (3. oktober 2011).

Reah, Danuta. 1998. *The Language of newspapers*. London. Routledge.

Svet Evrope. 1993. *Resolucija Sveta Evrope o etiki v novinarstvu, št. 1003*. Dostopno prek: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta93/ERES1003.htm> (12. maj 2011).

Rich, Carole. 2010. *Writing and Reporting News: A Coaching Method*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

Richardson, John E. 2007. *Analysing newspapers: An approach from chritical discourse analysis*. New York. Palgrave Macmillan.

Siol.net. 2010. *Škoda poškodovanega stekla za okoli 27.000 evrov*. Dostopno prek: http://www.siol.net/novice/slovenija/2010/05/skodo_na_poslopju_parlamenta_bodo_skusali_zacasno_sanirati_ze_danes.aspx (20. september 2010).

Smolej, Tone in Matej Hriberšek. 2006. *Retorične figure*. Ljubljana: DZS.

Statistični urad Republike Slovenije. 2006. *Statistične informacije. Izobraževanje*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/statinf/09-si-035-0601.pdf> (12. september 2011).

Statistični urad Republike Slovenije. 2009. *Študentje visokošolskega študija, po visokošolskih zavodih, vrsti programa, študiju, letnikih in spolu*. Dostopno prek: http://www.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=0955201s&ti=%8Astudentje+visoko%9Aolskega+%9Atudija%2C+po+visoko%9Aolskih+zavodih%2C+vrsti+programa%2C+na%E8inu+%9Atudija%2C+letnikih+in+spolu%2C+Slovenija%2C+letno&path=../Database/Dem_soc/09_izobrazevanje/08_terciarno_izobraz/01_09552_vpisani_dodiplomska/&lang=2 (12. september 2011).

Statistični urad Republike Slovenije. 2010. *Štipendisti*. Dostopno prek: http://www.stat.si/pxweb/Database/Dem_soc/09_izobrazevanje/10_drugi_podatki/02_09543_stipendisti/02_09543_stipendisti.asp (12. september 2011).

Strenz, Herbert. 1989. *News reporters and news sources: Accomplices in shaping and misshaping the news*. Ames: Iowa State of University press.

Študentska ustava. 2002. Ur.l. RS 105/2002. Dostopno prek: http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r09/predpis_DRUG1549.html (12. maj 2011).

The Press Complaints Commission Code of Pracice. 2011. Dostopno prek: <http://www.pcc.org.uk/cop/practice.html> (12. maj 2011).

Toplak, Tadeja. 2010. »Zakon dolgoročno ukinja študentsko delo«. *Večer*, 4 (19. maj).

Ule, Mirjana Nastran, ur. 1996. *Mladina v devetdesetih: Analiza stanja v Sloveniji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Ustava Republike Slovenije. 1991. Dostopno prek: <http://www.dz-rs.si/?id=150&docid=27&showdoc=1>(12. maj 2011).

Van Dijk, Teun A. 1988. *News as Discourse*. Hillsdale; New Jersey; Hove; London: Lawrence Erlbaum Associates.

--- 2000. New(s) racism: A Discourse analitical approach. V *Ethnic Minorities and the media: changing cultural boundaries*, ur. Simon Cottle,33-49. Buckingham: Open University Press.

--- 2006. Discourse and manipulation. *Discourse and society*17 (3): 359–383.

Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Wardrip-Fruin, Noah in Nick Montfort. 2003. *New Media Reader*. Cambridge: The Massachusetts Institute of Tehnology Press.

Were, Allan. 1981. The Concept of Manipulation: Its Relationship to Democracy and Power. *British Journal of Political science* 11 (2): 163–181. Cambridge: University Press.

Wodak, Ruth in Michael Meyer, ur. 2009. *Methods of Chritical Discurse Analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

World Values Survey. Dostopno prek <http://www.woeldvaluessurvey.org> (3. oktober 2011).

Zakon o malem delu (ZMD). Dostopno prek: <http://www.dvk.gov.si/MD2011/index.html> (10. april 2011).

Zakon o medijih (ZMed-UPB-1). Ur.l. RS 100/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200135&stevilka=2043> (12. maj 2011).

Zakon o skupnosti študentov (ZSKUŠ). Ur. l. RS 38/1994. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199438&stevilka=1524> (24. maj 2011).

Žišt, Franja. 2010a. Študenti danes ponovno s Pahorjem. *Večer*, 3 (4. maj).

--- 2010b. 19. maja mladi protestno na ulice. *Večer*, 1, 3 (5. maj).

--- 2010c. Študenti izžvižgali vlado. *Večer*, 1 (6. maj).

--- 2010d. Ko ni dialoga, se začne jezik ulice. *Večer*, 4 (12. maj).

--- 2010e. Maj je, šoske naloge se pišejo, a demonstracije so njihova pravica. *Večer*, 4 (15. maj).

--- 2010f. Študentski servisi ne plačujejo. *Večer*, 4 (18. maj).

--- 2010g. Mladi bodo protestno preplavili Ljubljano. *Večer*, 3 (19. maj).

--- in Vasja Jager. 2010. Študentski revolucionarji z jadrnico osvajajo Jadran. *Večer*, 3 (13. maj).