

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sergeja Javornik

**Družbena omrežja kot vir informacij v
informativnem programu Radia Štajerski val**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Sergeja Javornik

Mentorica: red. prof. dr. Melita Poler Kovačič

**Družbena omrežja kot vir informacij v
informativnem programu Radia Štajerski val**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

»Neznanje je najmočnejši vir sprevačanja resnice.«

(Nick Davies)

Hvala ...

... **Mami.** Osnovnošolsko odločitev, da bom kot novinarka spremenila svet, si vedno podpirala in verjela vame. Nesebično si mi omogočila bogatenje znanja, me bodrila na ne vedno lahki poti pridobivanja novinarskih izkušenj in življenjskih spoznanj, da sem lahko vedno boljši človek in boljša novinarka.

... **Maju.** Z nepokvarjeno iskrenostjo in odkritostjo vsak dan utrjuješ moje optimistično zaupanje v dobro ljudi. Verjeti vase, v dobro, boljše in v nove priložnosti je lažje ob tvojih iskrih domislicah, objemih in poljubčkih.

... **Anji, Barbari, Nini in Snežani.** S svojimi odgovori ste pomagale pri nastanku diplomskega dela.

... **Red. prof. dr. Meliti Poler Kovačič.** Z izjemno mero potrpežljivosti in številnimi koristnimi napotki, predvsem pa z upravičeno in argumentirano kritiko, ste me vodili pri ustvarjalnem delu, s katerim sem pridobila dragocena nova znanja.

Družbena omrežja kot vir informacij v informativnem programu Radia Štajerski val

Množični mediji imajo z novinarstvom odločilno vlogo v demokraciji, saj s selekcijo, preverjanjem, oblikovanjem in posredovanjem informacij producirajo resničnost. Zaradi te vloge in moči medijev je treba njihov vpliv ovrednotiti tudi na regionalni in lokalni ravni. Novinarji iščejo, zbirajo in preverjajo več vrst informacij, saj so dolžni predstavljati različne poglede, mnenja, stališča in ocene. Načelo objektivnosti od novinarjev zahteva, da za javnost oblikujejo in ji sporočijo preverjene, točne in resnične informacije. V množici različnih informacij, ki so v digitalni dobi dostopne tudi na spletu in družbenih omrežjih, je potreba po preverjanju informacij še večja, saj je večja tudi verjetnost neresnice. Cilj diplomske naloge je ugotoviti načine pridobivanja informacij, novinarske vire, rabo družbenih omrežij kot virov informacij, prepoznavanje verodostojnosti, načine preverjanja objav na družbenih omrežjih in razvidnost virov v novinarskih prispevkih informativnega programa najstarejše regionalne radijske postaje v Sloveniji. Analiza virov in poglobljeni intervjuji z novinarkami so pokazali, da prevladuje rutinsko zbiranje informacij, družbenih omrežij še ne prepoznavajo kot vira informacij, ampak se v glavnem zanašajo na uradne vire, katerih izjave nekritično objavijo.

Ključni pojmi: viri informacij, novinarske rutine, družbena omrežja, lokalni mediji.

Social media as a source of information in the Radio Štajerski val news programme

Mass media, together with journalism, play a decisive role in democracy, because they produce reality by selection, verification, formation and transfer of information. Because of the role and the power of media, their influence needs to be evaluated at the regional and local level as well. Journalists search for, collect and verify several types of information, because they are obliged to present different aspects, opinions, positions and evaluations. The principle of objectivity requires from journalists to create and communicate verified, accurate and real information to the public. In the multitude of various information, which are in this digital age also available online and in social media, the need for verifying information is even greater, as the probability of falsehood is greater as well. The objective of the diploma thesis is to determine the methods of obtaining information, journalistic sources, the use of social media as a source of information, identifying credibility, ways of verifying posts on social media, and transparency of sources in journalistic segments of the news programme of the oldest regional radio station in Slovenia. The analysis of sources and in-depth interviews with journalists have shown that routine collection of information prevails, that social media are still not recognised as a source of information and that they mostly rely on official sources, whose statements are published uncritically.

Key words: news sources, journalistic routines, social media, local media.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	6
2 VIRI INFORMACIJ V NOVINARSTVU	8
2.1 KLASIFIKACIJA VIROV	9
2.2 (I)ZBIRANJE VIROV IN PREVERJANJE INFORMACIJ	13
2.3 NAVAJANJE VIROV INFORMACIJ	19
3 MNOŽIČNI MEDIJI IN DRUŽBENA OMREŽJA	22
3.1 MNOŽIČNI MEDIJI	23
3.1.1 Regionalni in lokalni množični mediji	24
3.2 DRUŽBENA OMREŽJA.....	27
3.2.1 Uporaba družbenih omrežij v medijih	28
3.2.2 Informativna vrednost objav na družbenih omrežjih	33
4 METODOLOŠKI OKVIR	35
4.1 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA	36
4.2 METODE, VZOREC IN PODATKI.....	39
5 REZULTATI	41
5.1 VIRI IN KANALI PRIDOBIVANJA INFORMACIJ	42
5.2 DRUŽBENA OMREŽJA KOT VIR INFORMACIJ	51
5.3 IZBIRANJE OBJAV NA DRUŽBENIH OMREŽJIH ZA OBJAVO V INFORMATIVNEM PROGRAMU.....	53
5.4 VERODOSTOJNOST OBJAV NA DRUŽBENIH OMREŽJIH IN NJHOVO PREVERJANJE	54
6 RAZPRAVA	57
7 ZAKLJUČEK	62
8 LITERATURA	65
PRILOGE	80
PRILOGA A: INTERVJU Z ANJO DEUČMAN	80
PRILOGA B: INTERVJU Z BARBARO FURMAN	85
PRILOGA C: INTERVJU Z NINO SLAK	89
PRILOGA Č: INTERVJU S SNEŽANO PREBIL	91

1 UVOD

Izbira med biti prvi in objaviti točno informacijo ni nič novega v novinarstvu, je pa pomembna dilema v obdobju, ko lahko občinstvo tako hitro kot novinarji širi novice (Hermida 2013, 307). A četudi je (lahko) občinstvo hitrejše od novinarjev, imajo novinarji bistveno prednost: etičnost in odgovornost, ki sta pri širjenju informacij (za prihodnost novinarstva) ključni. Etičnost pomeni dobro služenje javnosti (Bervar 2002, 21). Ko novinar zbira in obdeluje informacije, se mora zavedati, za koga to dela, komu govori. Temu odgovarja in mu je odgovoren (Košir 2003, 109–110).

Novinarska dejavnost obsega zbiranje, pisanje, urejanje, razširjanje informacij in siceršnje (predvsem duhovno) prispevanje k dnevnemu in drugemu periodičnemu tisku, radijskim in televizijskim programom ter »online« časnikom na medmrežju (Splichal 2000, 48). Če je primarna naloga novinarstva resnicoljubno poročanje, potem bi morala biti primarna naloga novinarja preverjanje informacij in zavračanje vsega, kar ni resnično (Davies 2011, 62). Novinarji so ponosni na svojo vlogo branika demokracije, a za to naredijo premalo. Javnosti posredujejo premalo politično pomembnih informacij za državljane, ki želijo sodelovati v političnih procesih, večina novic niti ne vsebuje zadostnih informacij za učinkovito obveščenost državljanov (Gans 2011, 5). Javnost tako ne more biti akter družbenih sprememb, saj vsem njenim akterjem ni omogočeno izraziti (kritičnih) presojanj. Novinarstvo in mediji ne smejo biti nadomestek javne razprave državljanov, ampak njeno nujno dopolnilo (Turnšek Hančič 2009, 72).

Novinarstvo, ki javnosti sporoča preverjene, resnične, pomembne informacije, zahteva novinarje, ki opravljajo svoje delo. Novinarski diskurz si lasti status resnicoljubnega in točnega upovedovanja (Poler Kovačič 2004a, 76). Iskanje resnice je kolektiven in kumulativen proces, v katerem različni komunikatorji javnosti in novinarji igrajo ključno vlogo (Donsbach 2009, 39). Novinarjeva profesionalna odločitev je, o čem in kako bo poročal, katere vire in kako jih bo uporabil. Osnovno novinarjevo orodje so njegova vprašanja, ker s spraševanjem novinar opravlja pomembno dolžnost: kliče odgovorne k odgovornosti (Košir 2003, 74). K večji odgovornosti so politike, strokovnjake, druge nosilce moči in vpliva ter tudi medije zavezali spletna tehnologija in novi mediji oziroma »omrežja omrežij« (Dutton 2010).

S spletom in družbenimi omrežji novinarstvo ni več monolog (Fenton 2009, 564), profesionalni ustvarjalci novic nimajo več dominantne vloge, vedno večja množica pa ni zgolj pasivni prejemnik sporočil (Paulussen in drugi 2007, 131). Prek blogov, klepetalnic, forumov in družbenih omrežij vedno več glasov sooblikuje norme, kaj je vredno objave in kako naj se poroča (Fenton 2009, 564). Pred pojavom novih medijev je bil radio običajno tisti, ki je sporočal nepričakovane novice (ang. *breaking news*) (Aldridge 2007, 96). Ob televiziji je radio kot medij dal novinarstvu novo razsežnost, povezano z glavnimi značilnostmi elektronskih medijev, ki so sočasnost, neposrednost in minljivost informacije (Merljak Zdovc 2007, 134).

Radijsko novinarstvo ima svoje posebnosti. Ena od njih izhaja iz značilnosti govora, s katerim se učimo vedenja, reagiranja in nenazadnje spoznavanja resnice. Z govorom je tesno povezana tudi osnovna človeška pravica, namreč odločitev, kaj in komu verjeti (Perovič in Šipek 1998, 17–18). Na to odločitev pomembno vpliva podatek, kako, kje in od koga je novinar pridobil informacije, kje in kako jih je preveril. Vire lahko novinar (po)išče, informacije pa preverja po različnih kanalih, in sicer aktivnih, rutinskih in neformalnih (Sigal 1973; Poler Kovačič 2004a). Raziskave kažejo, da prevladuje rutinsko pridobivanje in preverjanje informacij (Hansen 2007; Štok 2010).

Obstaja več vrst virov informacij, v znanstveni literaturi je najpogostejša delitev na uradne in neuradne vire. Več raziskav je pokazalo, da se novinarji v glavnem sklicujejo na uradne vire (Poler Kovačič 2004a; Aldridge 2007; Hansen 2007; O'Neill in O'Connor 2008; Šubic 2008; Turnšek Hančič 2009). Poleg uradnih virov imajo vedno večji vpliv na novinarsko delo službe za odnose z javnostmi, ki s sporočili za javnost slabijo avtonomijo novinarjev (Šubic 2008, 15), onemogočajo objavljane ekskluzivnih novinarskih zgodb (Shoemaker in Reese 2011, 122) in hkrati prispevajo k homogenizaciji medijskih vsebin (Diekerhof in Bakker 2012, 244). Novejše raziskave v tujini vedno več pozornosti namenjajo novim, digitalnim virom (Balbi 2011), ki novinarjem olajšajo pridobivanje različnih informacij in dostop do več različnih virov (Hansen 2007, 492). Družbena omrežja so preoblikovala dostop do ljudi, informacij in drugih storitev (Dutton 2010), so alternativna avenija za (i)zbiranje novih virov in ustvarjanje novih zgodb za nekatere novinarje (Santana in Hopp 2016, 6). Raba družbenih omrežij v novinarstvu je predmet več tujih raziskav (Hermida 2010; Hermida 2012; Broersma in Graham 2012; Volarević in

Bebić 2013; Santana in Hopp 2016), medtem ko so v Sloveniji tovrstne raziskave še redke (Milosavljevič 2014; Zonta 2015).

Raziskave rabe družbenih omrežij kot virov informacij v regionalnih in lokalnih medijih v slovenskem prostoru še ni, kar je bil zame izziv. Dodaten razlog za izbor teme diplomskega dela je dejstvo, da najstarejša regionalna radijska postaja Štajerski val deluje že 63 let, a še ni bila predmet obširnejše raziskave. Cilj diplomskega dela je ugotoviti vire informacij novinark informativnega programa Radia Štajerski val, kako in kje pridobivajo in preverjajo informacije. Ob porastu rabe spleta in družbenih omrežij, ki so v novinarskih redakcijah po svetu že prepoznana kot pomembno novinarsko orodje, me bo zanimalo, kako je s tem na regionalni in lokalni ravni pri nas.

Da bom odgovorila na zastavljena raziskovalna vprašanja, bom najprej s pomočjo slovenske in tuje znanstvene literature izpostavila ključna spoznanja o novinarskih virih, njihovi vlogi in vplivu na novinarja in njegovo delo. V tretjem poglavju bom predstavila pomen množičnih medijev in sodobnih komunikacijskih kanalov vključno z družbenimi omrežji. V četrtem poglavju bom predstavila raziskovalna vprašanja, raziskovalni metodi in vzorec. Rezultate svoje raziskave bom predstavila v petem poglavju, ki mu sledita še razprava in sklep.

2 VIRI INFORMACIJ V NOVINARSTVU

Novinarstvo je poseben način poklicnega zbiranja, razširjanja in produkcije informacij ter je v različnih zgodovinskih obdobjih opravljalo različne funkcije: v obdobju razsvetljenstva vzgojno-izobraževalno, v času oblikovanja politične javnosti prepričevalno, objektivno-nevtralno pa v 20. stoletju (Splichal 2000, 47–51). Novinarstvo je prenos informacij od drugih k drugim, od različnih virov informacij k številnemu oziroma številčnim občinstvom, je dejavnost, ki sporoča od drugih za druge (Košir 2003, 72).

Viri informacij imajo velik vpliv na medijske vsebine (Shoemaker in Reese 2011, 122), so ključni v procesu zbiranja informacij (Brems 2014, 22), so srce novinarske selekcije in produkcije (O'Neill in O'Connor 2008, 487) ter zidaki novinarske zgodbe (Broersma in Graham 2012, 407). Viri vplivajo na poročanje o temah in dogajanju ter na razumevanje javnosti o dogajanju (Hermida in drugi 2014, 480). Novinarji iščejo informacije za novice, ki bodo ljudi

zanimale, pritegnile in vznemirile (Šuen 1994, 11). Zato morajo imeti dostop do virov informacij, ki so verodostojni ter zmorejo novinarje hitro in redno zalagati z informacijami o dogodkih (Gans 2003, 50).

Razprave o tem, kdo, zakaj in kako zagotavlja medijski dostop, sprožajo temeljna vprašanja o naravi medijske participacije, procesih in oblikah posredovanega državljanstva, zadevah medijskega delovanja in igri moči, ki poteka med množičnimi mediji in njihovimi viri (Cottle 2003, 3). Moč medijskega diskurza je treba razumeti (tudi) v luči dostopa do medijev; kdor ima dostop, ima moč (Van Dijk 1995, 32). Viri informacij so vedno bolj aktivni; a ne le zaradi možnosti dostopa, ampak tudi zaradi želje vplivati na upovedovanje zgodbe (Matthews 2013, 243).

Interakcije med novinarji in njihovimi viri so občutljiv in dinamičen pogajalski proces, v katerem vsak udeleženec želi doseči svoj cilj ter ohraniti svoj organizacijski in družbeni položaj. Interakcije ne vodijo vedno novinarji, saj viri skušajo proaktivno vplivati na medijsko agendo s sporočili za javnost, z novinarskimi konferencami, načrtovanimi dogodki ali informacijami, ki pridejo nenačrtovano v javnost (ang. *leaks*). Moč novinarja, ki naj bi vodil interakcijo z viri, je odvisna od njegovega znanja, izkušenj, avtoritete in avtonomije, moč vira pa je v glavnem pogojena s funkcijo, ki jo opravlja in s katere daje novinarju informacije (Berkowitz 2009, 103–105).

Katere vire lahko novinarji uporabljajo pri svojem delu in kakšne obveznosti imajo do virov in javnosti, ki ji sporočajo, opredeljujem v nadaljevanju.

2.1 Klasifikacija virov

Novinarstvo se od znanstvenih in oglaševalskih vsebin, ki prav tako resnično sporočajo v množičnih medijih, razlikuje prav po navzočnosti avtorja besedila na kraju dogodka oziroma po navajanju dokazil, ki so znanega porekla (Laban in Poler Kovačič 2007, 69). Najbolj verodostojen vir informacij je novinar na kraju dogodka, ki na lastne oči vidi in doživi dogodek, o katerem poroča (Perovič in Šipek 1998, 55). A vedno ne more biti na kraju dogodkov, zato uporablja druge vire. Pri svojem delu so novinarji dolžni upoštevati mnoge vire informacij, predstavljati različne poglede in ocene. Tako uresničujejo načela objektivnosti, s čimer zagotavljajo pluralnost interpretacijskih podob realnosti (Košir 2003, 93).

Rutine novinarjev pri ločevanju dejstev izvirajo iz določanja verodostojnosti virov, ki temelji na predpostavki moči, legitimnosti in avtoritativnosti. Rezultat tega je hierarhija virov, ki favorizira tiste z močjo in vplivom na predstavitev tem in dogodkov v medijih (Hermida in drugi 2014, 491–492).

Obstaja več delitev virov informacij, najbolj pogosta je delitev na uradne in neuradne vire.

Uradni viri so izvoljeni in imenovani javni funkcionarji, nosilci politične in/ali ekonomske oblasti, predstavniki institucij družbene moči in oblasti (ekonomske, politične, kulturne, znanstvene, religiozne), predstavniki nevladnih organizacij, društev, združenj, različnih civilnih pobud, njihove službe za odnose z javnostmi (Poler Kovačič 2004a, 35). To so tudi tako imenovani institucionalni viri, kot jih imenujeta Hansen in Paul (v Poler Kovačič 2004a, 35).

Neuradni viri informacij so v dogodke oziroma dogajanje vpleteni ali nevporeteni posamezniki, ki niso vir po funkciji, ampak so udeleženci, očitvidci, priče dogodkov (Poler Kovačič 2004a, 35). Shoemaker in Reese (v Poler Kovačič 2004a, 35) jih delita v pet skupin, in sicer protestnike, stavkarje, žrtve, domnevne ali dejanske kršilce zakona in običajev, glasovalce in anketirance ter udeležence neobičajnih dejavnosti. Neuradni viri niso nujno strokovnjaki, novinarji pa jih v prispevke vključijo zaradi njihovega mnenja ali čustvenih izjav. Ni pravil, ali naj bo število uporabljenih uradnih in neuradnih virov uravnoteženo v novinarskem prispevku, je pa vključitev strokovnih virov v novinarski prispevek kazalnik (novinarjeve) verodostojnosti (Carpenter 2008, 535).

Uradni viri novinarjem posredujejo oblikovane informativne vsebine in hkrati prevzemajo del novinarjeve vloge pri zbiranju informacij (Ekström in drugi 2009, 258). Novinarstvo je 'zaveznik' tako imenovanih uradnih virov (Poler Kovačič 2002, 774), novinarji so 'stenografi uradnih virov' (Gans 2009, 101; Gans 2011, 4). Odvisnost novinarjev od uradnih elitnih virov lahko ogrozi ključne novinarjeve vloge, na primer vlogo psa čuvaja (ang. *watchdog*) (Chung in drugi 2013, 72).

Novinarji se še vedno v največji meri zanašajo na uradne vire lokalne, regionalne, državne oblasti, sledijo politični, znanstveni, gospodarski in vojaški strokovnjaki, zlasti ko obravnavajo

specifične probleme in teme. Pomemben vir so tudi interesne skupine in odvetniške organizacije (Hansen 2007, 491).

Analiza poročanja slovenskih tiskanih medijev o različnih mnenjih glede vstopa Slovenije v zvezo Nato je pokazala, da uradni viri predstavljajo kar 86,6 odstotka vseh virov, neuradnih je 13 odstotkov. Uradni viri imajo prevladujoč dostop do objav v novinarskih in publicističnih besedilih (Poler Kovačič 2004a, 113–119). Raziskava Raznovrstnost in politična usmerjenost slovenskega dnevnega tiska 1990–2005, ki jo je izvedel Center za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede, je potrdila prevlado političnih akterjev med novinarskimi viri. Zato ni mogoče trditi, da je slovenski dnevni tisk prostor javne razprave različnih pogledov, ampak se omeji le na vlogo posredovalca razprav institucionaliziranih političnih opcij (Turnšek Hančič 2009, 66).

Odvisnost novinarjev od uradnih virov je značilna tudi za regionalne in lokalne medije. Lokalni mediji pazijo na ohranjanje dobrih odnosov s svojimi stalnimi viri informacij, ki so v glavnem uradni, institucionalni viri, torej predstavniki lokalne oblasti, policije, reševalne službe, sodišča (Aldridge 2007, 59). O'Neill in O'Connor (2008) sta pri analizi štirih lokalnih časopisov v Angliji ugotovila, da kar dve tretjini novinarskih besedil temelji na uporabi samo enega vira, prispevki so pozitivno naravnani ali nevtralni, zaradi česar je vprašljiva verodostojnost lokalnih medijev kot neodvisnih komentatorjev dogajanja, lokalna demokracija, javni interes, zaupanje javnosti in novinarski standardi pa so ogroženi (O'Neill in O'Connor 2008, 495–500).

V lokalnem okolju slovenskega prostora so občinske uprave maloštevilne, zato so po navadi najpomembnejši in najpogostejši viri informacij in hkrati najbolj verodostojni viri kar župani (Šubic 2008, 15). V diplomski nalogi je Šubic potrdil tezo, da župani kot najpomembnejši viri v precej primerih politično vplivajo na avtonomijo novinarjev lokalnega časopisa Gorenjski glas skozi selekcijo informacij, objavljenih v časopisu, predloge za teme prispevkov, javno kritiko novinarjev tega časopisa in skozi grožnje s prekinitvijo poslovnega sodelovanja s časopisno hišo Gorenjski glas (Šubic 2008, 58).

Novinarji so pri svojem delu vedno bolj odvisni od sporočil za javnost, posledica te odvisnosti pa je lažja manipulacija z novinarji. Povečanje količine sporočil za javnost in novinarskih konferenc obenem zmanjšuje ali celo onemogoča objavljanje ekskluzivnih novinarskih zgodb

(Shoemaker in Reese 2011, 122). Ob razpravah o nujnosti ohranjanja statusa objektivnega, resnicoljubnega in etičnega novinarstva so sporočila za javnost problematična, ker si lastijo status novinarskega diskurza (Poler Kovačič 2004a, 73). Resnost problema izpostavi britanski novinar Davies, ko zapiše, da je »piarovski material« že sam po sebi vprašljiv, ker služi določenemu interesu in se kot hudournik steča v novinarske redakcije. Novinarji nimajo več časa preverjati verodostojnosti sporočil za javnost in jih praktično nespremenjena objavijo kot novinarska besedila (Davies 2011, 109). Sicer nujnost preverjanja sporočil za javnost ne pomeni, da so sporočila neresnična, a nepreverjeno, nekritično in praktično nespremenjeno objavljanje sporočil za javnost vodi k še eni težavi sodobnega novinarstva, homogenizaciji medijskih vsebin (Diekerhof in Bakker 2012, 244). Nastaja enotna in poenostavljena podoba o svetu, saj večina medijev izbira večino informacij, uredniških stališč in citiranih izjav iz zelo omejenega nabora surovega materiala, ki prihaja v vsa uredništva od istih virov (Davies 2011, 112–113).

K homogenizaciji medijskih vsebin ne prispevajo le sporočila za javnost. Informacije z različnih področij in območij novinarjem hitro in sproti posredujejo tiskovne agencije. Britanska raziskava je med drugim pokazala, da je kar 60 odstotkov objavljenih zgodb glavnih britanskih časopisov kopiranih od agencij, 20 odstotkov zgodb vsebuje informacije iz agencijskih virov (Jukes 2013, 9). Agencijske vesti najbolj potrebujejo lokalni mediji, ki zaradi majhnega števila zaposlenih, pomanjkanja tehnične opreme in denarja ne morejo biti povsod navzoči (Laban 2004, 37). Novinarji informacij, ki jih dobijo od agencij, največkrat sploh ne preberejo, ampak jih dobesedno prepisejo (Van Dijk 1988, 132–136). Razlog takega početja je med drugim v dejstvu, da morajo novinarji ustvarjati več (zgodb) z manj sredstvi, uredništva so kadrovsko podhranjena. Bolj kot je medij kadrovsko podhranjen, bolj so novinarji prisiljeni v to, da sporočila objavijo takšna, kot jih dobijo (Verčič 2001, 5).

Novinarji informacije dobivajo tudi od drugih medijev. Phillipsova (2010) pri obravnavi te teme izpostavi resen problem sodobnega novinarstva. Novinarji namreč zgodbe iz drugih medijev preprosto prekopirajo in jih podpišejo kot svoj avtorski prispevek. To je kanibalizacija (Phillips 2010, 373), o čemer podrobneje pišem v podpoglavju Navajanje virov informacij.

Poleg starih virov, kot so na primer arhivi, knjige, že objavljeno gradivo, katerih značilnosti so redkost, stabilnost in dostopnost, so novinarjem danes dostopni novi, digitalni viri, ki so

nestabilni, spremenljivi, krhki, razdrobljeni (Balbi 2011, 155). Nove oblike komuniciranja, kot so blogi, pogovori, forumi, družbena omrežja, novinarjem olajšajo pridobivanje več različnih informacij in dostop do več različnih virov (Hansen 2007, 492). Ogromna »online« knjižnica, kot splet imenuje Matthews (2013, 249), je za novinarje danes pomembno orodje za zbiranje informacij in komuniciranje z viri, o čemer podrobneje pišem v poglavju Množični mediji in družbena omrežja.

2.2 (I)zbiranje virov in preverjanje informacij

Novica ni nepovezana in samoumevna kategorija družbene realnosti, je proces selekcije, ki vključuje različne poglede (Aldridge 2007, 168). V postopku oblikovanja novice se novinar sooča z različnimi in več viri, med katerimi mora izbirati na dnevni bazi. Zato mora imeti profesionalno znanje za zbiranje natančnih informacij, saj novinarsko delo temelji na predpostavki, da se mediji v bistvu borijo proti nevednosti svojega občinstva. Novinar za opravljanje svojega dela potrebuje še potrpljenje, pogum in voljo do trdega dela, biti mora pozoren na jezik, imeti smisel za zanimive detajle, kontrolirati tempo in strukturo (Botton 2014, 70–71).

Novinarstvo se je v skladu z dolžnostjo in odgovornostjo razvilo v relativno uspešno sredstvo učinkovitega javnega diskurza, ker nam pomaga odkriti in izvedeti, česar nismo vedeli, in poskrbi, da govorimo o tem, ali pa vsaj opazujemo druge, ki to počnejo (Marsh 2013, 224). Novinarstvo je tako pomembna in vplivna dejavnost, da si človeškega življenja brez nje v sodobnih družbah ne moremo predstavljati, in tudi demokracije v družbi ne (Poler Kovačič 2004a, 86). Svet bi bil revnejši in bolj nevaren brez novinarjev (Lee Potter 2013, 191–192), zato morajo novinarstvo in novinarji slediti zgodovinskemu impulzu, ki ga je George Orwell (1946, 5) opisal kot »željo videti stvari, kot so, izbrskati dejstva in jih ohraniti za zanamce.«

Joseph Pulitzer, ameriški novinar, je dejal, da obstajajo tri pravila za novinarje: »Točnost, točnost, točnost« (Keeble 2008, 13). Točno in resnično poročanje v javnem interesu in za javno dobro ni pretiran, nedosegljiv in nemogoč ideal, četudi je resnico težko odkriti in jo sporočiti drugim (Jacquette 2009, 213). Walter Williams, ustanovitelj prve svetovne novinarske šole na Univerzi v Missouriju, je leta 1908 v Biblijo novinarstva med drugim zapisal, da so jasne misli in trditve, točnost in poštenost osnova dobrega novinarstva (Winfield 2008, 12). Dejstvo, da so

odločitve javnosti odvisne od točnosti novinarskega poročanja, je osnova moralne dolžnosti in etične odgovornosti novinarjev za točnost in resničnost (Jacquette 2009, 213). Neizkrivljena in natančna predstavitev dogodka ali teme, ki temelji na preverjanju virov informacij, je ključna za verodostojnost novinarskega diskurza in za novinarjevo pridobivanje zaupanja občinstva (Laban 2004, 23).

Novinarski diskurz si lasti status resnicoljubnega in točnega upovedovanja (Poler Kovačič 2004a, 76), ki ga terja konvencija objektivnosti (Van Dijk 1988, 86) in ostaja temeljna norma novinarskega delovanja v večini demokratičnih držav (McManus 1994, 143). Novinarji stremijo k močni etični zavezi po točnem in poštenem, objektivnem poročanju (Keeble 2008, 130), objektivnost pa je nesporna zahteva tako novinarjev, kot politikov in javnosti (Kaplan 2009, 26). Vobič (2008) novinarsko objektivnost razume kot mit, ki je glavno pogonsko kolo ločevanja novinarstva od drugih diskurzov v sodobnem množičnem komuniciranju in eden temeljnih kamnov zamišljanja novinarske skupnosti (Vobič 2008, 108).

Zahteva po resničnosti je povezana z verodostojnostjo novinarja (Perovič in Šipek 1998, 110), resničnost je postavljena v temelj novinarstva (Poler Kovačič 2003, 210), je zlati standard, po katerem sodimo novinarje (Jacquette 2009, 215). Iskanje resnice je kolektiven in kumulativen proces, v katerem novinarji in različni komunikatorji javnosti igrajo ključno vlogo (Donsbach 2009, 39). Če so novinarji oči in ušesa državljanov (Crook 1998, 12; Jacquette 2009, 213), bi moralo novinarsko besedilo po svoji naravnosti spraševati v imenu javnosti in iskati odgovore za javnost (Košir 2005, 26).

Na novinarjevo poklicno odločitev, o čem in kako bo poročal, vpliva več dejavnikov. Po Gansu (2008, 313) je izbira zgodbe in s tem tudi virov sestavljena iz dveh procesov: prvega določa razpoložljivost novic in posledično povezuje novinarja z viri, drugega pa določa ustreznost novic, kar novinarja povezuje z občinstvom. Novinarji so pri zbiranju in preverjanju informacij omejeni s časom, zato skušajo pridobiti čim več primernih in uporabnih informacij od čim manj virov, hitro, enostavno in s čim manj stroški (Gans 2003, 320). Prav čas Davies (2011, 77) izpostavlja kot osnovno delovno sredstvo novinarja: »Vzemite mu čas in ostali boste brez resnice.«

Položaj vira je ključnega pomena pri novinarjevi odločitvi, ali naj pridobljeno informacijo (dodatno) preveri, saj so nekateri viri bolj zanesljivi od drugih (Diekerhof in Bakker 2012, 247). A novinarjevo delo je preveriti, pretehtati prejete informacije in objaviti točno zgodbo z vsemi za javnost zadostnimi in pomembnimi dejstvi (Shoemaker in Reese 2011, 169). Od različnih virov novinarji pridobijo bistveno več informacij, kot jih vključijo v prispevek ali jih javnost potrebuje in zahteva (Gans 2011, 11). Katere vire in kako jih novinarji uporabijo v svojih prispevkih, (lahko) vpliva na oblikovanje medijske agende, določa okvirje javne razprave ali pa sooblikuje ideologijo (O'Neill in O'Connor 2008, 487). Novinar odloča še o izbiri teme, o kateri bo poročal, ter (i)zbira in preverja informacije, na osnovi katerih oblikuje novinarski prispevek. Da bi čim bolj celovito in uravnoteženo predstavil informacije o za javnost pomembnih dogodkih, pojavih in ljudeh, mora novinar spraševati, saj spraševanje pomaga opravljati za novinarje pomembno dolžnost: klicati odgovorne k odgovornosti (Košir 2003, 74).

Idealno bi bilo, če bi bili vsi sodelujoči v komunikacijskih procesih etični in bi sporočali samo resnične in preverjene informacije. A v praksi ni tako. Keeble (2008, 26) opozarja, da lahko vir novinarju sporoči lažno informacijo, zamolči ključna dejstva, sploh ni obveščen o zadevi, o kateri sprašuje novinar, je lahko zmeden, ga nekdo ustrahuje, zaradi česar nejasno sporoči podatke novinarju. Zato je ključnega pomena, da novinar preveri informacije, ali kot piše Šuen (1997, 32): »Če medij objavi neresnično informacijo, potem zanjo ni odgovoren vir, temveč novinar, ki mu je lahkoverno nasedel.«

Viri informacij skušajo poizvedovanje novinarjev uskladiti z informacijami, ki so jih pripravljene deliti in bodo pozitivno vplivale na njihove cilje oziroma negativno na cilje njihovih nasprotnikov (Gans 2003, 315). Novinar se pri svojem delu ne odloča le o tem, katere vire bo izbral, ampak tudi, kje in kako bo preveril informacije. Kot družbeno bitje novinar sodeluje v vzorcih delovanja, ki jih ni ustvaril sam (Poler Kovačič 2004a, 39). Rutine so ponavljajoče se aktivnosti novinarja, ki opravlja svoje delo (Becker in Vlad 2009, 59), to je zbira in preverja informacije. Novinar informacije pridobiva po različnih kanalih. Sigal (1973) in Poler Kovačičeva (2004a) pišeta o aktivnih, rutinskih in neformalnih kanalih.

Novinar lahko aktivno podatke pridobiva na lastno pobudo z intervjuji, ko je priča spontanemu dogodku, se samoiniciativno loti preiskave ali pa sam naredi analizo in zaključke (Sigal 1973, 20). Med aktivne kanale pridobivanja informacij Poler Kovačičeva uvršča še neodvisne

raziskave, ki poleg statističnih podatkov in podatkov iz knjig vključujejo podatke anket in javnomnenjskih raziskav, ki jih izvaja medijska hiša sama, in tako imenovano raziskovalno (ang. *precision*) novinarstvo, ki je drugačno od preiskovalnega (ang. *investigative*) novinarstva (Poler Kovačič 2004a, 40).

S pomočjo rutinskih kanalov lahko novinar informacije pridobi iz sporočil za javnost, na novinarskih konferencah, nespontanih dogodkih (govori, proslave), na javnih dogodkih (sojenja, javna zaslišanja), piše Sigal (1973, 20). Med rutinske kanale sodijo še uradne zadeve (parlamentarna zasedanja, seje vlade, obiski državnikov), novice tiskovnih agencij, sporočila drugih novinarskih organizacij, pisma bralcev, javnomnenjska glasovanja, ki so jih izvedle in uredništvom dostavile zunanje institucije (Poler Kovačič 2004a, 39).

Med neformalne kanale pridobivanja informacij uvrščamo neformalne priložnosti stikov novinarja z viri, »curljanje« (ang. *leaks*) zareklih informacij, novice iz ozadja (Poler Kovačič 2004a, 40), informacije s sestankov nevladnih interesnih združenj, pogovore z novinarji (Sigal 1973, 20).

Na strukturo zbiranja informacij vplivajo tudi organizacijske rutine v medijih: dnevne rutine zbiranja novic večajo dostop uradnih virov (Poler Kovačič 2004b, 690). Tudi sicer se novinarji v glavnem zanašajo na rutinske kanale pridobivanja informacij (Hansen 2007, 491), novinarji in uredniki definirajo dogodkov, kot mu jo prenesejo uradni viri, največkrat tudi nevprašljivo sprejmejo (Van Dijk 1995, 33). Ko enostransko in nekritično posredujejo njihove informacije, ne da bi jih novinarsko obdelali, novinarji prenašajo interesni govor uradnih virov, kar je v nasprotju z uresničevanjem vloge nadziranja nosilcev oblasti oziroma moči v družbi (Poler Kovačič 2003, 219). Četudi so viri uradni, jim novinar ne sme slepo verjeti, ampak mora o resničnosti informacij podvomiti in jih preveriti še pri ostalih virih.

Da so bili viri informacij večinoma pridobljeni po rutinskih kanalih zbiranja informacij, je pokazala raziskava virov v spletnih novinarskih prispevkih na Delo.si in Dnevnik.si. Aktivno novinarsko pridobivanje informacij je potekalo predvsem prek elektronske pošte in telefona (Štok 2010, 67).

Naloga novinarja ni nizanje citatov in sestavljanje mozaika iz izjav enega ali več politikov, ampak pisanje koherentnega in berljivega besedila, pri čemer drugi načini navajanja virov ali povzemanje ne pomenijo neobjektivnega prenašanja, ampak kažejo na veččnost novinarjevega ubesedovanja in obvladovanje žanru ustrezne stilizacije (Kalin Golob v Poler Kovačič 2004a, 78). Mnenja, stališča in informacije očitidcev, o katerih novinar poizveduje, so lahko zelo subjektivna, ljudje so lahko osebno prizadeti, osebno vpleteni, imajo določen (zasebni) interes. Prav zato je treba takšne objave dodatno preveriti oziroma pridobiti informacije od več različnih virov. Ko Splichal (2000) opisuje ključne razvojne korake v zgodovini novinarstva, med drugim zapiše, da so meje med novinarstvom in nenovinarstvom postale še posebej nejasne ravno v računalniško posredovanem komuniciranju, kjer milijoni »obiskovalcev« interneta neprekinjeno ustvarjajo, poustvarjajo in posredujejo informacije (Splichal 2000, 48). Zato ne preseneča, da se je povečala znanstvena pozornost do proučevanja učinkov, ki jih v novinarstvo prinaša razširjenost spletnih oblik komuniciranja in produkcije vsebin na spletu (Deuze 1999, 2005; Garrison 2000; Deuze in Yeshua 2001).

Zaradi ekonomskih pritiskov je vse manj izvernih novic, ki bi bile posledica novinarjevega raziskovanja, spraševanja. V fazi iskanja in preverjanja informacij novinarska vprašanja izginjajo (Košir 2003, 121), s tem pa izginja bistvo novinarstva. Zaradi krčenja denarja za novinarje in delo, pritiska časa in hitrosti objave novinarji pišejo vedno manj zgodb, vedno manj zgodb se preverja, večina medijev pristaja na kopiranje agencijskih novic in sporočil za javnost (Jukes 2013, 8). S pasivno vlogo novinarja pri zbiranju informacij se povečuje možnost, da korist vira prevlada nad koristjo javnosti (Poler Kovačič 2002, 770).

Če si novinarji ne morejo vzeti časa za neodvisno preverjanje informacij pri drugem ali tretjem viru, obstaja visoko tveganje, da bo novinarstvo postalo odprto za manipulacije in dezinformacije (Matthews 2013, 246). Zaradi odbiraljske vloge (ang. *gatekeeping*) so novinarji v javnosti prepoznani kot tisti, ki ustvarijo in dajo pomen (ang. *sense makers*), in ne le kot sporočevalci novic (Hermida 2010, 304). Odbiralji (ang. *gatekeepers*) odločajo, kaj naj postane družbena realnost, kakšen naj bo pogled na svet. Informacija, ki gre skozi vsa vrata, lahko postane del družbene realnosti, kar pa običajno ne velja za informacije, ki obstanejo pred enimi vrati (Shoemaker in Vos 2009, 3). Za ohranjanje novinarjeve vloge odbiralja je ključna prav izbira virov (Hermida in drugi 2014, 480).

Bruns (2011, 121–122) opozarja, da je novinarstvo namesto funkcije odbiranja pristalo v vlogi zgolj opazovanja (ang. *gatewatching*). Akterji javnosti ustvarjajo tok informacij (tudi nekoristnih, brez informativne vrednosti), ki ga novinarji kot odbiratelji ne morejo obvladati, ampak lahko le spremljajo objave sporočil in izjav za javnost, poročil akademskih ustanov in podjetij, posredovanja lobistov in politikov.

Da odbirateljska vloga novinarjev slabi, opozarjajo tudi drugi teoretiki in novinarji. V knjigi *Flat Earth News*, ki je v izvorniku izšla leta 2008, slovenski prevod z naslovom *Zgodbe s ploščate Zemlje* pa leta 2011, je britanski novinar Nick Davies omenil termin *churnalism* oziroma reciklažno novinarstvo. Termin označuje prevlado količine novinarskih prispevkov nad njihovo kakovostjo (Baty 2014, 179). Novinarji ne zmorejo opravljati preprostih, osnovnih nalog svojega poklica; ne zmorejo povedati resnice o področju, ki naj bi ga novinarsko obvladali, ne iščejo več novic in jih ne izbirajo, ampak so ponižani na pasivne predelovalce vsega, na bruhanje člankov (Davies 2011, 71). Termin reciklažno novinarstvo je dejansko zakrivil novinar škotskega BBC-ja Waseem Zakir, ki je pomen besede pojasnil: »Pred desetimi ali petnajstimi leti si svojo zgodbo našel na terenu, kar je bilo proaktivno novinarstvo. Zdaj je nasprotno. Novinar dobi sporočilo in ga 'speni', pripravi gradivo in mogoče doda priložnostni lokalni citat. To vpliva na vse novinarske redakcije in novinarji postajajo reciklažni novinarji« (Slattery 2011).

Norma neodvisnosti novinarskega dela je osnova ideje, da dobro novinarstvo pomeni pregledovanje, brskanje in izpostavljanje napačnih odločitev in dela politikov, kot tudi na drugih javnih področjih dela, ki od pristojnih zahtevajo odgovorno delo (Ekström 2009, 258). Ključne vrline novinarskega poklica ostajajo kakovostni medosebni stiki, poglobljeno delo na terenu, spoštovanje zanesljivih virov in profesionalna odgovornost do verodostojnih, zanesljivih in preverjenih informacij (Oblak Črnič 2007, 44), a študije kažejo, da je v vsakodnevnih novinarjevih rutinah vedno manj preverjanja informacij (Diekerhof in Bakker 2012, 243).

Novinarji vtis objektivnosti v svojih prispevkih zagotavljajo s citiranjem izjav, saj naj bi bila informacija v taki obliki v celoti preverljiva, preverljivost pa je ključni element objektivnosti (Luthar 2004, 666). Upravičevanje citatov v prispevkih slovenskih novinarjev kot merilo točnosti, resničnosti in s tem objektivnosti novinarskega dela izhaja iz zakonske določbe o

dostopu informacij za medije. Organi, ki jih kot zavezance za posredovanje informacij določa zakon, morajo v skladu s 45. členom Zakona o medijih (2006) posredovati resnične in celovite informacije.

Ali je zakonska določitev zadostno merilo, da (uradni) vir novinarju sporoči resnico? Trdim, da ne. Tudi v kontekstu prispodobe »divjega sveta«, ki jo je za komuniciranje v virtualnem svetu uporabil Obradović (2009, 244), označuje pa pomanjkanje oziroma odsotnost spoštovanja moralnih načel in demokratične družbe. Ob tem Obradović opozarja, da novinarji ne smejo razmišljati, ali bodo spoštovali etiko stroke, ampak, kako bodo to storili (Obradović 2009, 245). Novinar se mora samo osebno odločiti, komu bo služil, komu bo kaj in zakaj govoril (Košir 2003, 77).

2.3 Navajanje virov informacij

Novinar, ki poroča o nekem dogodku, informacije pridobiva in jih preverja z vprašanji, ki jih postavlja akterjem in očividcem dogodka. Odsotnost novinarskih vprašanj se kaže pri (ne)navajanju virov (Poler Kovačič 2003, 212), na razvidnost virov v novinarskih besedilih vpliva še odnos novinarja do različnih virov (Laban 2004, 12).

Vsaki interpretaciji, ki se pojavi v novinarskem besedilu, mora biti pripisan vir informacij (Sigal 1973, 66), saj je pregledno navajanje virov informacij ena od temeljnih prvin novinarske objektivnosti (Laban in Poler Kovačič 2007, 65). Novinar lahko izjemoma opusti navedbo vira, a le, če za to obstajajo utemeljeni razlogi; izjeme nenavajanja virov natančno opredeljujejo kodeksi, a se s tem v diplomskem delu ne bom podrobneje ukvarjala.

Pravica javnosti je, da pozna ali lahko prepozna vir informacij, ki so bile posredovane novinarju. Iz tega podatka lahko javnost prepozna, s kakšnim namenom je bila informacija posredovana novinarju in kdo je zanj odgovoren. Zakon o medijih (2006) določa, da je za vsako objavljeno informacijo odgovoren odgovorni urednik, dodatno pa še, da je vir informacij odgovoren za resničnost in točnost informacij, ki jih daje za javnost. Etika je pomembnejša kot kdaj koli, etičnost v virtualnem svetu pa ni več le naloga pošiljatelja, ampak tudi prejemnika informacij, toliko bolj, če je prejemnik v družbenih omrežjih tudi sam komunikator, pošiljatelj sporočila (Obradović 2009, 243).

Podatki o tem, kako je novinar prišel do informacij in kdo so njegovi viri, ne določajo le, katera informacija bo dosegla občinstvo, ampak tudi kakšna podoba družbe bo v njej predstavljena (Soloski 1989, 864). Če novinarji uporabijo informacije, ki jih ne preverijo, ali ne navajajo vira informacij, bralci ne morejo vedeti, kdo je napisal izvirno zgodbo, od kod izvirajo informacije ali kako jih lahko preverijo sami. Zahtevo po navedbi vira je mogoče utemeljiti s tremi etičnimi načeli, in sicer resnicoljubnostjo, pravičnostjo oziroma poštenostjo in neškodovanjem drugim (Boeyink 1990, 235).

Nenavajanje virov ni v skladu z novinarsko etiko, v akademskih krogih nenavajanje virov pomeni plagiatorstvo (Phillips 2010, 378). Ena hujših kršitev novinarske etike je povzemanje informacij iz drugih medijev brez navedbe vira, torej »novice kradejo drug drugemu« (Davies 2011, 126). Phillipsova (2010, 373) to poimenuje kanibalizacija in ob tem opozarja na še en problem sodobnega novinarstva, to je izginjanje vprašanj. Za ohranitev pluralnosti medijev je nujno, da novinarji, »ki brskajo za fasado«, predstavijo različne vidike, zaradi katerih se bodo porajala nova vprašanja o skrivnostih, ki jih želijo politiki in drugi uradni viri prikriti (Phillips 2010, 374). Na pasivizacijo novinarstva opozori tudi Jukes (2013, 10), ko pravi: raje kot da so (novinarji) izvirni pri iskanju in preverjanju informacij, »igrajo varno«, kopirajo novice od drugih medijev zaradi bojazni, da bi zamudili z objavo. Rezultat tega je homogenizacija medijskih vsebin.

Dolžnosti novinarja do virov informacij so opredeljene v Kodeksu novinarjev Slovenije (2010). V prvem in šestem členu Kodeks novinarje zavezuje k preverjanju točnosti zbranih podatkov in navajanju virov. V šestem členu je navedeno, da mora novinar, kadar je le mogoče, navesti vir informacije. Osmi člen novinarju dovoljuje, da se lahko z virom, ki ga sicer lahko identificira, dogovori za zagotavljanje anonimnosti. Takšen vir lahko uporabi le, če informacij ni mogel pridobiti na drug način, objava pa je v javnem interesu. S tem se dviga tako kakovost informiranja kot verodostojnost novinarja in njegovih virov informacij (Laban 2004, 42).

Novinarsko častno razsodišče je v razsodbah v letih 2003 in 2004 večkrat opozorilo novinarje in uredništva, da bi se morali izogibati sintagmi »po naših podatkih« oziroma bi morali bolj jasno povedati, kdo so viri. Na podlagi posameznih pritožb je Novinarsko častno razsodišče ugotovilo, da bi bilo mogoče obsoditi skoraj vsak novinarski izdelek, ker noben zaradi

prostorskih in časovnih omejitev in omejenega dostopa novinarjev do podatkov nima vseh informacij, ki bi bile za prizadete lahko pomembne (Einspieler 2009, 228–230).

Nerazvidnost virov informacij v novinarskih besedilih je skupaj z rutiniziranostjo zbiranja informacij pomembna značilnost sodobnega novinarstva. Novinarji morajo skrbeti tudi (in predvsem) za preglednost oziroma navajanje virov (Phillips 2010, 374). Deuze in Yeshua (2001, 280) opozarjata, da je ob širjenju novic prek družbenih omrežij brez ustrezne navedbe vira nemogoče izslediti izvorni vir informacije, zaradi česar izginjajo razlike med deljenjem novic in plagiatorstvom.

Obstaja povezava med tipom dogodka, o katerem novinar poroča, in tem, ali se novinar sklicuje na uradni ali neuradni vir informacij. Pri poročanju o zadevah (v glavnem o zakonodaji) novinarji uporabijo uradne vire zaradi njihovega zakonsko pogojenega interesa v razpravi (Shoemaker in Reese 2011, 172). Novinarji citirajo vir, kadar želijo poudariti, da gre za uradno informacijo, kadar citiranje visoko pozitivno ocenjen vir predstavi v pozitivni luči in kadar citiranje zelo negativno ocenjen vir predstavi v negativni luči (Drame 1994, 306).

Knez (2000) je analiziral navajanje virov v časopisu Dnevnik. Ugotovil je, da je bralec lahko le v dveh odstotkih razbral vir informacij, v glavnem pa so novinarji svoje zgodbe gradili na informacijah, pridobljenih na novinarskih konferencah, od tiskovnih agencij ali pa na osnovi sporočil za javnost. Trkmanova (2008) je v raziskavi ugotovila, da bralec Dela kar v 44 odstotkih vira informacij ne more razbrati, v Večeru je delež nerazvidnih virov 47-odstoten. Medtem ko so v Delu na drugem mestu informacije z novinarskih konferenc in sporočila za javnost, so v Večerovih prispevkih viri novinarji sami. Gorenčeva (2010) je ugotovila, da v notranjepolitičnih in domačegospodarskih prispevkih Slovenske tiskovne agencije prevladujejo uradni viri; kar tri četrtine v analiziranih prispevkih. Pri 18 odstotkih prispevkov ni bilo mogoče ugotoviti uradnosti vira. Raziskava je med drugim pokazala še, da so novinarji le v 49 odstotkih vir imenovali z imenom, priimkom in funkcijo, v 31 odstotkih je bilo ugotovljeno delno navajanje vira, v 18 odstotkih pa se novinarji niso sklicevali na vire informacij.

3 MNOŽIČNI MEDIJI IN DRUŽBENA OMREŽJA

Brez svobodnih, odprtih in profesionalnih medijev ni demokracije (Bašić Hrvatini in drugi 2006, 20), vladavine javnosti, ki javno izraža svoja stališča (Keane 1992, 173). V Resoluciji št. 1003 parlamentarne skupščine Sveta Evrope o novinarski etiki (1993) je zapisano, da demokracija ne bi bila mogoča, če državljani ne bi imeli na voljo potrebnih informacij o javnih zadevah, ki jim jih nudijo mediji. Ustava Republike Slovenije (1991) v 39. členu določa, da ima vsakdo pravico dobiti informacijo javnega značaja, za katero ima v zakonu utemeljen pravni interes, razen v primerih, ki jih določa zakon. Isti člen Ustave opredeljuje še svobodo izražanja in razširjanja misli, svobodo govora, tiska in drugih oblik javnega obveščanja ter izražanja.

Prav novinarstvo naj bi različnim javnostim zagotavljalo poštena in uravnotežena sporočila (Poler Kovačič 2002, 779), zato naj bi bilo v javni diskurz vključenih čim več različnih glasov (Gans 2011, 7). K preporodu demokratične razprave v družbi vedno več prispeva splet, četudi ni postal idealna »elektronska agora«, kot so mnogi pričakovali (Jouët 2009, 60). Je pa splet postal novo okolje za novinarsko dejavnost. Spletno novinarstvo je postalo četrta vrsta novinarstva za radijskim, televizijskim in časopisnim, ki ima svoje zakonitosti (Deuze in Yeshua 2001, 273).

Splet in z njim družbena omrežja pomenijo vseprisotno komuniciranje in povezave, kar povzroča navlako informacij (Singer 2009, 285), saj imajo ljudje samo s pritiskom na gumb možnost komunicirati kjerkoli s komerkoli o čemerkoli (Crowley 2012, 243). Ekspanzija spleta vodi k balkanizaciji javne sfere, ki škodi demokratičnim idealom spodbujanja razprave o pomembnih javnih zadevah. Čeprav je splet odprt prostor, zagotovo ni nadomestil tradicionalne javne sfere in zadev, o katerih se razpravlja v vodilnih medijih in konvencionalnih političnih krogih. Digitalna in tradicionalna javna sfera se dopolnjujeta skozi interakcijo, zaradi česar vplivata na razvoj državljske kulture (Jouët 2009, 69–70). »Omrežja omrežij« so medije, politike, strokovnjake, druge nosilce moči in vpliva zavezale k večji odgovornosti (Dutton 2010) in odprla prostor za kritiko javnosti o novinarjih in medijih (Lemann 2006).

Kakšne prednosti in pasti v novinarsko delo vnašajo spletna tehnologija in družbena omrežja, kaj je (še) novinarjevo delo, kakšen je njegov pomen, kakšno vlogo imajo množični mediji, zakaj so pomembni tudi regionalni in lokalni mediji, opredeljujem v nadaljevanju.

3.1 Množični mediji

Množični mediji z novinarstvom opravljajo svojo najpomembnejšo vlogo: ljudi oskrbujejo z informacijami (Poler Kovačič 2011, 45), spodbujajo participacijo v političnih procesih in razprave o javnih zadevah ter opravljajo vlogo psa čuvaja, ki onemogoča zlorabo moči (Costera Meijer 2010, 327). Botton (2014) meni, da je najplemenitejši cilj medijev »zmanjšanje nevednosti, odprava predsodkov in zvišanje nivoja inteligentnosti tako posameznikov kot držav« (Botton 2014, 59). S svojo odprtostjo, profesionalnostjo, strpnostjo, kakovostjo ali pa pritlehnostjo, površnostjo, manipulativnostjo in zlaganostjo lahko mediji pomembno vplivajo na zavest in razmišljanje posameznikov in hkrati družbe (Milosavljevič 2004, 141).

Mediji so porok demokracije in pri njih ne smemo ceniti le sposobnosti za zbiranje dejstev, temveč tudi večino – podprto z inteligentno pristranskostjo – pojasnjevanja njihove relevantnosti (Botton 2014, 26). Mediji ne odsevajo družbene stvarnosti in niso ogledalo družbe, ampak konstruirajo realnost in njene reprezentacije (Košir 2003,75). V tem je njihova velikanska in nedojemljiva moč: moč sestavljanja podob, ki si jih državljani ustvarijo drug o drugem; moč diktiranja, kakšne naj bodo naše predstave o drugih; moč ustvarjanja ideje države v naši domišljiji (Botton 2014, 37).

Množični mediji in novinarji vidijo svet s svojega položaja in vloge v družbi, kar se odraža z njihovimi merili vrednosti objave. Na novinarsko delo med drugim vplivajo še dobičkonosne težnje medija, za katerega delajo, čim večjo množico, ki je pogosto slabo obveščena in ne preveč zainteresirana, pa morajo obveščati pod časovnim pritiskom, omejeni so še količinsko (Gans 2011, 1).

Zakon o medijih (2006) v drugem členu opredeljuje, da so mediji »časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletext ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike na način, ki je dostopen javnosti.« Mediji so po zakonu pomembni za uresničevanje pravice državljanov Republike Slovenije, Slovencev po svetu, pripadnikov slovenskih narodnih manjšin v Italiji, Avstriji in Madžarski, italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter romske skupnosti, ki živi v Sloveniji, do javnega obveščanja in do obveščenosti. Mediji in njihove vsebine so pomembne za zagotavljanje pluralnosti in

raznolikosti medijev, za ohranjanje slovenske nacionalne in kulturne identitete, za spodbujanje kulturne ustvarjalnosti na področju medijev, za kulturo javnega dialoga, za utrjevanje pravne in socialne države, za razvoj izobraževanja in znanosti.

Javno službo produkcije in širjenja nacionalnih radijskih in televizijskih programov, ki so v javnem in kulturnem interesu Republike Slovenije, izvaja javni zavod Radiotelevizija Slovenija. Med programi posebnega pomena so po zakonu opredeljeni lokalni radijski in televizijski programi. Lokalne in regionalne vsebine medijev v Sloveniji natančneje opredeljuje Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (2002), Pravilnik o programih posebnega pomena (2002) pa določa merila za opredelitev lokalnih in regionalnih vsebin, pogoje in postopek za pridobitev statusa lokalnega oziroma regionalnega, študentskega in nepridobitnega radijskega in televizijskega programa.

V 77. členu Zakona o medijih (2006) je med drugim določeno, da so lokalni radijski in televizijski programi tisti, ki pokrivajo območje ene ali več lokalnih skupnosti oziroma območje, ki s prizemeljskim radiodifuznim oddajanjem pokriva območja, na katerih živi največ deset odstotkov prebivalstva Slovenije. Regionalni program je po določilih 79. člena zakona tisti, ki pokriva območje, na katerem živi najmanj deset in ne več kot petdeset odstotkov prebivalcev Slovenije. Zakon o medijih natančno ne opredeli nacionalnih, regionalnih in lokalnih medijev, ki pa imajo pomembno vlogo pri vzpostavljanju in zagotavljanju demokracije. O tem podrobneje v nadaljevanju diplomskega dela.

3.1.1 Regionalni in lokalni množični mediji

Svoboda izražanja je temeljna pravica vsakega posameznika in ni geografsko določena (Bašić Hrvat in Petković 2004, 12). Izraz regionalni oziroma lokalni se bolj nanaša na geografsko opredelitev in ne toliko na programsko vsebino medija (Jauert 1997, 94).

Živimo lokalno, a so naša življenja na lokalno vse manj vezana (Nielsen 2015, 5). Pri vrednotenju lokalnosti informacije je pomembna bližina javnosti; lokalna informacija je namreč praviloma zanimiva na določenem in relativno majhnem geografskem območju, kot so na primer soseska, mesto, okrožje, regija (Reader 2007, 273). Lokalne novice so bistvo demokracije (Graham in drugi 2010, 1), pri njeni promociji ter pri oblikovanju realnosti na regionalnem in lokalnem nivoju pa imajo pomembno vlogo prav regionalni in lokalni mediji

(O'Neill in O'Connor 2008, 489). Lokalni mediji so »razbili« centralizem nacionalnih časopisov in drugih velikih medijev (Pregelj v Lasbaher 2009, 35).

Vloga lokalnih in regionalnih medijev ni pomembna le zaradi uveljavljanja načel demokratičnosti družbe, ampak tudi zaradi vzgajanja in oblikovanja (kritičnega) novinarskega kadra. Kot pišeta Perovič in Šipkova (1998), ima v lokalnih in regionalnih programih novinar največ možnosti, da spozna različne novinarske teme. V regionalnih in lokalnih programih ne poznajo novinarjev specialistov in zato poročevalci začetniki lahko poročajo tako o kriminalu kot o političnih škandalih na regionalni in lokalni ravni. Ti programi praviloma uporabljajo tudi vse oblike poročevalskih žanrov ali tipov poročil, tako da so regionalni in lokalni mediji valilnice kadrov (Perovič in Šipek 1998, 47).

Občinstvo regionalnih in lokalnih medijev ne pričakuje le novic iz tega okolja, je pa res, da ima lahko o določenih temah iz regionalnega in lokalnega okolja bistveno več informacij in znanja od novinarja (Harrison 2005, 175). Na lokalni ravni je pomembno dejstvo, da prebivalci poznajo glavne lokalne probleme, so jim pogosto neposredni očitvidci in pomemben vir informacij. Če so novice naše okno v svet, so lokalne novice naše okno v del sveta, kjer dejansko živimo (McNair 2005, 37). Mediji sicer ljudem niso edini vir informacij o lokalnih temah, a po raziskavah lokalni časopisi v glavnem predstavljajo najbolj razširjen in najpomembnejši vir informacij o lokalnih zadevah (Nielsen 2015, 9).

Lasbaher (2009) je v diplomskem delu preučeval zadovoljstvo občanov z obveščenoostjo o lokalnem dogajanju in kako demokratično vlogo lokalnih medijev razumejo njihovi ustvarjalci. Ugotovil je, da je avtonomija novinarjev lokalnih medijev pod močnim pritiskom županov, ki se najpogosteje vsiljujejo kot viri informacij. Rezultati ankete so pokazali, da prebivalci občin podravske regije največ informacij o lokalni politiki dobijo iz medijev, in sicer 72 odstotkov iz večjih medijev, 64 odstotkov anketiranih pa tudi iz lokalnih medijev, ki so jim anketirani pripisali srednjo pomembno vlogo pri obveščanju (Lasbaher 2009, 48–57).

Lokalni mediji so močno odvisni od lokalnih oblasti kot virov informacij in hkrati dobro služijo skupinam v lokalnih skupnostih, ki že tako ali tako imajo vpliv in moč. Zato so nekateri kritiki uvedli pojem »psa čuvaja, ki ne grize« kot oznako za novinarje in medije, ki nekritično sledijo lokalnim elitam (Nielsen 2015, 10). Lokalne oblasti imajo vedno več znanja in boljšo strategijo

pri obveščanju javnosti prek lokalnih medijev. Od lokalnih medijev pričakujejo pozitivno poročanje o njihovem delu, zato jim tudi pomagajo s pripravljenimi in elektronsko dostopnimi gradivi, ki so vedno pogosteje predmet poročanja lokalnega medija, kot pa osnova novinarjevega raziskovanja (Harrison 2005, 187). Poleg tega si novinarji ne morejo privoščiti užaliti ali vznemiriti glavnih (uradnih) virov informacij, ne da bi pri tem tvegali izgubo tovrstnih virov in/ali tudi izgube oglaševalskega prihodka za medij (Aldridge 2007, 59). Podvomiti o resničnosti izjav uradnih virov lokalne oblasti je »krivoversko« (Davies 2011, 17).

Množični mediji, tudi regionalni in lokalni, bi postali bolj svobodni, neodvisni in demokratični, če bi v zgodbe vključili več različnih virov, stališč, mnenj državljanov (Costera Meijer 2010, 338). A prav zaradi odvisnosti lokalnih novinarjev in medijev od političnih elit je v lokalnih medijih zaznati manj kritičnega poročanja. Lokalni mediji so vedno bolj spolitizirani, kar se odraža v prevladi sporočil služb za odnose z javnostmi, ki jih mediji (praktično nespremenjene) objavijo kot novinarske prispevke.

Bob Franklin v svoji knjigi Packaging Politics navaja lokalno raziskavo sporočil za javnost, ki jih je v devetih mesecih izdala uprava okrožja Northumberland: kar 96 % sporočil so lokalni mediji predelali v novinarske članke; večina sporočil je bila objavljenih v več kot enem časopisu. Medtem ko so se večji regionalni dnevnikarji še trudili z vsebinsko predelavo, so jih manjši tedniki preprosto prepisali, »bodisi dobesedno in v celoti, ali pa so zgolj izpustili kakšne odstavke oziroma spremenili njihov vrstni red.« Franklin je zaključil: »Značilno pa je, da prav nobeden od objavljenih člankov ni vseboval dodatnih informacij, ki bi dopolnjevale uradno sporočilo za javnost: uredništva so jih mirno pogoltnila v enem kosu in brez predsodkov« (Davies 2011, 109–110).

Pomanjkanje kritičnosti ni zgolj posledica kadrovske podhranjenosti, ampak tudi dejstva, da lokalni novinarji običajno živijo v skupnostih, iz in o katerih poročajo, zaradi česar težje kritizirajo. Ne nazadnje je medij, za katerega novinarji delajo, odvisen od prihodka oglaševanja lokalnih podjetij, kar prav tako vodi v nekritičnost poročanja (Ekström in drugi 2009, 259).

Objektivnost in nepristranskost novinarskega poročanja je v diplomskem delu raziskovala Ostermanova in na primeru regionalnega časopisa Gorenjski glas v času volitev ugotovila, da

lokalni in regionalni mediji bolj podležejo ekonomskim in političnim pritiskom (Osterman 2002, 8). Sukur-Zormanova pa je v diplomski nalogi raziskovala moč lokalnega medija, ki je organiziran s strani civilne družbe. Ugotovila je, da je lokalni časopis Portorožan veliko prispeval k sprejetju politik po volji občanov in preprečil marsikatero zlorabo politične moči s strani občinskih funkcionarjev (Sukur-Zorman 2003).

Tradicionalni mediji, kot so časopisi, radio in televizija, so še vedno najbolj zanesljiv vir informacij o glavnih dogodkih. Novi mediji s spletom in družbenimi omrežji tradicionalnih medijev ne ogrožajo, ampak jih izzivajo k spremembam in prilagoditvam horizontalnim in interaktivnim modelom komunikacije, ki jih omogoča splet (Jouët 2009, 63). Lokalna informacija (so)oblikuje prihodnost spletnih medijev zaradi svojih specifičnosti, drugačnih od značilnosti identitete naroda v svetu informacij, ki težijo k enotnosti, homogenosti. Zato ekonomska vrednost lokalne informacije narašča v primerjavi z vrednostjo splošnih in homogenih nacionalnih in globalnih informacij (Goyanes 2015, 1506).

3.2 Družbena omrežja

Družbena omrežja je težko definirati (Newman 2009, 7). Preoblikovala so dostop do ljudi, informacij, storitev in drugih virov, kar vpliva na komunikacijsko moč in položaj posameznikov, skupin, institucij, narodov (Dutton 2010). Družbena omrežja so alternativna avenija za i(zbiranje) novih virov in ustvarjanje novih zgodb za nekatere novinarje (Santana in Hopp 2016, 6).

Pojav družbenih omrežij je povezan s spletom, ki omogoča povezovanje, komuniciranje in interakcijo z drugimi s stalnimi sporočili in prek družbenih omrežij (Correa in drugi 2010, 247–248). Splet je spremenil produkcijo in distribucijo novic (Becker in Vlad 2009, 59), je pomemben sooblikovalec sodobne kulture, kjer se združujejo številni družbeni akterji, vzpostavljajo raznotera družbena delovanja, posredujejo številne informacije, vsebine in zgodbe ter opravljajo različne storitve (Oblak in Petrič 2005, 101). Prvič v zgodovini človeštva je vsem uporabnikom, ne le tistim, ki si lahko privoščijo in znajo uporabljati tiskarsko tehnologijo, video kamero ali radijsko opremo, omogočeno postati ustvarjalec informacij in jih globalno širiti (Paulussen in drugi 2007, 133).

Družbena omrežja vključujejo splošna omrežja, kot so Facebook, Google+, omrežja, ki omogočajo posredovanje kratkih sporočil (ang. *microblogging*), kot je Twitter, poslovna omrežja (LinkedIn), specifična omrežja (YouTube, Vimeo, Flickr, Instagram, Pinterest), omrežja, ki temeljijo na lokacijah (Foursquare). Omrežja imajo več funkcij, omogočajo medmrežno komunikacijo, medsebojne objave, se izjemno hitro razvijajo in narekujejo nujne spremembe na področju dostopnosti in možnosti komuniciranja (Thorsen 2013, 125).

Če je bil radio pred drugo svetovno vojno, televizija pa po njej novi medij, sta danes oba medija že tradicionalna, klasična medija (Obradović 2009, 241). A staro ne izgine. Kot se je dogajalo v preteklosti komuniciranja, novi mediji soobstajajo s starimi, tako da pojav digitalnih medijev v sodobni družbi ni povzročil uničenja oziroma zatona analognih. Časopisi, knjige, radio in televizija še naprej soobstajajo z elektronskimi knjigami, sms-i, elektronsko pošto in drugimi oblikami sodobnega spletnega komuniciranja (Balbi 2011, 154–155). To dejstvo po eni strani bogati nabor razpoložljivih virov in uveljavlja vrednoto odprtosti, po drugi strani pa sproža dvome o verodostojnosti objavljenih informacij in tudi virov (Poler Kovačič 2014, 121).

3.2.1 Uporaba družbenih omrežij v medijih

Splet in družbena omrežja spreminjajo novice, kot jih poznamo. Zbiranje in preverjanje informacij poteka (tudi) preko družbenih omrežij, dejstva in zgodbe se »googlajo«, novinarske redakcije so odprte za javnost, ki sooblikuje vsebine, v zgodbah vodilnih medijev se (nekritično in nepreverjeno) uporabljajo videoposnetki in druge informacije državljanov z družbenih omrežij in njihovih blogov (Levi 2012, 1533).

Spletne strani novinarjem omogočajo rutiniziranje zbiranja informacij bolj kot katerakoli tehnologija od izuma telefona. Novinarji lahko neprestano sledijo dogodkom, pridobivajo informacije od različnih virov 24 ur na dan, sedem dni v tednu, a jim niti ni treba zapustiti uredništva, morajo pa biti izjemno računalniško pismeni in imeti izjemne analitične sposobnosti (Hachigian in Hallahan 2003, 45).

Zaradi spletne tehnologije in družbenih omrežij je vsak dan mogoče slišati več povratnih informacij občinstva, slišanih je več glasov, o isti zgodbi je predstavljenih več različnih stališč, arhiviranih in dostopnih je več zgodb, pod drobnogledom je več ljudi, več ljudi je aktivnih pri spremembah – s fotografiranjem, snemanjem videov, komentiranjem na blogih ali delitvijo

zgodb, ki so jim pomembne (Van Der Haak in drugi 2012, 2923). Po mnenju avtorjev novinarstvo zaradi družbenih omrežij in spleta ni v krizi, ampak v ekspanziji. Pri zbiranju, interpretaciji in širjenju novic imajo novinarji več orodij kot kdaj koli, pa tudi več (brezplačne) pomoči, kot si jo je bilo mogoče kdaj koli zamisliti (prav tam).

Splet je zelo povečal dostavljanje pravočasnih informacij novinarjem ne glede na njihovo lokacijo (Poler Kovačič 2002, 776). Četudi po eni strani tehnološke možnosti novinarju olajšajo delo, na drugi strani splet prinaša nevarnosti za novinarsko delo (Keeble 2008, 44). Novi mediji naj bi novinarstvo kot osrednjo dejavnost medijev preobrazili na vsaj tri načine: prvič s tem, da zmanjšajo vlogo novinarjev kot osnovne intermediarne sile v demokraciji, ki postane bolj ali manj nepotrebna; drugič tako, da medijskim profesionalcem ponudijo širok nabor virov in tehnoloških pripomočkov za delo; in tretjič s tem, ko ustvarijo samosvojo vrsto digitalnega ali spletnega novinarstva (Deuze 1999, 373).

Newman (2009) navaja tri razloge, zakaj mediji družbena omrežja jemljejo vedno bolj resno. Prvi razlog je možnost povedati boljšo zgodbo; ob predpostavki, da je vedno nekdo, ki ve več od tebe, mediji in novinarji zbirajo komentarje, fotografije, videoposnetke, ideje; vse te aktivnosti dopolnjujejo in nadgrajujejo zbiranje informacij, virov in končnih zgodb. Drugi razlog je ustvarjati boljše odnose z angažiranimi uporabniki, ki so bolj lojalni, tretji razlog pa je pridobivanje novih uporabnikov (Newman 2009, 7).

Broersma in Graham (2012) razlikujeta štiri načine uporabe družbenih omrežij v medijih, in sicer za:

- *širjenje novic*: zlasti v obliki sprotnega, neposrednega poročanja s kraja dogodka (ang. *breaking news*);
- *prodajo zgodb*: s promocijo določenih vsebin, prispevkov promovirajo medij in hkrati spodbujajo občinstvo k spremljanju medija;
- *vzpostavitev odnosov z občinstvom*: novinarske hiše spodbujajo novinarje k odpiranju lastnih profilov in objavi sporočil prek družbenih omrežij z namenom interakcije z občinstvom;

- *orodje za poročanje*: družbena omrežja so velik bazen »kolektivne inteligence«. Novinar lahko uporabi znanje, odzive in stališča množice različnih virov, s katerimi brez uporabe družbenih omrežij (verjetno) sploh ne bi prišel v stik (Broersma in Graham 2012, 403–404).

Levi (2012) izpostavlja, da družbena omrežja vplivajo na:

- *spremembe novinarskih rutin v postopku zbiranja, preverjanja in prenosa informacij*: novinarji družbena omrežja uporabljajo zaradi vsebin in virov, zbirajo informacije, poizvedujejo, iščejo ideje za nove zgodbe, (nekritično, brez urejanja in preverjanja) uporabljajo izjave, fotografije in videoposnetke uporabnikov;

- *javnost*: občinstvo je bolj aktivno in neposredno, zahteva določene vsebine, ki jih delijo na družbenih omrežjih, jih priporočajo v branje ali ogled, jih komentirajo;

- *novinarske produkte*: ne le, da so novinarski prispevki pod stalnim drobnogledom javnosti, ki prispevke popravlja in ureja, ampak so novice bolj zaradi informacij, kot pa pojasnjevanja in poglobljene analize vpliva informacije;

- *odnose med institucijami*: družbena omrežja povzročajo razkol med novinarji in medijskimi hišami, ki jih zaposlujejo. Novinarji so postali blagovne znamke, zaupanje v posameznike je postalo pomembnejše od zaupanja v medije kot institucije (Levi 2012, 1534–1553).

Nedvomno je, da splet javnosti daje več možnosti in priložnosti za interakcijo z novinarji in mediji, zaradi česar tudi javnost postaja odbiratelj (Shoemaker in Vos 2009, 6). Ob tem ni zanemarljivo dejstvo, da je zaradi spleta manj neposredne »*face-to-face*« ali »*voice-to-voice*« komunikacije med novinarji in njihovimi viri, delno pa to interaktivnost nadomešča elektronsko dopisovanje (Berkowitz 2009, 112).

Prav interaktivnost, ki jo na primer omogočata Facebook in Twitter, pomeni novo dimenzijo in dinamičnost v procesu zbiranja in obdelovanja informacij (Griessner 2012, 4), interakciji s širokim naborom različnih virov informacij (Matthews 2013, 252), pa tudi v neposredni interakciji z občinstvom: novinarji so praktično prisiljeni, da odgovorijo na vprašanja občinstva in sodelujejo v elektronskih razpravah o aktualnih dogodkih na spletnih straneh medijev (Jouët 2009, 62).

Twitter je »sistem«, ki novinarje opozori na trende in teme (Hermida 2010, 302). Je platforma, ki jo novinarji rutinizirano spremljajo z namenom pridobivanja virov, zbiranja in preverjanja informacij; ko delijo, izbirajo in »retvitajo« določene vsebine, ohranjajo odbiraljsko vlogo (Brems 2014, 28). Z odbiranjem objav na družbenih omrežjih novinarji niso zgolj poročevalci, ampak tem informacijam dajejo pomen (Hermida 2010, 304). Z aktivno rabo Twitterja novinarji postanejo bolj odprti za mnenja, bolj liberalni pri delitvi svoje odbiraljske vloge in bolj temeljiti pri transparentnosti novinarskega procesa (Lasorsa in drugi 2012, 24). Interakcije med novinarji in viri so bile tradicionalno skrite pred očmi javnosti, prek družbenih omrežij pa je zdaj mogoče slediti citatom uporabljenih tvitov, navajanje virov pa uporabnikom omogoča vpogled v delo novinarja – kako pridobiva informacije, v ozadje, kontekst (Hermida in drugi 2014, 482). Twitter je tako postal učinkovit pripomoček za uporabo citatov ljudi, vpletenih v zgodbo, četudi jih novinar ne uspe pridobiti neposredno pred mikrofonom ali kamero (Broersma in Graham 2012, 408).

Na družbenih omrežjih novinarji lahko najdejo in preverijo ogromno podatkov o ljudeh, in sicer: fotografije, imena, starost, podatke o rasi, narodnosti, elektronske naslove, telefonske številke, domače in službene naslove, prejšnje in sedanje zaposlitve, funkcije na delovnem mestu, zapise o mnenjih in občutkih, podatke o hobijih, verskih prepričanjih, političnih opredelitvah, lastnini, domačem kraju, krajih, ki jih posamezniki obiskujejo, o prijateljih, partnerskih odnosih. Novinarji lahko zbirajo podatke o znanih osebnostih, športnikih in pridobijo uradne informacije o in od izvoljenih predstavnikov, organov kazenskega pregona, vključno z izjavami, »*breaking news*«, fotografijami, videoposnetki (Santana in Hopp 2016, 4).

Večstranska uporabnost družbenih omrežij v novinarskem procesu je predmet različnih raziskav; nekatere (Hermida 2010 in 2012; Artwick 2013) preučujejo vlogo družbenih omrežij pri poročanju, prodajanju zgodb, posredovanju novic in vzpostavljanju odnosov z občinstvom. Hermida (2013, 304) spomni še na en vidik družbenih omrežij oziroma Twitterja; preko objav na zasebnem profilu (ne na uradnem profilu medija, za katerega dela) novinar oblikuje svojo osebno znamko. Občinstvo tudi raje sledi zasebnemu (osebnemu) profilu novinarjev kot uradnim Twitter profilom medijskih hiš (Hermida in drugi 2011, 10).

Griessner (2012) ugotavlja, da so družbena omrežja za tiskovne agencije orodje za prepoznavnost, širjenje novic in s tem za utrjevanje blagovne znamke. Ob tem izpostavlja

vprašanje avtentičnosti, resničnosti in zanesljivosti informacij na družbenih omrežjih. Kanadska raziskava o vplivu družbenih omrežij na informacijski tok in vlogi novinarja kot tradicionalnega regulatorja in moderatorja javnega diskurza je pokazala, da kar 43 odstotkov Kanadčanov, uporabnikov družbenih omrežij, dnevno novice dobi od družinskih članov, prijateljev in tistih, ki jim sledijo, ravno prek družbenih omrežij; le 20 odstotkov vključenih v raziskavo je kot vir informacij navedlo medij oziroma novinarja (Hermida in drugi 2012, 4–5).

Na Hrvaškem sta Volarevićeva in Bebić (2013) naredila eno prvih raziskav o rabi družbenih omrežij kot vira informacij v osrednjih informativnih oddajah Hrvaške televizije in komercialne Nove TV. Raziskava je pokazala, da novinarji največkrat kot vir uporabljajo Facebook in Twitter. Druga hrvaška raziskava (Žlof in drugi 2014) je pokazala, da raba vsebin družbenih omrežij v novinarsko delo prinaša več koristi kot slabosti, a le ob spoštovanju osnovnega novinarskega postulata, to je preverjanja objavljenih informacij. Kot prednosti rabe družbenih omrežij so novinarji izpostavili hitrost širjenja informacij, možnost brezplačne promocije produktov in lastnih prispevkov, izmenjavo mišljenj, stališč z drugimi in pridobivanje povratnih informacij od občinstva. Kot slabosti so poudarili prenos informacij iz nepreverjenih virov, možnost manipulacije z vsebinami, ki nimajo povezave z novinarstvom, objave brez preverjanja (Žlof in drugi 2014, 27).

S področja rabe družbenih omrežij v slovenskih medijih je bila narejena raziskava o rabi Twitterja v času kampanje za evropske volitve v letu 2014. Pokazalo se je, da so tviti redno omenjeni kot pomemben vir in kot najhitrejši medij, hkrati pa so opredeljeni kot nezadostni ali nevredni objave. Novinarji so Twitter prepoznali kot pomemben vir, a ga ne želijo neposredno navajati v novinarskih prispevkih (Milosavljevič 2014, 89). Zonta je v diplomski nalogi o uporabi mobilne telefonije v dnevnem novinarstvu ugotovila, da 13 odstotkov novinarjev, s katerimi se je pogovarjala, uporablja Twitter. Bolj kot orodje za objavlanje informacij ga novinarji uporabljajo kot vir informacij (Zonta 2015, 80). Medtem ko je zaslediti veliko razprav o povečani rabi družbenih omrežij, je bistveno manj raziskav o družbenih omrežjih kot virih informacij, v lokalnih medijih pa sploh ne.

3.2.2 Informativna vrednost objav na družbenih omrežjih

Medmrežje predstavlja največjo in najširšo bazo vseh mogočih bolj ali manj pomembnih in verodostojnih informacij, uradnih in neuradnih virov informacij (Laban 2004, 39). V ogromni »online« knjižnici podatkov so novi izzivi za novinarje: potrditi avtentičnost in vrednost gradiva, ki ga viri objavijo (Matthews 2013, 249).

Razvoj družbenih omrežij prispeva h krepitvi tako imenovanega državljskega novinarstva, kar je otežilo odnos med novinarji in viri (Brems 2014, 23). Z družbenimi omrežji so vsi poročevalci (z mnenjem), transparentnost je kralj in skupnost odloča, katere informacije so vredne, pomembne in kaj je nesmisel (Jamison in Schmidt Jamison 2011, 5). Splet in družbena omrežja omogočajo uporabnikom, da se iz pasivnih uporabnikov medijskih vsebin spreobrnejo v aktivne (so)ustvarjalce. A še vedno se v komunikacijskem procesu novinarji prepoznava kot »elitna skupina za posredovanje informacij javnosti« (Hermida in drugi 2011, 6). Kljub odprtosti in dostopnosti informacij, ki jo omogočajo družbena omrežja, novinarji in uredniki želijo ohraniti vlogo odbirateljev. Zato morajo oceniti, osvetliti in objaviti za javnost pomembne, zaupanja vredne in zanesljive informacije, ki jih zberejo z družbenih omrežij (Hermida 2013, 308).

Spremljanje družbenih omrežij novinarju omogoča presojo, kaj je pomembno – s sledenjem določenim strokovnjakom, politikom ... dobi informacije, na osnovi katerih se odloča, kako se lotiti zgodbe, kako jo narediti. A to je le eden od korakov v procesu zbiranja informacij (Krotoski 2011). V množici raznolikih informacij novinarji težko ohranijo privilegiran položaj dostopa in nadzora informacij, saj količina nikoli ne predpostavlja kakovosti, točnosti in resničnosti (Fenton 2009, 559–561). Poplava raznolikih vsebin na internetu in družbenih omrežjih od novinarjev zahteva tehnične in novinarske veščine in znanja, pa tudi kulturna prilagajanja (Singer 2009, 277).

Pomembna dilema, ki jo družbena omrežja vnašajo v novinarsko delo in povzročajo pritiske na novinarje, je najti ravnotežje med biti prvi in imeti prav (Hermida 2012, 16). Meyer (2004, 89) opozarja, da morajo novinarji najti ravnovesje med hitrostjo in točnostjo, med biti izčrpen in samo zanimiv. Kaj je pomembno za javnost, kaj zanimivo, kaj je vredno objave? Merili vrednosti objave sta: kaj naredi zgodbo pomembno in za koga je to pomembno (Gans 2009,

103). Ključna merila pri presoji vrednosti in/ali pomembnosti posameznih novic s strani medijskih organizacij so dejavniki objavnosti vrednosti (ang. *news values*). Novinarska selekcija in produkcija temeljita na tem, kdaj je določen dogodek ali tema dovolj pomembna oziroma ustrezna za medijsko obravnavo in objavo (Milosavljevič 2014, 79).

Merila vrednosti objave so dokaj predvidljiva in praktično enotna v strokovni literaturi:

- *pomembnost*: meri se v učinku, posledicah (smrtne žrtve so pomembnejše od škode na premoženju, dejanja ljudi na položajih so pomembna, ker vplivajo na splošno javnost);

- *interes ljudi*: ljudi zanima veliko stvari, ki dejansko nimajo velikega vpliva na njihovo življenje (znane osebnosti, človeške drame); zgodbe, ki vsebujejo življenjske izkušnje, pritegnejo pozornost;

- *konfliktnost, kontroverznost*: konflikti so bolj zanimivi od harmonije; ko stvari niso v harmoniji, nas zanima, zakaj ne;

- *nenavadnost*;

- *pravočasnost*: ljudi zanima, kaj se dogaja zdaj, kar lahko zahteva tudi angažiranost;

- *bližina*: stvari, ki se dogajajo v naši bližini, so bolj zanimive in vredne objave; lokalne zgodbe imajo večji vpliv na ljudi kot tiste z oddaljenih območij; lokalni mediji zato predstavljajo poglede z lokalne ravni, ker to ljudi bolj zanima in vpliva nanje (Shoemaker in Reese 2011, 106).

Vloga novinarja ostaja (i)zbrati nova dejstva in ustvariti smiselno informacijo za občinstvo. Novinarski produkt danes vključuje spletno mrežo različnih profesionalcev in državljanov, ki sodelujejo, potrdijo, popravljajo in dopolnjujejo bistvo zgodbe, ki jo je treba povedati (Van der Haak in drugi 2012, 2927). Ob dejstvu, da mnogim, ki sodelujejo v komunikacijskem procesu, niti ni pomembno, ali so informacije, ki jih pošiljajo, resnične, in podatki preverjeni, je etičnost v procesu množičnega komuniciranja vse bolj pomembno vprašanje medčloveških odnosov, ki posledično vpliva tudi na etičnost novinarstva (Obradović 2009, 242).

Zaradi spleta in družbenih omrežij verjamemo, da v drugi dekadi 21. stoletja živimo v kulturi, ki je bolj pregledna kot kdaj koli, in da zato ne potrebujemo novinarjev, ki bi za nas naredili, kar lahko storimo sami (Marsh 2013, 232). Res, da se zdi svet poln informacij, a ljudem manjka sposobnosti, da bi jih smiselno dojemali (Keane 1992, 167). Prav zato vloga novinarjev kot odbiralcev postaja vedno bolj pomembna, ker jih postavlja pred odločitev, katere informacije uporabiti. S profesionalno odločitvijo o rabi podatkov v svojih zgodbah novinarji ustvarjajo družbeno realnost, kot so to vedno počeli (Santana in Hopp 2016, 19–20). Množica neobdelanih podatkov (tudi z veliko napačnimi podatki) zahteva »preiskovalce« veljavnosti, zaupanja vredne urednike in druge strokovnjake, da bi ločili zrnje od plev (Poler Kovačič 2004a, 144). Ameriška kolumnistka Amity Shlaes (2010) opozarja, da dandanes še bolj potrebujemo »določeno osebo, ki se je sposobna učinkovito prebiti skozi tok informacij, potegniti iz njega zlato zrno, ki je pomembno, in ga predstaviti na ustrezen način.«

4 METODOLOŠKI OKVIR

Pri oblikovanju realnosti na regionalni in lokalni ravni kot tudi pri promociji regionalne in lokalne demokracije imajo regionalni in lokalni mediji pomembno vlogo (O'Neill in O'Connor 2008, 489). Pomembno je, da prebivalci poznajo glavne lokalne probleme, saj so lokalne novice ključne za demokracijo (Graham in drugi 2010, 1). Nove digitalne tehnologije omogočajo lokalnim javnostim dostop do novic, s čimer ustvarjajo ekonomski izziv za novinarstvo in medije (Franklin 2005, xvii–xviii). Če so novice naše okno v svet, so lokalne novice naše okno v tisti svet, v katerem dejansko bivamo (McNair 2005, 37).

Državlansko novinarstvo in družbena omrežja, ki jih Dutton (2007) imenuje »peta veja oblasti«, ne bodo nadomestili tradicionalnih medijev, ampak jih bodo dopolnjevali. Pred pojavom spleta in družbenih omrežij je radio veljal za najhitrejši medij, ki lahko informacijo prenese do naslovnika celo v trenutku dogajanja (Pivec 2009, 139). Neposredno in takojšnje odzivanje na dogodke in obveščanje so zdaj prevzela (tudi) družbena omrežja. Objave na Twitterju so po mnenju urednikov pogosto hitrejše kot informacije, ki jih posredujejo medijske agencije ali službe za odnose z javnostmi (Milosavljevič 2014, 85).

Dandanes sploh ne sme biti vprašanje, ali naj mediji uporabljajo družbena omrežja, ampak kaj nova platforma medijem omogoča pri vzpostavitvi stika z občinstvom, zbiranju informacij in

distribuciji novic (Griessner 2012, 5). Na spletu so dostopne različne perspektive in »knjižnica razpoložljivega znanja«, ki ustvarja kontekst zgodb (Krotoski 2011). Družbena omrežja širši množici ljudi (na svetovni, državni ali regionalni oziroma lokalni ravni) omogočajo takojšnjo, neposredno reakcijo na dogodke, izražanje mnenj in stališč. Zanimalo me bo, kako to »pamet množice« (Broersma in Graham 2012, 404) pri svojem delu izkoristijo novinarke regionalne radijske postaje Štajerski val. Cilj diplomske naloge je ugotoviti, kako in kje novinarke informativnega programa najstarejše regionalne radijske postaje v Sloveniji dobijo informacije, katera družbena omrežja uporabljajo kot vir informacij, kako izbirajo objave na družbenih omrežjih za uporabo v informativnem programu, kako preverjajo resničnost objav na družbenih omrežjih in kako to povedo poslušalcem.

4.1 Raziskovalna vprašanja

Skozi komuniciranje ljudje dobivajo informacije o temah in problemih v skupnosti ter izvedo za priložnosti in oblike sodelovanja ter politične participacije. Medtem ko integracija v skupnost omogoča participacijo, mediji in medosebno komuniciranje zagotavljajo znanje in omogočajo pridobitev veščin, kar ljudem omogoča aktivnosti v skupnosti (McLeod in drugi 1999, 316–317).

Množični mediji imajo v skladu s teorijo družbene odgovornosti obveznost, da delujejo kot nadzorniki oblasti, da opravljajo vlogo čuvaja in kot predstavnik javnosti varujejo njeno pravico vedeti (Poler Kovačič 2003, 209). To velja tudi za regionalne in lokalne medije. Od njih občinstvo zahteva zadostne in zanesljive informacije ter pričakuje, da mu predstavijo svet, in hkrati, da medij svetu predstavi življenje, delo in težave občinstva (Costera Meijer 2010, 333).

Lokalni mediji so manj glamurozni, a je njihov pomen nedvomen (Aldridge 2007, 161). Pri obravnavi virov regionalnih in lokalnih medijev je posebej pomembno dejstvo, da si novinarji ne morejo privoščiti užaliti ali vznemiriti glavnih (uradnih) virov informacij, ne da bi pri tem tvegali izgubo tovrstnih virov in/ali tudi izgube oglaševalskega prihodka za medij. Delovni odnosi in prijateljske vezi z uradnimi viri na lokalni ravni (lahko) pomembno vplivajo na novinarjevo presojo (O'Neill in O'Connor 2008, 495). Posledica te odvisnosti je, da novinarska besedila regionalnih in lokalnih medijev v glavnem temeljijo na omejenem številu uradnih virov, s katerimi novinarji rutinsko komunicirajo (Nielsen 2015, 14).

Izbira virov je pri novinarskem delu ključna, ker je pomembno, kdo govori (za medij in v njem), saj je dostop do medija dostop do vpliva (Ross 2005, 234). Izbira tistih, ki komentirajo dogodek oziroma izrazijo svoje mnenje, tako vpliva na dojetje okolja in razumevanje o tem, kaj je pomembno. Zato bo

raziskovalno vprašanje 1: *Kako in kje novinarke informativnega programa Radia Štajerski val pridobivajo informacije?*

Vpliv spleta na novinarsko delo je očiten: odbiralci informacij, ki lahko pridejo v javnost, niso več samo novinarji in predstavniki oblasti, ki jih novinarji nadzorujejo (Krotoski 2011). Tradicionalna odbiralška vloga medijev slabi. Krog prijateljev na družbenih omrežjih namreč prevzema vlogo urednika, ki odloča, katera zgodba, video ali druga vsebina je pomembna, zanimiva ali dovolj zabavna za priporočilo. Družbena omrežja postajajo eden od medijev za delitev in priporočilo novic. Za zdaj uporabniki raje sprejmejo priporočilo družine in prijateljev za branje povezave ali novice kot priporočilo novinarjev. A to se lahko spremeni, ko ljudje sprejmejo povabilo k všečkanju strani medija na Facebooku ali sledenju novinarja na Twitterju (Hermida in drugi 2012, 7).

Sodobna tehnologija je izboljšala prepoznavanje zgodb, ki so vredne objave. Objave na družbenih omrežjih, kot sta Facebook in Twitter, omogočajo pridobivanje informacij o dogajanju po svetu s stališča očitcev, blogi državljanov ponujajo analitične perspektive hitreje, kot jih lahko predstavita televizija ali tisk. Ljudje z množico delijo, kar vidijo, slišijo, mislijo, delajo in kako reagirajo (Crowley 2012, 244). Družbeni mediji uresničujejo bistvo interneta: demokratizacijo informacij, izmenjavo idej in deljenje izkušenj z drugimi (Lah 2010). Vključevanje vsebin uporabnikov bogati nabor razpoložljivih virov in uveljavlja vrednoto odprtosti (Poler Kovačič 2014, 121). Zato bo

raziskovalno vprašanje 2: *Katera družbena omrežja uporabljajo novinarke informativnega programa Radia Štajerski val kot vir informacij?*

Novinarji priznavajo vedno večjo pomembnost družbenih omrežij, sploh pa Twitterja kot novinarskega orodja zbiranja informacij in pridobivanja idej za nove zgodbe. Prek družbenih omrežij novinarji prosijo sledilce in druge uporabnike za pomoč pri razvijanju zgodbe in

razkrivanju ozadij. Mnogi novinarji družbena omrežja uporabljajo za promocijo svojega dela, delijo svoje prispevke, spremljajo aktivnosti virov. Možnosti, ki jih nudijo družbena omrežja, so priložnost tudi za lokalne in regionalne medije (Dickinson 2011).

Lokalni mediji, ki se tradicionalno zanašajo na uradne vire v lokalnih skupnostih, s pomočjo družbenih omrežij pridobivajo nove možnosti hitrega in neposrednega odziva in prepoznavanja interesov svojega občinstva. Lokalni politiki od lokalnih medijev želijo in pričakujejo pozitivno poročanje. Zato vlagajo v vire za dosego (svojih) ciljev, zagotavljajo odprtost gradiva na uradnih spletnih straneh in imajo še službe za odnose z javnostmi, v katerih so zaposleni nekdanji novinarji, ki vedo, kakšna sporočila poslati novinarjem (Harrison 2005, 187).

Izbiranje virov pomeni odločitev o tem, koga vključiti kot akterja v medijih. Odprtost družbenih omrežij v teoriji omogoča večjo pluralnost medijskega diskurza zaradi novih kanalov, večjega števila in različnih virov informacij (Hermida in drugi 2014, 480). Zato bo

raziskovalno vprašanje 3: *Kako novinarke Radia Štajerski val izbirajo objave na družbenih omrežij za uporabo v radijskem informativnem programu?*

Zanimiva je študija analize virov novinarja nacionalnega ameriškega radia Andyja Carvina, ki je prek Twitterja v letu 2011, v času uporov v Tuniziji in Egiptu, delil povezave, mnenja približno 50.000 sledilcev in jih prosil, da mu pomagajo osvetliti dogajanje v času arabske pomladi. Hermida, Lewis in Zamith so Carvinovo uporabo Twitterja označili za inovativno formo produkcije novic in novo paradigmo izbire virov (2014, 495). Carvin je svoje sledilce na Twitterju opisal kot »moji uredniki, raziskovalci in tisti, ki preverjajo dejstva. Vi ste moja redakcija.« Svoje delo je opisal kot »še en okus novinarstva«, tovrstno pridobivanje informacij pa za »odprto operacijo pridobivanja informacij« (v Farhi 2011). V tem procesu so ga ljudje praktično po vsem svetu lahko neposredno opazovali in spremljali njegovo delo.

Prav preglednost je poleg neodvisnosti ključna za verodostojno novinarstvo 21. stoletja (Van der Haak in drugi 2012, 2931). Miranda Eason izpostavlja pomen zbiranja, obdelovanja, analize in urejanja informacij, ker še vedno potrebujemo »dobre staromodne veščine novinarstva, da opravljamo delo za bralca« (v Scattergood 2013, 114). Družbena omrežja, sploh pa Twitter, (lahko) vplivajo na vse faze novinarskega delovanja: na novinarsko zbiranje informacij,

produkcijo in distribucijo vsebin (Milosavljevič 2014, 78). Eno od osnovnih pravil dobre novinarske prakse je preveriti vsako informacijo in navesti njen vir. V procesu preverjanja informacij še pri drugih virih se vzpostavlja verodostojnost družbenih omrežij kot vira informacij (Volarevič in Bebić 2013, 63).

Raziskava o verodostojnosti informacij, objavljenih na novičarskih spletnih straneh in v tradicionalnih slovenskih medijih (Poler Kovačič in drugi 2010), je pokazala, da večina novinarjev večjo verodostojnost pripisuje tradicionalnim medijem, do verodostojnosti spletnih informativnih strani kot novinarskega vira informacij pa so skeptični. A to ne pomeni, da slovenski novinarji ne prepoznajo spletnih strani za novičarsko vredne in kot vira informacij, ki so pomembne pri odločanju v sodobnem svetu (Poler Kovačič in drugi 2010, 118–127). Zato bo

raziskovalno vprašanje 4: *Kako novinarke Radia Štajerski val preverjajo verodostojnost objav na družbenih omrežjih in kako to povedo poslušalcem?*

4.2 Metode, vzorec in podatki

Pri raziskovalnem delu sem uporabila dve metodi. Na prvo in drugo raziskovalno vprašanje sem odgovorila s kombinacijo tekstovne analize radijskih novic, s katero sem analizirala vire informacij, in poglobljenega intervjuja. Na tretje in četrto raziskovalno vprašanje sem odgovorila s pomočjo intervjuja.

Metodi tekstovne analize in intervjuja sodita v kvalitativno raziskovanje, ki sveta ne meri, ampak ga skuša pojasniti. Kvalitativno raziskovanje se v problem poglobi z zbiranjem podatkov skozi opazovanje in interakcijo z ljudmi (Iorio 2014, 6). Kvalitativna raziskava poteka v naslednjih korakih: opredelitev raziskovalnega problema – načrtovanje opazovanja – opazovanje – analiza – vrednotenje rezultatov. Kvalitativna analiza se konča s teorijo, utemeljeno v podatkih (Roblek 2008, 54).

Analiza virov v besedilu vključuje analizo vzorca besedil, ki jim lahko pripišemo pomen. Enot vzorca ne analiziramo statistično, ampak se osredotočamo na interpretacijo vsega, čemur pripisujemo pomen, to je na napisano besedilo, govorjeno besedo in podobno (Vezovnik 2008,

80). Analiza virov je ključna v analizi novinarskega diskurza (Poler Kovačič in Erjavec 2010, 68).

Intervju je lahko metoda dela in novinarski žanr. Kot metoda dela je intervjuvanje srce družboslovnih raziskav (Esterberg 2002, 83). Z njim pridobimo informacije, predvsem pa interpretacije (Milosavljević 2005, 136). Uporabila sem polstrukturirani oziroma poglobljeni intervju, katerega namen je raziskati določen problem bolj odprto in vprašanemu dopustiti izraziti svoje mnenje in ideje s svojimi besedami. Taka oblika raziskovanja je bolj sproščena oblika izmenjave mnenj med spraševalcem in vprašanim, je kot ples, pri katerem mora biti spraševalec pozoren na gibe oziroma odgovore in ravnanje vprašanega (Esterberg 2002, 87).

Opravila sem štiri intervjuje, in sicer z urednico informativnega programa in novinarkami. Anja Deučman ima desetletne izkušnje s časopisnim in radijskim novinarstvom. Na Radiu Štajerski val je zadnji dve leti redno zaposlena kot urednica informativnega programa in novinarka. Ostale tri intervjuvanke z radiem sodelujejo kot samozaposlene preko s.p.-jev. Barbara Furman ima izkušnje z radijskim in časopisnim novinarstvom od leta 1997, Nina Slak in Snežana Prebil imata po dve leti novinarskih izkušenj. Starost intervjuvank je od 29 do 47 let, dve sta diplomirani novinarki, dve gimnazijski maturantki. Vse imajo izkušnje z radijskim novinarstvom, dve tudi s časopisnim.

Zanimalo me je, kako in kje novinarke informativnega programa najstarejše regionalne radijske postaje v Sloveniji dobijo informacije, katera družbena omrežja uporabljajo kot vir informacij, kako izbirajo objave na družbenih omrežjih za uporabo v informativnem programu, kako preverjajo resničnost objav na družbenih omrežjih in kako to sporočijo poslušalcem.

Intervjuje sem opravila v ponedeljek, 30. maja 2016, med 12. in 14. uro v prostorih Radia Štajerski val v Šentjurju. Intervjuji do trajali od 8 do 22 minut in so bili snemani. Kasneje sem naredila transkripcijo.

Zaradi organizacije dela in različnih krajev bivanja novinark so intervjuji potekali med njihovim delovnim časom. Kljub dogovorjeni uri so bile novinarke pod časovnim pritiskom zaradi terenskih obveznosti, za katere so zadolžitev dobile isti dan dopoldan.

Radio Štajerski val med delovnimi dnevi vsakodnevno objavi 17 krajših informativnih oddaj z vsebinskimi poudarki, ob sobotah 12 krajših informativnih oddaj, ob nedeljah pet. Novice so na programu vsako polno uro od 6. do 18. ure, krajše (ang. *flash novice*) še ob 6:30, 7:30 in 9:30. Ob sobotah so novice vsako polno uro od 7. do 18. ure, ob nedeljah vsako polno uro od 7. do 11. ure. Dolžina novice je od minute (ang. *flash novice*) do največ treh minut.

Ob delovnih dneh novice urejata dve novinarki, in sicer od 6. do 12. ure dopoldanska dežurna novinarka, od 13. do 18. ure popoldanska dežurna. Ob sobotah in nedeljah informativne oddaje ureja ista dežurna novinarka. Novinarske prispevke za informativne prispevke pripravljajo štiri novinarke, dežurna novinarka jih razporeja v oddajo, ki jo tudi sama vodi oziroma bere novice, praviloma v živo.

Kot enoto vzorca sem obravnavala novice, ki so bile objavljene v informativnem programu Radia Štajerski val v časovnem obdobju od 1. do 31. marca 2016. Analizirala sem približno 1.300 minut informativnega programa oziroma 454 sklopov radijskih novic, v katerih je bilo objavljenih 1.237 novic. Četudi so se določene novice v različnih terminih ponovile v nespremenjeni vsebini in obliki (a ne več kot štirikrat), nekatere novice pa so bile na isto temo, a spremenjene (na primer z novim dejstvom, del tonske izjave je bil povzet v napovednem delu), sem vsako novico upoštevala kot samostojni novinarski prispevek. Tako se določeni viri nekajkrat ponovijo, kar pa bistveno ne vpliva na spremembo deleža v celotnem analiziranem vzorcu.

5 REZULTATI

Lokalne oziroma regionalne novice so za ljudi, poslušalce radia pomembne. Proizvesti in širiti več lokalnih novic, ki zanimajo čim širši krog ljudi, je ob pojavu sodobnih spletnih tehnologij in družbenih omrežij izziv in priložnost tudi za lokalne in regionalne medije. V nadaljevanju se zato osredotočam na rezultate poglobljenih intervjujev in tekstovne analize virov novic v radijskih informativnih oddajah Radia Štajerski val.

Rezultate predstavljam v štirih sklopih, ki so zasnovani na osnovi štirih raziskovalnih vprašanj. Odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja sem pridobila s tekstovno analizo novic in poglobljenimi intervjuji s štirimi novinarkami informativnega programa Radia Štajerski val. Pri

prvem in drugem raziskovalnem vprašanju so navedeni rezultati tekstovne analize in poglobljenih intervjujev. Pri rezultatih tekstovne analize so zapisani primeri; uporabljeni so samo tisti deli besedil, kjer se novinarke bodisi sklicujejo na vir bodisi ga ne navedejo, ostali deli besedila so izpuščeni in so označeni z znakom /.../. Analizirana besedila so zapisana v obliki in vsebini, kot so bila zapisana in so shranjena v arhivu Radia Štajerski val. Glede na to, da so novice brane v živo, so lahko med branjem nastala odstopanja.

5.1 Viri in kanali pridobivanja informacij

V prvem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, kako in kje novinarke informativnega programa Radia Štajerski val pridobivajo informacije. Iz sklicevanja na vir je mogoče razbrati, da prevladuje rutinsko zbiranje informacij. V strukturi objavljenih novic v analiziranem vzorcu je največ novic, v katerih so viri informacij jasno razvidni, je pa visok delež novic, iz katerih ni mogoče razbrati, kako (ali kje) je novica nastala. Novic, v katerih je vir identificiran z imenom, priimkom in funkcijo, uporabljena je tudi njihova tonska izjava, je bilo 600, kar pomeni 48,5 odstotka. Kar 550 novic oziroma 44,46 odstotka pa je novic, iz katerih ni mogoče razbrati načina pridobitve informacij. Brez tonske izjave in brez navedbe vira je bilo objavljenih 46 novic, kar pomeni 3,72 odstotka. Ob tem dejstvu število novic brez jasne razvidnosti virov doseže 596, kar predstavlja 48,18 odstotka vseh novic v analiziranem obdobju.

Tekstovna analiza virov je pokazala, da so novinarke za pripravo 600 novic s tonskimi izjavami informacije pridobile izključno od uradnih virov, to je od županov, funkcionarjev na državnih, regionalnih in lokalni ravni, direktorjev oziroma predsednikov uprav podjetij, predsednikov klubov, društev, reševalnih služb, policije ... V strukturi uradnih virov prevladujejo župani, saj je bilo v analiziranem obdobju objavljenih 183 novic z njihovimi izjavami, kar pomeni 30,5 odstotka.

Prvega marca so ob 9.30 poročali: *»Največji letošnji cestni projekt občine Šmarje pri Jelšah je obnova lokalne ceste Mestinje-Lemberg-Nova vas. Občina je zagotovila 600 tisoč evrov. Župan Stanko Šket: /sledi posnetek/.«*

18. marca so ob 9. uri poročali: *»/.../ Denarja bo gotovo manj kot lani, ko je občina po besedah župana Franca Leskovška uspela uresničiti več pomembnih projektov. Izpostavlja dva največja: /sledi izjava/.«*

29. marca ob 12. uri so poročali, da bi radi v Zrečah izboljšali pogoje za rekreativni in profesionalni šport z obnovo stadiona. *»/.../ Kmalu bo znano, ali bo občina pri prenovi deležna tudi finančne podpore Fundacije za šport. Rezultati razpisa naj bi bili objavljeni prihodnji mesec. Občina načrtuje večletno prenavo, po napovedih župana Borisa Podvršnika bo začela z urejanjem talne površine in postavitvijo nove ograde: /sledi izjava/.«*

Redko, le v desetih novicah, kar pomeni 0,80 odstotka, so izjave dali zaposleni v občinskih upravah. Petnajstega marca so ob 7. uri poročali, da mineva tisoč let od prve omembe Kozjega v pisnih virih: *»/.../ Kozjanska občina in tamkajšnja društva bodo častitljivo obletnico počastili z nizom kulturnih prireditev, pripravljajo pa tudi izdajo dveh zgodovinskih zbornikov, razlaga Polona Zakošek iz kozjanske občine. /sledi izjava/.«* Novico o jubileju so v analiziranem vzorcu objavili v štirih različnih terminih, a so vsakič v napovednem delu izpostavili kakšno drugo dejstvo oziroma zanimivost.

Triindvajsetega marca so ob 14. uri poročali o sprejetju proračuna Občine Celje: *»/.../ Težak je dobrih 51 milijonov, predvideva pa tudi dvomilijonski primanjkljaj, ki ga bo občina pokrila z zadolževanjem. Nekateri svetniki so mu poleg neusklajenosti očitali tudi, da ni razvojno naravnan. Vodja oddelka za finance in gospodarstvo Sandi Sendelbah očitke zavrača in izpostavlja tri letošnje večje projekte.«* Po izjavi so dodali stavek: *»Najdražja bo gradnja telovadnice pri prvi osnovni šoli, ki naj bi stala okoli tri milijone in pol.«*

Na drugem mestu med uradnimi viri so po pogostosti navajanja in sklicevanja direktorji in predstavniki gospodarskih družb območja, ki ga pokriva Radio Štajerski val. Tako so na primer prvega marca ob 6.30 poročali: *»/.../ Tudi zaradi kakovosti njihovih vin, ki dosegajo odličja na številnih tekmovanjih, so po besedah direktorja Zlatega griča Silva Žižka prihodke iz leta v leto povečevali: /sledi izjava/.«*

25. marca so ob 9.30 poročali o prodaji nepremičnin podjetja zreškega Uniorja zaradi prezadolženosti. *»/.../ Dosedanji poskusi so bili neuspešni, je pa Unior po besedah predsednika uprave Darka Hrastnika v minulih dveh letih prodal nekaj manjših nepremičnin: /sledi izjava/.«*

Novinarke se pogosto sklicujejo na predstavnike javnih zavodov in ustanov, ki v strukturi uradnih virov zavzemajo 17-odstotni delež. 25. marca ob 6. uri so poročali o pripravi strategiji

lokalnega razvoja do leta 2020: »/.../ Pomemben občinski dokument s ključnimi razvojnimi usmeritvami pišejo v slovenjebistriškem razvojno-informacijskem centru. Direktorica Monika Kirbiš Rojs zagotavlja, da bo kmalu nared: /sledi izjava/.«

Devetega marca so ob 16. uri poročali: »/.../ Strokovni direktor celjske bolnišnice Franc Vindišar izpostavlja, da so velik problem prav bolniki, ki s svojimi zdravstvenimi težavami ne sodijo na urgenco. Vindišar pojasnjuje: /sledi izjava/.«

94 novic oziroma 15,59 odstotka je bilo novic, v katerih so bile objavljene izjave predsednikov (športnih, turističnih, kulturnih) društev. 25. marca ob 9. uri so sporočili, da na Boču za praznični konec tedna »pričakujejo posebej veliko ljubiteljev narave. V polnem razmahu je namreč velikonočnica – zaščitena cvetlica. Predsednik Planinskega društva Boč Kostrivnica Frenk Firer: /sledi izjava/.«

82 novic oziroma 13,60 odstotka je bilo novic z izjavami predstavnikov reševalnih služb; najpogosteje predstavnice policijske uprave ter komandirjev in namestnikov komandirjev lokalnih policijskih postaj. 12. marca ob 10. uri so med drugim poročali, da je »statistika s cest v štirih občinah policijske postaje Šmarje pri Jelšah spodbudna. Lani niso zabeležili nobene prometne nesreče s smrtnim izidom, kar je prvič v desetih letih. Komandir Iztok Pinter: /sledi izjava/.«

V informativnem programu je bilo objavljenih 22 novic (3,66 odstotka) z izjavami predstavnikov slovenske vlade (predsednik, ministri, državni sekretarji) in poslancev. Desetega marca ob 8. uri so objavili izjavo ministra Dejana Židana o obisku v tovarni olja Gea v Slovenski Bistrici, ki da neuspešno išče novega strateškega partnerja: »/.../ Z razmerami v podjetju se je med včerajšnjim obiskom seznanil minister za kmetijstvo Dejan Židan, ki je postregel s konkretnim predlogom: /sledi izjava/.«

Iz 30 objavljenih novinarskih besedil je razvidno, da so bile novinarke na kraju dogajanja (seje občinskih svetov, novinarske konference, prireditve, spremljale so obisk vlade na terenu) oziroma določeno dogajanje spremljajo že dlje časa, poznajo ozadje in so tako tudi same vir informacij. V celotni količini analiziranih novic tovrstni novinarski prispevki predstavljajo 2,43

odstotka. V njih novinarke navajajo udeležence dogodkov, poročajo o sklepih, ki so jih sprejeli na občinskem svetu, pojasnjujejo ozadje tudi z vključevanjem izjav udeležencev dogodkov.

Tretjega marca je Anja Deučman poročala o seji sveta Občine Šmarje pri Jelšah: *»Šmarski občinski svet Ireni Nunčič tudi drugič ni dal soglasja za nov mandat direktorice Zdravstvenega doma Šmarje pri Jelšah. Rezultat je bil identičen kot prvič, 10:9. A tokratno glasovanje ni bilo tajno, tudi razprava je bila bolj konkretna, saj so nasprotniki razkrili razloge za nesoglasje. O podrobnostih Anja Deučman.«* Novica je bila z nespremenjeno vsebino skupno objavljena štirikrat.

Novico, ki je nastala na osnovi spremljanja seje mestnega sveta v Celju, je za novice 23. marca pripravila Nina Slak. Najavni del novice je povzel ključne podatke o problematiki: *»Delovanje celjskega mladinskega centra je ogroženo. Minulo leto je zaključil z dobrimi 47 tisoč evri izgube. V javnosti so se pojavile informacije, da naj bi bilo za to krivo nesmotrno poslovanje vodstva, ki pa to zanika. Izgubo pripisuje poslabšanju tržne dejavnosti. O primanjkljaju v mladinskem centru so včeraj razpravljali tudi celjski mestni svetniki. Podrobnosti je zbrala Nina Slak.«* Novica je bila z nespremenjeno vsebino objavljena še enkrat.

Devetega marca je Barbara Furman napovedala delovni obisk vlade. V dveh novicah je povzela ključne gospodarske kazalnike območja Podravja in predstavila urnik obiska vladne delegacije, v treh novicah je poročala o ključnih obljubah oziroma dogovorih s tonskimi izjavami pristojnih. V novicah, objavljenih 11. marca, torej po končanem obisku vlade, so na radiu objavili: *»V Slovenski Bistrici že dolgo načrtujejo zahodno obvoznico. Pripomogla bi predvsem k nadaljnjemu razvoju podjetja Impol, posredno bi zagotovila okoli sto delovnih mest. V podjetju so želje in potrebe včeraj predstavili predsedniku vlade Miru Cerarju. Obljubil je vladno podporo, o podrobnostih pa Barbara Furman.«*

Tekstovna analiza je pokazala, da so v marcu 2016 v informativnem programu Radia Štajerski val objavili 46 novic (3,72 odstotka), v katerih viri sploh niso identificirani, iz besedila pa ni mogoče razbrati, kje in kako so novinarke pridobili informacije. Novice, v katerih se niso sklicevale na vir, so zadevale spremembe cen naftnih derivatov, predstavitev urinih kazalcev, običaje, povezane z veliko nočjo, brez navedbe virov so poročali tudi o prometni nesreči s smrtnim izidom.

26. marca so ob 8. uri poročali, da se je »na Ptuju sinoči zgodila prometna nesreča. V njej sta bila udeležena voznik osebnega avtomobila in pešec. Ta je na kraju dogodka podlegel poškodbam. Več informacij o nezgodi bo znanih danes.« Kasneje ta dan, ob 15. uri, so objavili novico: »Sinoči se je na Ptuju zgodila prometna nesreča. Vanjo sta bila udeležena voznik osebnega avtomobila in pešec. Slednji je pred nesrečo ležal na desni strani vozišča. Čeprav je voznik sunkovito zaviral, je s sprednjimi kolesi prevozil pešca in ga pri tem s spodnjim delom vozila potiskal po vozišču dokler vozilo ni ustavilo. Pešec je na kraju nesreče podlegel poškodbam.« Kako in kje so pridobili informacijo, ni bilo navedeno.

O spremembah cen naftnih derivatov so poročali devetkrat, prvega marca so v novicah ob 6. uri poročali: »Opolnoči so začele veljati nove cene bencina in kurilnega olja. Neosvinčeni bencin se je znova pocenil. Za liter 95-oktanskega in 100-oktanskega boste odšteli dobrega pol centa manj, dizelsko gorivo pa se je podražilo za približno cent. Za toliko je dražje tudi kurilno olje.« Brez navedbe oziroma sklicevanja na vir informacije o spremembi cen naftnih derivatov so različno poročali še osemkrat v analiziranem obdobju.

10. marca so v novicah ob 6. uri objavili novico o svetovnem dnevu ledvic in aktivnostih deljenja gradiva in meritev krvnega tlaka. Uporabili so besedno zvezo »organizatorji opozarjajo«, a ni jasno, za katere organizatorje pravzaprav gre.

Pred gregorjevim so objavili novico o tradicionalnih prireditvah na predvečer tega praznika brez navedbe vira. »/.../ ponekod po Sloveniji pripravljajo tradicionalne prireditve. Po potokih in rekah bodo zlasti otroci nocoj spuščali gregorčke /.../.« Od 27. do 28. marca so v informativnem programu objavili šest različnih novic o velikonočnih običajih in jedeh, pri katerih niso navajali virov.

V analiziranem vzorcu radijskih novic je 550 (44,50 odstotka) takih, kjer so akterji dogodkov sicer znani, identificirani z imenom, priimkom in/ali funkcijo, a iz novinarskega besedila ni jasno, kako je novica nastala oziroma kdo je njen avtor. Glede na to, da je Radio Štajerski val regionalna radijska postaja, ki nima dopisnikov v tujini ali širše v Sloveniji, je mogoče predvidevati, da je večina tovrstnih novic prevzetih od Slovenske tiskovne agencije ali drugih slovenskih medijev, iz katerih so novico povzeli ali dobesedno prepisali, a vira niso navedli.

Primeri takega poročanja so novice o migrantski krizi. Prvega marca so ob 7. uri objavili novico: *»Razmere na grško-makedonski meji ostajajo zaskrbljujoče. Na meji se kopiči več tisoč prebežnikov, saj jih države zaradi kvot sprejemajo bistveno počasneje. Vse bolj se kaže, da Evropska unija ni kos prebežniški krizi. Predsednik Evropskega sveta Donald Tusk pa medtem začenja turnejo po državah na zahodnobalkanski poti. /.../«* Devetega marca ob 6. uri so poročali: *»Balkanska pot je od polnoči zaprta. Po dogovoru med Evropsko unijo in Turčijo tudi Slovenija znova v celoti uveljavlja šengenska pravila /.../«* 17. marca so poročali, da na osnovi tega dogovora *»Miro Cerar ocenjuje«,* 18. marca ob 16. uri pa, da *»sta Evropska unija in Turčija potrdili begunski dogovor s Turčijo«.*

Podobne so novice o terorističnih napadih po Evropi, zlasti v Bruslju. 16. marca so poročali, da *»belgijski in francoski policisti v Bruslju po včerajšnji skupni protiteroristični akciji še iščejo napadalce«,* 24. marca poslušalce seznanijo z novico, da bo *»bruseljsko letališče Zaventem zaradi preiskave po včerajšnjih terorističnih napadih zaprto tudi jutri«.* 22. marca ob 9. uri so objavili novico s sklicevanjem na tiskovne agencije, a brez konkretnih imen: *»Tiskovne agencije so pravkar sporočile, da sta na bruseljskem letališču odjeknili dve eksploziji /.../«* Podobno se 23. marca sklicujejo na poročanje tujih medijev, ampak iz besedila ni jasno, ali so sami spremljali tuje medije in pripravili novico, ali so objavili izvirno agencijsko novico brez navedbe vira: *»Tuji mediji poročajo, da naj bi belgijska policija ujela tretjega napadalca /.../«*

Objavljanje agencijskih oziroma novic drugih slovenskih medijev je mogoče predvideti tudi iz vsebine novic s področja notranje in zunanje politike, gospodarstva, javne uprave ... 13. marca povedo, da se je *»razprava vlade na včerajšnji seji vrtela predvsem okoli težav dolgoročne vzdržnosti javnih financ«,* 15. marca pa, da bo Nova ljubljanska banka zaprla osem poslovalnic: *»V banki pravijo, da je zaprtje nujno /.../«* 17. marca ob 6. uri so poročali o odmevnem dogodku v šempetrski bolnišnici: *»V šempetrski bolnišnici so po neuspešnem ožvljanju bolnika ugotovili, da je napeljava medicinskih plinov /.../«* 21. marca so ob 18. uri poročali: *»/.../ Po zagotovilih predsednika vlade Mira Cerarja naša država ne zvišuje stopnje ogroženosti. Morebiten strah državljanov je odveč: /sledi izjava/«*

Iz analiziranih novic je mogoče sklepati, da so nekatere novice, v katerih poročajo o dogajanju na območju slišnosti Radia Štajerski val, nastale v redakciji Štajerskega vala na osnovi sporočil za javnost, obvestil, vabil, gradiv na seje in podobno. 12. marca ob 15. uri povedo, da je

»šmarska občina občinsko blagajno vzpostavila v sodelovanju z Delavsko hranilnico« in »v Delavski hranilnici pravijo«. 18. marca so ob 14. uri objavili novico o obisku ministra Zdravka Počivalška v Velenju in Šoštanju ter da je »minister prepričan«, in »verjame«. Zadnjega marca napovedujejo čistilne akcije v Žalcu; iz besedila novice je mogoče sklepati, da so podatke črpali iz letaka, »ki ga je izdala Občina Žalec.«

V tem sklopu novic so tudi novice s sklicevanjem na uradne vire s posplošenim izrazom. 19. marca ob 8.30 poročajo, da »policisti ta teden po vsej državi poostreno nadzirajo uporabo varnostnega pasu«, »na agenciji za varnost prometa zato motoristom svetujejo«, »lokalna skupnost je ogorčena«, »na ministrstvu poudarjajo«, »policisti preiskujejo«.

V osmih novicah, kar je 0,65 odstotka, so kot vir navedeni drugi mediji. 6. marca ob 9. uri so poročali: »Če bi bile volitve danes, bi po anketi Dela s skoraj 13-odstotno podporo /.../.« Dan kasneje ob 12. uri so poročali: »Po anketi Dela je podpora največji /.../.« 14. marca ob 9. uri je bila objavljena novica: »Zaupanje Slovencev v Evropsko unijo je vse manjše. Po anketi Dela vanjo ne verjame /.../.« 22. marca ob 8. uri je bila objavljena novica o poslovanju Celjskih mesnin, iz katere je jasno, da novico povzemajo iz časnika Finance, kar poslušalcem tudi povedo: »/.../ Kot so napovedali za časnik Finance, bodo letos /.../.«

28. marca ob 7. uri se sklicujejo na Planet TV, ko poročajo: »Delo vlade Mira Cerarja podpira okoli tretjina vprašanih. Tako kažejo rezultati ankete Planet TV-ja /.../.« V novicah istega dne ob 12. in 15. uri govorijo samo o »zadnji javnomnenjski raziskavi«, vira ne navedejo. 30. marca ob 9.30 še poročajo, »da naj bi dolgoletni vodja mariborskega zavetišča za brezdomce Ljubo Gagič, po poročanju Večera, zlorabil zaupanje /.../.«

V analiziranem vzorcu sem zasledila tri novice, v katerih so bili vključene izjave anketirancev z ulice, torej navadnih državljanov, kar pomeni le 0,24 odstotka med vsemi objavljenimi novicami v marcu 2016. Vse tri novice so bile objavljene 21. marca. Zjutraj ob 6. uri so poročali o cvetnem sejmu v Slovenski Bistrici: »/.../ V sončnem in toplem vremenu se je med stojnicami sprehodilo veliko obiskovalcev: /sledi 14-sekundni posnetek izjav ljudi/.« Ob 14. in 16. uri so objavili kratke anketne odgovore ljudi z ulice v sklopu novice: »Po poročanju hrvaških medijev naj bi Slovenija v naslednjih 15 dneh odstranila žičnato ograjo s slovensko-hrvaške meje. To naj bi premier Miro Cerar zagotovil hrvaškemu kolegu Tihomirju Oreškoviću. Ali navedbe

držijo, v kabinetu predsednika vlade še niso potrdili. Mi smo preverili, kaj vi menite o odstranitvi ograje: /sledi 16-sekundi posnetek izjav ljudi/.«

Tekstovna analiza je pokazala, da novinarke informacije v glavnem pridobivajo rutinsko. Izjave sogovornikov posnamejo po telefonu ali na terenu, na, med oziroma po novinarskih konferencah, sejah občinskih svetov, razvojni konferenci in drugih dogodkih. Struktura teh novic je podobna; v uvodnem delu je povzetek najpomembnejših dejstev z navedbo vira – z imenom, priimkom in funkcijo –, ki v nadaljevanju novice z izjavo doda še kakšno novo dejstvo oziroma pojasni v uvodu povedano.

Iz vsebine nekaterih novic je mogoče predvidevati, da so nastale na osnovi neformalnih kanalov. Prvega marca so ob 7. uri poročali, da se bo državni košarkarski prvak Tajfun *»najverjetneje okrepil z Američanom Terellom Parksom«, »igralec s Šentjurčani že trenira, pogodbo naj bi po naših informacijah podpisal«*. Istega dne so v novicah ob 11. uri poročali, da *»Krunoslav Jurčić ni več trener nogometašev Maribora,«* in da *»naj bi vodstvo vijoličastih novega stratega imenovalo kmalu«*.

Aktivnega novinarskega dela iz analiziranega vzorca ni mogoče prepoznati. Primer novice, kjer je novinarka želela poudariti aktivno novinarsko delo, je novica, objavljena prvega marca ob 8. uri, ko so poročali o odstopu Margarete Guček Zakošek z mesta državne sekretarke. Z uporabo sklicevalnega avtomatizma *»kot je pojasnila za naš radio«* je novinarka želela poudariti, da je (verjetno prva ali edina) govorila z državno sekretarko. Iz vsebine novice ni mogoče zanesljivo trditi, da je šlo res za aktivnonovinarsko delo, ampak je bolj verjetno, da so novico povzeli po poročanju Slovenske tiskovne agencije ali medijev, nato pa skušali pridobiti izjavo vpletene.

Ugotovitve tekstovne analize so se potrdile v intervjujih z novinarkami. *»Dnevno dobivamo ogromno informacij po elektronski pošti zadnje čase, nekaj še tudi po navadni pošti, razna vabila na novinarske konference, odprtja, prireditve, dogodke ...,«* ki jih pošiljajo *»ljudje sami, institucije, podjetja, vrtci, šole ...«* (Deučman 2016). Poudari še: *»Res skušamo vsem akterjem, ki so pomembni na našem območju, dati priložnost, da se slišijo, da povedo svoje mnenje, stališče«* (Deučman 2016). Furmanova pove, da informacije dobi od sosedov, prijateljev, iz drugih (konkurenčnih lokalnih) medijev, *»na dogodkih, novinarskih konferencah, po njih in po sejah občinskih svetov«* (Furman 2016). Slakova kot kanal pridobivanja informacij izpostavi

elektronsko pošto, preko katere *»dobivam informacije od javnih zavodov in občin, ki jih pokrivam«*, med viri omeni pogovore z novinarskimi kolegi (Slak 2016). Prebilova kot najpomembnejše vire navede *»ljudi, ki mi sporočajo različne informacije,«* k temu doda *»vabila na dogodke, novinarske konference, seje občinskega sveta«* (Prebil 2016), odgovorna urednica omeni še *»vsakodnevna pohajkovanja po terenu, razne kavice, bodisi na terenu po dogodku še malo počvekaš z ljudmi, kar opazi novinarsko oko«* (Deučman 2016).

Furmanova je povedala, da redno prejema sporočila za javnost, ki jih sicer pregleda, a so zanjo bolj izhodišče za nadaljnje novinarsko delo. *»Prej jih znam zbrisati kot uporabiti. Se spomnim leta nazaj, ko sem začejala z novinarskim delom, so mi bila ta sporočila glavni vir. Ko si dobil sporočilo za javnost, si koga poklical, delal zgodbo ... Danes je teh sporočil bistveno več, a jih bistveno bolj ignoriram,«* je povedala (Furman 2016).

Ne le tekstovna analiza, tudi odgovori novinark so potrdili prevlado uradnih virov informacij. Odgovorna urednica je sicer dejala: *»V našem mediju dobijo ljudje, ki so pomembni v naših krajih, pa niso to samo direktorji podjetij, javnih zavodov, župani občin, ampak tudi mali človek, če temu tako rečemo, na primer društva, ljudje, ki po čemerkoli izstopajo, tudi če imajo težave z občinskimi ali državnimi ustanovami, glas«* (Deučman 2016), a je ta glas praktično zanemarljiv.

V intervjuju tudi Prebilova izrecno pove, da informacije pridobiva od ljudi: *»V bistvu sem zelo blizu ljudi, ki mi sporočajo različne informacije«* (Prebil 2016), a analiza virov tega ne potrjuje. Furmanova prizna, da je v strukturi njenih virov *»zagotovo več kot polovica«* uradnih virov (Furman 2016).

Nobena od novinark v intervjuju kot vira informacij ni omenila agencijskih novic, (konkurenčne lokalne) medije kot vir omeni le Furmanova, ko govori o pomenu lokalnih medijev: *»Lokalni mediji so osrednji vir informacij zame kot občanko in novinarko.«* Prizna, da (konkurenčne) lokalne medije spremlja tudi pri iskanju izhodišč za svoje novinarske zgodbe, ko jo zanima, kako se tem lotevajo drugi (Furman 2016).

5.2 Družbena omrežja kot vir informacij

V drugem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, katera družbena omrežja uporabljajo novinarke informativnega programa Radia Štajerski val kot vir informacij. Tekstovna analiza je pokazala, da so po štirikrat omenili družbeni omrežji Twitter in Facebook, dvakrat You Tube, a ne vedno izrecno kot vir informacij.

V analiziranem obdobju so objavili 14 novic o aferi Koprivnikar, ki je izbruhnila zaradi dopisovanja policistov na družbenem omrežju Facebook. Da je šlo za dopisovanje preko Facebooka, so na Radiu Štajerski val povedali le dvakrat. V novici 4. marca ob 16. uri so poročali, da so se policisti o prometni kontroli ministra Koprivnikarja dogovarjali *»na družabnem omrežju Facebook«*. V novici, objavljeni 10. marca ob 14. uri, so poročali o *»dopisovanju na Facebooku«*, v novicah, objavljenih 1. marca ob 17. uri in 2. marca ob 15. uri, so poročali zgolj o *»posnetkih dopisovanj«* med policisti. V novicah, objavljenih 9. marca ob 9. in 15. uri, so poročali o *»policijski zaroti proti ministru Koprivnikarju«*. V novicah, objavljenih 10. marca ob 7. in 14. uri, so poročali o *»obstoju komunikacije«*, 15. marca ob 11. uri o *»dogovarjanjih«*, še v treh ostalih novicah, objavljenih 31. marca ob 6.30, 15. in 17. uri, so uporabili besedno zvezo *»afera Koprivnikar«*.

Facebook je bil izrecno kot vir informacij naveden ob koncu informativne oddaje 11. marca ob 18. uri, ko so sporočili, da *»je na Facebooku odjeknila novica, da Dragiša Drobnjak odhaja iz šentjurskega košarkarskega kluba Tajfun«*. Novico so dopolnili z izjavo člana upravnega odbora kluba Dušana Debenaka. Novico so ponovili še 14. marca ob 6. uri, a so navedli le, da *»je novica odjeknila v petek popoldne«*.

Twitter je bil kot vir informacij omenjen v novici 22. marca ob 12. uri o terorističnem napadu v Bruslju. V novici so poročali: *»Evropski poslanec Franc Bogovič je na Twitterju medtem sporočil /.../«*

Dvakrat v analiziranem vzorcu informativnega programa navajajo spletno stran You Tube, in sicer v novici, objavljeni 30. marca ob 13. uri. V napovednem delu novic je bil kot prvi naslov prebran: *»Avtor posnetkov na You Tubu 28-letni Mariborčan,«* v prvem stavku prve novice v tem sklopu pa so poročali: *»Avtor video posnetka, ki sta se pred dnevi pojavila na spletni strani You Tube in prikazujeta /.../«*

Družbena omrežja so v strukturi virov novinarke regionalne radijske postaje zanemarljiva. To se je potrdilo tudi v intervjujih z novinarkami. Odgovorna urednica je pri vprašanju o virih, ki jih uporablja, omenila družbene medije, ki da *»so tudi vedno bolj prisotni, sploh Facebook in Twitter, kjer postanemo pozorni na določene informacije in se potem znova odločamo, ali je vredno objave in na kakšen način«* (Deučman 2016). V intervjuju je družbenim omrežjem pripisala vlogo pomembnega vira v majhnem lokalnem okolju kljub zadržanosti do njihove uporabe. Četudi na lokalni ravni novinarke stavijo predvsem na svoje vire, ki so jim blizu in so, kot je poudarila Furmanova, zanesljiv vir, s pojavom družbenih omrežij zanašanje, da domači viri vedno obvestijo novinarje, ni tako samoumevno. Odgovorna urednica pojasni:

Še vedno se marsikdo ne spomni, da bi ob kakem dogodku poklical radio in nas obvestil, prej objavi na družbenem omrežju. Konec koncev lahko nekdo čestita ali pa vošči gospe za stoti rojstni dan na družbenem omrežju; nam je to zanimiva informacija, njemu pa sploh ne kapne, da bi nas obvestil, da je to za medij zanimivo. To so malenkosti, ki se mi zdijo najbolj zanimive, privlačne tudi za nas. Za velike stvari mi izvemo na drug način; takšne življenjske, majhne zgodbe ..., ko na primer nekoga v nekem parku moti nek žar, to pa izvemo prek družbenih omrežij (Deučman 2016).

Zadržanost do rabe družbenih omrežij kot vira informacij so v intervjujih izrazile preostale tri novinarke in jih kot omembe vrednega vira niso navajale.

Furmanova ni aktivna uporabnica družbenih omrežij, ker *»imam predsodek v sebi«, »sem se jih bala in se jih vedno manj bojim«,* pa tudi zato, ker *»za zdaj imam kanal, ki me obvešča o objavah na spletu in družbenih omrežjih, sem obveščena in to mi zadostuje«* (Furman 2016). Ta kanal so njene kolegice in sodelavke.

Slakova družbena omrežja uporablja zadržano zaradi ohranjanja zasebnosti, ker se nerada izpostavlja in meni, da *»nimam toliko za povedati, da bi bila aktivna na Twitterju«* (Slak 2016). Na vprašanje, koliko informacij pridobi od uradnih in koliko od neuradnih virov, je družbenim omrežjem kljub zadržanosti pripisala relativno visok odstotek: *»Trideset odstotkov z družbenih omrežij, ostalo pa po drugih kanalih«* (Slak 2016).

Družbenih omrežij niti kot pomembnega novinarskega orodja niti kot vira informacij Prebilova ne prepozna, »ker pokrivam tako majhno območje, da zame družbena omrežja niso vir informacij«, poleg tega »kolikor delam v tej hiši, ne najdem toliko koristnih informacij za svoje delo« (Prebil 2016).

5.3 Izbiranje objav na družbenih omrežjih za objavo v informativnem programu

Kaj v objavah na družbenih omrežjih pritegne pozornost novinark Radia Štajerski val v tolikšni meri, da začnejo objave preverjati, pridobivajo nasprotna mnenja in jih oblikujejo v novico, ki jo objavijo v informativnih oddajah, me je zanimalo v tretjem raziskovalnem vprašanju. Objave na družbenih omrežjih »so začetek nečesa, kar greš raziskovat« (Slak 2016).

Odgovorna urednica pove, da je pri izbiri informacij pomembno, »kdo je informacijo spravil v javnost, na kakšen način jo obdelujejo, kdo se ob njo obregne in ali je res kaj za to informacijo« (Deučman 2016). Pomembnost oziroma zanimivost informacij delno pretehtajo tudi po odzivih prijateljev in sledilcev. Ob tem izpostavi, da je na primer Twitter »dober kazalnik tega, kaj ljudi zanima in kaj je v nekem dnevu zaznamovalo dogajanje: če greš na Twitter, točno veš, o čem se ljudje pogovarjajo, in točno veš, da to moraš zagrabiti« (Deučman 2016).

Primer take uporabe družbenih omrežij je na primer novica, objavljena 24. marca ob 15. uri, ko so v napovednem delu informativne oddaje poslušalcem sporočili, da je »Janšev žaljivi tvit obsodil tudi Svet Evrope«. Novica o tem je bila prva v sklopu in se je začela: »Tvit prvaka stranke SDS Janeza Janše /.../,« zaključila pa se je s stavkom: »Tvit sta obsodili tudi obe slovenski novinarski organizaciji /.../.«

Primer sledenja družbenim omrežjem je še novica, objavljena 30. marca ob 13. uri, v kateri navajajo družbeno omrežje YouTube. Iz navedenih primerov sicer ni jasno, ali so novinarke informativnega programa Radia Štajerski val same sledile objavam na družbenih omrežjih in na osnovi tega same pripravile objavljeno novico ali so javnosti posredovale (nepredelano) novico iz drugih medijev.

Kateri novici odmerijo določen čas, je odvisno

od dogajanja, zato je ves dan ogromno prilagajanja. Včasih se tudi zgodi, da se pet minut pred novicami spremeni kakšna novica, se zgodi še kaj bolj pomembnega od načrtovane novice, ki smo jo že pripravili. Vseeno pa upoštevamo standardno strukturo znotraj posameznih novic; večjo prednost damo težjim temam, to je gospodarstvo, politika, potem pa se gre na lažje, mehkejše vsebine, na primer šport. Ni pa izključeno, da začnemo tudi s kulturo; ko so na primer Dnevi komedije v Celju, ta novica pride na prvo mesto (Deučman 2016).

Furmanova pove, da na družbenih omrežjih spremlja predvsem gospodarske informacije, »ker smo v naši medijski hiši bolj šibki na tem področju. Geografsko gledano me zanima območje Dravinjske doline, ki ga pokrivam« (Furman 2016).

Spremljanje objav na družbenih omrežjih po mnenju odgovorne urednice do določene mere še zavira proces homogenizacije medijskih vsebin.

Lokalci smo še raznoliki zaradi teh malih zgodb, ki jih je milijon okoli nas, in še znamo svojo ven potegniti, ampak na vseslovenski ravni pa se mi zdi, da je vse bolj ali manj eno in isto in mogoče k temu tudi do določene mere ... mogoče bolj spletne strani posameznih medijev, kot pa Facebook in Twitter, k temu pripomorejo (Deučman 2016).

5.4 Verodostojnost objav na družbenih omrežjih in njihovo preverjanje

Vsemu, kar je objavljeno na družbenih omrežjih, novinarke informativnega programa Radia Štajerski val ne verjamejo. V četrtem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, kako preverjajo verodostojnost objav na družbenih omrežjih in kako to povedo poslušalcem. Odgovori novinarok so si bili podobni: dodatne informacije iščejo najprej pri tistem, ki ga informacija zadeva.

Vse novinarke se strinjajo, da je treba informacije, ne glede na to, od kod in koga prihajajo ali kje so bile objavljene, pretehtati, selekcionirati, izbirati.

/.../ zelo velikokrat ugotavljam pri svojem delu, da sploh radijski voditelji znotraj naše hiše ... je zelo zanimivo, da karkoli preberejo na Facebooku, kar vzamejo kot resnično, da moramo to raziskati, ker je to velika zgodba. Potem smo res novinarke tiste, ki rečemo: Najprej pogledajmo, kdo je to informacijo spravil v javnost, na kakšen način jo

obdelujejo, kdo se ob njo obregne in ali je res kaj za to informacijo. Dejstvo je, da danes ljudje, sploh na Facebooku, iz vsake stvari naredijo veliko stvar, v vsaki stvari vidijo še milijon negativnih stvari zraven in zelo napihujejo določene stvari. Zato je treba stopiti korak nazaj, premisliti zadeve in jih oceniti z distance. Ne more iti vse takoj v eter. Na Twitterju se mi zdi, da so dosti bolj verodostojne informacije, je pa po mojem mnenju pomembno, da vidiš, kdo je neko informacijo dal v javnost, ter po odzivih prijateljev in sledilcev tudi delno presodiš pomembnost objavljene informacije (Deučman 2016).

Rutine preverjanja objavljenih informacij na družbenih omrežjih so podobne pri vseh novinarkah; največkrat pokličejo po telefonu, posnamejo izjavo, včasih tudi napišejo vprašanje po elektronski pošti. »Pokličem za izjavo, pridobim mnenje nasprotne strani, grem na teren,« zatrdi Prebilova (2016). Furman in Slakova sta prav tako zagovornici preverjanja pri drugih virih, tako neuradnih kot uradnih. Vse imajo svoj krog virov, za sestavo zgodbe pišejo elektronska sporočila, kličejo, se pogovarjajo z akterji in drugimi, ki morebiti lahko posredujejo koristne in verodostojne informacije.

Predvsem poskušamo dodatne informacije iskati najprej pri človeku, ki ga ta informacija zadeva. Pokličeš akterje, ki so vpleteni v zgodbo, direktorja, kogarkoli. Če to ni mogoče, iščemo informacije drugje, tudi pri kolegih novinarjih, kje so oni dobili informacijo ... Na ta način oceniš, ali je informacija zadostna, dovolj preverjena. Dobro se poznamo med sabo in tako veš, komu lahko zaupaš, in tudi veš, kdo piše kar neke larifari zadeve. Vedno poskušamo priti čim bližje glavnemu akterju (Deučman 2016).

Na verodostojnost objavljenih informacij na družbenih omrežjih pomembno vpliva podatek, kdo kaj objavi, izpostavi odgovorna urednica.

Če na primer Košarkarski klub Tajfun objavi, da Dragiša Drobnejak odhaja iz kluba, je zame to informacija, ki jo dam takoj v eter. Seveda v nadaljnjih korakih preverjam razloge, pokličem odgovorne v klubu, skušam dobiti Drobnejaka ... Če pa bi tako informacijo prebrala na profilu navijača ali navijaške skupine, tega ne bi takoj objavila, ampak bi poklicala nekoga, ki bi mi lahko iz prve roke to potrdil ali zavrnil, in šele potem bi to objavila. Če pa ne bi uspela pridobiti uradne informacije, bi verjetno dala v eter, če bi ocenila, da je informacija dosti zanimiva in pomembna, da ne more počakati

do naslednjega dne ..., bi zapisala: Po informacijah navijačev se Dragiša Drobnjak poslavlja, preverili pa bomo še, za enkrat pa vodstvo kluba še ni dosegljivo ... (Deučman 2016).

Anja Deučman v pogovoru izpostavi še en primer objave, ki ji popolnoma zaupa:

Zadnjič sem objavila informacijo na osnovi objave Petra Prevca na Twitterju, ko je dobil red za zasluge. Objavila sem sliko na radijskem Facebooku in napisala: Peter Prevc se je na Twitterju pohvalil ... Ko je bil napad v Parizu, sem tudi objavila, da je evropski poslanec na svojem Twitter profilu objavil, da je mirno v mestu, na primer. Poskušam to objaviti, ker se mi zdi konec koncev pomembno, da ljudje vedo, kje smo neke informacije dobili (Deučman 2016).

Slakova družbenim omrežjem ne pripisuje prevelikega informativnega pomena niti verodostojnosti objav. »Nikoli se ne bi sklicevala na te objave, ker je vedno nekaj subjektivnega v ozadju«, zato objave na družbenih omrežjih vzame kot »neko informacijo, ampak samo to« (Slak 2016). Družbenih omrežij ne bi navedla kot vira informacij. »Prej bi jo preverila in bi raje rekla mogoče: Po družbenih omrežjih se je objavilo to pa to, zadevo smo preverili pri ... Ne bi pa navajala konkretno družbenega omrežja, da bi bil to prvi vir informacij« (Slak 2016).

Četudi Prebilova na družbenih omrežjih ne najde toliko koristnih informacij za svoje novinarsko delo, meni, da so »zagotovo tudi verodostojne informacije objavljene«; če pa bi vseeno »kaj prebrala na družbenih omrežjih, ne bi povedala, kje sem to zasledila. Bi preverila pri drugih virih in dobila izjave« (Prebil 2016).

Da so na družbenih omrežjih tudi verodostojne informacije, meni Furmanova, čeprav je ta vir informacij zanjo zanemarljiv in

premalokrat tukaj jemljem iztočnice, ki bi jih potem preverjala. Nisem pa še zasledila informacije, ki bi me zanimala, in bi se potem izkazala za popolnoma neresnično. Velikokrat se izkaže, da so namigi zelo verodostojni, so prave zgodbe, a včasih jih naša uredniška politika malo duši, smo mogoče malo prepočasni, ampak ne vedno. Recimo ... kar sem pred dvema mesecema slišala na kavi, lahko danes preberem v Financah,

ampak sem jaz prepočasna, pa pri nas je treba biti bolj previden pri poročanju, ker imamo pogodbe s podjetji ... Ravno Unior Turizem je tak primer ... (Furman 2016).

6 RAZPRAVA

Cilj diplomskega dela je bil ugotoviti vire in načine pridobivanja informacij v informativnem programu Radia Štajerski val. Zanimalo me je še, katera družbena omrežja uporabljajo kot vire informacij, kako izbirajo objave z družbenih omrežij za objavo v novinarskih besedilih, kako te objave preverijo in kako to sporočijo poslušalcem.

Rezultatov tekstovne analize virov in poglobljenih intervjujev zaradi premajhnega vzorca novinarskih besedil ne morem reprezentativno posplošiti, bodo pa lahko osnova nadaljnih raziskav, sploh regionalnih in lokalnih medijev, ki so v Sloveniji premalo raziskani. Kljub majhnosti vzorca novinarskih besedil so se potrdile ugotovitve raziskav v Sloveniji in tujini o prevladi uradnih virov in rutinskega pridobivanja informacij. Raziskava je še pokazala, da so družbena omrežja prostor pridobitve (tudi) verodostojnih informacij, a se kljub temu novinarke Štajerskega vala nanje ne želijo sklicevati in jih neposredno navajati kot vira.

Osnova kakovostnega novinarstva je resnično poročanje, ki temelji na spoštovanju standardov novinarske etike. Največjo verodostojnost novinarskemu prispevku zagotavljajo viri. Novinarji so odvisni od virov, ki jih redno uporabljajo pri svojem delu, ker se nanje lahko zanesejo in do informacij pridejo hitro.

V prvem raziskovalnem vprašanju me je zanimalo, kako in kje novinarke informativnega programa Radia Štajerski val pridobivajo informacije. Tekstovna analiza je pokazala, da je bilo v analiziranem obdobju objavljenih 600 novic z izjavami uradnih virov, kar pomeni 48,5 odstotka vseh objavljenih novic. V novicah se novinarke sklicujejo na uradne vire lokalne in regionalne oblasti. V strukturi uradnih virov prevladujejo župani občin, katerih izjave so bile objavljene v 183 novicah, kar pomeni 30,5 odstotka. Sledijo direktorji podjetij, predstavniki javnih zavodov in ustanov, predsedniki društev in klubov.

Ti rezultati potrjujejo, da je novinarstvo »zaveznik uradnih virov« (Poler Kovačič 2002, 774) in da so novinarji »stenografi uradnih virov« (Gans 2009, 101; Gans 2011, 4). Pokazalo se je, da je tudi najstarejša regionalna radijska postaja v Sloveniji močno odvisna od lokalnih

(političnih in ekonomskih) oblasti kot virov informacij. Zato si novinarke ne morejo privoščiti užaliti ali vznemiriti uradnih virov, ne da bi pri tem tvegale izgubo virov in hkrati oglaševalskega prihodka za medij (Aldridge 2007, 59). Politične in ekonomske pritiske, ki vplivajo na avtonomijo in (ne)kritičnost novinarskega dela, je sicer v intervjuju odkrito priznala le ena novinarica.

Posledica očitne odvisnosti od uradnih virov se odraža še v eni ugotovitvi moje raziskave. Praktično vse novice, ki vključujejo tonske izjave (uradnih) virov, so bile objavljene z izjavo samo enega vira. To dokazuje nekritičnost in nepreverjanje pridobljenih informacij, ker novinarji verjamejo, da si uradni viri ne morejo privoščiti laganja v javnosti (Gans v Diekerhof in Bakker 2012, 244). Novinarke Štajerskega vala res niso odgovorne za resničnost izjav virov, ki jih posnamejo, a jih to nikakor ne odvezuje od postavljanja dodatnih vprašanj, iskanja drugih virov, preverjanja, delanja analiz.

Nekritično objavljanje izjav virov ni izpolnjevanje konvencij objektivnosti novinarskega poročanja, ampak dokaz odsotnosti odgovornosti – funkcij medijev v odnosu do javnosti, katere interesom naj bi mediji idealno služili in delovali kot njen »organ«, odnosu med mediji in drugimi vejami oblasti/moči ter odnosu moči znotraj medijev samih (Splichal 2001, 34). Realnost je namreč preveč kompleksna, da bi jo lahko novinarji opisali le z uporabo enega vira (Shoemaker in Reese 2011, 4). S tem, ko pristanejo na predpostavko, da njihovi uradni viri govorijo resnico in zato v njihove izjave ne dvomijo in ne postavljajo dodatnih vprašanj (še drugim virom), novinarke Štajerskega vala pristajajo na vlogo opazovanja (ang. *gatewatching*) in ne odbiratelja (ang. *gatekeeping*) informacij (Bruns 2011, 121 – 122), na vlogo »psa čuvaja, ki ne grize« (Nielsen 2015, 10) in vlogo pasivnega posredovalca (Davies 2011, 71).

Novinarke Štajerskega vala tako vplivnim posameznikom in skupinam v regionalnem in lokalnem okolju omogočajo pridobitev dodatnih moči in vpliva s tem, ko nekritično poročajo z novinarskih konferenc, promocijskih predstavitev podjetij in njihovih izdelkov, o (samo)promociji županov ... Če je dobro novinarstvo pregledovanje, brskanje in izpostavljanje napačnih odločitev in dela politikov (Ekström 2009, 258), ali to pomeni, da je novinarstvo Radia Štajerski val slabo? Da, ampak je ravno tako slabo, kot je slovensko novinarstvo in novinarstvo po svetu.

Več raziskav je namreč pokazalo, da se novinarji v glavnem sklicujejo na uradne vire (Poler Kovačič 2004a; Aldridge 2007; O'Neill in O'Connor 2008; Šubic 2008; Turnšek Hančič 2009, Gorenc 2010) in se zanašajo na rutinske kanale pridobivanja informacij (Hansen 2007; Štok 2010). Zaradi političnih in ekonomskih pritiskov na medijske hiše in novinarje v fazi iskanja in preverjanja informacij izginjajo novinarska vprašanja (Košir 2003, 121). Vedno manj je preverjanja zgodb, izvernih novinarskih zgodb, večina medijev pristaja na kopiranje agencijskih novic in sporočil za javnost (Jukes 2013,8). To se je pokazalo tudi v moji analizi.

Med 1.237 analiziranimi novinarskimi prispevki je namreč kar 550 novic (44,46 odstotka) takšnih, iz katerih ni mogoče razbrati vira oziroma načina nastanka. Glede na to, da je Radio Štajerski val regionalna radijska postaja, ki nima dopisnikov v tujini ali izven območja slišnosti v Sloveniji, je iz vsebine analiziranih novic mogoče predvidevati, da je večina teh novic prevzetih od Slovenske tiskovne agencije in drugih slovenskih medijev, iz katerih so novico povzeli ali dobesedno prepisali, a vira niso navedli. V to skupino novic nisem uvrstila 46 novic (3,72 odstotka), ki v besedilu sploh nimajo navedenega nobenega podatka, iz katerega bi bilo mogoče razbrati vir informacij. Če torej seštejem obe kategoriji novic skupaj, je bilo v analiziranem obdobju objavljenih kar 596 novic (48,18 odstotka), iz katerih viri in kanali niso razvidni. Tak pojav v novinarstvu ni nov. Phillipsova (2010) opozarja, da novinarji ideje in zgodbe jemljejo od tiskovnih agencij in drugih medijev brez navajanja virov. Delež novic, v katerih so novinarke Štajerskega vala navedle poročanje slovenskih medijev (POP TV, Finance, Večer), je nižji od odstotka.

Četudi so vse štiri novinarke v intervjujih zatrdile, da sta tako preverjanje informacij kot navajanje virov osnova njihovega dela, ki ju dosledno spoštujejo in uresničujejo, tekstovna analiza kaže drugače. Ne le, da visok odstotek novic brez razvidnosti (iz)vira izpostavlja vprašanja avtorstva, kanibalizacije (Phillips 2010), plagiatorstva (Keeble 2008), kraje (Davies 2011), ampak so vprašljivi resničnost, verodostojnost in nenazadnje objektivnost in etična odgovornost novinark.

(Ne)navajanje virov je posledica odsotnosti novinarskih vprašanj (Poler Kovačič 2003, 212). Zapostavljanje navajanja virov, ki je ena temeljnih prvin novinarske objektivnosti (Laban in Poler Kovačič 2007, 65), vodi v logično posledico: novinarji in mediji izgubljajo

verodostojnost, zaupanje občinstva, vedno pogostejše so (argumentirane) kritike o pomenu in vlogi novinarstva.

Najpogostejši izgovor in opravičilo novinarjev, da virov in informacij ne preverjajo dodatno, je pomanjkanje časa, kar sta v intervjuju neposredno priznali dve novinarki Štajerskega vala. Rezultati analize so pokazali, da se nekaj novic s praktično nespremenjeno vsebino in obliko ponavlja ob različnih dnevih in urah v analiziranem obdobju informativnega programa Radia Štajerski val. Ob tem dejstvu je mogoče predvidevati, da nastaja določen časovni prihranek, ki pa ga novinarke ne izkoristijo za dodatno preverjanje informacij oziroma iskanje novih virov ali celo novih zgodb.

Delni prihranek časa bi novinarke lahko ustvarile z aktivnejšo rabo družbenih omrežij, kot alternativne avenije (i)zbiranja novih virov in ustvarjanja novih zgodb (Santana in Hopp 2016, 6). V tujini so družbena omrežja mnogi mediji in novinarji že prepoznali kot pomembno in koristno novinarsko orodje. Družbena omrežja so primerna in uporabna za širjenje novic, prodajo zgodb, vzpostavitev odnosov z občinstvom, kot pripomoček za poročanje (Broersma in Graham 2012, 403–404) ter vplivajo na spremembe novinarskih rutin v postopku zbiranja, preverjanja in prenosa informacij, na javnost, novinarske produkte in odnose med institucijami (Levi 2012, 1534–1533). Pomen in uporabnost družbenih omrežij je potrdilo več tujih raziskav (Hermida 2010 in 2012; Griessner 2012; Artwick 2013; Volarević in Bebić 2013; Žlof in drugi 2014). V Sloveniji so tovrstne raziskave še redke, so pa pokazale, da so družbena omrežja, sploh Twitter, uporabna kot vir informacij, a premalo verodostojna, da bi se novinarji nanje neposredno sklicevali (Milosavljevič 2014).

To se je pokazalo tudi pri moji analizi rabe družbenih omrežij kot vira informacij, izbire objav za uporabo v informativnem programu, preverjanju verodostojnosti in navajanju družbenih omrežij kot virov pridobljenih informacij v novinarskih prispevkih informativnega programa Radia Štajerski val. Tekstovna analiza novinarskih besedil je pokazala, da so le po štirikrat omenili družbeni omrežji Twitter in Facebook ter dvakrat You Tube, a ne vedno izrecno kot vir informacij. V intervjujih so vse štiri novinarke priznale, da družbena omrežja razumejo kot orodje za novinarsko delo, jih spremljajo, ampak jih v novinarskih besedilih neposredno ne želijo navesti kot vir informacij. Kot razloge za to so navedle premalo verodostojnosti, četudi

so lahko po njihovem mnenju na družbenih omrežjih objavljene zelo verodostojne informacije, in subjektivnost pri vsebini objav uporabnikov na družbenih omrežjih.

Raznolikost vsebin na družbenih omrežjih bi moral biti poseben izziv za vse novinarje. Izb(i)rati, kaj objaviti in kako narediti novinarsko zgodbo, je osnovno poslanstvo slehernega novinarja. Ne glede na to, kakšno informacijo novinar dobi in od koga, jo mora preveriti. Preverjanje objav uporabnikov družbenih omrežij torej ni nič novega, ni in ne more biti dodatno delo za novinarje. Je kvečjemu nov izziv za novinarje in priložnost pridobiti nove raznolike vire in informacije, ki zagotavljajo raznolikost novinarskih zgodb in medijskih vsebin. Družbena omrežja novinarjem obenem ponujajo nove priložnosti postavljanja kritičnih, drugačnih vprašanj tudi na osnovi vsebin objav v novih medijih.

Potencial družbenih omrežij v novinarski produkciji in distribuciji novic bi verjetno novinarke Štajerskega vala hitreje in bolje prepoznale in izkoristile, če raba novih digitalnih virov ne bi bila prepuščena njihovim osebnim odločitvam. Ta je seveda pogojena s tehničnim znanjem rabe sodobnih tehnologij in osebno pripravljenostjo sprejemati spremembe delovnih rutin v postopku pridobivanja in preverjanja informacij. Družbena omrežja z izjemo odgovorne urednice novinarke sprejemajo zadržano, se jih bojijo in njihovo rabo pri svojem delu razumejo bolj kot dodatno delovno obremenitev in ne kot pripomoček za hitrejše pridobivanje raznolikih informacij in virov.

Iz tekstovne analize virov je mogoče trditi, da je rutinizacija dela v novinarski redakciji Štajerskega vala preveč trdno zasidrana v uredniški politiki, da bi prepoznali potenciale družbenih omrežij. Zaradi ekonomske in politične odvisnosti, ki je posledica stanja na slovenskem medijskem trgu, pa si regionalna radijska postaja ne more (in ne upa) privoščiti izgube uradnih virov na račun povečanja vključenosti (kritičnih) mnenj in stališč širše javnosti. Ob tem ni zanemarljivo niti dejstvo, da rast rabe družbenih omrežij pomeni tudi to, da je vedno nekdo, ki ve več od novinarja (Newman 2009, 7). Zato se pri novinarjih (lahko) pojavi občutek, da izgubljajo odbiralceljsko vlogo, da postajajo manj pomembni in vplivni v regionalnem oziroma lokalnem okolju.

Splet in družbena omrežja so resnično upanje, da se mediji in novinarji osvobodijo reciklažnega novinarstva (Davies 2011, 462). Škoda je le, da v tem mnogi, tudi Radio Štajreski val, ne

prepoznajo priložnosti delati boljših novinarskih zgodb (Newman 2009, 7), ki bodo ljudi zanimale, pritegnile in vznemirile (Šuen 1994, 11). Kdo bo potem »brskal za fasado« (Phillips 2010, 374) in klical odgovorne k odgovornosti (Košir 2003, 74), če ne ravno novinarji?

Cilj kritike je sprememba, cilj pohvale pa ohranjanje trenutnega hvalevrednega stanja (Turnšek Hančič 2009, 72). Rezultati analize informativnega programa regionalne radijske postaje Štajerski val v kontekstu zagotavljanja pluralnosti in demokratičnosti zagotovo niso vredni hvale. So pa morebiti začetek (samo)kritike med novinarkami Štajerskega vala, da se osvobodijo reciklažnega novinarstva, nehajo opravljati vlogo stenografov uradnih virov in ustvarjajo lastne novinarske zgodbe na osnovi kritičnega spraševanja, poizvedovanja, preverjanja, brskanja in vključevanja raznolikih virov, tudi novih digitalnih virov.

7 ZAKLJUČEK

Radio Štajerski val pomembno sooblikuje realnost in njene reprezentacije na območju 25 občin, ki jih pokriva. Tekstovna analiza virov in poglobljeni intervjuji z novinarkami so pokazali, da najstarejša regionalna radijska postaja v Sloveniji svojega potenciala ne izvaja v korist regionalne in lokalne demokracije ter zagotavljanja večje pluralnosti.

Novinarke informativnega programa večino informacij pridobijo rutinsko. Aktivnega novinarskega dela v analiziranem vzorcu ni bilo mogoče prepoznati. Na osnovi tekstovne analize predvidevam, da je nekaj novic nastalo na osnovi neformalnega pridobivanja informacij, a ni mogoče zanesljivo trditi, da so vse tovrstne novice nastale v informativnem uredništvu Štajerskega vala.

Novinarke se v glavnem sklicujejo na uradne vire, med katerimi prevladujejo župani, sledijo direktorji podjetij, predstavniki javnih zavodov in ustanov, društev, reševalnih služb. Glas navadnih ljudi in neuradnih virov se v informativnem programu Radia Štajerski val redko sliši. Do izjav virov, ki jih posnamejo in uporabijo v novinarskih besedilih, novinarke niso kritične, vanje ne dvomijo in jih ne preverjajo pri drugih virih, kar se kaže v objavi izjav samo enega vira.

Analiza virov v informativnem programu Radia Štajerski val je pokazala minimalno rabo družbenih omrežij kot virov informacij. Analizirani vzorec v prvi vrsti ni zadosten, da bi lahko

naredila zaključek, da jih sploh ne uporabljajo. Zagotovo pa je mogoče trditi, da v informativnem programu najstarejše regionalne radijske postaje v Sloveniji ne prepoznajo in ne izkoristijo potenciala sodobnih informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Novinarke so pri rabi spleta in družbenih omrežij prepuščene osebnim odločitvam, raba pa temelji na njihovem obvladovanju sodobne tehnologije. S prihranki, ki jih medijske hiše ustvarijo na račun mobilnih telefonov, elektronske pošte, bi lahko del denarja namenili za izobraževanje novinarjev, pa tudi za njihovo raziskovalno delo. Korak naprej k rabi družbenih omrežij v novinarskih procesih bi bila tudi izdelava lastne strategije rabe družbenih omrežij v informativnem programu.

Ključne ugotovitve moje raziskave ne odstopajo od ugotovitev več raziskav o novinarskih virih, načinih pridobivanja in preverjanja informacij ter rabi družbenih omrežij v novinarstvu. Novinarke informativnega programa Radia Štajerski val uporabljajo in dosledno navajajo uradne vire, ki imajo moč v javnem regionalnem in lokalnem diskurzu, a ne v imenu novinarske objektivnosti, ampak zaradi značilnosti radijskega novinarstva.

Vsakodnevno novinarsko delo za radijski informativni program je relativno natančno načrtovano, zaradi česar je vedno manj časa za ustvarjalnost novinarke, ki bi se odražala v iskanju novih zgodb, poglobljenem raziskovanju, preverjanju dejstev in vključevanju več različnih virov informacij. V poplavi vabil na novinarske konference, dogodke, seje občinskih svetov, ob načrtovanju poti, časa za montiranje prispevkov in pisanja radijskih novic zmanjka časa in energije za izvirne novinarske zgodbe.

Novinarke Radia Štajerski val ne opravljajo izključno radijskega novinarskega dela, ki vključuje terensko delo, snemanje izjav, njihovo montažo v uredništvu in pisanje besedil, ampak ob tem dodatno pišejo še novice in pridobivajo fotografski material za objavo novic na spletnem portalu radia, vodijo informativne oddaje oziroma berejo novice ter pišejo in urejajo objave za Facebook in Twitter profil radia.

Ob upoštevanju teh dejstev je rutinsko pridobivanje informacij razumljivo, a ne pomeni, da je sprejemljivo. Prvi korak k spremembam je (samo)kritična analiza dela v novinarski redakciji s priznanjem, da je lahko vsaka novica boljša, vsako vprašanje viru bolj pronicljivo, zahtevno, kritično, vsaka zahteva novinarja po resnici še bolj odločna, da se lahko na vsako informacijo

odzovejo bolje, z drugačnim pristopom in preverjanjem informacij še pri vrsti drugih virov. Smiselno bi bilo razmisliti o dejavnih objavnih vrednostih in včasih znati reči ne objavi kakšne informacije, saj količina informacij ne sme škodovati osnovni programski zasnovi in kakovosti informativnih vsebin.

V času aktualnih javnih razprav in postopkov sprejemanja medijske strategije v Sloveniji so ugotovljeni rezultati odlična iztočnica za resen razmislek o vlogi (tudi) regionalnih in lokalnih medijev. Prihodnost avtonomije novinarstva, verodostojnosti in zaupanja vanj na regionalni in lokalni ravni je v izvirnih novinarskih zgodbah, ki temeljijo na novinarskem raziskovanju, spraševanju, odkrivanju dejstev. Takšnih zgodb se lahko lotevajo novinarji z ustreznim znanjem, novinarji, ki si morajo vzeti čas in na dejstva pogledati z drugega zornega kota, ne tistega, ki jim ga nekdo vsiljuje, bodisi s sporočilom za javnost, povabilom na novinarsko konferenco ali kak drug dogodek. Za izvirne zgodbe morajo novinarji pogledati v lastne arhive, prebrati pretekle prispevke o podobnih temah, prisluhni glas ljudstva ...

Radijski poslušalci so najboljši, najhitrejši in najbolj poceni vir informacij – ko se kaj zgodi (prometna nesreča, neurje), najprej pokličejo svojo najljubšo radijsko postajo. Podobno funkcijo imajo družbena omrežja. Če bi novinarke Štajerskega vala uporabile tovrstne informacije, bi pridobile nove raznolike vire in kanale informacij. Vendar samo novi kanali in načini niso zadostni za pridobitev uporabnih, zanimivih, kakovostnih informacij za novinarje. Osnovni pogoj so medijsko pismeni državljani, kar bi moral biti interes pristojnih na državni ravni in ne le posamezne medijske hiše in njenih novinarjev.

Za raven medijske pismenosti državljanov, ugleda in vloge novinarstva in novinarjev v družbi je (so)odgovoren vsak novinar. Kot se je Shakespeareov Hamlet vprašal: »Biti ali ne biti?«, bi se moral vsak novinar vprašati: »Preveriti ali ne preveriti?« Dvomiti, preveriti, brskati, izbirati, spraševati je (nov) začetek novinarske odgovornosti, verodostojnosti, zaupanja, vpliva in moči. Odločitev, preveriti ali ne, je (samo) novinarjeva.

8 LITERATURA

1. Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding the Local Media*. Maidenhead: Open University Press.
2. Artwick, Claudette G. 2013. Reporters on Twitter: Product or service? *Digital Journalism* 1 (2): 212–228.
3. Balbi, Gabriele. 2011. Doing media history in 2050. *Westminster Papers in Communication and Culture* 8 (2): 154–177.

4. Bašič Hrvatina, Sandra, Lenart J. Kučič in Iztok Jurančič. 2006. Medijski imperij – novodobni gospodarji informacij. V *Mediji za državljane*, ur. Brankica Petković, 19–75. Ljubljana: Mirovni inštitut.
5. Bašič Hrvatina, Sandra in Brankica Petković. 2004. Regionalni pregled. V *Medijsko lastništvo: vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*, ur. Brankica Petković, 9–47. Ljubljana: Mirovni inštitut.
6. Baty, Gordon. 2014. *Saving journalism from churnalism*. Dostopno prek: https://www.epicpeople.org/wp-content/uploads/2014/10/EPIC2014_Proceedings.pdf (15. julij 2016).
7. Becker, Lee B. in Tudor Vlad. 2009. News Organizations and Routines. V *The Handbook of Journalism studies*, ur. Karin Wahl-Jorgensen in Thomas Hanitzsch, 59–72. London, New York: Routledge.
8. Berkowitz, Daniel A. 2009. Reporters and their sources. V *The Handbook of Journalism studies*, ur. Karin Wahl-Jorgensen in Thomas Hanitzsch, 102–115. London, New York: Routledge.
9. Bervar, Gojko. 2002. *Svoboda neodgovornosti: samoomejevanje v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
10. Boeyink, David E. 1990. Anonymous sources in news stories: Justifying exceptions and limiting abuses. *Journal of Mass Media Ethics* 5 (4): 233–246.
11. Botton, Alain de. 2014. *Novice: Navodila za uporabo*. Ljubljana: Medijski partner.
12. Brems, Cara. 2014. The connected journalist: Social media and the transformation of journalism practice. *Electronic Proceedings*: 18–34.
13. Broersma, Marcel in Todd Graham. 2012. Social media as beat: tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice* 6 (3): 403–419.

14. Bruns, Axel. 2011. Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research Journal* 7 (2): 117–136.
15. Carpenter, Serena. 2008. How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 85 (3): 531–548.
16. Chung, Deborah, Seungahn Nah in Serena Carpenter. 2013. Journalistic role conceptions and sourcing practices: A study of US citizen journalists. *Ewha Journal of Social Sciences* 29 (1): 65–99.
17. Correa, Teresa, Amber Willard Hinsley in Homero Gil de Zúñiga. 2010. Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior* 26: 247–253.
18. Costera Meijer, Irene. 2010. Democratizing Journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies* 11 (3): 327–342.
19. Cottle, Simon. 2003. News, Public Relations and Power: Mapping the Field. V *News, Public Relations and Power*, ur. Simon Cottle, 3–24. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
20. Crook, Tim. 1998. *International Radio Journalism: History, theory and practice*. London, New York: Routledge.
21. Crowley, P. J. 2012. The Rise of Transparency and the Decline of Secrecy in the Age of Global and Social Media. *The Penn State Journal of Law & International Affairs* 1 (2). Dostopno prek: <http://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol1/iss2/2> (20. junij 2016).
22. Davies, Nick. 2011. *Zgodbe s ploščate Zemlje*. Mengeš: Ciceron.
23. Deučman, Anja. 2016. Intervju z avtorico. Šentjur, 30. maj.
24. Deuze, Mark. 1999. Journalism and the Web: An analysis of skills and standards in an Online Environment. *International Communication Gazette* 61 (5): 373–390.

25. --- 2005. *Towards professional participatory storytelling in journalism and advertising*. Dostopno prek: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/1257/1177> (15. julij 2016).
26. Deuze, Mark in Daphna Yeshua. 2001. Online journalists face new ethical dilemmas: Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics* 16 (4): 273–292.
27. Dickinson, Roger. 2011. *The use of social media in the work of local newspaper journalists*. Dostopno prek: <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/10155/2/Dickinson%20-%20Social%20media%20and%20local%20journalists.pdf> (10. junij 2016).
28. Diekerhof, Els in Piet Bakker. 2012. To check or not to check: An exploratory study on source checking by Dutch journalists. *Journal of Applied Journalism & Media Studies* 1 (2): 241–253.
29. Donsbach, Wolfgang. Journalists and their professional identities. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 38–48. London, New York: Routledge.
30. Drame, Ines. 1994. Kdo je sporočevalec? *Teorija in praksa* 31 (3–4): 298–309.
31. Dutton, William H. 2010. *The fifth estate: Democratic social accountability through the emerging network of networks*. Dostopno prek: <http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1J77Q0T2P-26QRKMK-QWZ/SEMINAL%20FIFTH%20ESTATE%20NETWORK%20THE%20NETWORKS.pdf> (24. junij 2016).
32. Ekström, Mats, Bengt Johansson in Larsåke Larsson. 2009. V *Journalism and Local Politics. The Routledge companion to News and Journalism*, ur. Stuart Allan, 256–266. London, New York: Routledge.
33. Einspieler, Vili. 2009. Novinarska etika v praksi in novinarsko častno razsodišče. V *Medijsko pravo*, ur. Rok Lampe, 210–249. Ljubljana: Planet GV, poslovno izobraževanje.
34. Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill.

35. Farhi, Paul. 2011. *NPR's Andy Carvin, tweeting the Middle East*. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/npr-andy-carvin-tweeting-the-middle-east/2011/04/06/AFcSdhSD_story.html (7. julij 2016).
36. Fenton, Natalie. 2009. News in the digital age. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 557–567. London, New York: Routledge.
37. Fortunati, Leopoldina, Mauro Sarrica, John O'Sullivan, Aukse Balcytiene, Halliki Harro-Loit, Phil Macgregor, Nayia Roussou, Ramón Salaverría in Federico De Luca. 2009. The Influence of the Internet on European Journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (4): 928–963.
38. Franklin, Bob. 2005. Local journalism and local media: contested perceptions, rocket science and parallel universes. V *Local Journalism and Local Media*, ur. Bob Franklin, xvii–xviii. London, New York: Routledge.
39. Furman, Barbara. 2016. Intervju z avtorico. Šentjur, 30. maj.
40. Gans, Herbert J. 2003. *Democracy and the News*. New York: Oxford University Press.
41. --- 2008. Deciding what's news. V *Journalism* 2, ur. Howard Tumber, 311–324. London, New York: Routledge.
42. --- 2009. News and democracy in the United states: Current problems, future possibilities. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 95–104. London, New York: Routledge.
43. --- 2011. Multiperspectival news revisited: Journalism and representative democracy. *Journalism* 12 (1): 3–13.
44. Garrison, Bruce. 2000. Journalists' Perceptions of Online Information-Gathering problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77 (3): 500–514.
45. Gorenc, Anja. 2010. *Viri notranjepolitičnih in domačegospodarskih prispevkov na Slovenski tiskovni agenciji*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

46. Goyanes, Manuel. 2015. The Value of Proximity: Examining the Willingness to Pay for Online Local News. *International Journal of Communication* 9: 1505–1522.
47. Graham, Gary, John Hill in Hwanho Choi. 2010. The Social and Economic Influence of Regional Newspapers in Troubled Times. *Journal of Business and Economics* 1 (1). Dostopno prek: <http://173.83.167.93/UploadFile/Picture/2013-10/20131012111659432.pdf> (10. julij 2016).
48. Griessner, Christoph. 2012. *News Agencies and Social Media: a relationship with a future?* Dostopno prek: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/NEWS%20AGENCIES%20AND%20SOCIAL%20MEDIA%20-%20A%20RELATIONSHIP%20WITH%20A%20FUTURE.pdf> (8. julij 2016).
49. Hachigian, David in Kirk Hallahan. 2003. Perceptions of public relations web sites by computer industry journalists. *Public Relations Review* 29: 43–62.
50. Hansen, Kathleen A. 2007. Sources of Information for Journalists. V *Encyclopedia of American Journalism*, ur. Stephen L. Vaughn, 490–492. New York, London: Routledge.
51. Harrison, Shirley. 2005. Local government public relations and the local press. V *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, ur. Bob Franklin, 175–188. London, New York: Routledge.
52. Hermida, Alfred. 2010. Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice* 4 (3): 297–308.
53. --- 2012. Tweets and Truth: Journalism as a Discipline of collaborative Verification. *Journalism practice* 6 (5–6): 659–668.
54. --- 2013. Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism* 1 (3): 295–313.
55. Hermida, Alfred, David Domingo, Ari A. Heinonen, Steve Paulussen, Thorsten Quandt, Zvi Reich, Jane B. Singer in Marina Vujnovic. 2011. *The active recipient: Participatory*

journalism through the lens of the Dewey-Lippmann debate. Dostopno prek: <https://biblio.ugent.be/publication/1202253/file/1202278> (27. junij 2016).

56. Hermida, Alfred, Seth C. Lewis in Rodrigo Zamith. 2014. Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Nady Carvin's Sources on Twitter During the Tunisian and Egyptian Revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communications* 19: 479–499.

57. Iorio, Sharon Hartin. 2014. Qualitative Method Journalism. V *Qualitative Research in Journalism: Taking it to the Street*, ur. Sharon Hartin Iorio, 3–20. London, New York: Routledge.

58. Jacquette, Dale. 2009. Journalism ethics as truth-telling in the public interest. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 213–222. London, New York: Routledge.

59. Jamison, Rick in Kathy Schmidt Jamison. 2011. *Social Media Geek-to-Geek: Practical Insights for Technology Marketers*. Mountain View: Synopsys Press.

60. Jauert, Per. 1997. Local Radio in Western Europe: Conflicts Between the Cultures of Center and Periphery. *Nordicon Review*: 93–106.

61. Jouët, Josiane. 2009. The internet as a new civic form: The hybridisation of popular and civic web uses in France. *Javnost-The Public* 16 (1): 59–72.

62. Jukes, Stephen. 2013. A perfect storm: Journalism facing unprecedented challenges. V *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 1–18. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University.

63. Kaplan, Richard. 2009. The origins of objectivity in American journalism. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 25–37. London, New York: Routledge.

64. Keane, John. 1992. *Mediji in demokracija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

65. Keeble, Richard. 2008. *Ethics for journalists*. London, New York: Routledge.

66. Knez, Primož. 2000. *Viri informacij za novinarski prispevek ter analiza prispevkov v Dnevniku*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
67. *Kodeks novinarjev Slovenije*. 2010. Dostopno prek: http://razsodisce.org/kodeks_ns_txt.html (10. maj 2016).
68. Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. --- 2005. Javno komuniciranje kot oglaševanje. *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 19–29. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
70. Krotoski, Aleks. 2011. *What effect has the internet had on journalism?* Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/technology/2011/feb/20/what-effect-internet-on-journalism> (17. maj 2016).
71. Laban, Vesna, 2004. *Razvidnost virov informacij v televizijskih novinarskih besedilih*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
72. Laban, Vesna in Melita Poler Kovačič. 2007. Poročevalska sklicevalnost v agencijskih besedilih. *Družboslovne razprave* 54: 65–83.
73. Lah, Sergej. 2010. *Družbeni mediji – zabava ali orodje?* Dostopno prek: http://home.izum.si/cobiss/OZ/2010_3/Html/clanek_02.html (22. marec 2016).
74. Lasbajer, Jernej. 2009. *Vloga lokalnih medijev v lokalni demokraciji*. Diplomsko delo. Maribor: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.
75. Lasorsa, Dominic L., Seth C. Lewis in Avery E. Holton. 2012. Normalizing Twitter: Journalism Practice in an Emerging Communication Space. *Journalism Studies* 13 (1): 19–36.
76. Lee Potter, Adam. 2013. Truth and the Tabloids. V *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 185–193. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University.

77. Lemann, Nicholas. 2006. Amateur hour. *The New Yorker*. Dostopno prek: <http://www.newyorker.com/magazine/2006/08/07/amateur-hour-4> (24. junij 2016).
78. Levi, Lili. 2012. Social media and the press. *North Carolina Law Review* 90 (5): 1531–1596.
79. Luthar, Breda. 2004. Ljudstvo: navodilo za uporabo (Uporaba anket javnega mnenja v novinarstvu). *Teorija in praksa* 41 (3–4): 663–677.
80. Marsh, Kevin. 2013. Investigative Journalism: Secrets, Salience and Storytelling. V *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 222–241. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University.
81. Matthews, Jamie. 2013. Journalists and their sources: The twin challenges of diversity and verification. V *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 242–258. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University.
82. McLeod, Jack M., Dietram A. Scheufele in Patricia Moy. 1999. Community, communication and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political communication* 16 (3): 315–336.
83. McManus, John. H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
84. McNair, Brian. 2005. News from a small country: the media in Scotland. V *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, ur. Bob Franklin, 37–48. London, New York: Routledge.
85. Merljak Zdovc, Sonja. 2007. *Preteklost je prolog: pregled zgodovine novinarstva na Slovenskem in po svetu: učbenik pri predmetu Zgodovina novinarstva in medijev*. 1. natis. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
86. Meyer, Philip. 2004. *The Vanishing Newspaper: saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri.

87. Milosavljevič, Marko. 2004. Primanjkljaj javnega delovanja: (Ne)transparentnost novinarstva in množičnih medijev v Sloveniji. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Melita Poler Kovačič, Monika Kalin Golob, 139–155. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
88. --- 2005. Intervju: metoda dela in novinarski žanr. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 135–188. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
89. --- 2014. Novičarski dejavniki in internetna družbena omrežja: Objavne vrednosti tвитov pri poročanju o evropskih volitvah. *Javnost-The Public* 21: 77–92.
90. Newman, Nic. 2009. *The rise of social media and its impact on mainstream journalism: A study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers*. Dostopno prek: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20rise%20of%20social%20media%20and%20its%20impact%20on%20mainstream%20journalism_0.pdf (25. maj 2016).
91. Nielsen, Rasmus Kleis. 2015. Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism. V *Local Journalism: The decline of Newspapers and the rise of Digital Media*, ur. Rasmus Kleis Nielsen, 1–25. London, New York: IB Tauris.
92. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
93. Oblak Črnič, Tanja. 2007. Spletno novinarstvo skozi optiko novinarjev. *Družboslovne razprave* XXIII 54: 43–64.
94. Obradović, Đorđe. 2009. Samoregulacija novinarske profesije na temeljni razini. *Medianali – znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima in kulturo društva* 3 (6): 239–250.
95. O'Neill, Deirdre, in Catherine O'Connor. 2008. The Passive Journalist: How sources dominate the local news. *Journalism Practice* 2 (3): 487–503.

96. Orwell, George. 1946. *Why I Write*. London: Penguin.
97. Osterman, Jana. 2002. *Lokalna demokracija 1: Analiza lokalnih volitev 2002*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
98. Paulussen, Steve, Ari Heinonen, David Domingo in Thorsten Quandt. 2007. Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making Process. *Observatorio (OBS*) Journal* 3: 131–154.
99. Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska organizacija univerze, Študentska založba.
100. Pivec, Polona. 2009. Osnove oblikovanja kratkega novinarskega besedila za potrebe informativnih oddaj javnega radia. *Jezikoslovni zapiski* 15 (1–2): 127–140. Ljubljana: Založba ZRC.
101. Phillips, Angela. 2010. Transparency And The New Ethics Of Journalism. *Journalism Practice* 4 (3): 373–382.
102. Poler Kovačič, Melita. 2002. Vplivi odnosov z mediji na novinarski sporočanje proces. *Teorija in praksa* 41 (3–4): 766–785.
103. --- 2003. Preiskovalno novinarstvo, ustvarjanje škandalov in novinarska etika. *Teorija in praksa* 40 (2): 207–228.
104. --- 2004a. *Novinarska (iz)virnost: novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
105. --- 2004b. Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij. *Teorija in praksa* 41 (3–4): 690–702.
106. --- 2011. Kaj je novinarstvo, kdo je novinar? V *Uvod v novinarstvo: učbenik za študente prvega letnika študijskega programa Novinarstvo na FDV*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 15–83. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

107. --- 2014. Etične dileme slovenskih spletnih novinarjev in urednikov. *Javnost-The Public* 21: 113–129.
108. Poler Kovačič, Melita, Karmen Erjavec in Katarina Štular. 2010. Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions? *Medijska istraživanja* 16 (1): 113–130.
109. *Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije*. Ur. l. RS 77/02 (30. avgust 2002).
110. *Pravilnik o programih posebnega pomena*. Ur. l. RS 85/2002 (4. oktober 2002).
111. Prebil, Snežana. 2016. Intervju z avtorico. Šentjur, 30. maj.
112. Reader, Bill. 2007. Local News. V *Encyclopedia of American Journalism*, ur. Stephen L. Vaughn, 273–275. London, New York: Routledge.
113. Resolucija Sveta Evrope št. 1003 o novinarski etiki. 1993. V *Predpisi o novinarjih in medijih 1995*, 245-252. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
114. Roblek, Vasja. 2008. Primer izpeljave analize besedila v kvalitativni raziskavi. *Management* 4 (1): 53–69.
115. Ross, Karen. 2005. Open source? Hearing voices in the local press. V *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, ur. Bob Franklin, 232–244. London, New York: Routledge.
116. Santana, Arthur D. in Toby Hopp. 2016. Tapping Into a New Stream ob (Personal) Data: Assessing Journalists' Different Use of Social Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*: 1–26.
117. Scattergood, Emma. 2013. The Changing Landscape of Magazine Journalism. *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 114–122. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University.

118. Shoemaker, Pamela in Stephen D. Reese. 2011. *Mediating the message: Theoris of influence on mass media content*, druga izdaja. New York: Routledge.
119. Shoemaker, Pamela J. in Timothy Vos. 2009. *Gatekeeping theory*. London, New York: Routledge.
120. Sigal, Leon V. 1973. *Reporters and Officials*. Lexington, Mass: Heath.
121. Singer, Jane B. 2009. Journalism in the network. V *The Routledge companion to news and journalism*, ur. Stuart Allan, 277–286. London, New York: Routledge.
122. Shlaes, Amity. 2010. *WikiLeaks Plus Fed Disclosures Are Data Overload, Bloomberg.com*. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/news/2010-12-03/wikileaks-plus-fed-s-dump-equals-data-overload-commentaryby-amity-shlaes.html> (27. junij 2016).
123. Slak, Nina. 2016. Intervju z avtorico. Šentjur, 30. maj.
124. Slatery, Jon. 2011. *So who came up with the word churnalism?* Dostopno prek: <http://jonslatery.blogspot.si/2011/02/so-who-came-up-with-word-churnalism.html> (23. junij 2016).
125. Soloski, John. 1989. Sources and Channels of Local News. *Journalism Quaterly* 66 (4): 864–870.
126. Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. V *Vregov zbornik*, ur. Slavko Splichal, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.
127. --- 2001. Publiciteta, množični mediji in delitev oblasti. *Teorija in praksa* 38 (1): 29–46.
128. Sukur-Zorman, Livija. 2003. *Slovensko časopisje v času in prostoru: Lokalni časopis Portorožan (od 1991 do 2005)*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
129. Štok, Katja, 2010. *Viri informacij v spletnih novinarskih prispevkih na Delo.si in Dnevnik.si*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

130. Šubic, Simon. 2008. *Politika in lokalni mediji – primer Gorenjski glas*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
131. Šuen, Matjaž. 1994. *Preiskovalno novinarstvo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
132. Thorsen, Einar. 2013. Live Blogging and Social Media Curation: Challenges and Opportunities for Journalism. The Changing Landscape of Magazine Journalism. V *Journalism: New Challenges*, ur. Karen Fowler-Watt in Stuart Allan, 123–145. Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University.
133. Trkman, Vanja. 2008. *Razvidnost virov informacij: (ne)navajanje Slovenske tiskovne agencije v časnikih Delo in Večer*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
134. Turnšek Hančič, Maja. 2009. Dostop do medijev – temeljni pogoj za kritično javnost. *Javnost-The Public* 16: 63–80.
135. *Ustava Republike Slovenije (URS)*. Ur. l. RS 33/1991 (28. december 1991).
136. Van der Haak, Bregtje, Michael Parks in Manuel Castells. 2012. The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication* 6: 2923–2938.
137. Van Dijk, Teun A. 1995. The mass media today: Discourses of domination or diversity? *Javnost-The Public* 2 (2): 27–45.
138. --- 1988. *News and Discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
139. Verčič, Dejan. 2001. Nekateri slovenski novinarji v popoldanskem času opravljajo piarovske posle. Intervju. *Bonus (Časopis študentov novinarstva)* 2 (3), 4–6, intervjuvala Janja Pevec.
140. Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. *Družboslovne razprave* XXIV 57: 79–96.
141. Vobič, Igor. 2008. Mitologija novinarske objektivnosti: revizija Barthesovega koncepta mita. *Družboslovne razprave* 58: 107–125.

142. Volarević, Marija in Domagoj Bebić. 2013. Društvene mreže kao izvor vijesti u najgledanijim središnjim informativnim emisijama u Hrvatskoj. *Medijske studije* 4 (8): 60–75.
143. Winfield, Betty Houchin. 2008. Introduction: Emerging Professionalism and Modernity. V *Journalism 1908: Birth of a Profession*, ur. Betty Houchin Winfield, 1–14. Missouri: University of Missouri Press.
144. *Zakon o medijih* (ZMed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006 (26. oktober 2006).
145. Zonta, Sabina. 2015. *Ambientalni novinar: uporaba mobilne telefonije v dnevnem novinarstvu*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
146. Žirovnik, Cvetka. 2009. Statusnopravni vidik delovanja in ustanavljanja medijev. V *Medijsko pravo*, ur. Rok Lampe, 108–139. Ljubljana: Planet GV, poslovno izobraževanje.
147. Žlof, Ksenija, Zlatko Herljević in Slobodan Hadžić. 2014. Predodžbe novinara o važnosti društvenih mreža u proizvodnji medijskih sadržaja. *Media, culture and public relations* 5 (1): 17–29.

PRILOGE

Priloga A: Intervju z Anjo Deučman

Anja Deučman je na Radiu Štajerski val kot študentka in honorarna novinarka delala od leta 2006 do 2011. Dve leti je bila nato zaposlena kot novinarka medijske hiše Novi tednik in Radio Celje, zadnji dve leti je redno zaposlena na Radiu Štajerski val. Je urednica informativnega programa in novinarka. Stara je 33 let in je diplomirana novinarka.

Datum intervjuja: ponedeljek, 30. maj 2016

Trajanje intervjuja: 22 minut

Radio Štajerski val je najstarejša regionalna radijska postaja v Sloveniji. Zakaj je pomemben?

»Predvsem zato, ker uspemo zagotavljati informacije iz lokalnega okolja. V našem mediju dobijo ljudje, ki so pomembni v naših krajih, pa niso to samo direktorji podjetij, javnih zavodov, župani občin, ampak tudi mali človek, če temu tako rečemo, na primer društva, ljudje, ki po čemerkoli izstopajo, tudi če imajo težave z občinskimi ali državnimi ustanovami, glas. V nacionalnih medijih to ni mogoče.«

Torej so lokalne informacije zelo pomembne.

»So, zelo. Tudi v ostale, na primer zabavne vsebine, uspemo vključiti ljudi iz našega okolja.«

Zakaj ljudje potrebujejo, želijo, iščejo lokalne informacije?

»Ljudi najbolj zanimajo stvari, ki se dogajajo v njihovi bližnji okolici, oziroma stvari, ki jih tudi neposredno zadevajo. Zagotovo so novice, zanimive in pomembne za lokalne ljudi, ki jim jih posredujejo tudi nacionalni mediji, a vseh ne, in tu smo potem mi, lokalci, pomembni, saj ljudem približamo informacijo, opozorimo nanjo, pa tudi samo dejstvo, da nekdo, ki ga poznajo, nastopa v mediju, je ljudem strašno pomembno in zato tak medij bolj pozorno spremljajo.«

Kolikšen del programske sheme namenjate informativnemu programu?

»Točnega deleža ne vem, ampak zagotovo je ta delež pomemben. V programski shemi imamo vsak dan 17 informativnih oddaj. So vsako polno uro, v dopoldanskem času med 6. in 10. še na pol ure. To so krajše informativne oddaje z nekaj vsebinskimi poudarki, ampak so čez ves dan in so s tega vidika pomembne. Hkrati določene informacije, ki so tudi informativne narave, vključujemo ali poskušamo vključevati v preostale dele radijskega programa, bodisi v čisto zabavni program ali pa novinarke pripravimo celovitejše prispevke na določeno temo.«

Katerim temam dajete prednost v novicah?

»Težko rečem, čemu dajemo prednost. Pokrivamo tako dogajanje na občinski ravni, politiko, gospodarstvo, šport, družabno sceno, kulturo, šole, vrtce ... Res skušamo vsem akterjem, ki so pomembni na našem območju, dati priložnost, da se slišijo, da povedo svoje mnenje, stališče.«

Prioritete spreminjate dnevno, tudi iz ure v uro?

»Seveda. Največ je odvisno od dogajanja, zato je ves dan ogromno prilagajanja. Včasih se tudi zgodi, da se pet minut pred novicami spremeni kakšna novica, se zgodi še kaj bolj pomembnega od načrtovane novice, ki smo jo že pripravili. Vseeno pa upoštevamo standardno strukturo znotraj posameznih novic; večjo prednost damo težjim temam, to je gospodarstvo, politika, potem pa se gre na lažje, mehkejše vsebine, na primer šport. Ni pa izključeno, da začnemo tudi s kulturo; ko so na primer Dnevi komedije v Celju, ta novica pride na prvo mesto.«

Je novinarska ekipa zadostna?

»Vedno je preskromna. Pokrivamo 25 občin, kar je ogromno. Glede na to, da smo štiri novinarke, bi bil dobrodošel še kdo, ampak ker smo omejeni s stroški, se moramo varčno obnašati. Tehnologija nam omogoča snemanje izjav po telefonu, preko spleta uredimo kakšno stvar, tako da se da izpeljati zadeve tudi s tako majhnim številom ljudi.«

Kje novinarke pridobivate informacije?

»Največ informacij nam sporočajo ljudje sami, institucije, podjetja, vrtci, šole ... Dnevno dobivamo ogromno informacij po elektronski pošti zadnje čase, nekaj še tudi po navadni pošti, razna vabila na novinarske konference, odprtja, prireditve, dogodke ... V redakciji se odločimo, ali stvar pokriti ali ne, in če jo, kako podrobno. Potem so tukaj vsakodnevna pohajkovanja po terenu, razne kavice, bodisi na terenu po dogodku še malo počvekaš z ljudmi, kar opazi novinarsko oko, pa družbeni mediji so tudi vedno bolj prisotni, sploh Facebook in Twitter, kjer postanemo pozorni na določene informacije in se potem znova odločamo, ali je vredno objave in na kakšen način.«

Koliko so verodostojne informacije z družbenih omrežij?

»Odvisno o tega, od kod prihajajo, kdo informacije napiše na določeno družbeno omrežje. Na primer, zelo velikokrat ugotavljam pri svojem delu, da sploh radijski voditelji znotraj naše hiše ... je zelo zanimivo, da karkoli preberejo na Facebooku, kar vzamejo kot resnično, da moramo to raziskati, ker je to velika zgodba. Potem smo res novinarke tiste, ki rečemo: Najprej pogledjmo, kdo je to informacijo spravil v javnost, na kakšen način jo obdelujejo, kdo se ob njo obregne in ali je res kaj za to informacijo. Dejstvo je, da danes ljudje, sploh na Facebooku, iz vsake stvari naredijo veliko stvar, v vsaki stvari vidijo še milijon negativnih stvari zraven in zelo napihujejo določene stvari. Zato je treba stopiti korak nazaj, premisliti zadeve in jih oceniti z distance. Ne more iti vse takoj v eter. Na Twitterju se mi zdi, da so dosti bolj verodostojne informacije, je pa po mojem mnenju pomembno, da vidiš, kdo je neko informacijo dal v javnost, ter po odzivih prijateljev in sledilcev tudi delno presodiš pomembnost objavljene informacije.«

Vedno preverjate informacije z družbenih omrežij?

»Vsekakor. Če na primer objavi ... se spomnim primera ... Če na primer Košarkarski klub Tajfun objavi, da Dragiša Drobniak odhaja iz kluba, je zame to informacija, ki jo dam takoj v eter. Seveda v nadaljnjih korakih preverjam razloge, pokličem odgovorne v klubu, skušam dobiti Drobniaka ... Če pa bi tako informacijo prebrala na profilu navijača ali navijaške skupine, tega ne bi takoj objavila, ampak bi poklicala nekoga, ki bi mi lahko iz prve roke to potrdil ali zavrnil, in šele potem bi to objavila. Če pa ne bi uspela pridobiti uradne informacije, bi verjetno dala v eter, če bi ocenila, da je informacija dosti zanimiva in pomembna, da ne more počakati do naslednjega dne ..., bi zapisala: Po informacijah navijačev se Dragiša Drobniak poslavlja, preverili pa bomo še, za enkrat pa vodstvo kluba še ni dosegljivo ... Tako recimo.«

Kako navajate vire informacij? Navajate družbena omrežja?

»Če na Twitterju preberem informacijo, o kateri poroča drug medij, vedno navedem medij ... Po poročanju Večera ali drugega medija se je zgodilo to in to. Ne navedem, da je medij to objavil na družbenem omrežju. Zadnjič pa sem objavila informacijo na osnovi objave Petra Prevca na Twitterju, ko je dobil red za zasluge. Objavila sem sliko na radijskem Facebooku in napisala: Peter Prevc se je na Twitterju pohvalil ... Ko je bil napad v Parizu, sem tudi objavila, da je evropski poslanec na svojem Twitter profilu objavil, da je mirno v mestu, na primer. Poskušam to objaviti, ker se mi zdi konec koncev pomembno, da ljudje vedo, kje smo neke informacije dobili.«

Bi lahko rekla, da družbena omrežja pronicaajo v rutine novinarskega dela?

»Mislim, da vedno bolj. Dejstvo je, da so danes družbena omrežja prva, ki dajo neko informacijo v javnost. Konec koncev lahko povsem navaden človek, ki ni novinar, ampak vidi, da so nekje – zdaj malo pretiravam – nastavili bombo, in je na kraju dogodka, to objavi na Twitterju in je to novinarju zelo pomemben vir informacij. Je pa pomembno, da se te stvari preverijo. Tu je selekcija pa res zelo zelo pomembna.«

Kje in kako preverjate informacije z družbenih omrežij?

»Predvsem poskušamo dodatne informacije iskati najprej pri človeku, ki ga ta informacija zadeva. Pokličeš akterje, ki so vpleteni v zgodbo, direktorja, kogarkoli. Če to ni mogoče, iščemo informacije drugje, tudi pri kolegih novinarjih, kje so oni dobili informacijo ... Na ta način oceniš, ali je informacija zadostna, dovolj preverjena. Dobro se poznamo med sabo in tako veš, komu lahko zaupaš, in tudi veš, kdo piše kar neke larifari zadeve. Vedno poskušamo priti čim bližje glavnemu akterju.«

Zakaj je Radio Štajerski val aktiven na družbenih omrežjih?

»Zato, ker danes radio vsekakor ni več samo radio. Danes je radio še spletna stran, zagotovo tudi Facebook in Twitter, načrtujemo, da se bomo začeli pojavljati še na Instagramu. Enostavno danes brez tega ne gre. Družbena omrežja so orodje, s katerim radio kot medij spremlja, kako popularen pravzaprav si, ne samo po poslušnosti, ampak koliko všečkov imaš na Facebooku, koliko ljudi ti sledi na Twitterju, se ti te številke povečujejo ali zmanjšujejo. To je tudi dober način opozarjanja ljudi, da obstajamo, da smo odličen vir informacij, smo tudi zabava, ker ne objavljamo samo informativnih zadev, ampak tudi programske. Preko družbenih omrežij ljudi

vabimo: Poslušajte nas. Če tu in tam s tovrstnimi objavami koga pridobimo, da prestavi na našo frekvenco, in tam ostane, je to za nas zmaga.«

Koliko ti osebno uporabljaš družbena omrežja za svojo promocijo, promocijo svojega novinarskega dela, tudi za promocijo medija, za katerega delaš?

»Pri teh stvareh sem pa jaz kar previdna. Facebook uporabljam največ za promocijo radia, tako da delim naše nagradne igre, vsečkam naše zabavne vsebine. Delim tudi kakšne prispevke z naše spletne strani, ki se mi res zdijo dobri, težki, sploh takšne, za katere vem, da zanimajo moje prijatelje oziroma moj krog ljudi. Se pa načrtno izogibam temu, da bi na svojem profilu komentirala zadeve, ki so moje službene; to pomeni, da moram imeti kot novinarka neko držo objektivnosti in se poskušam zadržati na zasebnem profilu. Zadeve, ki se dogajajo v naših krajih, zelo redko komentiram; me mora res tako iritirati, da bi povedala svoje mnenje preko Facebook profila.«

Spodbujate na radiu ostale novinarke k taki uporabi družbenih omrežij ali ne?

»Spodbujamo ne, niti ne zaviramo. To je odvisno od vsakega posameznika. Meni se sicer zdi dobro, da novinar ali katerikoli medijski delavec danes uporablja ta omrežja, je do določene mere aktiven na njih, ker je to pomemben vir informacij in sploh v majhnem lokalnem okolju lahko na tak način ogromno izveš. Še vedno se marsikdo ne spomni, da bi ob kakem dogodku poklical radio in nas obvestil, prej objavi na družbenem omrežju. Konec koncev lahko nekdo čestita ali pa vošči gospe za stoti rojstni dan na družbenem omrežju; nam je to zanimiva informacija, njemu pa sploh ne kapne, da bi nas obvestil, da je to za medij zanimivo. To so malenkosti, ki se mi zdijo najbolj zanimive, privlačne tudi za nas. Za velike stvari mi izvemo na drug način; takšne življenjske, majhne zgodbe ..., ko na primer nekoga v nekem parku moti nek žar, to pa izvemo prek družbenih omrežij.«

Bodo družbena omrežja vedno bolj pomembna v prihodnje, bodo časovno in tehnološko olajšala novinarsko delo ali ne?

»Mislim, da, sploh zaradi hitrosti in takojšnjega odziva. Po drugi strani pa novinarsko delo mogoče malenkost otežuje ravno zato, ker je treba te informacije toliko bolj izbirati, selekcionirati, preverjati. Po drugi strani je tam ogromna množica informacij in problem je, da ko primerjaš medije med seboj, je na koncu tako, da bi vsi radi poročali o istih stvareh. Bojim se tega, da to vodi v homogenizacijo, da vsi mediji, kar zadeva vsebine, postajamo isti, zelo

podobni; sploh na nacionalnih medijih se mi zdi, da je to opazno. Lokalci smo še raznoliki zaradi teh malih zgodb, ki jih je milijon okoli nas, in še znamo svojo ven potegniti, ampak na vseslovenski ravni pa se mi zdi, da je vse bolj ali manj eno in isto in mogoče k temu do določene mere ... mogoče bolj spletne strani posameznih medijev, kot pa Facebook in Twitter, k temu pripomorejo. Sploh Twitter se mi zdi dober kazalnik tega, kaj ljudi zanima in kaj je v nekem dnevu zaznamovalo dogajanje: če greš na Twitter, točno veš, o čem se ljudje pogovarjajo, in točno veš, da to moraš zgrabiti.«

Kdo pri vas skrbi za radijsko stran na Facebooku in Twitterju?

»Imamo določena pravila glede časovnih objav, torej s kakšno frekvenco naj bi se objavile neke stvari na Facebooku in na Twitterju, ali gre tisto uro nek programski del ali druga vsebina. Seveda je pa izjema, če se kaj izrednega zgodi, mora na Facebook in Twitter takoj. Za informativne vsebine skrbi vsakodnevna dežurna novinarka; dopoldanska je od 6. do 12. ure, od 12. do 18. ure popoldanska, tudi v soboto imamo novinarja v redakciji, ki skrbi za objave. To je večinoma na načelni ravni povezava do prispevka s spletne strani, vse ostale stvari se objavijo v dogovoru tudi z mano. Skoraj nobena informativna stvar ne gre v objavo brez dogovora z mano, razen ob izjemnih primerih ali ko mene ni, o tem odloča dežurna novinarka. Je pa res, da sem na primer kakšno soboto popoldne ali v nedeljo tudi jaz velikokrat tista, ki dežuram po Facebooku in Twitterju doma in kaj objavim.«

Ali pri novicah dosledno navajate vire informacij?

»Kadar je pomembno za zgodbo. Večina naših prispevkov je narejenih tako, da so vključene izjave akterjev, in v tem primeru se tako ve, kdo nam je neko stvar povedal. Če pa dobimo sporočilo za javnost, ki nam ga pošlje na primer občina, pa povemo: Kot so nam sporočili z občine; kot pravijo v podjetju ... Poskušamo navesti vire zaradi verodostojnosti medija.«

Priloga B: Intervju z Barbaro Furman

Barbara Furman za Radio Štajerski val spremlja dogajanje v osmih občinah Dravinjske doline. Je samozaposlena preko s.p-ja, redno se je zaposlila v letu 2000. Novinarske izkušnje ima od leta 1997, ko je delala za lokalni časopis Novice in na Radio Rogla. Je gimnazijska maturantka, stara je 47 let.

Datum intervjuja: ponedeljek, 30. maj 2016

Trajanje intervjuja: 20 minut

Kakšen pomen imajo lokalni mediji in lokalne novice?

»Zelo so pomembni. Lokalni mediji so osrednji vir informacij zame kot občanka in novinarka. Zame je pomembno, kaj se dogaja v mojem okolju, kaj je novega, kje so težave ... Moja pozornost je usmerjena na lokalno, zato spremljam tudi konkurenčne lokalne medije v regiji.«

Je težko ločiti, kaj spremljaš v medijih kot občanka in kaj kot novinarka?

»Je, ampak grem prej preverjati določene informacije kot novinarka, kaj dela konkurenca. Kadar iščem izhodišča, spremljam, katerih tem se lotevajo drugi, zato jih spremljam predvsem kot novinarka. Skušam pridobiti informacije, tako da mi kako drugače osvetlimo zadevo ... Sicer pa so vir informacij zame moji sosede, prijatelji. Od njih dobim namige, ki jih potem v redakciji predebatiramo in se odločimo, ali se jih bomo lotili ali ne.«

Kot vire informacij si omenila konkurenčne medije, sosede, prijatelje. Kje še pridobivaš informacije za svoje delo?

»Na Facebooku, ampak nimam svojega osebnega profila, uporabljam ga preko službene strani radia. Podobno spremljam tudi Twitter. Spremljam še spletne strani osrednjih medijskih hiš, to pa je tudi vse. Premalo sem na Twitterju in Facebooku, da bi tako pridobivala informacije.«

Kaj pa sporočila za javnost?

»Dobivam jih redno, jih pregledam, kako jih uporabimo naprej, pa vse dorečemo v uredništvu. Sporočila za javnost so zame bolj izhodišča ... Ogromno je teh sporočil in sama prestrežem, katera bi bilo vredno nadgrajevati, ampak ta sporočila vse manj uporabljamo. Prej jih znam zbrisati, kot uporabiti. Se spomnim leta nazaj, ko sem začnjala z novinarskim delom, so mi bila za sporočila glavni vir. Ko si dobil sporočilo za javnost, si koga poklical, delal zgodbo ... Danes je teh sporočil bistveno več, a jih bistveno bolj ignoriram.«

Bi lahko rekla, da pojav spleta in družbenih omrežij bolj vpliva na tvoje delo?

»Zagotovo, čeprav nisem aktivna uporabnica družbenih omrežij. Vpliva zato, ker ko se s kolegicami in sodelavkami pogovarjamo, mi pravijo: Tam sem izvedela, tja poglej ... Sama nisem uporabnica, sem pa v sredini, kjer opažam, da je to vodilo, se s tem okužim, sem pa toga ... Za zdaj imam kanal, ki me obvešča o objavah na spletu in družbenih omrežjih, sem obveščena

in mi to zadostuje. Če pa tega kanala ne bi imela, bi si pa zagotovo odprla svoje zasebne profile.«

Katere informacije z družbenih omrežij pa uporabljaš?

»Gospodarske predvsem, ker smo v naši medijski hiši bolj šibki na tem področju. Geografsko gledano me zanima območje Dravinjske doline, ki ga pokrivam. Zelo pozorno spremljam poročanje drugih medijev o prodaji Uniorja, kako pristopati k temu, to so namreč bolj zaprte teme. V Uniorju so nam že očitali, da preveč brskamo po tem, ker želijo nekaj skrivati. Naložbe na tem območju, občinske, lokalne zadeve ... o tem imam dovolj svojih virov, ki me sproti obveščajo.«

Spremljaš uradne profile podjetij, ustanov na družbenih omrežjih?

»Bolj malo. Spletne strani večjih podjetij da, profile na družbenih omrežjih pa ne. Ko živiš v okolju, iz katerega poročáš, dobiš ogromno informacij v neformalnih in formalnih pogovorih, na dogodkih, na novinarskih konferencah, po njih in po sejah občinskih svetov, ko svetniki veliko vedo, greš na kako kavo, pa ti ljudje ogromno povedo. Moji viri so domačini. Večja podjetja, ki jih spremljam, imajo tudi svoje službe za odnose z javnostmi in nam pošiljajo sporočila za javnost.«

So tvoji viri dovolj zanesljivi, verodostojni?

»Do zdaj so bile vedno prave usmeritve. Nisem vedno prišla daleč, to je res, ampak sem dobila prave usmeritve. So dovolj verodostojni, ja. Kdor me je razočaral, ga ne kontaktiram več, so pa ljudje, ki so se izkazali za verodostojne, so zanesljivi. Seveda prihajajo novi viri in zanje uporabim svoj čut.«

Kako pa gledaš na verodostojnost informacij, ki so objavljene na družbenih omrežjih?

»Meni je sicer ta vir zanemarljiv, premalokrat tukaj jemljem iztočnice, ki bi jih potem preverjala. Nisem pa še zasledila informacije, ki bi me zanimala in bi se potem izkazala za popolnoma neresnično. Velikokrat se izkaže, da so namigi zelo verodostojni, so prave zgodbe, a včasih jih naša uredniška politika malo duši, smo mogoče malo prepočasni, ampak ne vedno. Recimo ... kar sem pred dvema mesecema slišala na kavi, lahko danes preberem v Financah, ampak sem jaz prepočasna, pa pri nas je treba biti bolj previden pri poročanju, ker imamo pogodbe s podjetji ... Ravno Unior Turizem je tak primer ...«

Kako preverjaš informacije?

»Imam določene ljudi, ki jih pokličem, to so ljudje na položajih, v podjetjih, predsedniki krajevnih skupnosti, pr-ovke ... Napišem tudi elektronsko sporočilo, potem sestavim zgodbo. Osebno, preko poznanstev v lokalnem prostoru poznam veliko ljudi, tako da ni težko preveriti informacije.«

Kako pa je z navajanjem virov? Ali radijski prostor in čas omogočata dosledno navajanje virov?

»Ne vedno. Zanimivo je, da pri novicah ... ravno zdaj sem imela o aferi v zdravstvu, ki je širšega, nacionalnega pomena, vedno povem ... Po poročanju POP Tv-ja, ki je danes objavil neko novo dejstvo ... V lokalnem prostoru pa to zanemarjam. Nikoli ne napišem: Po poročanju Novic (lokalni časopis za območje Dravinjske doline, op. a.), ampak vedno napišem: Po poročanju nekaterih lokalnih medijev.«

Zakaj?

»Zanimivo. Ker sem verjetno obremenjena s tem, da neposredna konkurenca v lokalnem okolju kaj objavi pred nami. Nisem pa nikoli razmišljala posebej o tem. Nacionalni mediji mi niso nikoli neposredna konkurenca, lokalni mediji pa. Tudi vedno ne navedem drugega medija, četudi je nacionalni. Četudi dobiš neko informacijo iz drugega medija, potem pokličeš koga, dobiš še kje kakšno dodatno informacijo in imaš svojo zgodbo in sploh ni pomembno, da je kdo že kaj poročal.«

Bi navedla družbeno omrežje kot vir, če bi zasledila kakšno pomembno novico tam, pa nikjer drugje?

»Ne, verjetno ne. Nisem pa še imela takega primera.«

Bi lahko ocenila, kolikšen je delež uradnih in neuradnih virov?

»Uradni viri prevladujejo, zagotovo jih je več kot polovica. Nimamo časa, smo kot štanca ... Grem na teren, pridem domov, spet za računalnik, da za naslednji dan pripravim vsebine. Da bi se lotila teme, za neko ekskluzivno temo, za katero bi imela tri dni časa, tega ni. Zato gre hitro, ko greš na dogodke, kjer je vse bolj ali manj servirano, dobiš izjavo, jo posnameš, zmontiraš in predvajaš. Več je tega uradnega.«

Ali dodatno preverjaš samo neuradne informacije ali tudi uradne?

»Neuradne vedno, uradne pa premalokrat. Na čas se ne bi smela izgovarjati; bi bilo pač manj vsebin, pa tiste bolj obdelane, ne pa vse na prvo žogo. Je pa tako, da na sejah občinskega sveta dobiš še kakšne informacije, lokalno problematiko poznaš, dobiš precej informacij med vrsticami. Informacije dobimo iz različnih društev, organizacij, ljudje veliko tudi sami kličejo, ker radi vidijo, da pridemo, blizu smo jim, jih poznamo ...«

Vloga lokalnega, regionalnega medija je torej tudi ustvarjanje pozitivnega vzdušja v okolju.

»Zagotovo. Predvsem občutek neke povezanosti, soodvisnosti, da se ljudje slišijo, veliko jim pomeni, da spremljamo njihovo delo in opazimo njihove dosežke. V tem je konec koncev tudi eno glavnih poslanstev medijev. Zakaj bi se to zatiralo? Čeprav smo mali medij, pokrivamo veliko območje. In vsako društvo želi, da pridemo, in je težko ljudem dopovedati, da ne moremo biti povsod; eni razumejo, so pa tudi kakšne zamere. Radi imamo zgodbe o družbeni odgovornosti, aferastvo za vsako ceno nam je tuje, to ni karakter našega radia.«

Meniš, da te bodo družbena omrežja premamila in jih boš začela bolj aktivno uporabljati pri novinarskem delu?

»Mislim, da ja, ampak potrebujem čas. Prisiljena bom. Jaz sem se jih bala in se jih vedno manj bojim. Mislim pa, da bomo začeli prijateljevati. Imam predsodek v sebi; ko bom to premostila, bom bolj fleksibilna.«

Priloga C: Intervju z Nino Slak

Nina Slak ima dveletne novinarske izkušnje na Radiu Štajerski val. Stara je 29 let, je diplomirana novinarka, samozaposlena preko s.p-ja.

Datum intervjuja: ponedeljek, 30. maj 2016

Trajanje intervjuja: 8 minut

Kakšen je pomen lokalnih medijev in lokalnih novic?

»Precejšen, ker če gledaš izključno televizijo, je teh novic premalo; na nacionalki še mogoče, ker imajo lokalne dopisnike, vsepovsod drugje pa o lokalnih temah poročajo le v primeru masovne nesreče ali hudega škandala. Odkar delam na radiu, so zame lokalne novice vedno

bolj pomembne. Prej območja Obsotelja in Kozjanskega, ki ga pokrivam, nisem niti poznala, zdaj pa bolj spremljam, pa tudi za ljudi je bolj pomembno, da so obveščeni o takih stvareh.«

Kje in kako pridobivaš informacije za novinarsko delo?

»Še nimam take razvejane mreže virov informacij, ker sem relativno na začetku. Kar zadeva dogajanje na občinskih ravneh, dobivam informacije preko elektronske pošte od javnih zavodov in občin, ki jih pokrivam. Precej si tudi pomagamo novinarji med sabo, se opozorimo na pogovorih ob kavi, ostalo pa ... Družbena omrežja, sem aktivna na Facebooku, drugje pa ne.«

Koliko informacij pridobiš od uradnih virov in koliko od neuradnih?

»Trideset odstotkov z družbenih omrežij, ostalo pa po drugih kanalih. Če bi bila bolj aktivna na družbenih omrežjih, bi bil odstotek verjetno višji.«

Na katerih omrežjih pa si aktivna?

»Le na Facebooku.«

Zakaj?

»Zasebnost. Objavljam tudi kakšne fotografije iz zasebnega življenja, ampak zelo pazim. Nerada se izpostavljam, se mi zdi, da je Facebook ravno dovolj. Ne bi vseh ostalih še ...«

Kaj pa Twitter?

»Se mi zdi, da nimam toliko za povedati, da bi bila aktivna na Twitterju. Ne dogaja se mi toliko stvari, ali pa niti tega, kar se mi, ne prepoznam vredno, da bi to delila tam.«

Kako pa gledaš na uporabo družbenih omrežij kot na orodje za promocijo tvojega dela in medija, za katerega delaš?

»To je zelo pomembno. Vedno bolj. Vemo, da radio poslušamo v avtu, večinoma starejši, ko kaj doma delajo. Če pa ciljaš na mlade, je zelo pomembno uporabljati Facebook, ker se tam vse izve, prideš do informacij. Zato je zelo pomembno, da tudi preko Facebook strani objavljamo novice o svojem delu, povezave do prispevkov s spletne strani, z dogodkov, ki jih spremljamo. Je pomembno, tudi ko opravljamo raziskave, se vidi, kako daleč do ljudi pridejo stvari. Je zelo pomembno orodje.«

Ali te objave s Facebooka radia deliš tudi preko zasebnega profila?

»Ja, moram priznati, da tiste objave, ki imajo zame posebno čustveno pomembnost, recimo o gasilstvu in otroške dogodke. Vsega pa ne.«

Kakšno stopnjo verodostojnosti pripisuješ informacijam, ki so objavljene na družbenih omrežjih?

»Informacija je, to pa je tudi vse. Ostalo je treba vse preveriti. Vsi vemo, kaj se objavlja na Facebooku ... V nekem trenutku objaviš nekaj, ko si jezen, čez nekaj časa bi to povedal povsem drugače, in to je treba upoštevati. Je neka informacija, ampak samo to. Je začetek nečesa, na osnovi česar greš raziskovat. Dobiš informacijo, da se nekaj dogaja, ampak to je to. Nikoli se ne bi sklicevala na te objave, ker je vedno nekaj subjektivnega v ozadju.«

Kako navajaš vire informacij v svojih prispevkih?

»Ko neka informacija prvič odjekne, absolutno povem, kje sem dobila informacijo, ko se novica že razširi, pa ne več.«

Tudi družbena omrežja, če tam dobiš informacijo?

»Ne, ker take novice ne bi objavila. Prej bi jo preverila in bi raje rekla mogoče: Po družbenih omrežjih se je objavilo to pa to, zadevo smo preverili pri ... Ne bi pa navajala konkretno družbenega omrežja, da bi bil to prvi vir informacij.«

Kakšna je po tvojem mnenju prihodnost uporabe družbenih omrežij v novinarstvu?

»Velika, ker vedno več ljudi, tudi starejših, uporablja družbena omrežja. Tisti, ki jih dlje časa, se pa starajo. Se mi zdi, da je to nujno orodje v novinarstvu.«

Pa bodo vplivala tudi na tvoje novinarske rutine?

»Verjetno bom čez pet bolj aktivna na družbenih omrežjih, kot sem zdaj. Mogoče jih sedaj uporabljam še z rezervo, ampak hočeš nočeš je to prihodnost. Zdaj ocenjujem, da so bolj verodostojni tradicionalni mediji, to so radio, televizija, časopisi.«

Priloga Č: Intervju s Snežano Prebil

Snežana Prebil je bila sprva voditeljica programa na Radiu Štajerski val, nekaj časa je bila voditeljica in novinarka, zadnji dve leti je izključno novinarka informativnega programa. Je samozaposlena preko s.p-ja. Stara je 43 let in je gimnazijska maturantka.

Datum intervjuja: ponedeljek, 30. maj 2016

Trajanje intervjuja: 10 minut

Kakšen pomen pripisuješ lokalnim medijem in lokalnim novicam?

»Ljudje jih imajo radi, a ne vsi. Eni menijo, da jih ne potrebujejo, in jih ne poslušajo. Nekateri naš medij poslušajo samo zaradi zabavnega programa. Vem pa, da nas veliko ljudi posluša ravno zaradi informativnih vsebin.«

Kje pridobivaš informacije za novinarsko delo?

»Mogoče sem specifičen primer, ker pokrivam zelo majhne občine. Sem edina tukaj, ki nima nobene mestne občine, pokrivam najmanjše občine. V bistvu sem zelo blizu ljudi, ki mi sporočajo različne informacije, zato recimo tudi družbena omrežja niso tako bistvena za moje delo kot pri kateri od kolegic iz večjih novinarskih hiš ali pa tisti, ki pokriva večja območja.«

Sploh uporabljaš družbena omrežja?

»Za novinarsko delo zelo malo. Bolj posredujem informacije preko Facebooka in Twitterja, ki ga uporabljamo za radio, kot pa jih uporabljam za pridobivanje informacij. Mogoče ravno zaradi majhnosti tega območja, ker informacije o dogajanju dobivam neposredno preko vabil na dogodke, novinarskih konferenc, sej občinskega sveta ... Na primer v vlogi voditelja programa bi verjetno bolj uporabljala družbena omrežja, iskala informacije, jih spremljala.«

Kaj pa zasebno, uporabljaš družbena omrežja?

»Zelo malo, se izogibam ... nisem takšen tip. Odkar sem službeno na omrežju, vsak dan pogledam tudi na zasebni Facebook, ampak v bistvu sem zelo malo aktivna.«

Še ne prepoznaviš Facebooka in Twitterja kot orodij za pridobivanje informacij, promocijo sebe kot novinarke in medija?

»Ne. Za promocijo medija vsekakor uporabljam Facebook in Twitter, sama osebno pa se ne promoviram, ker mislim, da za zdaj to ni potrebno. Drugače bi bilo, če bi bila voditeljica programa; na njih stavimo, oni so prepoznavni obrazi medija, ne novinarke. Zasebno družbena omrežja uporabljam bolj za ohranjanje stikov z ljudmi, ki so nekje daleč stran, s katerimi bi dejansko izgubila vsak stik, če ne bi bilo družbenih omrežij.«

Se ti zdijo objave na družbenim omrežjih verodostojen vir informacij?

»Zagotovo so tudi verodostojne informacije objavljene. Jaz, kolikor delam v tej hiši, ne najdem toliko koristnih informacij za svoje delo.«

Kje in kako pa preverjaš ostale informacije, ki jih dobiš?

»Pokličem za izjavo, pridobim mnenje nasprotne strani, grem na teren. Na vsak način dobljene informacije preverim, ja.«

Tudi sporočila za javnost z občin, ustanov?

»Glede na to, da smo radio, potrebujem tonsko izjavo in pokličem odgovorno osebo, če je potrebno, pokličem tudi nasprotno stran. Nikoli ne objavim informacije, kot jo prejmem.«

Navajaš vire informacij v svojih prispevkih?

»Seveda, brez tega ne gre.«

Četudi bi dobila informacijo z družbenega omrežja?

»Če bi kaj prebrala na družbenih omrežjih, ne bi povedala, kje sem to zasledila. Bi preverila pri drugih virih in dobila izjave. Sicer pa pokrivam tako majhno območje, da zame družbena omrežja niso vir informacij.«

Bodo v prihodnje družbena omrežja postala pomembno novinarsko orodje za pridobivanje informacij?

»Mislim, da so že, ampak ne zame. Vprašanje je, kam bo šel razvoj. Imamo pa zaradi družbenih omrežij občutno več dela.«

Zakaj?

»Ko sem dežurna novinarka v redakciji, imam objavo vsake dve uri na Twitterju, in tudi dve objavi na Facebooku. Tega včasih ni bilo. To je dodatno delo, dodatna obremenitev za novinarja, vzame več časa, finančno pa ni posebej dodatno ovrednoteno.«

Ti zaradi tega dodatnega dela zmanjkuje časa za preverjanje informacij?

»Ne bi rekla.«