

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ana Tušar

Uporaba virov informacij v televizijskem zunanjepolitičnem novinarstvu:
Analiza poročanja Televizije Slovenija o britanskem referendumu o izstopu
iz Evropske unije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ana Tušar

Mentor: doc. dr. Igor Vobič

Uporaba virov informacij v televizijskem zunanjepolitičnem novinarstvu:
Analiza poročanja Televizije Slovenija o britanskem referendumu o izstopu
iz Evropske unije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Uporaba virov informacij v televizijskem zunanjepolitičnem novinarstvu: Analiza poročanja Televizije Slovenija o britanskem referendumu o izstopu iz Evropske unije

V diplomskem delu na primeru poročanja o britanskem referendumu o izstopu iz Evropske unije proučujemo, kako slovenska nacionalna javna televizija v praksi uresničuje zavezo celovitega obveščanja javnosti o zunanjepolitičnih temah. Celovitost poročanja se namreč med drugim kaže skozi uporabo raznolike strukture virov informacij. Pri proučevanju se naslanjamo na teoretična izhodišča in empirične študije, ki proučujejo vire informacij ter dejavnike, ki vplivajo na njihov izbor, posvečamo pa se tudi posebnim omejitvam in težavam, s katerimi se televizija srečuje pri poročanju o zunanjepolitičnih temah. S pomočjo analize vsebine prispevkov ugotavljamo, da je struktura virov pri poročanju o *brexitu* enostranska, dostop do medijskih objav pa razslojen v prid uradnih (predvsem političnih) virov informacij in nasprotnikov britanskega izstopa iz Evropske unije. Razloge za razslojenost dostopa iščemo v različnih stopnjah objavne vrednosti virov, kompleksnosti teme in zanašanju na posamezne dopisnike pri poročanju o zunanjepolitičnih temah ter s tem povežno odvisnostjo od rutinskih kanalov zbiranja informacij in agencijskih gradiv. Kljub ugotovitvam opozarjamo na pomanjkljivost uporabljene metode in predlagamo nadaljnje, bolj poglobljeno raziskovanje.

Ključne besede: viri informacij, televizijsko zunanjepolitično novinarstvo, rutinizacija, tiskovne agencije, brexit.

Source use in international television news: An analysis of United Kingdom European Union referendum coverage on Slovenian national television Televizija Slovenija

By examining Televizija Slovenija's coverage of the United Kingdom European Union referendum, the thesis aims to establish how the only Slovenian national public television upholds the commitment to providing a balanced and comprehensive coverage of international news, which is reflected in the use of a diverse range of sources. The study is based on the theoretical foundations and empirical findings dealing with the use of sources and the issues affecting the choice of sources, while taking into account the specific limitations and difficulties faced by televisions when reporting international news. Through content analysis, the thesis establishes a lack of source diversity in Brexit news items and privileged access enjoyed by official sources in general and political sources in particular, as well as by the sources speaking in favour of United Kingdom remaining in the EU. The inequalities in access are explained through the different degrees of source importance and newsworthiness, the complexity of the issue in question and the nature of international news coverage, which bring about a dependence on routine news gathering channels and news agency materials. Despite the findings cited, the shortcomings of the method used are addressed and more in-depth methods of study are suggested.

Key words: sources, international television news, routinisation, news agencies, Brexit.

KAZALO

1	UVOD	6
2	PREMISLEKI O NOVINARSKEM SPOROČANJSKEM PROCESU	11
2.1	Zbiranje informacij	11
2.2	Izbor informacij	14
2.3	Tvorjenje novinarskega sporočila	18
3	PROBLEM RUTIN V NOVINARSKEM SPOROČANJSKEM PROCESU	21
3.1	Rutinizacija zbiranja informacij in njene posledice	22
3.2	Mediji in tiskovne agencije – rutinski viri novic	25
4	NOVINARJI IN NJIHOVI VIRI INFORMACIJ	28
4.1	Presojanje virov informacij	29
4.1.1	Razpoložljivost virov informacij	30
4.1.2	Ustreznost virov informacij	32
4.2	Problem dostopa do medijskih objav	33
4.3	Razmerja moči med novinarji in viri informacij	36
4.4	Neimenovani viri informacij	38
5	NOVINARSKA OBJEKTIVNOST KOT VIR PRISTRANSKOSTI	40
6	TEZE, RAZISKOVALNA VPRAŠANJA IN METODOLOGIJA	44
6.1	Teze	47
6.2	Metodologija	49
7	ANALIZA POROČANJA TELEVIZIJE SLOVENIJA O BRITANSKEM REFERENDUMU O IZSTOPU IZ EVROPSKE UNIJE	54
7.1	Družbeni status virov informacij	54
7.2	Rutinizacija zbiranja informacij in uporaba agencijskih gradiv	57
7.3	Povezanost družbenega statusa virov z načini zbiranja informacij	60
7.4	Razvidnost virov informacij	64
7.5	Vloga virov informacij glede na njihov družbeni status	65
7.6	Mnenja virov informacij	70
8	RAZPRAVA	71
9	SKLEP	77
10	LITERATURA	81

KAZALO SLIK

Slika 7.1: Družbeni status virov glede na datum objave	56
Slika 7.2: Delež virov glede na družbeni status pred referendumom	56
Slika 7.3: Delež virov glede na družbeni status po referendumu	57
Slika 7.4: Deleži kanalov zbiranja informacij glede na prvotni stik z virom	59
Slika 7.5: Deleži kanalov zbiranja informacij glede na družbeni status virov	61
Slika 7.6: Deleži družbenega statusa virov glede na kanal zbiranja informacij	61
Slika 7.7: Deleži družbenega statusa virov glede na prvotni stik z virom.....	63
Slika 7.8: Delež virov glede na razvidnost	64
Slika 7.9: Deleži družbenega statusa virov glede na razvidnost.....	65
Slika 7.10: Deleži družbenega statusa virov glede na skupni čas, ki jim je namenjen...	66
Slika 7.11: Deleži družbenega statusa virov glede na njihovo prisotnost	67
Slika 7.12: Povprečna dolžina tonskega izseka glede na družbeni status virov	69
Slika 7.13: Deleži družbenega statusa virov glede na mnenje	70
Slika 7.14: Deleži mnenj glede na družbeni status virov	71

KAZALO TABEL

Tabela 7.1: Delež virov glede na družbeni status	55
Tabela 7.2: Delež virov glede na kanale zbiranja informacij	58
Tabela 7.3: Povezanost prvotnega stika z virom s kanali zbiranja informacij	60
Tabela 7.4: Povezanost kanalov zbiranja informacij z družbenim statusom virov	62
Tabela 7.5: Povezanost prvotnega stika z družbenim statusom virov	62
Tabela 7.6: Povezanost razvidnosti virov z družbenim statusom.....	64
Tabela 7.7: Povezanost družbenega statusa virov s količino skupnega časa, ki jim je namenjen.....	67
Tabela 7.8: Povezanost družbenega statusa virov z njihovo prisotnostjo	68

1 UVOD

Množični mediji za večino ljudi predstavljajo okno v svet, saj jim omogočajo spoznavanje in vrednotenje dogodkov, v katerih sami niso neposredno udeleženi. S pomočjo novinarskih objav posamezniki dojemajo svet, ki leži onkraj njihove neposredne izkušnje, vendar pa kljub temu neposredno ali posredno vpliva na njihovo življenje. Kot navaja Deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev (1971), je pravica do obveščnosti ena temeljnih človekovih pravic, zato iz nje »izhaja tudi celota obveznosti in pravic novinarja«, ki to pravico zagotavlja. Ker pa novinar ne more neposredno prisostvovati vsem dogodkom (od katerih mnogi niti niso neposredno vidni oziroma so bolj družbeni procesi kot dogodki), se mora pogosto opirati na informacije, ki mu jih posredujejo njegovi viri (Poler Kovačič 2004a, 32). Novinarji torej v glavnem zbirajo, selekcionirajo, oblikujejo in posredujejo »informacije in mnenja *drugih za druge*« (Košir 2011, 112), saj »tudi ko imajo možnost neposrednega opazovanja dogodkov, neradi odprto ponujajo lastne interpretacije, ampak se raje sklicujejo na vire« (Poler Kovačič 2004a, 32).

Viri informacij zasedajo posebno mesto v novinarskem sporočanjem procesu, saj so vpeti v vse njegove faze. Novic brez njih si ne moremo predstavljati, saj informacije, ki jih novinar ne podkrepi z dokazi ali pripiše viru, veljajo za neverodostojne, takšno poročanje pa za neprofesionalno. Toda če so viri informacij za novinarski sporočanski proces tako nepogrešljivi, če so oni tisti, ki v veliki meri določajo dejstva ali prispevajo mnenja, potem je vprašanje dostopa do medijev ključnega pomena. Viri v nasprotju z novinarji namreč niso v službi javnosti, pač pa skušajo prek medijev uresničevati svoje lastne interese. Dostop do medijskih objav jih postavlja v položaj moči, saj jim omogoča, da spregovorijo v javnosti, da opredeljujejo oziroma interpretirajo dogodke in da se odzovejo na mnenja drugih (Carlson in Franklin 2011, 2), s tem pa lahko, trdi van Dijk (1996), vplivajo tudi na mnenja in stališča javnosti.

Če so novinarji od virov informacij, kako naj torej zagotavljajo, da bodo njihova besedila služila interesu javnosti, ne pa interesu določenih posameznikov ali družbenih skupin? Na prvi pogled je odgovor seveda preprost: z omogočanjem dostopa do medijskih objav najrazličnejšim virom informacij, s predstavljanjem čim širšega nabora različnih mnenj in videnj. V praksi je situacija precej drugačna. Časovne stiske, omejen medijski prostor, nižanje stroškov, vsakdanje rutine, novinarske norme, različne oblike

pritisikov; vse to vodi v favoriziranje določenega kroga novinarju poznanih (bodisi osebno ali po funkciji) virov informacij. Mnogi avtorji, ki so se lotevali proučevanja uporabe virov informacij in njihovega odnosa z novinarji, so tako ugotovili sistematičen privilegiran dostop dominantnih družbenih skupin, ki so jih poimenovali »znani« (Gans 2004), »uradni viri« (Sigal 1973; Poler Kovačič 2004a; 2004b), »institucionalni viri« (Altheide in Snow 1985), »konvencionalni viri« (Strentz 1989) ali »družbene elite« (van Dijk 1995a; 1995b; 1996), do medijskih objav. Seveda niso samo zunanji pritiski krivi za mnogokrat enolično strukturo virov informacij v novicah. Nasprotno, elitni uradni viri tudi sicer veljajo ustrežnejše, saj izpolnjujejo mnogo več meril, ki naj bi jih dober vir izpolnjeval; novinarjem so poznani, njihova avtoriteta jim daje določeno verodostojnost, imajo veliko več informacij od običajnih ljudi, poleg tega pa so zaradi svojega družbenega statusa že sami po sebi bolj vredni objave. Težave pa lahko nastanejo, če se novinarji začnejo pretirano zanašati zgolj na omejen krog virov informacij, medtem ko mnogi vidiki ostanejo neraziskani in mnogi glasovi neslišani. Je to potemtakem še vedno nepristransko in celovito obveščanje o aktualnih temah, »tako da imajo državljani možnost svobodnega oblikovanja mnenj« (Zakon o Radioteleviziji Slovenija, 5. člen)? Slednje namreč Televiziji Slovenija kot edini slovenski nacionalni javni televiziji narekuje zakon, medtem ko njen etični kodeks še določa, da »mora RTV Slovenija zagotoviti najširši možen obseg izražanja različnih stališč in mnenj« (RTV Slovenija 2000, 5. člen).

V diplomskem delu bomo zato proučevali, kako Televiziji Slovenija v praksi uresničuje zavezo celovitega poročanja kot temelja odgovornosti do javnosti. Čeprav se določbe poklicnega kodeksa RTV Slovenija verjetno bolj nanašajo na notranjepolitično poročanje, ki ima bolj neposreden vpliv na ljudi, njihova življenja in njihove odločitve, menimo, da je v današnjem globaliziranem svetu prav tako pomembno, da ljudje dobijo uravnotežene informacije o dogodkih zunaj meja slovenske države, še posebej pa o dogodkih znotraj meja Evropske unije, katere del je tudi Slovenija. Zato smo se morda nekoliko v nasprotju z drugimi izvedenimi empiričnimi študijami, ki so se pretežno ukvarjale z domačimi novicami, predvolilnimi kampanjami ali pa s splošnimi novicami, odločili za analizo uporabe virov informacij v zunanjepolitičnih prispevkih, ki obravnavajo (tudi) za Slovenijo relevantno temo. Vire bomo tako proučili v televizijskih prispevkih o v času ustvarjanja te naloge zelo aktualni temi, morebitnem (in nato tudi

izglasovanem) izstopu Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske iz Evropske unije (na kratko imenovanem *brexite*).

S študijo prispevkov Dnevnika in Odmevov Televizije Slovenija bomo skušali ugotoviti, ali novinarji našega nacionalnega javnega zavoda z aktivnim zbiranjem informacij in uporabo raznolike strukture virov javnosti zagotavljajo možnost spoznavanja pomembnih zunanje-političnih dogodkov z različnih vidikov ali pa se novinarsko delo kaže kot predvsem rutinsko in viri informacij kot večinoma enostranski, o čemer pričajo številne druge raziskave (npr. Sigal 1973; Berkowitz 1986; Gans 2004; Poler Kovačič 2004a; 2004b). Zanimalo nas bo tudi, ali je pripadnikom elitnih družbenih skupin, ki so nenazadnje bolj vajeni televizijskih nastopov, v televizijskih besedilih namenjena večja pozornost, njihovim argumentom in mnenjem pa tako pripisan večji pomen. RTV Slovenija (2000, 2.3. člen) namreč v svojem pravilniku o poklicnih standardih določa enakomerno in enakovredno predstavitev mnenj, medtem ko raziskava Crossove (2010) denimo kaže, da so izjave običajnih posameznikov na televiziji precej krajše od izjav politikov ali strokovnjakov. Ker smo se osredotočili na zunanje-politično temo, je pomembno vprašanje tudi, koliko se novinarji pri predstavitvi problematike zanašajo na agencijska gradiva in koliko informacij pridobijo z lastnim raziskovanjem. Zanimalo nas bo, kako se v poročanju Televizije Slovenija o *brexitu* uporabljajo viri informacij in ali ti vzorci odstopajo od ugotovitev, kot jih opisuje strokovna literatura in kot so jih dognale nekatere že izvedene empirične študije.

Da bi postavili okvir, znotraj katerega bomo umestili problematiko naše naloge, bomo teoretični del v naslednjem poglavju odprli s krajšo predstavitvijo poteka vseh treh faz novinarskega sporočanja procesa. Predstavili bomo različne (možne) načine zbiranja informacij, nanizali nekatere od pomembnejših klasifikacij meril za selekcijo informacij, ki jih imenujemo dejavniki objavnosti, in se dotaknili nekaterih vidikov novinarskega upovedovanja, s posebnim poudarkom na tistih, ki so pomembni za televizijsko novinarstvo.

V tretjem poglavju bomo predstavili novinarske rutine kot pomemben element novinarskega sporočanja procesa. Rutinizacija predstavlja sredstvo za obvladovanje preobilice dela, hkrati pa odpira prostor (predvsem elitnim) virom informacij, da s poznavanjem novinarjevih potreb po dotoku svežih in ustreznih novic sporočanja

proces obrnejo v svoj prid. Ker se bomo v empiričnem delu naloge osredotočali na zunanjepolitično temo, pri kateri bi tiskovne agencije utegnile igrati zelo pomembno vlogo, bomo poglavje zaključili s prikazom agencij in drugih medijev kot rutinskega vira informacij, pri čemer bomo problematizirali predvsem čredno vedenje novinarjev in homogenizacijo medijskih vsebin.

Četrto poglavje, ki bo namenjeno prikazu odnosa med novinarji in viri informacij, bomo odprli s prikazom Gansove (2004) opredelitve kriterijev, s pomočjo katerih novinarji presojujejo vire informacij. Dostop virov informacij do medijev je v prvi vrsti odvisen od njih samih, njihove zavzetosti in lastne iniciative, njihovega položaja v družbi, pomembnosti informacij, ki jih lahko ponudijo novinarju, in njihove bližine (tako geografske kot socialne), ki jim omogoča lažje komuniciranje z novinarjem. Novinar na drugi strani ustreznost virov informacij presoja na podlagi preteklega sodelovanja, produktivnosti, verodostojnosti in artikuliranosti. Skoraj vsi omenjeni kriteriji v prednostni položaj postavljajo elitne uradne vire, zato bomo opozorili na problem privilegiranega dostopa dominantnih družbenih skupin do medijskih objav, medtem ko posamezniki in neorganizirane skupine ostajajo na robu. Obenem bomo nakazali tudi rešitev za marginalizirane družbene skupine, ki lahko svoje možnosti dostopa do medijev vsaj do določene mere izboljšajo z organiziranjem in uporabo strategij odnosov z javnostmi. Nadaljevali bomo s prikazom razmerij moči med novinarji in viri informacij ter možnih oblik odnosov, ki se glede na moč enih in drugih lahko razvijejo med njimi, predstavili pa bomo tudi poglede različnih avtorjev na ta razmerja moči. Ob zaključku poglavja bomo nekaj pozornosti namenili še varovanju zaupnosti virov informacij.

V petem poglavju bomo problematizirali vlogo novinarske norme objektivnosti, ki skupaj z rutinizacijo sporočanja procesa vodi do privilegiranja uradnih virov informacij. Prikazali bomo, kako lahko norme objektivnosti vodijo do pristranskega novinarskega sporočanja, ki teži k predstavljanju uradnega, predvidljivega in pooblaščenega pod krinko nevtralnosti in uravnoveženosti. Objektivnost kot nedosegljiv ideal v praksi tako postaja zgolj sinonim za prepričljivost.

Šesto in sedmo poglavje bosta obsegali empirični del naše naloge. V šestem poglavju bomo postavili raziskovalna vprašanja in teze, ki bodo usmerjali našo analizo, ter

opisali uporabljeno metodologijo. Sedmo poglavje bo obsegalo predstavitev izsledkov analize, ki jih bomo prikazali in interpretirali glede na postavljene teze.

V osmem poglavju bomo kritično razpravljali o izsledkih analize in predstavili pomanjkljivosti uporabljene metode, z devetim poglavjem pa bomo nalogo sklenili, povzeli glavne ugotovitve in nakazali smernice za nadaljnje raziskovanje.

Množični mediji predstavljajo okno v svet, smo zapisali na začetku uvoda. Toda okno, ki pogled v okolico zagotavlja, ga s svojim okvirom hkrati tudi omejuje, opozarja Tuchmanova (1978, 1). So novinarji tisti, ki s pomočjo virov informacij javnosti ponujajo širši pogled na svet, ali so viri informacij tisti, ki s pomočjo novinarjev okno zastirajo tako, da se skozenj vidijo zgolj njim všečni prizori?

2 PREMISLEKI O NOVINARSKEM SPOROČANJSKEM PROCESU

Novinarski sporočanješki proces vključuje tri med seboj prepletajoče se postopke: zbiranje informacij, izbor informacij in tvorjenje novinarskega sporočila. Rezultat tega procesa je novinarsko besedilo, katerega »funkcija je ažurno sporočanje o aktualnih dogodkih družbeno konstruirane stvarnosti tako, kakor so se ti dogodki zgodili v okviru kolektivnih mehanizmov percepcije, z določitvijo kraja, časa in nosilca(cev) dogajanja, ki morajo pripadati skupnemu referencialnemu univerzumu sporočevalca in naslovnika« (Košir 2011, 207). V normativnem pojmovanju sporočanješkega procesa v vlogi subjekta, ki »sproži in vodi sporočanješko dejanje ter ima nadzor nad posameznimi stopnjami« (Poler Kovačič 2004a, 23), nastopa novinar. Ta mora na vsaki stopnji sprejemati odločitve: Kako in iz katerih virov pridobiti informacije? Katere informacije uporabiti? Katere novice objaviti? Kako jih predstaviti? Katere informacije vključiti v končno sporočilo?

V nadaljevanju tega poglavja se bomo podrobneje posvetili vsaki od treh faz, ki novinarski sporočanješki proces sestavljajo. Poglavje bo služilo za okvirno razumevanje procesa, medtem ko bomo posamezne vidike, ki so relevantni za v pričujoči nalogi obravnavano temo, podrobneje predstavili v nadaljevanju. Naj še opozorimo, da predstavljene tri faze ne potekajo linearno, marveč se prepletajo, vendar pa bomo zavoljo preglednosti postopke predstavili drugega za drugim.

2.1 Zbiranje informacij

Zbiranje informacij velja za prvo fazo sporočanješkega procesa, saj lahko šele zbrane, pridobljene informacije novinar tehta, vrednoti, med njimi izbira in jih uporablja. Ta postopek, ki mu po opažanjih Drametove (1994, 302) novinarji namenjajo več kot polovico svojega delovnega časa, se začneja z zbiranjem idej za novice, ki med drugim vključuje spremljanje dogajanja v okolici ali na področju, ki ga novinar pokriva, spremljanje nadaljnjega razvoja že obravnavanih tem, namigov prijateljev in znancev, govoric ter objav drugih medijev ali tiskovnih agencij.

Kot navaja Gans (2004, 90–91), se v sporočanješki proces že na samem začetku aktivno vključujejo zainteresirani viri informacij, ki skušajo s »predlaganjem zgodb« pridobiti novinarjevo in s tem medijsko pozornost. Postopek zbiranja informacij tako ne vključuje zgolj *iskanja* informacij, pri katerem je novinar tisti, ki vzpostavi stik z virom

informacij, pač pa tudi *prejemanje* informacij, pri katerem v stik z novinarjem na lastno pobudo stopi vir (Drame 1994, 302). Čeprav Drametova (prav tam, 302–303) opaža, da slednjemu novinarji posvetijo precej manj časa, pa njena raziskava kaže, da jih prav prejete informacije v veliki meri usmerjajo tudi pri njihovem aktivnem iskanju.

Za McManusa (1994, 95–96) je faza »odkrivanja novic« izjemno pomembna, saj pogojuje vse nadaljnje novinarske odločitve, zato meni, da je aktivno spremljanje družbenega dogajanja temeljna dolžnost novinarjev. Hkrati ugotavlja, da se novinarski model zbiranja informacij, ki ga odlikuje kakovostno informiranje javnosti na podlagi aktivnega, neodvisnega in temeljitega preiskovanja, vse bolj umika tržnemu modelu zbiranja informacij, katerega cilj je s čim manjšim vložkom zadovoljiti čim širši krog občinstva, s tem pa tudi apetite lastnikov. Pri proučevanju delovanja množičnih medijev in vloge tržnih pritiskov na sporočanje proces se je McManus (prav tam, 97–98) med drugim lotil analize odkrivanja novic, pri čemer je glede na stopnjo novinarjeve aktivnosti oblikoval tri kategorije (pri slovenskem poimenovanju kategorij smo se zgledovali po Poler Kovačičevi (2002, 768)):

- a) *Minimalno aktivno odkrivanje*, ki zajema prejemanje sporočil za javnost in drugih informacijskih nadomestil ter spremljanje objav tiskovnih agencij in drugih medijev. Tovrstno odkrivanje novic je poceni in terja malo časa, saj izbiro dogodkov namesto novinarja opravijo drugi, poleg tega pa novinarju ni treba na teren.
- b) *Zmerno aktivno odkrivanje*, kamor sodi nadaljevanje že objavljenih zgodb in prejemanje informacij (na primer namigov anonimnih virov), ki jih mora novinar dodatno preveriti oziroma ovrednotiti njihovo objavno vrednost.
- c) *Zelo aktivno odkrivanje*, ki vključuje vzpostavljanje stika z viri na terenu, zunaj medijske redakcije, zato v to kategorijo sodijo udeležba na raznih sestankih, pogovori z novinarjevimi viri informacij, proučevanje dokumentov, preiskovanje nepravilnosti in javnomnenjske raziskave.

Aktivnejši načini zbiranja informacij so zahtevnejši, dražji in časovno potratnejši, zato McManus (prav tam, 99–107) ugotavlja, da predvsem v manjših medijih zelo prevladuje minimalno aktivno odkrivanje novic. Z velikostjo medija narašča predvsem delež zmerno aktivno odkritih novic, ki je pri zelo velikih medijih prevladujoč, medtem ko se zelo aktivno zbiranje informacij sicer prav tako povečuje, a vseskozi predstavlja

najmanjši delež. Novinar s pasivnejšimi oblikami zbiranja informacij »pristaja na definicijo novinarskega dogodka, kot mu jo posredujejo drugi« (Drame 1994, 303), na kar kritično opozarja tudi Sigal (1973). Slednji je prvi fazi sporočanja procesa in njenem vplivu na vsebino novic posvetil precej pozornosti, v nasprotju z zgornjo McManusovo klasifikacijo pa ga ni zanimal zgolj izvor zgodbe, temveč je s pomočjo analize besedil poskušal dognati tudi, kako je novinar pridobil vse informacije, ki jih je v svojo objavo vključil. Glede na novinarjevo aktivnost je kanale zbiranja informacij razvrstil v naslednje tri kategorije (prav tam, 120):

- a) *Rutinski kanali*, med katere šteje razne uradne postopke, kot so sodni procesi, zakonodajni postopki in razglasitve volilnih izidov, sporočila za javnost, tiskovne konference in druge napovedane dogodke, kot so govori, slovesnosti in uprizorjene demonstracije.
- b) *Neformalni kanali*, kamor uvršča informacije iz ozadja, uhajanje informacij, nevladne postopke, kot so na primer sindikalna zborovanja, novice drugih medijev in intervjuje z novinarji.
- c) *Aktivni novinarski kanali*, kamor sodijo na novinarjevo pobudo izvedeni intervjuji, novinarjeva neposredna prisotnost na kraju nenapovedanega dogodka (požara, izgrede, naravne katastrofe ipd.), neodvisno proučevanje literature ali statističnih podatkov in novinarjeve lastne analize ter zaključki.

Podobno kot McManus (1994) tudi Sigal (1973) opaža problem visoke prevlade manj aktivnih, rutinskih kanalov zbiranja informacij, ki se mu bomo podrobneje posvetili v tretjem poglavju. Na ta račun iz novinarstva »v fazi iskanja informacij« vse bolj »izginja novinarsko vprašanje« (Poler Kovačič 2002, 770); novinar namreč informacij ne pridobiva več »s spraševanjem oziroma preverjanjem, ampak mu jih za objavo zainteresirani subjekti enostavno dostavijo« (prav tam). Dolžnost preverjanja informacij novinarjem nalaga Kodeks novinarjev Slovenije (1. člen), ki zapoveduje: »Novinar mora preverjati točnost zbranih informacij in se izogibati napakam. Svoje napake – četudi nenamerne – mora priznati in popraviti«. Ker različni viri dogodek dojemajo različno, je lahko informacija, ki jo novinar pridobi od enega vira, nepopolna, četudi ni nujno napačna (Strentz 1989). Poleg tega aktivno novinarsko preiskovanje novinarju omogoča tudi, da s spreminjanjem sloga zbiranja informacij oziroma zastavljanja vprašanj pri istem viru pridobi popolnejšo sliko dogodka. Kot navaja Strentz (prav tam,

27–29), na odgovore vira informacij, ki jih bo novinar dobil, namreč ne vplivajo zgolj lastni interesi vira informacij, pač pa tudi njegova percepcija novinarja. Novinar lahko z ustreznim pristopom in zastavljanjem pravih vprašanj dobi popolnejše informacije (Altheide 1976, 81), kar mu je pri uporabi rutinskih oziroma zelo malo aktivnih načinov zbiranja informacij pogosto onemogočeno.

Gans (2004, 138–142) ob tem izpostavlja še pomen poznavanja problematike, ki jo novinar v svojem prispevku obravnava. Predvsem splošni novinarji, ki pokrivajo najrazličnejše dogodke, pogosto nimajo časa, da bi se o obravnavani temi dobro (ali sploh) poučili, zato se običajno obračajo na predvidljive, uradne vire informacij. V odnos z njimi vstopajo v podrejenem položaju, saj jim zaradi pomanjkljivega predznanja ne morejo zastavljati pronicljivih vprašanj, viri informacij pa lahko pogosto usmerjajo tudi njihovo opazovanje. Uporaba aktivnih novinarskih kanalov torej sama po sebi še ni zagotovilo za to, da je novinar v resnici tisti, ki sporočanje proces tudi vodi, mu pa vsaj nudi možnost izčrpnjšega spraševanja in preiskovanja.

2.2 Izbor informacij

Tuchmanova (1978, 18) zbiranje informacij o tem, kaj se je v svetu zgodilo, primerja z lovljenjem dogodkov v novičarsko mrežo. Ta obenem simbolizira tudi selekcijo informacij, saj nepomembni dogodki in informacije spolzijo skozi odprtine, medtem ko v mreži ostanejo objave vredni. Od gostote mreže, ki sicer po Tuchmanovi predstavlja širše omrežje sistema medijev in agencij, v ožjem pomenu pa si jo lahko predstavljamo tudi kot ponazoritev novinarskih kriterijev izbora, je odvisno, koliko informacij se bo ujelo vanjo in kakšne bodo te informacije. Novinarji (pa tudi uredniki) se morajo torej vseskozi odločati, katere novice so primerne za objavo in katere od zbranih informacij so za predstavitev določenega dogodka relevantne. Pogosto so zato predstavljeni kot odbiralci (ang. gatekeepers), ki iz množice dogodkov in informacij odbirajo tiste, ki si »zaslužijo« prostor v množičnem občilu (Schudson 1989; Willis 2007; Shoemaker, Vos in Reese 2009).

Odločanje o tem, katere novice objaviti in katere vidike dogodkov predstaviti oziroma poudariti, pa ne temelji na vsakokratnem podrobnem premisleku in individualni izbiri (Palmer 2000). Kot poudarja Gans (2004, 82–83), sporočanje proces od novinarjev zahteva zelo hitro selekcijo pridobljenih informacij, zato je njihovo presojanje tako rekoč intuitivno. Poteka na podlagi ponotranjenih kriterijev, ki morajo biti dovolj

fleksibilni, da jih je mogoče aplicirati na množico najrazličnejših novic, hkrati pa dovolj univerzalni, da zagotavljajo določeno stopnjo strinjanja med novinarji in uredniki. Golding in Murdock (2015, 109) menita, da razprave te kriterije, za katere se je pri nas uveljavilo poimenovanje dejavniki objavne vrednosti, prepogosto »prikažejo kot zavite v skrivnostno meglo nenatančnih besed in konceptualne nejasnosti [...] ter jim s tem podelijo bistveno večji pomen in privlačnost, kot si zaslužijo«, saj naj bi novinarji novice izbirali predvsem pragmatično in rutinsko.

Enega najzgodnejših poskusov sistematične opredelitve dejavnikov objavne vrednosti sta predstavila Galtung in Rugejeva (1965). Identificirala sta enajst lastnosti dogodkov, zaradi katerih ti postanejo privlačnejši za medije:

- *Pogostost*: Za objavo so običajno izbrani dogodki, ki časovno sovpadajo s ciklom izhajanja množičnega medija, medtem ko tisti, ki se odvijajo ali razvijajo dlje časa, pogosto ostanejo neopaženi ali pozornost medijev pritegnejo le, ko dosežejo nekakšen dramatičen vrhunec.
- *Prag*: Dogodki morajo doseči določen prag, da začnejo mediji o njih poročati; biti morajo torej dovolj pomembni, dovolj razsežni.
- *Jasnost*: Mediji raje poročajo o enodimenzionalnih in nedvoumih dogodkih kot o zapletenih dogodkih z mnogimi možnimi interpretacijami.
- *Kulturna bližina*: Dogodki, ki so občinstvu domači in ki jih bo občinstvo lažje interpretiralo, hitreje najdejo pot v medije. Četudi se dogodek zgodi v kulturno oddaljenem okolju, pa ga mediji lahko opazijo, kadar je relevanten za njihovo občinstvo (denimo v primeru konflikta).
- *Skladnost*: Večja verjetnost je, da bodo za objavo izbrani dogodki, ki so skladni z referenčnim okvirom družbe in v tem pogledu napovedljivi.
- *Nepričakovanost*: Mediji raje poročajo o dogodkih, ki so znotraj okvirov kulturne bližine in skladnosti s pričakovanji redki in/ali nepričakovani.
- *Kontinuiteta*: Če si neki dogodek utre pot v medije, je zelo verjetno, da bo medijske pozornosti deležen tudi v prihodnje.
- *Kompozicija*: Poročanje o dogodkih deloma narekuje tudi struktura oziroma ravnotežje vsebin v mediju ali oddaji. Ob pomanjkanju domačih novic se tako lahko objavna vrednost nekega sicer manj pomembnega domačega dogodka precej zviša.

- *Nanašanje na elite*: Dejanja elitnih oseb in elitnih narodov so deležna večje medijske pozornosti od običajnih ljudi in manj pomembnih narodov.
- *Poosebljenost*: Mediji raje poročajo o dogodkih, ki jih lahko predstavijo kot posledico dejanj neke osebe ali skupine oseb, kot o dogodkih, ki so rezultat družbenih sil.
- *Negativnost*: Negativni dogodki imajo večjo objavno vrednost od pozitivnih.

Različni avtorji so to klasifikacijo razširili ali nekoliko preoblikovali. Harcup in O'Neillova (v O'Neill in Harcup 2009, 167–168) sta na primer izdelala sodobnejšo opredelitev, ki je sicer vsebinsko precej skladna z zgoraj navedeno, vsebuje pa tudi nekatere popravke in nove elemente. Avtorja denimo menita, da opredelitev elit po eni strani ni dovolj natančna, po drugi strani pa je preveč omejena, zato elite ločita na *elite močnih*, kamor poleg vplivnih oseb in narodov prištevata tudi vplivne organizacije, ter *slavne osebnosti*, ki sicer ne zasedajo vplivnih položajev v družbi, so pa poznane širokemu krogu ljudi. Klasifikaciji dodajata še *razvedrilno vrednost* dogodka (zgodbe o svetu zabave, dramatične zgodbe, zgodbe o ljudeh itd.), *pozitivnost* dogodka (dogodki s posebej pozitivnim prizvokom, na primer uspešne reševalne akcije, razvoj pomembnega novega zdravila ipd.) in *lastne interese medija*. Allern (2002) na drugi strani tradicionalne dejavnike objave vrednosti dopolnjuje s komercialnimi, med katere uvršča *geografsko območje* medija in njegovo *občinstvo*, *tekmovanje* z drugimi mediji in *sredstva*, ki jih medij namenja novinarski dejavnosti. Nadgradnje osnovne klasifikacije kriterijev selekcije novic se je lotil tudi Bell (1991, 155–160), ki je zgoraj omenjenim dejavnikom dodal *sklicevanje na kakovostne vire informacij* (cenjeni so predvsem prestižni institucionalni viri informacij, ki lahko zelo povečajo verjetnost objave novice), *dejstvenost* (boljše možnosti za objavo imajo novice, ki vsebujejo dejstva in številke; imena, lokacije, vsote denarja itd.), *privzemanje* (dogodek, ki je zgolj bežno povezan z odmevno novico ali tematiko, se lahko predstavi kot pomembna nadaljevalna zgodba), *predvidljivost* (boljše možnosti za objavo imajo napovedani dogodki) in *vnapijšejnjo pripravljenost* (razpoložljivost informacijskih nadomestil oziroma že pripravljenih posnetkov, besedil itd.), pa tudi lastnosti novinarskega besedila, kot sta *jasnost* in *jedrnatost*.

Gans (2004, 146–181) kot glavni merili izbora novic izpostavlja *pomembnost* in *zanimivost*. Objava pomembnih novic je tako rekoč obvezna, zato se na lestvici objave vrednosti najvišje uvrščajo dogodki, ki zadevajo vladne ali druge pomembne družbene

akterje, pa tudi tisti, ki vplivajo na državo in njene interese ali veliko število ljudi. Zanimive novice so na drugi strani predvsem lahkotnejše zgodbe iz življenja ljudi, ki predstavljajo protiutež pogosto negativnim tehničnim novicam (ang. hard news) ali nekakšna polnila ob pomanjkanju primernejšega materiala. Poleg tega Gans navaja še številne nevsebinske kriterije, od katerih naj na tem mestu omenimo zgolj *ustreznost mediju in medijskemu formatu*. Prav ta dejavnik je namreč za televizijsko novinarstvo velikokrat eden pomembnejših. Ker je primarna prvina televizijskega sporočanja slika, ima *razpoložljivost slikovnega materiala* (predvsem videoposnetkov) prednost pred mnogimi drugimi dejavniki objavnosti vrednosti (Cushion 2012, 62; Palmer 2000, 44; Manning 2001, 63). Labanova (2007, 32) navaja, da je televizija kot avdiovizualni medij »posebej primerna za estetsko vsečne, čutne in dramatične (re)prezentacije, ni pa prilagojena analitični produktivnosti«. Ob ta vidik se kritično obregne Bourdieu (1996, 19–21), ki televizijo obtožuje pretiranega dramtiziranja dogodkov in iskanja spektakularnega, senzacionalnega ter izjemnega, hkrati pa ji očita tudi nezmožnost prikaza vsakdanjega življenja, saj je prav dejanskost v vsej njeni običajnosti najtežje prikazati.

Omenili smo samo nekatere primere klasifikacij dejavnikov objavnosti vrednosti, saj so, kot pravi Ryanova (1991, 31), sezname kriterijev izbora novic tako rekoč neskončni, poudarki pa od medija do medija različni (prav tam, 40). Kljub različnim definicijam O'Neillova in Harcup (2009, 169–170) navajata več študij, ki ugotavljajo precejšnjo stopnjo univerzalnosti kriterijev izbire novic tako znotraj posameznih držav kot tudi med državami. Toda novice, ki si utrejo pot v medije, niso nujno tiste, ki se novinarjem zdijo pomembne; tako vsaj razkriva raziskava Strömbäcka, Karlssona in Hopmanna (2012), ki tematizira razliko med izbiro novic (ang. news selection) in njihovo objavno vrednostjo (ang. news values, newsworthiness) oziroma med dejanskimi in normativnimi kriteriji objave. Raziskava namreč kaže na precejšen razkorak med kriteriji, ki jih novinarji dojemajo kot pomembne, in tistimi, ki jih dejansko upoštevajo pri izboru novic, razloge za to pa pripisuje prilagajanju zanimanju občinstva, rutinizaciji sporočanja procesa in ekonomskemu dejavniku. McManus (1994, 116–135) prav tako ugotavlja, da dajejo mediji kriteriju zabavnosti novic prednost pred kriterijem pomembnosti, četudi se novinarji in uredniki zavedajo, da tako na račun tržnih zahtev zanemarjajo novinarske norme.

Omeniti velja še, da niti osnovna in v literaturi tolikokrat citirana klasifikacija Galtunga in Rugejeve (1965) pravzaprav sploh ni namenjena prikazu idealnih dejavnikov objavnosti, ki bi se »morali« znajti v novinarskih učbenikih, pač pa zgolj prikazu dejanskega stanja. Avtorja (prav tam, 84) namreč opozarjata, da novice, v katerih se odražajo naštetih kriteriji, slikajo centraliziran svet, ki utrjuje družbene stereotipe in socialne razlike. Ker se v tej nalogi osredotočamo na vire informacij, naj na tem mestu opozorimo zgolj na enega od elementov njune kritike; favoriziranje elit. Elitne osebe oziroma družbene skupine za novinarja niso zgolj vir informacij, pač pa so že same po sebi vredne objave, njihova dejanja so že sama po sebi novica. Ker mediji ne morejo poročati o vseh, se osredotočajo na vlado in druge družbene elite, ki na neki način predstavljajo narod in državljane (Gans 2004, 147), zato so ti viri informacij kot »predlagatelji zgodb« uspešnejši od običajnih ljudi, ki predmet tehničnih novic (ang. hard news) pogosto lahko postanejo le v vlogah zločincev ali žrtev (Galtung in Ruge 1965). Hkrati so elitni viri informacij z vidika novinarja verodostojnejši, zato se boljše odrežejo tudi v nadaljevanju odbirateljskega postopka, ki vključuje selekcijo za izbrani novinarski dogodek relevantnih virov, o čemer bomo podrobneje spregovorili v četrtem poglavju, in izbor od njih pridobljenih informacij (Bennett 2003, 2). Kot pravi Ryanova (1991, 53), resnica ni absolutna, temveč se oblikuje s selekcioniranjem informacij in osmišljanjem kaotične poplave pričevanj, prav pooblaščenim elitnim viri pa so tisti, ki v medijih veliko lažje podajo svojo različico resnice, saj z vidika novinarja nudijo verodostojnejše in s tem kakovostnejše informacije o dogodku, ki zato lažje prestanejo sito selekcije (Palmer 2000, 141).

2.3 Tvorjenje novinarskega sporočila

V tretji fazi sporočanjskega procesa mora novinar pridobljene in izbrane informacije premisliti, do njih vzpostaviti kritično razdaljo (Poler Kovačič 2002, 769) in jih povezati v novinarsko sporočilo. Pri tem mora razmisliti, s katerimi citati in dejstvi bo dogodek predstavil, kako bo pridobljene informacije razvrstil in povezal v skladno celoto ter katero slikovno gradivo bo uporabil (McManus 1994, 138). V prejšnjem podpoglavju smo pisali o tem, da nekateri avtorji (Bell 1991; Gans 2004) med dejavnike objavnosti uvrščajo tudi lastnosti novinarskega sporočila, kot so jasnost, jedrnatost, kakovost, ustreznost mediju in formatu itd., kar pomeni, da oblikovanje sporočila (ali pa vsaj premislek o tej zadnji fazi) vpliva tudi na postopek selekcije v novinarskih organizacijah. Altheide (1985) medijski format označuje celo za

najpomembnejšo prvino novic, saj je vnaprej določen, neodvisen od obravnavane tematike ter ima največji vpliv na izbor novinarskih dogodkov in na način, kako bodo predstavljeni.

Televizijski format od občinstva zahteva popolnoma drugačen način branja, kot ga zahtevajo na primer časopisi. Če lahko ob branju časopisa bralec izbira, katero novico in koliko novice bo prebral, sta na televiziji tako zaporedje kot tudi dolžina novic vnaprej določeni (Fiske 2011, 305), gledalec pa si ne more znova ogledati zamujenega, zato morajo biti televizijska novinarska sporočila v primerjavi s časopisnimi kratka, razumljiva in brez preobilice informacij (Laban 2007, 61; White in Barnas 2010, 99–107). Altheide in Snow (1979, 76) poleg tega trdita, da skušajo televizijske novice ustreči najnižjemu skupnemu imenovalcu množičnega občinstva, ki ga obravnavajo kot nevednega in brez želje ali celo nezmožnega razumeti podrobnosti in kompleksne teme, zato morajo biti televizijska besedila karseda poenostavljena. Tudi Fiske (2011, 285) meni, da so televizijska novinarska sporočila ves čas v dilemi, kako mnogovrstne in mnogopomenske dogodke predstaviti znotraj televizijskih konvencij. Zaradi značilnosti medija mora biti novinar pri upovedovanju pozoren na to, da njegovo besedilo upošteva zakonitosti govorjenega jezika, je jasno, nedvoumno in brez zapletenih metafor, pazljivo pa mora izbrati tudi slikovni material (Boyd 1994).

Kot smo že omenili, je prav slednji za televizijo zelo pomemben, kar je zapisano tudi v Poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija (2000, 9.8. člen): »Primarna prvina televizijskega sporočanja je slika kot upodobitev časovnih in prostorskih razmerij dogodka ali dogajanja.« Novinarski prispevki v informativnih oddajah morajo prikazovati »zgotitev realnosti« (prav tam, 9.4. člen) oziroma »objektiven potek dogajanja« (prav tam, 9.8. člen), zato z izborom posnetkov ter njihovo montažo ne smejo popačiti dejstev in bistva. Toda že sam vizualni prikaz časovnih in prostorskih dimenzij je zavajajoč, meni Tuchmanova (1978, 109–110), saj pri gledalcu vzbuja vtis, da posnetek ne spreminja časovnega in prostorskega poteka dogodkov ter da zato predstavlja dejstva in ne interpretacij. Hartley (1992, 83) ob tem opozarja še na ideološki učinek branih besedil, ki v večini primerov preglašajo mednarodni ton oziroma zvočno kuliso dogodka, z razlago vsebine prikazanih vizualnih podob pa pri gledalcu vzbujajo lažni občutek naravne povezanosti s sliko.

Ker televizijski posnetki ponujajo veliko možnosti za manipulacijo, mora biti novinar pri upovedovanju še posebej pozoren. Vsako upovedovanje je namreč hkrati tudi okvirjanje, meni Ryanova (1991, 52–56), slednje pa predstavlja subjektivni proces organiziranja, razvrščanja, poudarjanja in prikazovanja informacij in vidikov, ki se novinarju za predstavitev dogodka zdijo pomembni, ter izločanja tistih, ki to niso. Pri odločanju, katere informacije vključiti v končni izdelek in katere izpustiti, pogosto večjo vlogo igrajo privlačne izjave oziroma udarni tonski izseki kot dejanska vsebinska in analitična vrednost, kar v težak položaj spravlja družbena gibanja in posameznike, ki skušajo predstaviti drugačna stališča od uveljavljenih (prav tam, 102–105). Grabova in Bucy (2009, 52) prav tako opažata, da predvsem televizijski novinarji informacije virov pogosto »destilirajo« na posamezne fraze oziroma (vse krajše) izjave, vendar hkrati poudarjata, da televizija pomanjkanje verbalnih informacij nadomešča z vizualnimi. Toda tudi slednje so večinoma bolj naklonjene dominantnim družbenim skupinam, medtem ko manjšine, aktiviste in družbena gibanja pogosto prikazujejo v stereotipnih vlogah, dodaja Ryanova (1991, 108–109). V idealnem svetu bi novinarji v svoja novinarska sporočila vključili zelo raznolike glasove in vidike, zavzeli bolj analitičen pristop, ponudili več zgodovinskega ozadja, omogočili več prostora alternativnim glasovom in predstavili pozitivnejšo podobo aktivistov (Bennett 2003, 34), kar pa je iz različnih razlogov, ki se jim bomo deloma posvetili v nadaljevanju, brez velikih sprememb zelo težko dosegljivo.

V tem poglavju smo prikazali potek novinarskega sporočanja procesa s premislekom o tem, kako se vanj vključujejo in na novinarjeve odločitve vplivajo viri informacij, ki so predmet pričujočega diplomskega dela. Poglavje predstavlja nekakšno ogrodje za razumevanje procesa nastajanja novic, ki ni določen z enosmernim delovanjem novinarja, pač pa se oblikuje skozi nenehno interakcijo med novinarjem in njegovimi viri informacij. V to ogrodje bomo v nadaljevanju umestili posamezne vidike in probleme, ki bistveno vplivajo na odnose med novinarji in viri informacij ter s tem tudi na predmet te naloge. Čeprav so viri v prvi vrsti tisti, od katerih novinar informacije pridobiva oziroma zbira, pa so v veliki meri soudeleženi tudi v postopku selekcije in nenazadnje pri oblikovanju končnega sporočila. Pri analizi prispevkov o britanskem referendumu o izstopu iz Evropske unije bomo prav glede na to, kako se viri

kažejo v medijskih objavah, sklepali o njihovih vlogah v preostalih dveh fazah sporočanja procesa.

3 PROBLEM RUTIN V NOVINARSKEM SPOROČANJSKEM PROCESU

Vsi delavci in organizacije stremijo k temu, da zaradi preobilice dela, ki ga morajo opraviti, svoje naloge rutinizirajo (Tuchman 1973). Medijski svet pri tem ni nikakršna izjema, saj je »negotovost, ki izhaja iz kompleksnega, dinamičnega sveta, novinarje in njihove organizacije usmerila k varni rutinizaciji« (Lowrey in Gade 2011, 6), ki jo Shoemakerjeva in Reese (1996, 100) definirata prek ustaljenih, šablonskih in ponavljajočih se postopkov ter oblik, ki so novinarjem v pomoč pri opravljanju njihovega dela. Rutinski postopki novicam dajejo njihovo »pomirjujočo domačnost« (Bennett 2003, 162), saj v marsičem določajo standardizirani, periodični vzorec novinarskih vsebin ter zagotavljajo predvidljivost in stabilnost medijskega sistema (prav tam, 101).

Četudi tovrstna »birokratska« (Sigal 1973; Hall in drugi 1978; Altheide 1985; Shoemaker in Reese 1996; McNair 1998) organiziranost novinarskega dela novinarje omejuje, pa predstavlja tudi nujen element, ki sploh omogoča delovanje medijev, kakršnega poznamo. Rutinizacija je namreč prisotna v vseh fazah novinarskega sporočanja procesa; dejavniki objavnosti predstavljajo novinarsko rutino, Shoemakerjeva in Reese (1996, 107) za posebno obliko rutine označujeta tudi objektivnost, pri čemer se sklicujeta na konvencije, ki jih je opredelila Tuchmanova (1972) in ki se jim bomo posvetili v petem poglavju. Lowrey in Gade (2011, 12) poleg tega navajata, da tako novinarji kot tudi medijsko občinstvo potrebujejo rutine in skupne konvencije, ki novinarjem omogočajo njihovo dejavnost, občinstvu pa na drugi strani omogočajo sprejem novinarskih sporočil.

Shoemakerjeva in Reese (1996) navajata tri dejavnike, ki vplivajo na oblikovanje rutin v novinarstvu:

- a) *Občinstvo/potrošniki*, ki vplivajo na oblikovanje dejavnikov objavnosti, novinarsko objektivnost in strukturo zgodbe.
- b) *Medijske organizacije/proizvajalci*, ki na oblikovanje rutin vplivajo s svojimi fizičnimi, finančnimi in organizacijskimi omejitvami.

c) *Zunanji viri/dobavitelji*, ki zaradi svojih interesov narekujejo (ali skušajo narekovati) novinarske rutine.

Podobnega mnenja je tudi Bennett (2003, 165), ki razloge za standardizacijo novinarskih praks vidi v rutinskem sodelovanju z viri informacij, delovnih rutinah novinarskih organizacij in sodelovanju ter izmenjavi informacij med novinarji. Manning (2001, 55) na drugi strani odvisnost od uradnih virov informacij pripisuje organizacijskim zahtevam in pritiskom, ki naj bi obenem botrovali tudi rutinskemu sodelovanju medijev s tiskovnimi agencijami. Ne glede na posamezne razlike v opredelitvah se avtorji večinoma strinjajo, da rutinske prakse, ki so za učinkovit potek novinarskega sporočanja procesa nujne, obenem tudi pomembno oblikujejo sodelovanje novinarjev z viri informacij, s tem pa vplivajo tudi na kakovost novinarskega sporočanja. V nadaljevanju tega poglavja se bomo zato posvetili nekaterim posledicam rutinizacije, ki so glede na predmet pričujoče naloge relevantni. Medtem ko bomo sodelovanje med novinarji in viri informacij podrobneje pretehtali v petem poglavju, se bomo na tem mestu najprej dotaknili vplivov novinarskih rutin na sodelovanje z viri, nato pa bomo predstavili še problematiko rutinskega zanašanja novinarjev na tiskovne agencije in druge medije kot vire novic.

3.1 Rutinizacija zbiranja informacij in njene posledice

Novinarski sporočanski proces je »visokofrekvenčen«, ugotavlja Hartley (2008, 38); periodičnost in potreba po ažurnosti zahtevata zelo hitro zbiranje in obdelavo informacij, prav »tiranija rokov« (Fiske 2011, 285) pa je eden pomembnejših vzrokov za rutinizacijo. Množični mediji morajo ves čas skrbeti, da pridobijo zadostno količino novic za zapolnitev programskega prostora (Tuchman 1978, 15–21), ta »novičarska vrzel« pa se pod pritiskom zahtev po vse bolj takojšnjem poročanju ves čas veča (Bennett 2003, 173). Po drugi strani se novinarji soočajo s preobiljem informacij, ki jih morajo v kratkem času predelati, zato se, kot navaja Tuchmanova (1973), poslužujejo tipizacije novinarskih dogodkov glede na njihovo (ne)napovedljivost in glede na zahtevani organizacijski pristop, kar jim omogoča rutinsko obdelavo informacij. Rutinizirana obravnava predvidljivih ali napovedanih novinarskih dogodkov medijem omogoča lažje obvladovanje morebitnih nepredvidljivih dogodkov, vendar pa je obenem tudi poglobitveni razlog za standardizirano oziroma šablonsko obliko novinarskih sporočil, meni Bennett (2003, 172). Tudi Altheide (1976, 61–95) in Gans (2004, 82) opazata, da so zaradi organizacijskih zahtev in rutinskih praks novice v glavnem

deskriptivne, da ne ponujajo nikakršnih informacij o ozadju, nikakršnih analiz, temveč bolj ali manj le odgovor na vprašanje, kaj pomembnega se je zgodilo.

Novinarske rutine in potrebe po stalnem dotoku svežih ter predvidljivih novic z visoko objavno vrednostjo (Manning 2001, 55) poznajo tudi viri informacij, ki hkrati vedo, da lahko z mediji najlažje manipulirajo, če jim ponudijo to, kar iščejo (Strentz 1989, 47). Zato skušajo svoje vsebine prikrojiti ali predstaviti v skladu z dejavniki objavne vrednosti (prav tam, 34), ki smo jih obravnavali v prejšnjem poglavju, oziroma poudariti tiste elemente zgodbe, ki jim bodo omogočili uspešnejšo »prodajo« (Gans 2004, 91) novinarjem. Kot pravi Altheide (1976, 128), je namreč »lahko vsak dogodek vreden objave, če ga predstavimo na pravi način«. Pozornost medijev skušajo viri informacij pridobiti tudi z organiziranjem posebnih medijskih dogodkov, o katerih več dni ali celo tednov vnaprej obvestijo novinarje in jih po potrebi oskrbijo z informativnim materialom ter dokumenti (Altheide in Snow 1985, 82). Z ustreznim časovnim razporedom, ki se kar najmanj zajeda v novinarske rutine, jim udeležbo še olajšajo, kar je posebej pomembno za televizijske novinarje in snemalne ekipe, ki so manj prilagodljivi (Gans 2004, 88). Tudi vsebinsko so tovrstni dogodki pogosto zasnovani tako, da jih novinarji kar najlažje obdelajo; Bennett (2003, 165) denimo izpostavlja politične (psevdo)dogodke, ki sledijo tako predvidljivemu scenariju, da jih novinarji zlahka zreducirajo na šablonsko oblikovane novice, ki sporočajo, »kdo (kateri uradni vir) je storil kaj (uradno dejanje), kje (na katerem uradnem prizorišču), s kakšnim (uradno navedenim) namenom in s kakšnim (uradno razglašenim) rezultatom«.

Veliko se je z rutinizacijo zbiranja informacij ukvarjal Sigal (1973) (njegovo kategorizacijo kanalov zbiranja informacij smo predstavili v drugem poglavju), ki kot najpomembnejša rutinska kanala zbiranja informacij omenja izročke, kamor šteje sporočila za javnost, službena sporočila, vnaprej posredovane zapise govorov in razne birokratske dokumente, ter tiskovne konference. Altheide in Snow (1985, 82) navajata, da je v televizijskih novicah pravzaprav bore malo vsebin, ki se tako ali drugače ne nanašajo na informacije tovrstnih virov, kar pomeni, da je velika večina novic bodisi predvidljivih in zato starih bodisi uprizorjenih. Četudi novinarji, kot ugotavlja Sigal (1973, 106), dvomijo v zanesljivost sporočil za javnost, se kljub temu zanašajo nanje, rutinsko uporabo pa od odvisnosti loči le majhen korak. Manj negativen je njihov pogled na tiskovne konference, na katere se tudi pripravijo, vendar pa so prodorna, kaj šele konfliktna vprašanja prej ko ne redkost (prav tam, 106–111). Na tiskovnih

konferencah, ki jih Strentz (1989, 64) označuje za prototip psevdodogodkov, torej dogodkov, ki so zasnovani zgolj zato, da dosežejo (neutemeljeno) medijsko pozornost, namreč vse (ali vsaj večino) niti v rokah držijo viri informacij, ki lahko podtikajo vprašanja, prezrejo nenaklonjene in k besedi povabijo naklonjene novinarje ter ignorirajo težavna vprašanja ali jih s spretnimi odgovori zaobidejo (Shoemaker in Reese 1996, 124). Posebej težavne za novinarje so tiskovne konference, ki jih televizijske postaje prenašajo v neposrednem prenosu, saj primanjkuje časa tako za kritična vprašanja kot tudi za pojasnila gledalcem (Strentz 1989, 65).

V svoji analizi ameriških časnikov New York Times in Washington Post je Sigal (1973) ugotovil, da so novinarji v več kot 50 odstotkih informacije pridobili prek rutinskih kanalov, delež pa se poveča kar na dobrih 70 odstotkov, če upoštevamo zgolj *primarne* kanale, prek katerih so bile zbrane informacije, ki pomembno določajo vsebino novice in čas njene objave. Podobno je pri svoji raziskavi ugotovila Poler Kovačičeva (2004b), ki je analizirala poročanje treh slovenskih dnevnikov (Delo, Dnevnik in Večer) o mnenjih glede vstopa Slovenije v zvezo Nato. Rutinski kanali zbiranja informacij so v vesteh in poročilih omenjenih časnikov prevladovali s kar 80 odstotki, v vseh žanrih pa je bil njihov delež s 55 odstotki precej nižji, a še vedno prevladujoč. V tednikih Mag in Mladina je avtorica (Poler Kovačič 2004a) na drugi strani ugotovila visoko prevladujoč delež aktivnih kanalov zbiranja informacij, ki ga je pojasnila z manjšimi časovnimi pritiski in s tem povezano možnostjo višje stopnje aktivnosti. Obe raziskavi tudi kažeta na visoko stopnjo uporabe uradnih virov v novicah.

Zaradi dnevnih novinarskih rutin postaja sporočanje proces pretežno pasiven postopek, v katerem novinarji izbirajo med zgodbami, ki jim jih ponuja omejen nabor virov, je kritična Ryanova (1991, 149). Novinarji tako samodejno favorizirajo vire, ki delujejo znotraj konvencionalnih rutin, in hkrati diskriminirajo nekonvencionalne. »Izzivalci«, kot Ryanova (prav tam, 150) imenuje družbene aktiviste, se redko ujamejo v novičarsko mrežo, saj mediji njihovih problemov rutinsko ne zaznavajo, izzivalci sami pa običajno niso dovolj organizirani, da bi znali zbuditi zanimanje novinarjev. Tako se skozi medijske rutine večinoma slišijo glasovi institucionalnih virov informacij, ki si lahko privoščijo redno uprizarjanje objave vrednih medijskih dogodkov ter izdajanje materialov v novinarskem diskurzu (Altheide in Snow 1985, 83–84) in ki so že zaradi svojega statusa bolj vredni medijske pozornosti od neuradnih virov. Herman in Chomsky (2006, 272) tovrstno prakso družbenih elit označujeta za obliko

subvencioniranja množičnih medijev, saj si elite v zameno za svoj prispevek k zmanjševanju njihovih produkcijskih stroškov zagotavljajo privilegiran dostop do medijskega prostora. To je, trdita (prav tam), še posebej problematično v primeru vladnih uradnikov in drugih državnih uslužbencev, ki svoj dostop do medijev in propagando, ki jo vršijo prek njih, pravzaprav financirajo z denarjem državljanov.

Težava pretirane rutinizacije zbiranja informacij brez kritičnega premisleka je predvsem v krnitvi in siromašenju medijskih vsebin, ki postajajo vse bolj predvidljive, podobne in enostranske (Becker in Vlad 2009, 63). Vse večja prevlada tovrstnih praks v novinarskem sporočanju ni zgolj posledica organizacijskih zahtev, pač pa tudi komercializacije medijskega trga in prizadevanja medijskih lastnikov po zniževanju stroškov, ki »spodbuja generalizacijo na račun specializacije in spodkopava profesionalno kulturo« (Manning 2002, 105), s čimer »klasični množični mediji izgubljajo 'monopol' nad proizvodnjo novic in postajajo vse bolj posredniki sporočil 'za javnost'« (Splichal 2014, 62).

3.2 Mediji in tiskovne agencije – rutinski viri novic

V tem poglavju smo že opisali, kako se novinarji z uporabo rutin in rutinskih kanalov zbiranja informacij spopadajo z organizacijskimi in drugimi pritiski ter negotovostjo novinarskega sveta. Z zbiranjem okoli rutinskih kanalov vsi pridobivajo bolj ali manj enake informacije, meni Sigal (1973, 130), podobnost njihovih zgodb pa v njihovih očeh potrjuje pravilnost njihove novinarske presoje (Reese 1991, 324). Sledenje množici je večinoma varnejše od iskanja lastne poti in kot običajni ljudje so tudi novinarji večinoma konformisti (Strentz 1989, 44–45). Svoje delo primerjajo s tekmeči, tekmovanje s konkurenčnimi mediji pa zato hkrati vodi v konsenz, opaža Gans (2004, 180). Delovni dan mnogih novinarjev in urednikov se začne s spremljanjem množičnih občil, kjer (vsaj deloma) dobivajo ideje za svoje zgodbe (Sigal 1973, 130; Strentz 1989, 45; Ryan 1991; 155).

Izraz »čredni nagon« v novinarstvu pomeni izbor novic bolj ali manj izključno na podlagi poročanja drugih medijskih organizacij (Strentz 1989, 45), medtem ko sorodni izraz »krdelno novinarstvo« (Strentz 1989; Reese 1991; Grabe in Bucy 2009) označuje skupinsko zbiranje novinarjev okoli posamezne osebe, teme ali kraja, ki velja za vrednega objave (Strentz 1989, 45). Četudi jim tak način pogosto ne ustreza, novinarji nočejo zamuditi priložnosti za objavo novice, ki jo bodo njihovi konkurenti pridobili in

ki jo njihov urednik pričakuje (Reese 1991, 333). Novinarske črede ali krdela v veliki meri sledijo elitnim medijem, ki uživajo status mnenjskih voditeljev, saj veljajo za ugledne in zanesljive, četudi so, kot opozarja Willis (2007, 50), prav tako zmotljivi. Vpliv medijskih elit je včasih celo tako močan, navaja Sigal (1973, 40), da onemogoči ali zavre objavo novice, ki ne dobi njihove potrditve. Čredno delovanje lahko izkoristijo vplivni viri informacij, ki po načelu »deli in vladaj« posameznim vplivnim novinarjem zagotovijo daj-dam intervjuje, saj vedo, da bodo drugi mediji sledili njihovi zgodbi (Reese 1991, 333). Po drugi strani pa je v slogi tudi moč in krdelo novinarjev na lovu za informacijami se veliko lažje kot posameznik zoperstavi vplivnim virom ter od njih terjati odgovore (prav tam).

Še vplivnejši viri novic od posameznih medijev so tiskovne agencije in zgodba, ki so jo slednje spregledale, ima kaj malo možnosti za pridobitev medijske pozornosti (Ryan 1991, 147). Novinarji zaupajo presoji tiskovnih agencij in se zanašajo na objavno vrednost novic, ki jim jih agencije posredujejo, opaža Strentz (1989, 45), po drugi strani pa z medijskimi objavami tudi tiskovne agencije dobivajo potrditev, da je bila njihova presoja pravilna. Tako se lahko zgodi, da je del vsebin, ki se pojavljajo v medijih po vsej državi, plod zgolj kopice novinarjev (prav tam). Herman in Chomsky (2006, 260) sta posebej kritična do vse bolj centralizirane proizvodnje medijskih vsebin, saj naj bi zaradi koncentracije medijskega lastništva in razslojevanja medijev tiskovne agencije skupaj z najvišjim slojem medijev (in vlado) v veliki meri določale medijsko agendo. Slednje opaža tudi Bell (1991, 50), ki poleg tega tiskovnim agencijam pripisuje precejšen vpliv na oblikovanje dejavnikov objavnosti, pa tudi smernic tvorjenja novinarskih sporočil.

Naraščajoča količina agencijskih vsebin v medijih je velikokrat posledica teženj in pritiskov medijskih lastnikov po zniževanju stroškov, zato ni presenetljivo, da mediji od agencij pogosto pridobivajo predvsem novice iz tujine. Večina novinarskih organizacij si ne more privoščiti dovolj velikega števila tujih dopisnikov, da bi lahko zadovoljila svoje potrebe po tujih vsebinah (Manning 2001, 56), zato obsežne tokove mednarodnih novic v veliki meri nadzira peščica največjih tiskovnih agencij (Bell 1991, 48). Bell (prav tam, 47) piše, da je povprečna mednarodna novica, objavljena kjer koli na svetu, verjetno prešla vsaj štiri novinarske redakcije in bila prav tolikokrat predelana. Manning (2001, 56) dodaja, da lahko mediji agencijski material preuredijo in uokvirijo na najrazličnejše načine (kar tudi dejansko počnejo), kljub temu pa bo končna novica

neizogibno vsebovala tudi sledi prvotnih agencijskih izborov, odločitev in okvirov. Pomisleki, da bo prevlada agencijskega materiala privedla do homogenizacije tujih in morda do neke mere tudi domačih vsebin, saj bodo medijske objave pogosto odražale kriterije izbora peščice globalnih akterjev, so torej še kako upravičeni.

Agencijske zunanjepolitične novice večinoma odražajo stališča zahodnih politik in pogosto predstavljajo izkrivljeno sliko sveta, saj ignorirajo pomembne vidike vprašanj, ki ne ustrezajo uradnim parametrom, opozarja Ryanova (1991, 154–155). Ker so lokalni mediji večinoma odvisni od agencijskih novic in njihove predstavitve sveta, družbeni aktivisti, ki na problematične vidike opozarjajo, le težka (če sploh) pridobijo njihovo pozornost. Manning (2001, 56–57) na drugi strani navaja, da je vse večji vpliv tiskovnih agencij vire spodbudil k iskanju neposrednega dostopa do njihovih objav. Tako politične elite in drugi uradni viri informacij kot tudi različna družbena gibanja jim zato vse pogosteje pošiljajo svoje materiale, z agencijskimi novinarji pa skušajo zgraditi trdne odnose. Če so pri tem uspešni, lahko njihovo sporočilo zelo hitro pridobi pozornost na globalnem odru. A kot dostop do medijev (ki ga bomo obravnavali v naslednjem poglavju) je tudi dostop do agencijskih objav zelo razslojen. Izrazito favoriziranje hitrosti pred vsebinsko in analitično izčrpnostjo namreč družbene skupine z alternativnimi pogledi potiska močno podrejen položaj (Manning, prav tam).

V tretjem poglavju smo prikazali, kako na novinarski sporočanjejski proces zlasti v fazi zbiranja informacij vplivajo novinarske rutine, s katerimi se novinarji, kot navaja Tuchmanova (1973), spopadajo s preobilico dela, ki ga morajo v kratkem času opraviti. Zunanjepolitično poročanje Televizije Slovenija, ki ga pričujoče delo proučuje, sloni predvsem na delu dopisnikov in je s tem zelo podvrženo pritiskom učinkovitosti (kako v čim krajšem času zagotoviti relevantne informacije o pogosto zelo kompleksnih dogodkih). Ker morajo dopisniki kot splošni novinarji poročati o najrazličnejših dogodkih z najrazličnejših koncev države, predvidevamo, da velik del svojih nalog opravijo po rutinskih poteh. Glede na kompleksnost, pomembnost in precej dolg časovni razpon obravnavane teme pa pričakujemo tudi, da se pri poročanju opirajo tudi na agencijska gradiva. Čeprav McManus (1994) svari pred minimalno aktivnim zbiranjem novic, kamor uvršča tudi spremljanje agencijskih in medijskih objav, pa so prav dopisniki vanj prisiljeni, saj je aktivno preiskovanje celotne države nemogoče.

4 NOVINARJI IN NJIHOVI VIRI INFORMACIJ

Skozi sporočanje proces je novinar v prvi vrsti povezan z viri informacij in novinarsko besedilo si je brez sklicevanja na vire nemogoče zamisliti, saj novinarju osnovno gradivo za poročanje o dogodkih predstavljajo prav opažanja in pripovedovanja drugih ljudi (Bell 1991, 53). Kot pravita Carlson in Franklin (2011, 1), izjave, ki niso pripisane viru informacij, zbujejo sum in povzročajo nelagodje tako pri novinarjih kot tudi pri občinstvu. Avtorja (prav tam, 4) poudarjata dvojno vlogo virov informacij, pragmatično in simbolično, pri čemer se slednja odraža na treh ravneh: »prisotnost v novinarskem besedilu poudari legitimnost navedenega vira, sklicevanje na razvidne vire kaže na verodostojnost novice in dostop do virov podčrta ugled posameznega novinarja ter njegovega medija«.

Po osnovni novinarski paradigmi je vloga novinarja zbiranje relevantnih podatkov in njihova predstavitev občinstvu, ne da bi se do vsebine opredelil, s čimer novinar postane nekakšen družbeni znanstvenik, ki v obliki svojega znanstvenega poročila javnosti predstavlja pridobljene podatke (Berkowitz 2009, 103). Takšen pogled je seveda izjemno poenostavljen, saj novinarjevi viri ne delujejo zgolj »kot prevodniki informacij« (Soley 1992, 17), novinar ni samo pasiven opazovalec in zapisovalec, novice pa ne natančna preslikava dejanskosti, pač pa družbeni konstrukt, ki z izborom in opisom dogodkov dejanskost pomaga opredeljevati ter oblikovati (Tuchman 1978, 182–197; Gans 2004, 79–80). Ali kot navaja Ryanova (1991, 53): novinarji z odbiranjem izmed množice raznovrstnih dogodkov določenim dogodkom podeljujejo pomembnost in jih s tem pravzaprav *ustvarjajo*. Moč medijev, da izbira, določa, ustvarja dogodke, zato želijo izkoristiti različni posamezniki in družbene skupine.

Pri uveljavljanju svojih interesov so (tudi zaradi rutinskih praks v sporočanje procesu, ki smo jih obravnavali v prejšnjem poglavju) pogosto uspešni predvsem vplivni viri informacij, kamor sodijo denimo vladni predstavniki, politični akterji, pomembni strokovnjaki itd. Kot opozarja Poler Kovačičeva (2004a, 24–25), ti vse pogosteje preraščajo vlogo virov, od katerih novinarji črpajo informacije, in postajajo eden od zunanjih, nenovinarskih akterjev, ki bistveno vplivajo na sprejemanje novinarjevih odločitev v sporočanje procesu ter tako vsaj deloma prevzemajo vlogo subjekta v njem. Tudi Sigal (1973, 5) sporočanje proces označuje za vzajemno trgovanje med novinarji in njihovimi viri informacij, Gans (2004, 117) pa ga vidi kot

»vlečenje vrvi: medtem ko skušajo viri 'upravljati' z novicami in sebe prikazati v najlepši luči, novinarji hkrati 'upravljajo' z viri, da bi iz njih izvlekli želene informacije«. Novinarji in viri informacij so torej nerazdružljivo povezani in odvisni drug od drugega, pri čemer prvi z vsakim svojim prispevkom in z vsako informacijo, ki jo v njem uporabijo, na kocko postavljajo svojo verodostojnost in profesionalnost, drugi pa s prisotnostjo v novinarskih objavah lahko tvegajo svoj ugled in svojo uspešnost (Berkowitz 2009, 103).

V drugem poglavju smo vire informacij okvirno že umestili v sporočanje proces, medtem ko smo v tretjem poglavju pretresli vplive rutin na sodelovanje z viri informacij. V nadaljevanju bomo odnos med novinarji in viri informacij predstavili nekoliko podrobneje. Najprej se bomo posvetili merilom, s pomočjo katerih novinarji presojujejo primernost virov informacij, nato se bomo osredotočili na problematiko neenakega dostopa virov informacij do medijskih objav in odnosa ter iger moči med novinarji in (predvsem elitnimi institucionalnimi) viri informacij, ob koncu pa se bomo na kratko dotaknili še pomena varovanja zaupnosti virov informacij.

4.1 Presojanje virov informacij

Novinar mora zaradi zavezanosti uravnoveženemu poročanju svoje vire izbirati zelo skrbno, informacije, ki jih dobi, pa mora preveriti pri več straneh. Kljub temu mora, predvsem zaradi praktičnih vidikov, ki smo jih že omenili, svoje raziskovanje omejiti. Kot pravi Berkowitz (2009, 109), je novinarjevo zbiranje informacij povezano z neskončnim časovnim in siceršnjim usklajevanjem ter prilagajanjem, ki mu odžira dragoceni čas. Nekateri viri informacij namreč niso na voljo takoj, drugi niso pripravljeni sodelovati, tretji vskočijo nepričakovano in ponudijo popolnoma nov pogled na problem, ki ga mora novinar vplesti v svojo zgodbo, s četrtimi zaradi organizacijske politike mora govoriti, s petimi iz istega razloga ne sme. Ob tem se z »uprizorjanjem« dogodkov in predlaganjem novic angažirajo tudi viri sami, ki skušajo aktivno usmerjati novinarjevo delo. Kako se torej novinarji organizirajo, da od virov, ki so jim na voljo, dobijo ustrezne informacije v ustreznem časovnem okviru? Gans (2004) je pri svojem raziskovanju ugotovil, da novinarji svoje vire informacij izbirajo glede na dva kriterija: njihovo razpoložljivost in njihovo ustreznost.

4.1.1 Razpoložljivost virov informacij

Razpoložljivost virov informacij je odvisna od njih samih; oni so namreč tisti, ki »pristopijo k novinarju ali dopustijo novinarju, da pristopi k njim« (Palmer 2000, 14). Včasih zaradi nevednosti, nezainteresiranosti ali mešanice enega in drugega na kateri koli strani do stika med novinarjem in virom informacij ne pride. In tudi če vir s svojo interpretacijo dogodka uspe priti do novinarja, ni rečeno, da le-ta sovpada z novinarjevimi zanimanji (prav tam, 14–15). Novinar se mora zavedati, da imajo ljudje različne interese, ki vplivajo na njihov pogled na svet, zato mora njihove informacije pretehtati z določeno mero skepticizma; če se namreč ne zaveda pristranskosti in različnih interesov svojih virov informacij, se bo kaj lahko počutil zavedenega, ko bo od dveh virov dobil različne ali celo nasprotujoče si poglede na dogodek (Strentz 1989, 24–26).

Palmer (2000, 47–52) je na podlagi literature identificiral pet razlogov, zaradi katerih viri novinarjem samoiniciativno posredujejo informacije:

- *Pravica javnosti do obveščенosti*, na primer glede vladnih zadev, pogosto si vir informacij hkrati namerava tudi povečati politični ugled.
- *Dvig pozornosti ali preizkušanje odziva javnosti*: Posamezne organizacije želijo prek novinarjev opozoriti na določeno problematiko, vlade pa včasih na ta način (lahko tudi s pomočjo drugih organizacij) želijo testirati mnenje glede določenih ukrepov in jih nato ustrezno prilagoditi.
- *Grajenje verodostojnosti* v očeh novinarjev: Organizacije medijem zagotavljajo zanesljive, zanimive, ažurne in primerno oblikovane informacije, četudi to ni v njihovo neposredno korist, saj si s tovrstnimi uslugami želijo pridobiti verodostojnost v očeh medijev, ki jim v prihodnosti utegne koristiti.
- *Oblikovanje politike in spor med frakcijami*: Mnogi viri informacij izkoriščajo publiciteto za uveljavitev določene politike ali pa za pridobitev prednosti v sporu.
- *Omejitev škode*: Viri informacij reagirajo na nenaklonjeno poročanje medijev.

Vsi viri pa v svojih prizadevanjih niso uspešni. Gans (2004, 119) uspeh dostopa virov informacij do novinarjev pripisuje vsaj štirim med seboj povezanim dejavnikom: njihovim spodbudam, moči, zmožnosti posredovanja ustreznih informacij in geografski ter socialni bližini.

Kot pravi Gans (2004, 117–118), novinarji v večini primerov pobudo prepuščajo virom informacij, zato je več medijskega prostora namenjenega virom informacij, ki jim dajejo *spodbude*, ki zavzeto iščejo stik z novinarji. *Zavzeti viri* informacij sčasoma postanejo stalni, tako da se novinar na njihove informacije zanaša znova in znova. V drugo kategorijo virov sodijo *naklonjeni viri*, ki se v medijih pojavljajo občasno. Ti viri informacij sicer niso odvisni od publicitete, zato stika z novinarji ne iščejo intenzivno, uživajo pa denimo v prestižu, ki jim ga pojavljanje v medijih prinaša. Tretjo kategorijo virov predstavljajo *uporni viri*, ki z novinarji nočejo imeti opravka. Takšnih je malo, se pa lahko v določenih primerih tudi sicer zavzeti viri spremenijo v uporne. Nenadna nekooperativnost virov je za novinarje prav tako koristna informacija (Gans 2004, 118–119; Palmer 2000, 17), saj pomeni, da hoče vir informacij nekaj skriti.

Viri informacij v praksi odražajo družbeno hierarhijo; čim večjo *moč* in čim višji položaj ima vir na družbeni lestvici, tem večja je možnost, da se bo pojavil v novicah (Sigal 1973; Hall in drugi 1978; Shoemaker in Reese 1996; Palmer 2000; Manning 2001; Gans 2004; Berkowitz 2009). Vplivni in elitni viri informacij si pot v medije le redko utrejo z ustrahovanjem, saj si lahko privoščijo ustvarjanje medijskih dogodkov (Gans 2004, 119; Allan 2010, 87–90), lahko pa svoj vpliv in prestiž izkoristijo za onemogočanje dostopa do medijev svojim kritikom (Herman in Chomsky 2006, 273). Tudi sicer je novinarjem težko najti glasove, ki so kritični do najvplivnejših politikov, in če že ustvarijo kritične novice, morajo vse informacije zelo dobro podkrepiti (Gans 2004, 120).

Viri, ki zaradi pomanjkanja moči za medije sami po sebi niso zanimivi, lahko to postanejo s *posredovanjem ustreznih informacij*. Slednje pa običajno zahteva precej sredstev in veščin, ki so zopet v rokah družbenih elit (Gans 2004, 121). Gans (prav tam) omenja tudi prakso nekaterih virov informacij, da novinarske organizacije preplavljajo s potencialnimi novicami in si s tem zvišujejo možnost objave. Čeprav ima takšna praksa lahko tudi nasprotni učinek, je v današnjem času stalnica mnogih organizacij, ki v obliki odnosov z javnostmi komunicirajo z novinarji in skušajo vplivati na njihovo poročanje. In če so bili v preteklosti odnosi z javnostmi v domeni vladnih in korporativnih virov, se je danes njihova uporaba razširila tudi med skupinami pritiska, sindikati in drugimi organizacijami (Davis 2000; Manning 2001). Strentz (1989, 114–118) opisuje ambivalenten odnos novinarjev do predstavnikov za odnose z javnostmi; čeprav so do

njih nezaupljivi in jih dojemajo kot izkoriščevalce, vse pogosteje uporabljajo informacije oziroma že pripravljena besedila, ki jim jih le-ti dobavljajo.

Viri informacij do novinarjev tudi veliko lažje pristopijo, če se nahajajo v njihovi bližini. Z razmahom novih komunikacijskih tehnologij je mogoče brez težav premostiti tudi dolge razdalje, kljub temu pa še posebej za televizijo velja, da mora biti novinar relativno blizu viru, če želi od njega pridobiti informacije. Kot navaja Gans (2004, 124), množična občila tako virom kot tudi novinarjem dostop olajšajo z vzpostavitvijo sistema dopisništev. *Geografska bližina* pa ne zagotavlja tudi *socialne bližine*, ki je prav tako pomembna pri vzpostavljanju stikov med novinarjem in virov informacij. Ljudje veliko lažje vzpostavljajo stike s soljudmi iz podobnih družbenih razredov ter s podobnimi etničnimi, starostnimi in drugimi lastnostmi (Gans 2004, 124–125). Socialno šibkejši in neizobraženi potencialni viri, pa tudi predstavniki manjšin tako veliko težje najdejo pot do novinarjev, ki so v večini izobraženi predstavniki dominantnih družbenih skupin, nekateri celo družbenih elit (Shoemaker in Reese, 1996, 66–67; Soley 1992, 143–146; Manning 2001, 71; Cushion 2012, 156–161). Kot navaja Gans (2004, 125), pa enake težave pri iskanju stikov s temi družbenimi skupinami doživljajo tudi novinarji sami.

4.1.2 Ustreznost virov informacij

Novinarji ustreznost virov informacij v glavnem presojujejo glede na njihovo učinkovitost, zato dajejo prednost tistim, ki jim omogočajo oblikovanje novinarskih besedil v skladu s profesionalnimi standardi ob hkratnem časovnem prihranku pri zbiranju in preverjanju informacij (Gans 2004, 128; De Keyser, Raeymaeckers in Paulussen 2011, 140). Lastnosti, ki jih novinarji pri virih informacij cenijo, so po Gansovih (2004, 128–132) opazanjih predvsem *ustreznost v preteklosti*, *produktivnost*, *zanesljivost*, *vrednost zaupanja*, *pooblaščenost* in *jasno izražanje*.

Vsi omenjeni dejavniki favorizirajo elitne uradne vire, saj so ti novinarju poznani bodisi iz preteklega sodelovanja bodisi po svoji uradni funkciji, ki je že sama po sebi merilo njihove zanesljivosti in s tem ustreznosti. Viri informacij se zavedajo pomena verodostojnosti, zato se z ustreznimi informacijami, ki so pogosto že primerno oblikovane, da novinarju prihranijo tako čas kot stroške, radi sami obračajo na novinarja in tako v njegovih očeh postajajo vredni zaupanja. Reich (2011) je pri svoji raziskavi ugotovil, da je v novinarskih prispevkih več kot 80 odstotkov virov takšnih, ki jih

novinarji dojemajo kot zelo verodostojne ali verodostojne. Četudi novinarji verodostojnost svojih virov ocenijo že ob prvem stiku in jih več kot tretjino ocenijo kot zelo verodostojne, pa se v veliki večini zanašajo na poznane vire, s katerimi so redno v stikih. Kljub temu v tretjini primerov njihove informacije še vedno preverjajo, je pa preverjanja več (in s tem tudi število virov večje) pri manj verodostojnih virih. Od slednjih se skušajo novinarji distancirati tako, da jim bolj dosledno pripisujejo izjave. S tovrstnimi strategijami manevrirajo med pretirano sumničavostjo, ki bi jih potegnila v preobsežno in težavno preverjanje, in pretiranim zaupanjem, ki bi jim lahko nakopalo tožbe, popravke in težave z delodajalcem.

Rutinsko zanašanje na stalne vire informacij, ki jih novinar dojema kot verodostojne in zanesljive, je sicer v mnogih primerih nujno, ni pa tudi brez pasti. Posebej za specializirane novinarje, ki so odvisni od notranjih informacij svojih virov, je izjemno težko ohraniti kritično distanco. Novinar namreč po eni strani svojega vira informacij ne želi »razjeziti« z negativnim poročanjem, sicer tvega izgubo dostopa do informacij, po drugi strani pa sčasoma z virom naveže tudi tesnejši odnos in začne absorbirati njegova stališča. Odvisnost od vira informacij lahko tako preraste v ozkoglednost in pristranskost, novinar pa z nekritičnim povzemanjem in ignoriranjem drugih možnih vidikov iz vloge nepristranskega opazovalca zdrkne v vlogo zagovornika svojega vira informacij (Sigal 1973; Palmer 2000; Gans 2004).

Naj na kratko omenimo še pomen jasnega izražanja virov informacij, ki sicer za časopisne novinarje ni tako odločilnega pomena, pa tudi v posnetih prispevkih lahko besede vira informacij po potrebi povzame novinar. Je pa pomembno, da se sogovornik zna ustrezno izražati v televizijskih ali radijskih neposrednih intervjujih. Takrat mora biti vir informacij sposoben svoje mnenje podati čim bolj jedrnato in po možnosti čim bolj dramatično, zato mu v ta namen novinarji običajno vprašanja posredujejo vnaprej (Gans 2004, 131). Bourdieu (1996) je prepričan, da televizija s svojimi časovnimi omejitvami izvaja nekakšno cenzuro, saj v tako kratkem času ni mogoče ničesar povedati. Zato televizijski novinarji raje gostijo ljudi, ki mislijo hitro, kot pa tiste, ki imajo dejansko kaj povedati.

4.2 Problem dostopa do medijskih objav

Vprašanje dostopa, kot navaja Davis (2000, 40), je vprašanje krčenja ali širjenja javne sfere. Čeprav naj bi v demokratični družbi mediji med drugim zagotavljali dostop do

javne komunikacije čim širšemu spektru državljanov in interesnih skupin (Davis 2007, 17), ostaja dostop do javne sfere razslojen (Manning 2001, 11). Danes sicer tudi tradicionalni mediji (pod vplivom novih komunikacijskih tehnologij in tržnih pritiskov) svojemu občinstvu vse bolj omogočajo sodelovanje v razpravah, bodisi prek telefonskih klicev in prisotnosti v studiu bodisi prek spletnih portalov, kjer lahko posamezniki komentirajo aktualne dogodke (prav tam). Poleg tega lahko posamezniki kot »državljski novinarji« neposredno komunicirajo s svetom prek različnih novičarskih portalov, kot je Wikinews, ali spletnih blogov. V večini primerov pa vsebina njihovih prispevkov zgolj komentira ali celo povzema vsebine osrednjih medijev, kar kaže na to, da slednji še vedno igrajo ključno vlogo pri odbiranju in prednostnem tematiziranju (De Keyser, Raeymaeckers in Paulussen 2011, 141–142). Vprašanje dostopa do tradicionalnih množičnih medijev je zato še vedno izjemnega pomena.

Kot navaja Fiske (2011, 296–297), so posamezniki v novicah skrbno izbrani in nato načrtno vstavljeni v narativno strukturo. Dostop do novic je omogočen omejenemu naboru ljudi in le redki so tisti družbeni položaji, ki pridejo do besede. Preveč radikalni glasovi tako ne morejo spregovoriti sami zase, temveč jih novinar, če sploh predstavi njihovo stališče, zgolj povzame. Tudi van Dijk (1995a; 1995b; 1996) trdi, da je vprašanje dostopa do medijev nerazdružljivo povezano z vprašanjem družbene moči in nadzora, saj je dostop do medijskega diskurza na eni strani pogojen z vplivnostjo družbenih akterjev, na drugi strani pa dominantne družbene skupine prav skozi medijski diskurz svojo moč in vplivnost še utrjujejo. Elitni viri informacij so tako glede na svojo medijsko prisotnost in vpliv na javni diskurz v privilegiranem položaju, medtem ko se morajo običajni ljudje zadovoljiti zgolj s pasivnim ali zelo omejeno aktivnim dostopom do medijev.

Gans (2004) je pri svojem raziskovanju ob koncu šestdesetih let prejšnjega stoletja ugotovil, da je »neznancem«, kot je poimenoval običajne ljudi, v medijih namenjenega približno petina prostora, večinoma pa se pojavljajo v vlogi protestnikov oziroma izgretnikov in žrtev zločinov, v manjši meri pa tudi v vlogi prestopnikov, glasovalcev v raznih anketah in udeležencev nenavadnih dogodkov. Novejša študija (Reich 2015) kaže, da uporaba neuradnih virov informacij (torej običajnih ljudi) v zadnjem desetletju narašča, da pa ti viri še vedno igrajo obrobno vlogo, saj so za novinarje manj verodostojni, nudijo manj informacij in zahtevajo več preverjanja, kar pomeni, da ne izpolnjujejo kriterijev izbora virov informacij, ki smo jih že podrobneje predstavili.

Problem dostopa do medijskih objav je še posebej pereč za manjšine, socialno šibkejše ali kako drugače zapostavljene družbene skupine, saj jih, kot pravi van Dijk (1996, 93), novinarji dojemajo kot manj verodostojne od institucionalnih virov informacij, zlasti ko so njihovi pogledi kritični do vladajočih. Tako dobijo zanje relevantne teme manj prostora v medijih oziroma so predstavljene skozi oči elite. Dodatna težava je, da množična občila tudi družbene procese in širše problematike predstavljajo v obliki »epizodnih dogodkov« (Strentz 1989, 110) oziroma predstavijo samo »del dogodka« (Altheide 1976, 177), ne pa tudi vseh pomembnih vidikov, zato so težave zapostavljenih družbenih skupin reducirane na posamezne objave vredne dogodke. Velikokrat so to razne protestne akcije ali razdiralno vedenje, s čimer skupine ali organizacije skušajo pridobiti pozornost javnosti, na koncu pa le še utrjujejo stereotipe, ki se oblikujejo (tudi) skozi medijsko (ne)poročanje (Sigal 1973; Soley 1992; van Dijk 1996; Allan 2010).

Marginalizirane družbene skupine so v boljšem položaju, če se organizirajo in z ustreznimi taktikami skušajo pridobiti pozornost medijev. Manning (2001, 174–175) na primer opisuje štiri strategije, s katerimi so britanski sindikati v preteklosti skušali pridobiti dostop do medijev in spremeniti njihovo negativno poročanje. Najprej so se, prepričani, da so za sovražnost medijev krivi interesi njihovih lastnikov, borili za zakonsko omejevanje navzkrižnega lastništva medijev ali za uzakonitev pravice do repliciranja v primeru nepoštenega poročanja. Druga strategija je zajemala oglaševanje, različne kulturne produkcije in ustanavljanje neodvisnih komunikacijskih kanalov. Tretjo strategijo lahko označimo kot izvajanje pritiska na množične medije; sindikati so množična občila namreč odkrito obtoževali pristranskosti in nepoštenosti, dokaze pa posredovali tako različnim medijem kot tudi pristojnim organom. Četrta strategija pa je bila precej drugačna, saj so se sindikati proti sovražnemu poročanju začeli boriti s prilagajanjem množičnim medijem.

Zadnjega pristopa se še danes poslužujejo mnoge interesne skupine in družbena gibanja, ki podobno kot družbene elite vse bolj uporabljajo strategije odnosov z javnostmi. Davis (2000) uspeh teh strategij pripisuje štirim dejavnikom: ekonomskemu kapitalu, kulturnemu kapitalu, človeškemu virom in strateški uporabi. Podjetja se denimo v večji meri zanašajo na svoje ekonomske vire, saj težje zberejo kulturni kapital. Vlade lahko po drugi strani najučinkoviteje uporabijo vse štiri dejavnike, zato so tudi izjemno uspešne pri zagotavljanju rutinskega dostopa do medijev. Raznim skupinam pritiska velikokrat primanjkuje tako ekonomskega kot tudi kulturnega kapitala, kljub temu pa

lahko z določeno mero uspeha izkoristijo svoje človeške vire in strategije, ki se dobro vklaplajo v novinarsko rutino, sčasoma pa tako tudi do neke mere zgradijo svoj kulturni kapital.

4.3 Razmerja moči med novinarji in viri informacij

Eden osrednjih elementov novinarske ideologije je vloga novinarjev kot psov čuvajev, ki nenehno bdijo nad ravnanjem oblasti in so na lovu za informacijami, ki bi jih družbene elite rade prikrile. Berkowitz (2009, 104–107) odnos med novinarji in njihovimi viri informacij zato označuje kot boj za prevlado, pri čemer je od moči posameznega akterja odvisno, ali bo novinar pri svojem raziskovanju uspešen ali ne. Na novinarjevo moč vplivajo njegov staž in izkušnje, njegov položaj znotraj organizacije (če ima več svobode, lahko denimo dela pod manjšim časovnim pritiskom), pa tudi moč in ugled njegove organizacije (prav tam). Moč vira informacij je na drugi strani odvisna predvsem od njegovega položaja znotraj oblastne strukture, pa tudi od njegovih specifičnih znanj (Reese 1991, 324).

Reese (prav tam, 325–326) navaja štiri možne načine interakcije med novinarjem in virom informacij glede na njuno moč. Odnosi med šibkimi novinarji in šibkimi viri so najslabše raziskani; Reese kot primer zanje podaja alternativne medije in njihove vire informacij. Odnosi med močnimi novinarji in šibkimi viri se lahko izrazijo v marginalizaciji ali etičnih kršitvah, kot sta na primer uničevanje ugleda ali vdor v zasebnost, lahko pa tudi v raznih lahkotnih novicah o običajnih ljudeh. Močni viri na drugi strani s šibkimi novinarji ali mediji najpogosteje manipulirajo in si tudi sicer z različnimi strategijami prizadevajo, da bi položaj medija ali novinarja ošibili. Zadnja možnost so močni novinarji in močni viri informacij, ki se običajno povežejo v simbiotično razmerje. O slednjem, torej »simbiotičnem odnosu« (Willis 2007) ali »soodvisnosti« (van Dijk 1995b) družbenih elit in novinarjev, ki pri svojem delovanju potrebujejo drug drugega, pogosto beremo v literaturi, četudi večina avtorjev odnosa ne vidi kot povsem enakovrednega. Za Sigala (1973) imajo v tem sicer soodvisnem razmerju prednost uradni viri informacij, ki določajo, kaj so novice in kaj se je v resnici zgodilo. Podobno trdi Gans (2004, 116), ki odnos med novinarji in viri informacij vidi kot ples, v katerem sicer lahko vodijo eni ali drugi, toda najpogosteje vodilno vlogo prevzemajo viri informacij.

Za van Dijka (1995a, 12) je vprašanje moči posameznih akterjev povezano z nadzorom nad medijskim diskurzom; večjo moč imajo torej tisti akterji, ki lahko izbirajo oziroma določajo lastnosti diskurza, kot so kraj in čas, priprava, udeleženci, občinstva, govorna dejanja, jezik, stil, retorika in podobno. Iz tega zaključuje (1995b, 33), da je odnos med družbenimi elitami in mediji »medsebojna soodvisnost«, pri kateri medijske elite potrebujejo politične in korporativne elite kot vire informacij, slednje pa prek medijev izvajajo in legitimirajo svojo moč. Obe strani skupaj tako ustvarjata dominantne ideologije, toda mediji so tisti, ki nadzirajo novinarski diskurz in izkoriščajo svojo prepričevalno moč za nadzor ideološke reprodukcije v javnosti.

Nekoliko drugače vlogo medijev (in s tem novinarjev) v odnosu do virov informacij vidi Stuart Hall s sodelavci (1978), ki premoč elitnih virov informacij v novinarskih besedilih pojasnjuje skozi teorijo »primarnih opredeljevalcev« (ang. primary definers). Rutinizacija sporočanja procesa in (velikokrat formalno uveljavljena) zavezanost normam nepristranskosti, uravnoveženosti ter objektivnosti naj bi privedli do sistematičnega privilegiranja vplivnih in institucionalnih virov informacij, saj so njihova mnenja skladna s širokim družbenim konsenzom. Zaradi strukturiranega odnosa z mediji in preferenčne obravnave lahko ti viri informacij ponudijo primarno interpretacijo obravnavanega vprašanja, kar je posebej pomembno pri obravnavi kontroverznih tem. Četudi namreč novinarji za zadostitev kriterijem uravnoveženosti pridobijo alternativna mnenja, se morajo le-ta vselej odzvati znotraj okvira, ki ga je s svojo definicijo postavil primarni opredeljevalec, sicer veljajo za nepomembna. Hall in njegovi sodelavci tako množične medije postavljajo v pasivno vlogo sekundarnih opredeljevalcev, ki skozi novinarska besedila zgolj reproducirajo vladajočo ideologijo in potrjujejo obstoječa družbena razmerja moči.

Teorijo primarnih opredeljevalcev kritizirata Schlesinger in Tumber (1999), saj naj med drugim ne bi upoštevala dolgoročnih premikov v strukturi dostopa do medijev, hierarhije in boja med posameznimi primarnimi opredeljevalci, pa tudi vpliva virov iz ozadja prek posredovanja neuradnih informacij. Na tem mestu morda najpomembnejši očitek pa je, da Hall in njegovi sodelavci medije postavljajo v pretirano pasiven položaj, saj novinarjem odrekajo vsakršno možnost izpodbijanja ali zavračanja primarnih interpretacij elitnih uradnih virov. Kljub temu tudi Schlesinger in Tumber menita, da je rutinski dostop do medijev običajno privilegij ekonomskih in političnih elit in da

precejšnja pasivnost novinarjev pri zbiranju informacij razmerje moči nagiba v prid virom.

V literaturi lahko najdemo različne razlage za (vse bolj) podrejen položaj novinarjev in medijev v odnosu do družbenih elit, od lastništva in tržnih pritiskov, kakršne omenjata Herman in Chomsky (2015), do organizacijskih pritiskov ali profesionalnih vrednot, ki smo jih že obravnavali. Nekateri avtorji pa razvoj in vlogo novinarstva vidijo bolj pozitivno in novinarjem priznavajo zavestno ter namerno ravnanje v sporočanjaškem procesu namesto nezavednega reproduciranja interpretacij primarnih opredeljevalcev (Cottle 2003, 17). Moči v odnosu novinarjev in virov informacij torej ne smemo razumeti zgolj v kontekstu njihovih položajev, pač pa tudi njihove aktivnosti. Franklin (2011, 92–93) tako po zgledu Larssona raje govori o manj ali bolj aktivnih novinarjih ter virih informacij. Rezultat dveh pasivnih strani je tako »dokumentarno novinarstvo«, ki ne prinaša nobene dodane vrednosti, če je aktiven zgolj vir informacij, govorimo o »promocijskem novinarstvu«, ki ga zaznamuje novinarjevo nekritično povzemanje informacij. Zgolj aktivno novinarjevo delovanje pa je tisto, ki ga postavlja v vlogo »psa čuvaja« (ang. watchdog journalism) in mu omogoča učinkovito nadziranje oblasti ter varovanje javnega interesa.

4.4 Neimenovani viri informacij

Kakovost novinarja je odvisna od kakovosti virov, na katere se zanaša, meni Strentz (1989, 83), saj novinarsko besedilo javnosti ne koristi, če so njegovi viri informacij netočni, sebični in zavajajoči. Novinar mora zato skrbno izbirati svoje vire, njihove informacije preverjati, hkrati pa mora vire informacij tudi navesti in s tem občinstvu omogočiti, da oceni njihovo verodostojnost. Takšno ravnanje predpisuje tudi Kodeks novinarjev Slovenije, ki pa določa tudi, da se novinar z znanim virom informacij lahko dogovori za anonimnost, vendar le, »če informacij ni mogel pridobiti na drug način, objava pa je v javnem interesu« (Kodeks novinarjev Slovenije, 8. člen).

Vobič in Poler Kovačičeva (2015, 605) pišeta, da se slovenski novinarji pri dogovarjanju o zaupnosti vira informacij ne naslanjajo na enotne konvencije, pač pa ravnaajo zelo različno. Nekateri tako razlikujejo zgolj med viri, ki jih lahko identificirajo, in tistimi, ki želijo ostati anonimni, spet drugi se glede načina varovanja zaupnosti dogovorijo precej podrobno, na podlagi nekoliko kompleksnejših različic znane kategorizacije, ki zajema tri stopnje zaupnosti: *on the record* (novinar lahko objavi tako

informacijo kot tudi identiteto vira), *off the record* (novinar ne sme objaviti identitete vira, lahko pa preveri in povzame informacijo) in *off-off the record* (novinar mora informacijo zadržati zase in je ne sme niti preveriti niti objaviti). Poler Kovačičeva (2015) opozarja, da mora novinar, preden viru zagotovi zaupnost, presoditi njeno upravičenost. Zato mora premisliti, ali bi javnost sicer ostala brez pomembne informacije, ki je ni mogoče pridobiti na drugačen način, in upoštevati morebitne skrite namene vira informacij. Pomembno je tudi, da je novinar javnosti pripravljen razkriti razloge za varovanje identitete vira in kontekst ter ozadje nastajanja zgodbe. Pogosto se namreč dogaja, da novinarji virom informacij zaupnost obljublajo prehitro in brez tehtnih razlogov, čemur botrujejo tako specifične situacije posameznih novinarjev (njihovo strokovno znanje, etična drža, razumevanje poslanstva) kot tudi strukturni problemi novinarstva (prav tam, 585).

V Poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija je navedeno, da v oddajah te javne radiotelevizije uporaba izrazov, kot so govori se, pravijo, naj bi in podobno, ni zaželena, uporaba besednih zvez, kot so naš preverjeni vir, iz zanesljivega vira, iz dobro obveščениh virov, iz virov blizu ipd., pa je mogoča, »ko gre za uredništvu znan in verodostojen vir, ki pa ne želi biti imenovan« (RTV Slovenija 2000, 1.3. člen). Varovanje virov je podrobneje opredeljeno v 5.3. členu, ki med drugim določa, da mora novinar preveriti tako zanesljivost vira, ki ne želi biti imenovan, kot tudi zanesljivost njegovih informacij, če slednje ni mogoče, pa se mora prepričati vsaj o verodostojnosti vira informacij.

V tem poglavju smo osvetlili odnose med novinarji in njihovimi viri informacij. Prikazali smo, kako novinarji vire presojujejo in izbirajo ter opozorili na problem neenakega dostopa do medijskih objav in odvisnosti novinarjev od elitnih virov informacij, ki s tem do neke mere prevzemajo tudi vajeti sporočanja procesa. Na podlagi teh teoretičnih izhodišč bomo v empiričnem delu naloge preverjali, kako se v obravnavanih zunanjepolitičnih prispevkih kažejo vzorci dostopa virov informacij do medijskih objav in s tem možnosti njihovega vpliva na novinarska sporočila. Ker morajo dopisniki sami opraviti veliko nalog in se posvečati najrazličnejšim temam ter zato stopiti v stik z različnimi viri, z njimi najbrž ne gojijo posebej tesnih odnosov. Po drugi strani pa domnevamo, da zaradi časovnih stisk, ki jim onemogočajo dolgotrajno

preverjanje, iščejo verodostojne in pooblaščen vire, ki jim lahko ponudijo zanesljive informacije o določeni temi. Prav zato domnevamo, da elitni uradni (in znotraj teh predvsem politični) viri v veliki meri narekujejo vsebino novic o britanskem referendumu o izstopu iz Evropske unije.

5 NOVINARSKA OBJEKTIVNOST KOT VIR PRISTRANSKOSTI

Norma objektivnosti, ki je od novinarjev zahtevala ločevanje dejstev od vrednot, se je v novinarstvu uveljavila v 19. stoletju in postopoma postala sinonim za služenje javnemu interesu (Manning 2001; Allan 2010). Danes se zdi, da je letvica objektivnosti postavljena previsoko, da je pomen tega pojma preveč absoluten, zato novinarji pogosto raje govorijo o točnosti, poštenosti ali uravnoveženosti, ki se zdijo manj abstraktne in lažje uresničljive (Bennett 2003, 192). Ne glede na to, kako ga poimenujejo, pa velika večina novinarjev še vedno stremi k idealu objektivnosti (prav tam) in v njem vidi tako dosegljiv cilj kot tudi utemeljitev svoje vloge v družbi (Fiske 2011, 290).

Gans (2004, 183) je pri svojem opazovanju novinarjev ugotovil, da si ti prizadevajo biti objektivni v namenu (z osebno nevpletenostjo) in dejansko (z neupoštevanjem posledic svojih novinarskih besedil). Takšno pojmovanje objektivnosti jim omogoča celo vrednotenje in izražanje mnenj; če namreč namenoma izključijo osebne vrednote, potem »mnenja postanejo 'subjektivne reakcije', ki izhajajo iz objektivno zbranih dejstev« (prav tam, 183). Gans (prav tam, 185–186) tudi meni, da objektivnost še utrjujejo organizacijski mehanizmi in časovni pritiski, ki novinarjem ne dajejo možnosti, da bi se na neko zgodbo osebno navezali, pa tudi dobro plačilo (ki je sicer danes vse prej kot samoumevno), predvsem pa potreba po ščitenju novinarske verodostojnosti. Slednje opaza tudi Gaye Tuchman (1972), ki v novinarski objektivnosti vidi strateški ritual, s pomočjo katerega se skušajo novinarji spopadati s pritiski svojega dela in se zaščititi pred morebitnimi (ob)tožbami. Za doseganje objektivnosti uporabljajo naslednje štiri strategije:

- *Navajanje navzkrižnih stališč*: Novinarji morajo znati prepoznati »dejstva«, toda ker nekaterih trditev ne morejo preveriti, objavljajo različna nasprotujoča si stališča in sodbo o resničnosti le-teh prepustijo občinstvu.
- *Navajanje dokazov*: Včasih lahko novinarji trditve podprejo z dokazi oziroma z navedbo »dejstev«, ki veljajo za »resnična«.

- *Uporaba narekovajev*: Navedke novinarji dojemajo kot neke vrste dokaze. Z navajanjem mnenja vira informacij se novinar izključi iz zgodbe in pusti »dejstvom«, da govorijo sama zase.
- *Primerno zaporedje podajanja informacij*: Novinarji v svojih sporočilih informacije podajajo v obliki obrnjene piramide, od najbolj do najmanj pomembnih. Ta vidik objektivnosti je najbolj problematičen, saj se novinar od njega ne more distancirati; lahko se le sklicuje na svojo »novinarsko presojo«, ki mu omogoča »objektiven« izbor in razvrščanje posameznih »dejev«.

Vse te strategije služijo zagotavljanju dveh najpomembnejših gradnikov novinarske objektivnosti, ki jo Tuchmanova (1978) imenuje tudi »dejstvenost« (ang. facticity). Prvi je *ločevanje dejstev od mnenj* oziroma *nepriistransko poročanja brez vrednostnih sodb* (Iyengar in Kinder 1987; McManus 1994; McNair 1998), ki sicer novinarjem dopušča izražanje mnenj, a le pod pogojem, da je v novinarskih besedilih jasno razvidna ločnica med informacijami in komentarji (McNair 1994, 69), ki je denimo v radijskem in televizijskem novinarstvu »organizacijsko institucionalizirana z ločitvijo 'novic' in 'aktualno informativnih vsebin'« (Golding in Murdock 2015, 108). Drugi pomemben kriterij novinarske objektivnosti je *uravnoveženost* (Iyengar in Kinder 1987; McManus 1994; McNair 1998), ki mora biti izpolnjen tedaj, ko novinar predstavlja temo, o kateri imata najmanj dve strani različni stališči (McManus 1994, 146). Tudi interni novinarski kodeks RTV Slovenija (2000, 2.3.1. člen) določa: »V posamezni oddaji, ki obravnava za večino sporno temo, je treba predstaviti najširši možen obseg stališč in mnenj o tej temi. Z nepristransko držo novinarja/voditelja je treba poslušalcem in gledalcem omogočiti, da si o zadevi sami oblikujejo sodbo, ki bo temeljila na predstavljenih dejstvih.«

McManus (1994, 147) ugotavlja, da glavno oviro pri doseganju objektivnosti predstavljajo interesi medijskih lastnikov ali vlagateljev, ki na vsebino novinarskih objav vplivajo bodisi neposredno bodisi s posrednimi ukrepi, kot je zniževanje stroškov in posledična pasivizacija zbiranja informacij. Na kršitve objektivnosti poleg tega vplivajo še interesi družbenih elit, osebna pristranskost novinarja in človeška napaka. Poglavitna vloga profesionalne norme objektivnosti je predvsem v preprečevanju slednjih dveh kršitev, ugotavlja Bennett (2003, 191–192), ki pa hkrati opozarja na ironično dejstvo, da so novice najbolj pristranske prav takrat, ko skušajo novinarji normi objektivnosti tudi zadostiti. Da novice torej niso pristranske *kljub* profesionalnim

novinarskim standardom, ki naj bi pristranskost preprečili, pač pa prav *zaradi* njih. Tudi Tuchmanova (1972, 676), ki sicer navaja, da se novinarji dosledno držijo prej omenjenih postopkov zagotavljanja objektivnosti, opaža »jasno neskladje med zelenimi in doseženimi cilji«, poleg tega pa ne vidi jasne povezave med zastavljenim ciljem in uporabljenimi ukrepi.

Bennett (2003, 192–193) izpostavlja problem uravnoveženosti oziroma poštenosti, ki predvideva enakovredno predstavitev različnih stališč in mnenj. Prva težava je, kako kompleksna, večstranska vprašanja omejiti (in v tem pogledu tudi poenostaviti), da bo predstavitev stališč sploh mogoča. In katera stališča nato predstaviti? Skoraj brez izjeme je varneje predstaviti stališča znanih, predvidljivih skupin, ugotavlja Bennett (prav tam), sicer novinarja kaj hitro doletijo obtožbe pristranskosti. V medijih objavljena navzkrižna stališča tako pogosto predstavljajo le (precej enostranski) vzorec iz širokega spektra različnih mnenj, iz katerega so nekonvencionalna stališča večinoma izključena (Iyengar in Kinder 1987, 133). Če pa slednja že dobijo prostor v medijskih objavah, pa jim je po načelu uravnoveženosti odmerjena enaka količina časa kot uradnim, dominantnim stališčem. Takšna uravnoveženost je bolj navidezna, ugotavlja Bennett (2003, 193), saj učinkovito in razumljivo sporočanje novih idej zahteva bistveno več časa kot podajanje starih in znanih stališč.

V prejšnjih poglavjih smo že prikazali vpliv dnevnih rutin na potek novinarskega sporočanja procesa in pomen virov informacij ter njihove verodostojnosti. Kot ugotavljajo mnogi avtorji (Sigal 1973; Tuchman 1978; McNair 1998; Bennett 2003; Gans 2004 itd.), se v preseku zahtev po točnosti informacij in verodostojnosti virov na eni strani ter časovnih in organizacijskih pritiskov na drugi strani spet in spet znajdejo uradni viri informacij. Čeprav se novinarji zavedajo, da ima večina virov informacij (tudi družbene elite) lastne interese, pa nekateri od njih zahvaljujoč svojemu položaju v družbi poznajo več »dejstev«, kot pravi Tuchmanova (1972, 672), zato so njihove informacije bolj »točne«. Izpodbijanje legitimnosti institucionalnih virov in njihovih informacij bi uničilo novičarsko mrežo, saj bi morali novinarji podvomiti v vsako njihovo dejstvo, v vsak njihov dogodek, v vsako njihovo informacijo (Tuchman 1978, 87). Ker je torej verodostojnost uradnih virov sama po sebi umevna, je vzdrževanje iluzije objektivnosti novic pogosto odvisno od ozkega nabora pogledov, ki imajo dostop do medijskih objav (Bennett 2003, 199–200). Uravnoveženost tako ne pomeni več

predstavitve vseh pomembnih stališč, pač pa predstavitev pomembnih stališč *družbenih elit* (McNair 1998, 77).

Objektivnost kot novinarska norma je zgrajena na precej trhljih temeljih, trdi Bennett (2003, 214). Poročanje v medijih namreč kljub zavezanosti objektivnosti »ne samo priteguje in usmerja pozornost občinstev, temveč jo tudi odvraca od določenih tem« (Splichal 2014, 53). Kolikor virov je vključenih v medijske objave, jih je tudi izključenih iz njih in z vsako poenostavitvijo zgodbe se izgublajo pomembne informacije ter rahljajo povezave. Čeprav novice ne morejo biti objektivne, pa je pomembno, da se zdijo objektivne oziroma prepričljive (Bennett 2003, 214). Kot navaja McNair (1998, 65), torej koncept objektivnosti v prvi vrsti predstavlja poskus jamčenja kakovosti in poziv občinstvu, naj novinarskemu sporočilu verjame, četudi dejstva morda niso povsem znana. Manning (2001, 71), ki sicer priznava, da je objektivno novinarstvo v danih okoliščinah (predvsem v dnevnem poročanju) težko dosegljivo ali celo nedosegljivo, pa kljub vsemu svari pred opuščanjem tega cilja in ideala. Novinarji si morajo še naprej prizadevati, da bo njihovo poročanje temeljilo na upoštevanju vseh razpoložljivih in čim bolj nepristransko ovrednotenih dejstev, vztraja. Morda lahko Manningova stališča razumemo podobno kot Gansov (2004, 314–316) poziv po razvoju »večperspektivnega novinarstva«, ki bi slonelo na pridobivanju informacij od veliko večjega števila bolj razpršenih in manj dostopnih virov, informativne oddaje pa bi s tem postale daljše in bolj poglobljene. Tako bi lahko odpravili marsikatero slabost, ki objektivno novinarstvo peha v pristranskost.

Interni kodeks RTV Slovenija (2000) norme objektivnosti izrecno ne omenja, temveč jo nadomešča z uravnoteženostjo in nepristranskostjo, ki naj ju novinarji dosegajo z omogočanjem izražanja različnih mnenj in stališč, ne da bi katerim od njih dajali prednost. V empiričnem delu naloge bomo zato preverjali, ali novinarji v obravnavanih prispevkih tovrstno formalno uravnoteženost mnenj resnično zagotavljajo. Vendar pa kodeks RTV Slovenija (prav tam, 1.2. člen) še navaja, da nepristranskost ni zgolj »preprosto matematično uravnavanje«. Kot smo pojasnili v tem poglavju, vztrajanje pri tovrstni formalno »objektivni« in uravnoteženi predstavitvi različnih mnenj ter stališč, pravzaprav pogosto vodi v pristranskost, saj dostop do medijskih objav omejuje zgolj na določen krog virov, ki lahko novinarjem ponudijo tehtnejše, zanesljivejše,

verodostojnejše informacije. Uravnoteženost in nepristranskost bomo zato obravnavali tudi v kontekstu raznolikosti virov, ki imajo v obravnavanih zunanjepolitičnih objavah možnost izraziti svoja mnenja ter stališča.

6 TEZE, RAZISKOVALNA VPRAŠANJA IN METODOLOGIJA

V teoretičnem delu naloge smo predstavili potek sporočanja procesa in rutine, ki novinarjem lajšajo delo, a jih hkrati omejujejo, vlogo virov informacij, igre moči med vplivnimi viri informacij in novinarji, bližnjice, ki jih eni in drugi skušajo ubirati, ter možne vplive na kakovost novinarskega sporočanja. V empiričnem delu naloge, ki ga začnemo s tem poglavjem, pa bomo skušali teoretična spoznanja preveriti tudi na konkretnih primerih. Odločili smo se za analizo virov informacij v dveh osrednjih, paradnih in najbolj gledanih dnevnoinformativnih oddajah Televizije Slovenija, Dnevniku in Odmevih. Raziskovanje smo omejili na temo *brexita*, saj je to, kot smo že pojasnili, pomembna in aktualna zunanjepolitična tema, ki se glede na njeno članstvo v Evropski uniji tiče tudi Slovenije. Naj na tem mestu predstavimo obravnavano vsebino.

Izraz *brexit* (sestavljeno je iz angleških besed *Britain* in *exit/izstop*) označuje izstop Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske iz Evropske unije. Zavzemanja za izstop Združenega kraljestva iz evropskih povezav niso nov pojav, saj so se začela že kmalu po pridružitvi države tedanji Evropski gospodarski skupnosti (EGS) leta 1973. Leta 1975 so Britanci na referendumu prvič glasovali o obstanku države v EGS in ga s 67 % podprli (BBC 2015). S podpisom Maastrichtske pogodbe je Združeno kraljestvo na začetku leta 1993 postalo članica novoustanovljene Evropske unije (EU), ki se je še trdneje povezala in v naslednjih letih večkrat razširila, polemike okoli obstanka Združenega kraljestva v tej skupnosti pa so se nadaljevale (BBC 2015; Calamur 2016). Po nekoliko mirnejšem obdobju na prelomu tisočletja so se ob koncu prejšnjega desetletja pozivi po razpisu referendumu zopet okrepili. Leta 2010 je po parlamentarnih volitvah novi britanski premier postal vodja konservativne stranke David Cameron, ki si je začel prizadevati, da bi pomiril evroskeptike v svojih strankarskih vrstah, a brez uspeha. Ideja o izstopu iz EU je dobivala vse večji zagon, ki se je med drugim odrazil tudi v rastoči podpori populistični evroskeptični stranki UKIP (Mason 2016). Pod pritiskom svojih strankarskih kolegov je Cameron leta 2013 napovedal, da bo v primeru zmage na prihodnjih parlamentarnih volitvah do konca leta 2017 razpisal referendum, na katerem bodo Britanci lahko glasovali o prihodnosti Združenega kraljestva v EU

(BBC 2016a; Mason 2016). Ko je konservativna stranka na parlamentarnih volitvah leta 2015 osvojila absolutno večino poslanskih sedežev, poti nazaj ni bilo več (Kettle 2016) in še istega leta je kraljica v svojem govoru napovedala vložitev zakona o izvedbi referendumoma glede članstva Združenega kraljestva v EU (BBC 2016a).

V Bruslju se je Cameron močno zavzemal za novo, ohlapnejšo obliko britanskega članstva v EU, ki bi Britancem med drugim omogočila omejevanje priseljevanja iz drugih držav članic. Februarja 2016 je z drugimi evropskimi voditelji sklenil dogovor, ki je predvideval nekatere omejitve pri izplačevanju socialnih dodatkov delavcem iz drugih držav članic EU, toda mnogi kritiki so dogovor označili za nezadovoljivega (BBC 2016a). Zgolj delno uspešna pogajanja z Brusljem so med ljudmi utrdila vtis, da se EU ni pripravljena prilagajati. Zagovorniki izstopa Združenega kraljestva iz EU, ki so svoje argumente sprva gradili na poudarjanju gospodarskih učinkov in pomena suverenosti države, so hitro ugotovili, da je vprašanje nadzora nad priseljevanjem njihovo najmočnejše orožje (Mason 2016). Problem priseljevanja je že veliko pred zagonom uradne referendumske kampanje, ki se je pričela 15. aprila, poudarjal Nigel Farage, vodja stranke UKIP (BBC 2016a; Mason 2016).

Potem ko je Cameron v začetku leta 2016 oznanil, da se bodo lahko ministri konservativne stranke v referendumski kampanji zavzemali za izstop Združenega kraljestva iz EU, ne da bi ogrozili svoje ministrske položaje (BBC 2016a), se je veliko njegovih strankarskih kolegov dejavno vključilo v kampanjo za *brex*it (Kettle 2016). Ta se je zelo okrepila predvsem z vstopom dveh uglednih konservativnih politikov, poslanca in nekdanjega londonskega župana Borisa Johnsona ter pravosodnega ministra Michaela Gova, ki sta kampanjo za izstop popeljala na veliki politični oder (Mason 2016). Najvidnejša predstavnik zagovornikov obstanka Združenega kraljestva v EU sta bila na drugi strani poleg Camerona njegov strankarski kolega in tedanji finančni minister George Osborne ter vodja opozicijske laburistične stranke Jeremy Corbyn (Behr 2016; Calamur 2016). Zagovorniki izstopa so v kampanji poudarjali predvsem pomen varovanja lastnih meja in obljubljali finančne prihranke, medtem ko so nasprotniki izstopa iz EU opozarjali na negativne gospodarske posledice, ki bi jih le-ta prinesel (Behr 2016).

Rezultati javnomnenjskih raziskav, ki so v času kampanje kazali na precej izenačena razmerja moči med obema poloma, so se z bližajočim se referendumom vse bolj

nagibali v prid zagovornikov *brexita* (Calamur 2016; Grice 2016). 16. junija 2016, natanko teden dni pred referendumom, je neki moški napadel in ubil britansko laburistično poslanko in zagovornico obstanka Združenega kraljestva v EU Jo Cox (Booth, Dodd in Parveen 2016), kar je britanske politike spodbudilo h kratki prekinitvi referendumske kampanje (Stewart in Mason 2016). Prve javnomnenjske raziskave po tem tragičnem dogodku so pokazale, da se je podpora obstanku države v EU zopet okrepila, a učinek je bil le začasen (Kettle 2016; Wright 2016). 23. junija so Britanci na referendumu z 52 % izglasovali izstop iz EU, pri čemer je večina Valižanov in Angležev podprla izstop, medtem ko je večina Škotov in Severnih Ircev glasovala za obstanek (Wheeler in Hunt 2016).

Po razglasitvi rezultatov referendumoma je David Cameron napovedal svoj odstop s položaja predsednika vlade (Stewart, Mason in Syal 2016) in začelo se je iskanje njegovega naslednika. Na izide referendumskega glasovanja so se odzvali evropski voditelji, ki so odločitev britanskih volivcev obžalovali, mnogi pa so v njej videli tudi opozorilo Evropski uniji, naj še utrdi vezi (BBC 2016b). Zaradi razlik v glasovanju so se pojavila trenja znotraj Združenega kraljestva. Škotska premierka Nicola Sturgeon je poudarila, da želijo Škoti ostati del EU, in zagrozila z novim referendumom o škotski neodvisnosti (Cowburn 2016), na Severnem Irskem pa so se ob nezadovoljstvu druge najmočnejše stranke Sinn Féin pojavile napovedi referendumoma o združitvi celotnega irskega otoka (Humphries in Ferguson 2016). Referendumski izidi so sprožili pretres tudi na borzah in vrednost britanskega funta je dan po referendumu strmoglavila, a razmere so se sčasoma zopet stabilizirale (Belam 2016). Evropski voditelji so poudarili, da Združeno kraljestvo po izstopu iz EU ne more računati na dostop do prostega trga, če ne bo obenem zagotovilo tudi pravice do prostega pretoka delovne sile, poleg tega pa so se zavzeli za čim prejšnji začetek postopka izstopa (Henley in Rankin 2016).

V Združenem kraljestvu so se vrstili pretresi tudi v taboru zmagovalcev. Nigel Farage je, potem ko je svoj cilj dosegel, odstopil s položaja predsednika stranke UKIP (Mason, Booth in Gentleman 2016), Borisa Johnsona, ki so mu na Otoku pripisovali največ možnosti za prevzem premierskega položaja, pa je z vložitvijo kandidature za vodjo konservativne stranke prehitel Michael Gove (Elgot 2016a). Slednji je nato iz bitke izpadel v drugem krogu glasovanja, po umiku kandidature zadnje konkurentke Andree Leadsom pa je položaj zasedla Theresa May, ki je 13. julija postala tudi nova predsednica britanske vlade (McSmith 2016; Stone 2016). Mayeva, ki se je pred

referendumom zavzemala za obstanek Združenega kraljestva v Evropski uniji, je tako prevzela odgovornost za izpeljavo postopka izstopa države iz EU (Stone 2016). Evropskim voditeljem je pojasnila, da si bo Združeno kraljestvo za priprave na izstop vzelo dovolj časa (Elgot 2016b), ustanovila pa je tudi novo Ministrstvo za *brex*it, se bo s to nalogo ukvarjalo (Wheeler in Hunt 2016). Po sprožitvi 50. člena Lizbonske pogodbe bo pričel teči dveletni rok, v katerem se bo moralo Združeno kraljestvo z državami EU dogovoriti o pogojih ločitve (prav tam).

V nadaljevanju poglavja bomo najprej predstavili teze, ki jih bomo z analizo prispevkov preverjali, nato pa bomo razgrnili še metodološki načrt naloge.

6.1 Teze

Uradni viri informacij so glede na kriterije, ki jih novinarji v veliki meri upoštevajo pri izboru virov, v prednostnem položaju, saj veljajo za verodostojnejše in bolj relevantne ter informativne, pa tudi novinarske rutine in norma objektivnosti tehtnico prevešajo njim v prid. To so namreč viri, ki so tako rekoč »'pooblaščen'i za dajanje informacij« (Drame 1994, 303), saj so nosilci funkcij v različnih skupnostih, organizacijah ali službah in zato tudi predstavniki le-teh. Neuradni viri informacij na drugi strani predstavljajo posameznike, ki so bodisi udeleženci dogodkov ali pa predstavljajo svoja osebna mnenja in stališča (prav tam). Mnoge empirične študije (na primer Sigal 1973; Berkowitz 1986; Poler Kovačič 2004a; 2004b) pričajo o visokem deležu uradnih virov informacij v novinarskih objavah. Glede na teoretične temelje in rezultate raziskav, pa tudi glede na to, da je predmet naše analize pomembna zunanjepolitična tema, pri kateri je pričakovati visoko angažiranost političnih akterjev, domnevamo:

T1: Uradni, predvsem pa politični viri informacij imajo visoko prevladujoč dostop do medijskih objav.

V1: Kako se kažejo razlike v strukturi virov pred referendumom in po njem?

Kot smo pisali v tretjem poglavju, potek novinarskega dela pogosto narekujejo časovni roki in logistična organizacija oziroma potrebe po razporejanju novinarjev in snemalnih ekip, kar novinarje sili v rutinizacijo zbiranja informacij. Številne empirične študije (Sigal 1973; Berkowitz 1986; Berkowitz in Beach 1993; Poler Kovačič 2004b) pričajo o tem, da se dejavno novinarsko preiskovanje (intervjuji, udeležba na kraju nenapovedanega dogodka, samostojne analize in proučevanje literature) umika

rutinskim oblikam zbiranja informacij (tiskovne konference in drugi napovedani dogodki, sporočila za javnost, objave drugih medijev). Ker poleg tega proučujemo zunanjepolitično temo, kjer se mora Televizija Slovenija večinoma zanašati na poročanja dopisnikov, domnevamo:

T2: Novinarji se pri zbiranju informacij o brexitu večinoma zanašajo na rutinske kanale, medtem ko je dejavnega novinarskega raziskovanja malo.

Vse omenjene raziskave tudi kažejo povezavo med uradnostjo virov in rutinizacijo zbiranja informacij, saj si prav elitni viri lahko v večji meri privoščijo prirejanje medijskih dogodkov, ki jih znajo tudi ustrezno prilagoditi novinarskim zahtevam. Naša tretja teza se torej glasi:

T3: Rutinsko so zbrane predvsem informacije uradnih virov, medtem ko pri neuradnih virih prevladuje aktivno novinarsko delo.

V tretjem poglavju smo obravnavali odvisnost medijev od tiskovnih agencij, predvsem na področju zunanjepolitičnih vsebin. Televizija Slovenija ima sicer v Londonu in Bruslju po enega oziroma dva dopisnika, menimo pa, da to ne zadošča za zadovoljivo poročanje o tako pomembni temi. Zato domnevamo:

T4: Pri poročanju se novinarji v veliki meri zanašajo na gradiva tiskovnih agencij.

T5: V agencijskih gradivih prevladujejo rutinsko zbrane informacije in uradni viri informacij, medtem ko informacije neuradnih virov novinarji pretežno zberejo sami.

Informacije, ki niso pripisane virom, pri gledalcih zbuje dvom (Carlson in Franklin 2011, 1), saj jim natančna identifikacija vira omogoča presojanje njegovih informacij. Verodostojni viri jamčijo za verodostojnost novinarskega sporočila, za verodostojne pa veljajo predvsem uradni viri informacij, ki občinstvu že s svojo funkcijo dokazujejo, da so njihove informacije točne in resnične. Naša naslednja domneva se torej glasi:

T6: Viri, od katerih je novinar pridobil informacije, so v novinarskih prispevkih večinoma jasno razvidni oziroma natančno identificirani, tako da jih lahko gledalec prepozna, pri čemer je delež jasno razvidnih virov med uradnimi viri višji kot med neuradnimi viri.

Ker uradni viri informacij veljajo za verodostojnejše, imajo njihove informacije praviloma večjo težo in veljajo za pomembnejše. Poleg tega elitni viri večinoma bolje poznajo značilnosti televizije in zahteve televizijskega govora, zato domnevamo:

T7: Uradni viri informacij v novinarskih prispevkih igrajo pomembnejšo vlogo, ki se kaže v obliki aktivnejše prisotnosti, daljših tonskih izsekov in daljšega skupnega časa, namenjenega viru.

Izstopu Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske je nasprotovala večina nosilcev oblasti tako na Otoku in v Evropi kot tudi pri nas. Ker prav oblastniki v veliki meri vplivajo na vsebino medijev (če ne drugače, medije pritegnejo s svojo objavno vrednostjo), domnevamo:

T8: Nasprotniki izstopa Združenega kraljestva iz Evropske unije imajo večji dostop do medijskih objav, v njih pa igrajo tudi pomembnejšo vlogo, ki se kaže v obliki daljšega skupnega časa, ki jim je v prispevkih namenjen, aktivnejše prisotnosti in daljših neposrednih izjav.

6.2 Metodologija

Pri oblikovanju metodologije smo se zelo oprli na raziskavo Melite Poler Kovačič (2004a), predstavljeno v knjigi *Novinarska (iz)virnost: Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*, ki na podlagi analize novinarskih besedil slovenskih tiskanih medijev zelo sistematično proučuje vire informacij. Tudi pri našem raziskovanju smo torej uporabili metodo kvantitativne analize vsebine, ki smo jo zasnovali po zgledu avtorice, pri čemer smo postavljene teze v večini testirali s hi-kvadrat testom.

Pri analizi virov informacij smo se omejili na oddaji Dnevnik in Odmevi, ki predstavljata paradni in najbolj gledani ter s tem tudi najvplivnejši oddaji dnevnoinformativnega programa Televizije Slovenija. Analizirali smo vzorec prispevkov o (morebitnem in nato izglasovanem) izstopu Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske iz Evropske unije (na kratko *brexita*), ki so bili v omenjenih oddajah na Televiziji Slovenija predvajani med 15. aprilom in 23. julijem 2016. Začetek zastavljenega časovnega okvira predstavlja dan pričetka uradne referendumske kampanje, raziskovanje pa smo zaključili natanko mesec dni po referendumu. Enoto vzorca je predstavljal posamezen novinarski prispevek na temo *brexita*, pri čemer smo upoštevali tako prispevke o referendumski kampanji kot tudi tiste o (vidnih in

napovedanih) posledicah izglasovanega *brexita*, odzivih na izide referendumov, oblikovanju nove britanske vlade ter pogovorih in dogovorih glede izpeljave britanskega izstopa iz Evropske unije. Enoto analize je predstavljal vir informacij, ki je bil bodisi neposredno prisoten bodisi povzet (če je bilo iz novinarjevih besed razvidno, da povzema informacije, ki jih je pridobil od vira). Posamezen vir informacij smo v prispevku šteli le enkrat, četudi je prispevek vključeval več njegovih izjav ali informacij (pri čemer smo merili tudi kumulativni čas vseh podanih izjav ali navedkov posameznega vira).

Spremenljivke in merjene vrednosti smo oblikovali po zgledu Melite Poler Kovačič (2004a); ker pa smo v nasprotju z avtorico analizirali televizijske prispevke z zunanjepolitično temo in ker je bil seštevek enot analize precej manjši, smo morali večino spremenljivk nekoliko prirediti. Prve tri (oddaja, žanr in datum objave) smo prilagodili analiziranemu mediju in obravnavani temi, kategorije podtipov družbenega statusa (4) smo morali preoblikovati zaradi majhnega števila in specifične strukture virov, pri kanalih zbiranja informacij (5) smo izpustili kategorijo neformalnih, saj jih v analiziranih prispevkih nismo zasledili, obdržali pa smo spremenljivki razvidnost (7) in mnenje (10). V analizi, predstavljeni v članku *Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij*, je Poler Kovačičeva (2004b) merila tudi velikost virov informacij (število stavkov), medtem ko smo v naši analizi zaradi posebnosti televizijskega medija vlogo virov proučevali s pomočjo treh spremenljivk, s katerimi smo merili tako skupni čas, namenjen virom (8), kot tudi njihovo bolj ali manj aktivno prisotnost (9.) in dolžino njihovih izjav (10). Ker smo analizirali prispevke z zunanjepolitično vsebino, pa smo dodali še spremenljivko, s katero smo merili, koliko informacij so novinarji pridobili neposredno od virov in koliko prek agencijskih gradiv (6). Spremenljivke in merjene vrednosti natančneje predstavljamo spodaj:

1. Oddaja:

- *Dnevnik.*
- *Odmevi.*

2. Žanr:

- *Vest.*
- *Poročilo.*
- *Izjava.*

- *Intervju.*

3. Datum objave:

- *Pred referendumom:* od 15. aprila do vključno 23. junija 2016.
- *Po referendumu:* od 24. junija do vključno 23. julija 2016.

4. Družbeni status vira informacij:

1. *Uradni viri:* institucionalni viri informacij, predstavniki institucij, organizacij, društev, ki »'govorijo' po svoji funkciji« (Poler Kovačič 2004a, 99).

- *Britanska vlada:* britanski predsednik vlade, ministri, vladni uradi in agencije, predstavniki škotske, severnoirske in valižanske vlade ter britanska policija.
- *Britanska politika:* predstavniki britanskih strank in britanski poslanci.
- *Institucije EU:* predsedniki Evropske komisije, Evropskega sveta in Evropskega parlamenta, poslanci Evropskega parlamenta, evropski komisarji, Evropska centralna banka.
- *Države EU:* predstavniki vlad, političnih strank in parlamentov držav članic Evropske unije.
- *Slovenska vlada in politika:* slovenski predsednik vlade, ministri, sekretarji, vladne agencije in uradi, predstavniki slovenskih političnih strank in Državnega zbora Republike Slovenije.
- *Tuje vlade in institucije:* vlade držav, ki niso članice EU, predstavniki mednarodnih organizacij, kot sta Nato in Mednarodni denarni sklad.
- *Poslovni in finančni subjekti:* predstavniki podjetij, bank, zavarovalnic.
- *Strokovnjaki:* profesorji in akademiki, ki podajajo svoje strokovno mnenje, finančni, politični in drugi analitiki.
- *Mediji in javnomnenjske raziskave:* medijske objave, rezultati javnomnenjskih raziskav.
- *Drugi uradni viri:* institucionalni viri informacij, ki jih nismo mogli uvrstiti v nobeno od zgornjih kategorij.

2. *Novinar:* novinar Televizije Slovenija podaja svoja dognanja, opažanja, analize.

3. *Neuradni viri:* državljani posamezniki, družbena gibanja in civilne pobude.

4. *Nedoločljivi viri:* viri, ki jih ni mogoče razvrstiti v katero od zgornjih kategorij, saj niso imenovani; npr. je bilo rečeno, naj bi, govori se, slišali smo, špekulira se itd.

5. Kanali zbiranja informacij: Ugotavljali smo, na kakšen način je novinar od vira pridobil informacije; je spraševal in preiskoval na lastno pobudo ali se je udeležil napovedanih dogodkov in povzemal informacije, ki so mu jih posredovali viri sami. Kodirali smo lahko samo kanale pridobivanja informacij, ki so bili razvidni iz novinarskih objav (denimo posnetek z novinarske konference ali pa intervju v studiu, na cesti ipd.)

- *Rutinski kanali:* napovedani dogodki, tiskovne konference, sporočila za javnost, mediji.
- *Aktivni kanali:* na novinarjevo pobudo izvedeni intervjuji, novinarjeva neposredna udeležba na kraju dogodka, neodvisno proučevanje literature in statističnih podatkov, novinarjeva lastna analiza.
- *Nedoločljivo:* iz novinarskega prispevka ni mogoče zanesljivo določiti, kako je novinar pridobil informacijo.

6. Prvotni stik z virom informacij: S pomočjo te spremenljivke smo ugotavljali, kdo je bil tisti, ki je informacije pridobil neposredno od vira; kdo je torej posnel izjavo ali zbral informacije, ki jih novinar povzema.

- *Novinar:* iz prispevka lahko razberemo, da je novinar informacije pridobil sam (npr. vir informacij je v studiu, na posnetku je viden novinar ali mikrofona Televizije Slovenija).
- *Agencija:* iz prispevka lahko razberemo, da je novinarju informacije vira posredovala tiskovna agencija (npr. ob koncu prispevka ni oznak snemalca, v kadru ni mikrofona Televizije Slovenija, novinar navaja, da je informacije pridobil od tiskovne agencije)
- *Nedoločljivo:* iz novinarske objave ni mogoče razbrati, kdo je informacije pridobil neposredno od vira.

7. Razvidnost vira informacij: S pomočjo te spremenljivke smo ugotavljali, kako razpoznaven je vir informacij, ali so v prispevku predstavljene vse informacije, s pomočjo katerih lahko gledalec vir identificira ter s tem tudi oceni njegovo verodostojnost.

- *Jasno razviden:* vir je predstavljen z imenom in priimkom (ter po potrebi tudi funkcijo), tako da je jasno razpoznaven.
- *Delno razviden:* vir ni jasno razpoznaven; predstavljen je zgolj s slikovnim materialom in/ali imenom brez navedbe priimka, navedena je samo funkcija vira

brez natančne navedbe njegovega imena (npr. škotska vlada, na finančnem ministrstvu itd.).

- *Nerazviden*: vira gledalec ne more razpoznati (govori se, naj bi, slišali smo ipd.).

8. Skupni čas, namenjen viru informacij: S spremenljivko smo ugotavljali, koliko skupnega časa je bilo posameznemu viru v posameznem prispevku namenjenega, pri čemer smo sešteli skupno dolžino vseh informacij, ki jih je vir informacij podal v neposrednih izjavah in/ali ki jih je po viru informacij povzel novinar.

- *Kratek*: 1–9 sekund.
- *Srednje dolg*: 10–19 sekund.
- *Dolg*: 20 sekund in več.

9. Prisotnost vira informacij: Vire smo kodirali glede na to, kako so glede na slikovni in tonski material prisotni v posameznem prispevku, pri čemer smo upoštevali najvišjo kategorijo, ki jo je vir informacij v posameznem prispevku dosegel. Če je torej vir del informacij podal v neposredni izjavi, del njegovih informacij pa je povzel novinar, smo njegovo prisotnost kodirali kot zelo aktivno. Sprva smo oblikovali štiri kategorije, ki pa smo jih morali naknadno zaradi zelo nizkih vrednosti v eni od njih združiti v naslednje tri kategorije:

- *Zelo aktivna*: vir je prisoten s sliko in neposredno izjavo.
- *Srednje aktivna*: vir je prisoten samo s slikovnim materialom, medtem ko njegove informacije povzema novinar.
- *Neaktivna*: vir, čigar informacije povzema novinar, ni prisoten s slikovnim materialom.

10. Dolžina tonskega izseka: Pri vsakem viru, ki je bil v prispevku aktivno prisoten (ki je torej svojo izjavo podajal neposredno), smo merili dolžino njegovih izjav oziroma tonskih izsekov (ang. sound bite), v končnem izračunu pa smo nato upoštevali samo najdaljšo izjavo, ki jo je posamezen vir v posameznem prispevku podal.

11. Mnenje vira informacij: Kodirali smo zgolj vire informacij iz prispevkov pred referendumom (do vključno 23. junija 2016), pri čemer smo upoštevali mnenje, ki ga je vir izrazil neposredno ali ki je bilo razvidno iz konteksta. Če mnenje vira informacij ni bilo razvidno, smo ga uvrstili v tretjo kategorijo.

- *Za izstop Združenega kraljestva iz Evropske unije*.
- *Proti izstopu Združenega kraljestva iz Evropske unije*.

- *Nedoločljivo*: mnenje vira informacij iz prispevka ni razvidno.

7 ANALIZA POROČANJA TELEVIZIJE SLOVENIJA O BRITANSKEM REFERENDUMU O IZSTOPU IZ EVROPSKE UNIJE

V zastavljenem časovnem obdobju smo v obeh analiziranih oddajah identificirali skupno 97 enot vzorca, od tega 55 enot v Dnevniku in 42 enot v Odmevih, pri čemer moramo opozoriti, da smo k Odmevom šteli tudi posebno oddajo, ki je bila po zaprtju volišč na dan referendum predvajana v sklopu Odmevov. V obeh oddajah so žanrsko prevladovala poročila (v Dnevniku s kar 52 %, medtem ko jih je bilo v Odmevih 38 %), precej je bilo tudi intervjujev z novinarji, zlasti dopisniki (28% v Dnevniku in 14% v Odmevih), v Odmevih pa je bil s 14 % relativno velik tudi delež intervjujev s strokovnjaki in politiki. Presenetilo nas je, da so bili v analiziranem obdobju do 16. junija, ki ga je zaznamoval umor laburistične poslanke Jo Cox, v Dnevniku objavljeni zgolj trije prispevki na temo *brexita* (prvi proti koncu aprila, drugi sredi maja in tretji dan pred umorom), medtem ko v Odmevih pred tem datumom prispevkov sploh ni bilo. V izbranih prispevkih oddaje Dnevnik smo identificirali 221 enot analize, v vzorcu prispevkov iz Odmevov pa 137 enot analize. Žal je zaradi precej bornega poročanja pred referendumom skupni vzorec, na katerem smo testirali postavljene teze, precej skromen, saj skupno obsega zgolj 358 enot. Zaradi majhnega vzorca tudi nismo proučevali razlik med uporabo virov v Dnevniku in Odmevih, temveč smo obdržali enoten vzorec.

7.1 Družbeni status virov informacij

V Tabeli 7.1 so prikazani deleži virov informacij glede na družbeni status. Razumljivo največji delež odpade na britansko vlado in politiko (skupno 26 %), veliko jih predstavlja tudi države Evropske unije, medtem ko so slovenska vlada in politika ter institucije Evropske unije nekoliko slabše zastopane. Kljub temu moramo omeniti, da vsi vladni in politični viri skupno predstavljajo prek 60 % vseh uporabljenih virov informacij. Neuradni viri informacij predstavljajo 8 % vseh virov, pri čemer so z izjemo dveh vsi običajni britanski državljani posamezniki (v veliki večini so to ljudje, ki izražajo svoje stališče glede *brexita* ali svoje mnenje o izidih referendum, v štirih primerih pa gre za priče umora Jo Cox). Preostala dva vira sta v Združenem kraljestvu

živeča Slovenka in skupina protestnikov, ki je po razglasitvi izidov referendumu protestirala proti britanskemu izstopu iz EU.

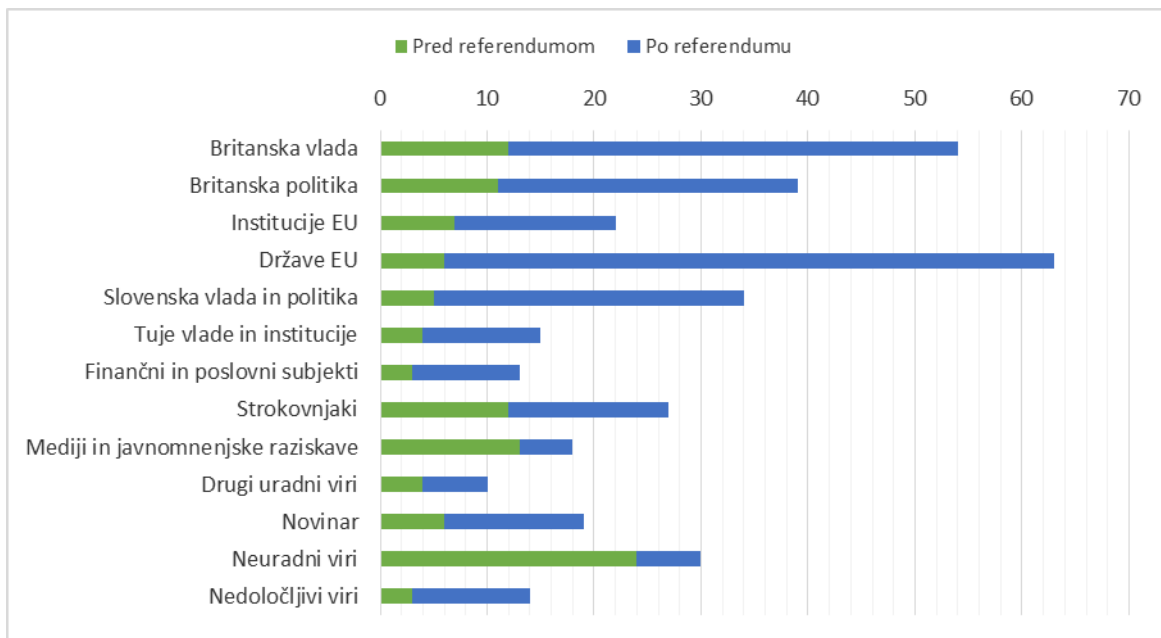
Tabela 7.1: Delež virov glede na družbeni status

	Družbeni status vira	Frekvenca	Odstotek
Uradni	Britanska vlada	54	15%
	Britanska politika	39	11%
	Institucije EU	22	6%
	Države EU	63	18%
	Slovenska vlada in politika	34	9%
	Tuje vlade in institucije	15	4%
	Finančni in poslovni subjekti	13	4%
	Strokovnjaki	27	8%
	Mediji in javnomnenjske raziskave	18	5%
	Drugi uradni viri	10	3%
Novinar	Novinar	19	5%
Neuradni	Neuradni viri	30	8%
	Nedoločljivi viri	14	4%
	Skupno	358	100%

Preverili smo tudi, ali so glede na datum objave opazne kakšne razlike v strukturi uporabljenih virov informacij. Skupno je sicer število virov informacij iz prispevkov pred referendumom (110) več kot dvakrat manjše od števila virov, ki smo jih identificirali v prispevkih po referendumu (248). S spodnjega grafa (glej Sliko 7.1) je razvidno, da je po referendumu zelo poskočil delež vladnih in političnih akterjev (predvsem slovenskih in evropskih), medtem ko je v predreferendumskih prispevkih »nastopalo« več neuradnih virov informacij, strokovnjakov in virov s področja javnomnenjskih raziskav ter medijev. Skupni delež vladnih in političnih virov informacij (upoštevaje tudi mednarodne vlade in institucije) je denimo v prispevkih po referendumu s 73 % bistveno presegel delež teh virov iz obdobja pred referendumom

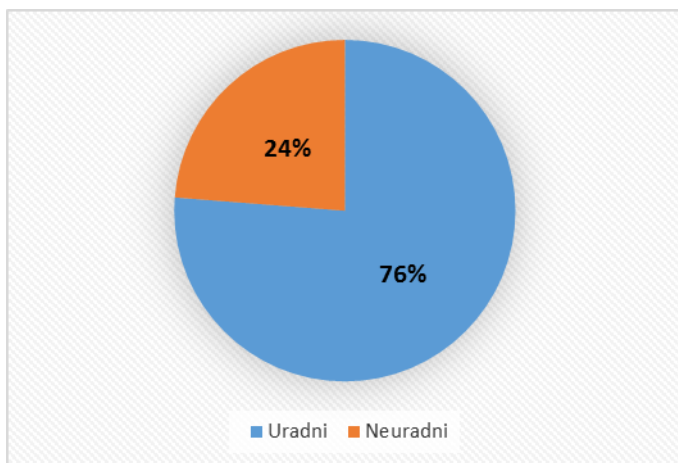
(41 %). Ti rezultati so odraz dejstva, da je *brexit* po referendumu postal vroče politično vprašanje; srečanja evropskih politikov so se kar vrstila, vse več vprašanj pa so novinarji začeli zastavljati tudi slovenskim politikom.

Slika 7.1: Družbeni status virov glede na datum objave

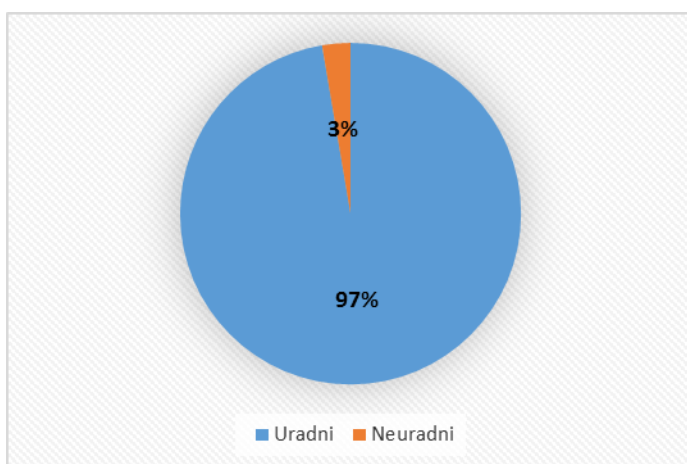


Zanimiva sta tudi spodnja grafa (glej Sliko 7.2 in Sliko 7.3), ki kažeta, kako se je razmerje med deležema uradnih in neuradnih virov informacij po referendumu prevesilo v prid prvih. Ko smo izmed vseh virov informacij odšteli nedoločljive in novinarja kot vir informacij, nam je ostalo še 325 enot. Na tem vzorcu smo nato izračunali deleža uradnih in neuradnih virov informacij.

Slika 7.2: Delež virov glede na družbeni status pred referendumom



Slika 7.3: Delež virov glede na družbeni status po referendumu



Skupno so uradni viri informacij predstavljali kar 91 % vseh virov, medtem ko je bilo neuradnih zgolj 9 %. Zanimivo pa je, da kar 80 % slednjih odpade na čas pred referendumom (24 % vseh virov), medtem ko je v mesecu po referendumu dostop do medijskih objav dobilo le še šest neuradnih virov oziroma 3 % v tem obdobju uporabljenih virov informacij. S hi-kvadrat testom smo izračunali, da je datum objave statistično povezan z družbenim statusom virov ($\chi^2 = 34,459$; sig. = 0,000; C = 0,319).

Glede na pridobljene podatke lahko potrdimo prvo tezo, da imajo prevladujoč dostop do novinarskih objav uradni viri informacij, med katerimi zelo izstopajo vladni in politični viri. Hkrati smo tudi ugotovili, da so razlike v dostopu posebej očitne v obdobju po referendumu, saj je z izglasovanjem izstopom Združenega kraljestva iz Evropske unije *brexita* postal vroče politično vprašanje.

Za vse nadaljnje analize smo iz vzorca izločili novinarja kot vir informacij (19 enot), saj so nas predvsem zanimali tisti viri, od katerih novinar informacije pridobiva, tako da nam je ostalo skupno še 339 enot analize.

7.2 Rutinizacija zbiranja informacij in uporaba agencijskih gradiv

Ker smo želeli čim bolj izčrpno analizirati načine zbiranja informacij v zunanjepolitičnih prispevkih, smo se odločili za uporabo dveh različnih spremenljivk. Najprej smo bili pozorni na to, prek katerih kanalov je novinar (ne nujno novinar Televizije Slovenija) pridobil informacije neposredno od v prispevku navedenega vira. Palmer (2000, 6) je ob proučevanju Sigalove (1973) raziskave namreč opozoril na dejstvo, da slednji ni raziskal izvornega stika z virom informacij, temveč je denimo pridobivanje informacij od agencijskih virov uvrstil med neformalne kanale, četudi so

bile informacije »pri izvoru« morda pridobljene rutinsko ali aktivno. Naj na tem mestu še opomnimo, da smo sicer medijske objave, denimo komentarje posameznih medijev, ki jih je novinar v prispevku navedel (na agencije se novinarji niso izrecno sklicevali), v nasprotju s Sigalovo opredelitvijo po zgledu Poler Kovačičeve (2004a), pa tudi McManusa (1994) uvrstili med rutinske kanale. Iz Tabele 7.2 je razvidno, da so rutinski kanali zbiranja informacij zelo prevladujoči, saj je bilo rutinsko zbranih kar tri četrtine informacij. Pri štirih odstotkih enot načina zbiranja informacij z analizo vsebine ni bilo mogoče določiti.

Tabela 7.2: Delež virov glede na kanale zbiranja informacij

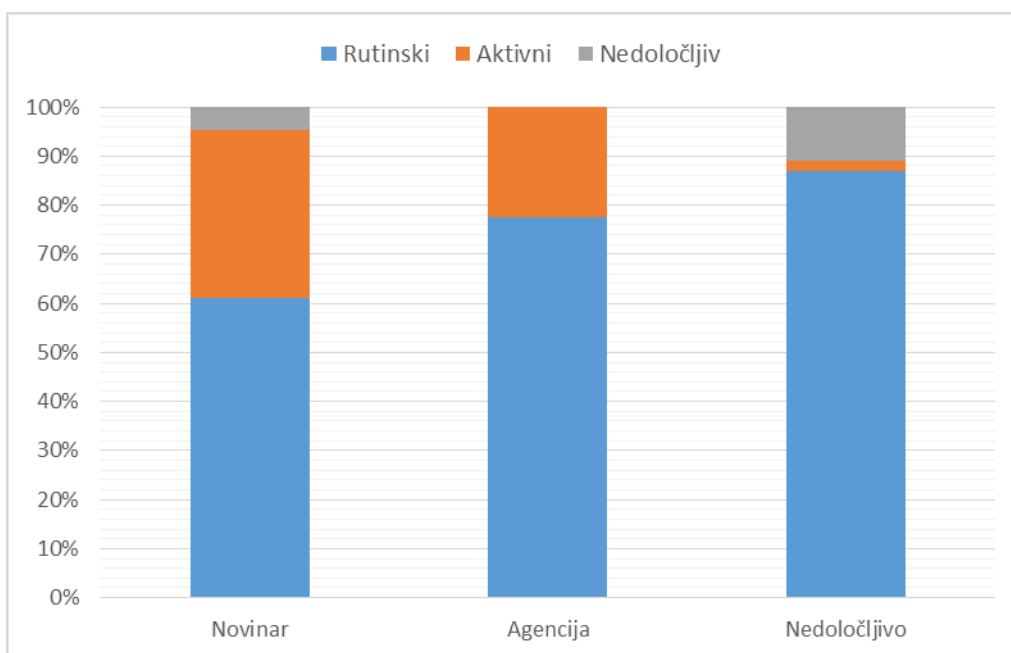
Kanali zbiranja informacij	Frekvenca	Odstotek
Rutinski	254	75%
Aktivni	70	21%
Nedoločljivi	15	4%
Skupno	339	100%

Ker smo pričakovali, da Televizija Slovenija vseh predvajanih prispevkov o *brexitu* ne bo posnela sama, pač pa se bo poslužila tudi agencijskega materiala, smo v drugem koraku skušali proučiti, kolikšen je delež virov, od katerih so informacije pridobile tiskovne agencije, in kolikšen je tistih, od katerih so informacije pridobili novinarji Televizije Slovenija. Izkazalo se je, da je analiza vsebine nezadovoljiva metoda za ugotavljanje prvotnega stika z virom informacij, saj za kar 26 % virov informacij ni bilo mogoče ugotoviti, kdo je informacije pridobil neposredno od njih. Predvsem to velja za vire, katerih informacije je novinar povzemal. Četudi jih je namreč pospremil agencijski slikovni material, ni bilo mogoče z gotovostjo trditi, da novinar informacij, o katerih poroča, ni pridobil sam ali prek kakega drugega vira (medijev ipd.). Ocenjevali smo precej konzervativno, zato smo vir v eno ali drugo kategorijo uvrstili le, kadar smo bili res prepričani, da tja tudi sodi. Boljši metodi za tovrstno raziskovanje bi bili bržkone opazovanje z udeležbo ali primerjalna analiza agencijskih materialov in prispevkov Televizije Slovenija. Sicer pa smo lahko pri 34 % virov določili, da je informacije od njih pridobil novinar, medtem ko je bila agencija odgovorna za 40 % stikov z viri. Tezo 4, da je veliko informacij zbranih s pomočjo agencij, tako sicer lahko potrdimo, a glede na visok delež virov, ki jim nismo mogli določiti izvora, in glede na precej izenačena

preostala deleža, obenem ne moremo (po)trditi, da so se pri poročanju o *brexitu* novinarji zanašali *večinoma* na agencijska gradiva.

V naslednjem koraku smo preverili, prek katerih kanalov so informacije pridobivali novinarji Televizije Slovenija in kako so informacije zbirale agencije. S Slike 7.4 je razvidno, da so tako novinarji kot agencije informacije večinoma pridobivali rutinsko, pri čemer je delež novinarjevega aktivnega dela nekoliko večji.

Slika 7.4: Deleži kanalov zbiranja informacij glede na prvotni stik z virom



Kljub vsemu moramo opozoriti na nekatere težave. Zaradi velikega deleža virov informacij, kjer izvorni stik ni bil določljiv, smo v grafu prikazali tudi to kategorijo. Kot lahko vidimo, v njej s skoraj 90 % prevladujejo rutinski kanali in če bi tudi te vire informacij lahko uvrstili v preostali dve kategoriji, bi se njuna deleža aktivno zbranih informacij še zmanjšala. Poleg tega moramo omeniti, da agencijsko gradivo selekcionira novinar Televizije Slovenija, zato iz rezultatov ne moremo sklepati, da navedeni deleži tudi dejansko prikazujejo, kako agencije zbirajo informacije (o obravnavani temi). Prikazujejo le, kakšne agencijske materiale so novinarji Televizije Slovenija uporabili.

Ko smo iz obeh kategorizacij izločili vire informacij, ki jih nismo mogli ustrezno uvrstiti, nam je ostalo še 242 enot. Na teh smo preverili povezanost prvotnega stika z virom in kanalov zbiranja informacij. Ugotovili smo, da sta kategoriji sicer statistično povezani, je pa njuna povezanost zelo šibka (glej Tabelo 7.3). Kot smo že opozorili, je

sicer veljavnost te ugotovitve precej vprašljiva, saj za dobro četrtno virov nismo mogli določiti, kdo je od njih pridobil informacije.

Tabela 7.3: Povezanost prvotnega stika z virom s kanali zbiranja informacij

Prvotni stik z virom	Kanali zbiranja informacij		
	Rutinski	Aktivni	Skupno
Novinar	64	36	100
Agencija	110	32	142
Skupno	174	68	242

$\chi^2 = 4,620$; DF = 1; sig. = 0,032; C = 0,146

Ker so agencijske vsebine s stališča novinarjev Televizije Slovenija pridobljene rutinsko, o čemer smo pisali v tretjem poglavju, smo v naslednjem koraku vse vire, katerih informacije so bile pridobljene s pomočjo agencije, uvrstili med rutinske kanale. Delež s stališča novinarjev Televizije Slovenija aktivno zbranih informacij se je tako skrčil na zgolj 15 %, medtem ko so novinarji po rutinskih poteh pridobili kar 85 % informacij. Če bi k temu prišteli še neopredeljeno kategorijo, v katero sodi 82 virov, zgolj v dveh primerih pa so novinarji informacije od njih pridobili z aktivnim raziskovanjem, bi se delež rutinskih kanalov povzpел celo na 88 %. Z gotovostjo lahko torej potrdimo drugo domnevo, da je zbiranje informacij pretežno rutinsko, medtem ko je dejavnega novinarskega raziskovanja (zelo) malo.

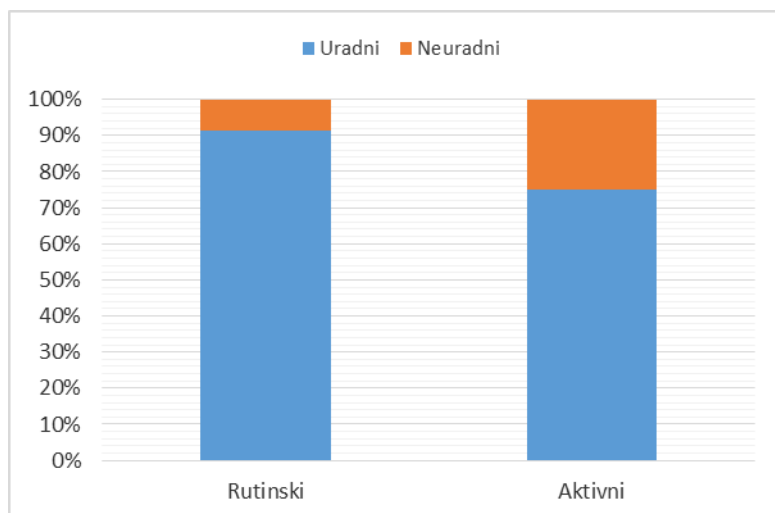
7.3 Povezanost družbenega statusa virov z načini zbiranja informacij

Povezavo med družbenim statusom virov informacij in kanali zbiranja informacij smo najprej preverili glede na »prečiščene« vrednosti kanalov zbiranja informacij, pri čemer smo vse agencijsko zbrane vire uvrstili med rutinske, nedoločljivih pa nismo upoštevali. Povezanost spremenljivk smo tako lahko preverjali na vzorcu 242 enot.

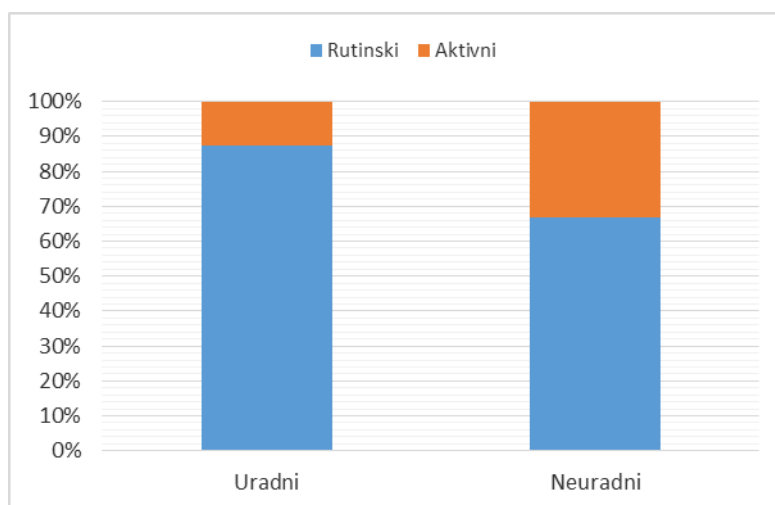
S Slike 7.5 je razvidno, da tako med rutinsko kot tudi med aktivno zbranimi viri informacij prevladujejo uradni viri, medtem ko so neuradni v obeh kategorijah v manjšini. Tak rezultat je glede na dejstvo, da je neuradnih virov izjemno malo, razumljiv. Kljub temu lahko vidimo, da je s 25 % delež neuradnih med aktivno zbranimi viri precej večji od tistega med rutinsko zbranimi viri (9 %), kar pa lahko prej pripišemo zelo majhnemu vzorcu aktivno zbranih virov, ki predstavljajo zgolj 17 % vseh upoštevanih virov informacij, kot pa dejanskemu veliko aktivnejšemu zbiranju

neuradnih virov. S Slike 7.6 lahko namreč razberemo, da so tako uradni kot tudi neuradni viri zbrani predvsem rutinsko. Med uradnimi rutinsko zbrani viri prevladujejo s kar 87 %, medtem ko je rutinsko zbranih neuradnih virov 67 %.

Slika 7.5: Deleži kanalov zbiranja informacij glede na družbeni status virov



Slika 7.6: Deleži družbenega statusa virov glede na kanal zbiranja informacij



Preverili smo povezanost obeh obravnavanih spremenljivk in, kot je razvidno s tabele 7.4, se je izkazalo, da je družbeni status virov statistično (šibko) povezan s kanali zbiranja informacij. Kljub temu lahko tretjo tezo potrdimo le deloma. Res je sicer, da so bile informacije uradnih virov v veliki večini zbrane rutinsko in da je ta delež večji kot pri neuradnih virih, vendar pa je tudi pri slednjih stopnja rutinizacije zbiranja informacij zelo visoka. Novinarji so namreč informacije neuradnih virov le v tretjini primerov pridobili z aktivnimi načini zbiranja.

Tabela 7.4: Povezanost kanalov zbiranja informacij z družbenim statusom virov

Kanali zbiranja informacij	Družbeni status virov informacij		
	Uradni	Neuradni	Skupno
Rutinski	188	18	206
Aktivni	27	9	36
Skupno	215	27	242

$\chi^2 = 6,618$; DF = 1; sig. = 0,01; C = 0,181; Fisherjev test: sig. = 0,009

Zanimivo je, da je tudi Poler Kovačičeva (2004a) pri svoji raziskavi poročanja tiskanih medijev o mnenjih glede vstopa Slovenije v zvezo Nato ugotovila precej visoko stopnjo (55 %) rutinskega zbiranja informacij neuradnih virov, pojasnila pa jo je s pomembnostjo teme, ki je tudi neuradne vire spodbudila k vzpostavljanju rutinskih kanalov sporočanja. V našem primeru lahko razloge iščemo drugje, saj razen v enem primeru (demonstracije) neuradni viri niso iskali stikov z novinarji prek vzpostavljanja rutinskih kanalov, pač pa so novinarji Televizije Slovenija uporabili agencijska gradiva, v katerih so »nastopali« neuradni viri informacij.

Prav to smo preverjali v nadaljevanju. Naša peta teza je bila namreč, da so bile prek tiskovnih agencij zbrane pretežno informacije uradnih virov, medtem ko so informacije neuradnih virov pretežno zbrali novinarji sami. Tezo lahko ponovno potrdimo le deloma. V agencijskem materialu sicer z 88 % res visoko prevladujejo uradni viri informacij, a slika virov, ki so jih pridobili novinarji sami, ni prav nič drugačna, saj kaže zgolj 10 % neuradnih virov.

Tabela 7.5: Povezanost prvotnega stika z družbenim statusom virov

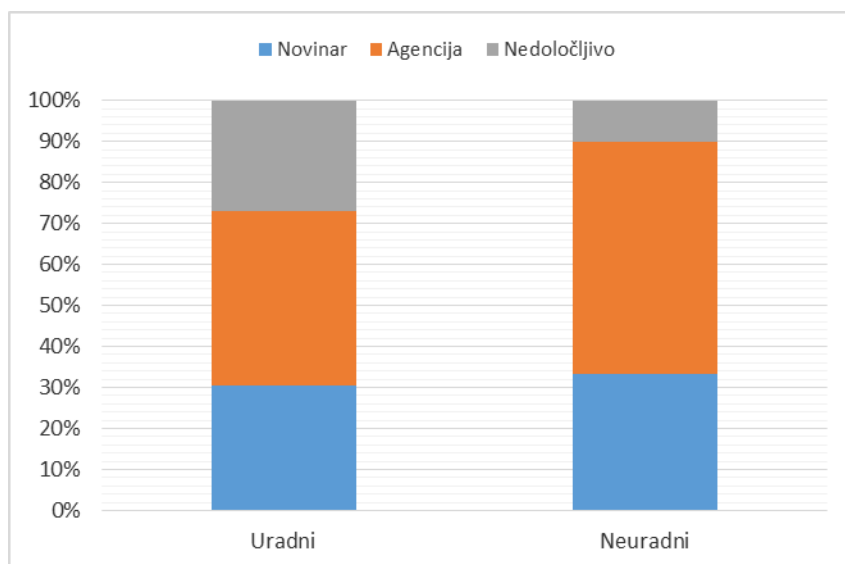
Prvotni stik z virom informacij	Družbeni status virov informacij		
	Uradni	Neuradni	Skupno
Novinar	90	10	100
Agencija	125	17	142
Skupno	215	27	242

$\chi^2 = 0,074$; DF = 1; sig. = 0,785; C = 0,031; Fisherjev test: 2/sig. = 0,683; 1/sig = 0,396

Povezanost spremenljivk smo preverili tudi s hi-kvadrat testom, ki je pokazal, da med tem, kdo je informacije prvotno zbral, in družbenim statusom virov ni statistične povezave (glej Tabela 7.5).

Kot je razvidno s Slike 7.7, med uradnimi viri z 42 % prevladuje delež agencijskih, medtem ko novinarski obsegajo 31 % vseh uradnih virov. Preostali delež odpade na vire informacij, kjer izvornega stika ni bilo mogoče določiti. Zanimivejši so deleži v drugem stolpcu, ki kažejo, da agencijski viri obsegajo kar 56 % vseh uporabljenih neuradnih virov. Ob tem velja opozoriti, da je število neuradnih virov tako majhno, da se tehtnica zelo hitro nagne v eno ali drugo smer. Glede na pridobljene rezultate pa drugega dela pete teze ne moremo potrditi.

Slika 7.7: Deleži družbenega statusa virov glede na prvotni stik z virom

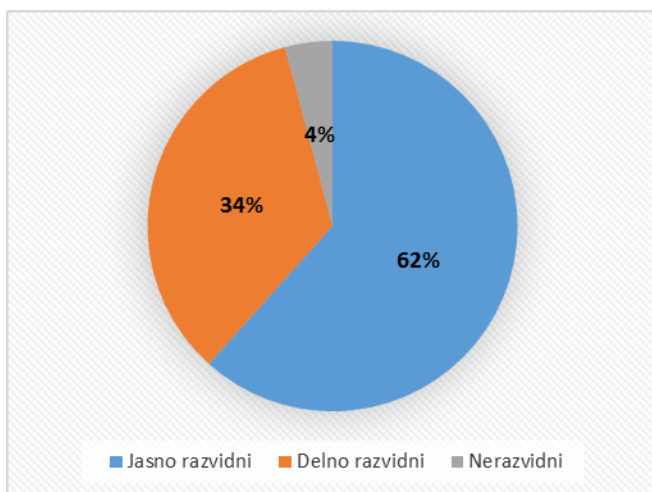


Pričakovali smo, da bodo med agencijskimi viri informacij visoko prevladovali uradni viri, kar se je tudi izpolnilo, vendar nismo pričakovali, da bo agencijskih tudi več kot polovica neuradnih. Takšna razmerja lahko pripišemo dejstvu, da sta referendumski kampanja (v času katere je bila zbrana velika večina informacij neuradnih virov) in referendum potekala v Združenem kraljestvu, kjer ima Televizija Slovenija eno samo dopisnico, ki sama preprosto ne more zaobjeti in prikazati celote družbene kompleksnosti problema. Če je torej Televizija Slovenija denimo želela pridobiti mnenja običajnih prebivalcev Škotske ali Severne Irske, je bila primorana uporabiti agencijske materiale.

7.4 Razvidnost virov informacij

S Slike 7.8 lahko razberemo, da je bila večina virov informacij (62 %) v novinarskih prispevkih o *brexitu* jasno razvidnih, približno tretjina jih je bila delno razvidnih, medtem ko je bilo nerazvidnih virov malo, zgolj 4 %.

Slika 7.8: Delež virov glede na razvidnost



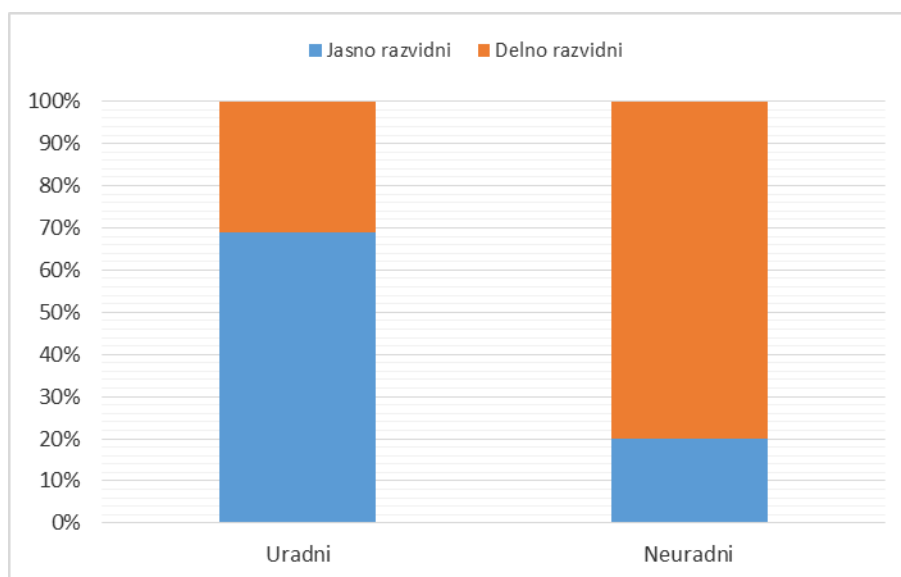
Ker smo domnevali, da se med uradnimi viri informacij kaže višja stopnja jasno razvidnih kot med neuradnimi, smo izbrani spremenljivki testirali s hi-kvadrat testom (glej Tabela 7.6). Iz analize smo izločili nerazvidne vire informacij, saj jim nismo mogli pripisati družbenega statusa. Med uradnimi viri informacij je bilo jasno razvidnih slabih 70 %, medtem ko je bilo med neuradnimi takšnih zgolj 20 % (glej Slika 7.9), statistično povezanost spremenljivk pa je potrdil tudi izračun. Šesto tezo, da so viri informacij večinoma jasno razvidni, pri čemer je med uradnimi delež jasno razvidnih višji, torej lahko potrdimo.

Tabela 7.6: Povezanost razvidnosti virov z družbenim statusom

Razvidnost virov informacij	Družbeni status virov informacij		
	Uradni	Neuradni	Skupno
Jasno razvidni	203	6	209
Delno razvidni	92	24	116
Skupno	295	30	325

$\chi^2 = 26,182$; DF = 1; sig. = 0,000; C = 0.283

Slika 7.9: Deleži družbenega statusa virov glede na razvidnost



Razvidnost uradnih virov je precej visoka, glede na to, da razvidnost vira dokazuje tudi njegovo verodostojnost in glede na rezultate raziskave Poler Kovačičeve (2004a), ki kažejo celo prek 80 % visoko razvidnih virov, pa smo pričakovali, da bo odstotek jasno razvidnih virov še nekoliko višji. Razlog nekoliko nižje stopnje razvidnosti lahko iščemo v tem, da smo obravnavali zunanjepolitično temo, tem pa je običajno namenjenega manj programskega časa kot domačim temam, zato morajo biti novice pogosto bolj zgoščene in poenostavljene. Poleg tega smo lahko zasledili precej neposrednih vklopov novinarjev, kjer je novinar povzema in pojasnjeval dogajanje. Zaradi kombinacije teh dejavnikov so bili tudi uradni viri večkrat imenovani kot »analitiki«, »nekateri strokovnjaki«, »Nemčija«, »Evropska unija«, »konservativna stranka« ipd., brez natančnih navedb imen in funkcij. Neuradni viri informacij so na drugi strani imeli zgolj ilustrativno vlogo, predstavljali so mnenje enega izmed množice, zato njihova imena na zaslonu večinoma niso bila prikazana. Reich (2011) sicer navaja, da se novinarji od manj verodostojnih virov (med katere neuradni viri običajno tudi sodijo) distancirajo z doslednejšim pripisovanjem in identificiranjem virov, vendar pa je na televiziji to moč doseči že s prikazom vira in njegove neposredne izjave.

7.5 Vloga virov informacij glede na njihov družbeni status

V teoretičnem delu naloge smo pisali, da uradni viri veljajo za verodostojnejše, njihove informacije so pomembnejše, nenazadnje pa so tudi vajeni nastopanja pred kamero. Zato smo domnevali, da imajo v medijskih objavah tudi pomembnejšo vlogo. Ker smo analizirali televizijske novice, smo vlogo virov analizirali skozi čas, ki jim je namenjen,

njihovo (bolj ali manj aktivno) prisotnost v televizijskih prispevkih in dolžino njihovih tonskih izsekov (ang. sound bites) oziroma izjav. Ugotovili smo, da so v analiziranih prispevkih s slabo polovico (48 %) prevladovali viri, ki jim je bilo skupno namenjenega do 9 sekund časa, 32 % virov je v prispevkih nastopalo srednje dolgo, zgolj 20 % pa jih je prispevalo informacije, ki so skupno trajale 20 sekund in več. Dobra polovica virov (51 %) je bila poleg tega v prispevkih prisotna »v sliki in besedi«, 13 % jih je bilo prisotnih s slikovnim materialom in novinarjevim povzetkom, v 36 % primerov pa je novinar zgolj povzegal informacije vira, medtem ko slednji ni bil prisoten niti s svojo podobo. Kot smo že omenili, smo vsak vir kodirali glede na najvišjo kategorijo, doseženo v posameznem prispevku; če je denimo določen vir informacij 6 sekund govoril, nato pa je novinar še 10 sekund povzegal njegove informacije, smo vir uvrstili med zelo aktivne.

S Slike 7.10 je razvidno, da bilo med neuradnimi viri informacij več kot dvema tretjinama (70 %) namenjenega malo časa, 20 % se jih je uvrstilo v srednjo kategorijo, medtem ko je bilo veliko časa (20 sekund in več) namenjenega zgolj 10 % neuradnih virov. Tudi med uradnimi viri največji delež (46 %) dosegajo tisti s kratkimi informacijami, tretjina (33 %) je srednje dolgih, najmanjši delež (21 %) pa odpade na tiste, ki jim je bilo namenjenega veliko časa. V primerjavi z neuradnimi se pri uradnih virih na račun kratkih povečata tako delež srednje dolgih kot tudi delež dolgih virov. Tabela 7.7 kaže, da sta spremenljivki statistično povezani, a je povezanost zelo šibka.

Slika 7.10: Deleži družbenega statusa virov glede na skupni čas, ki jim je namenjen

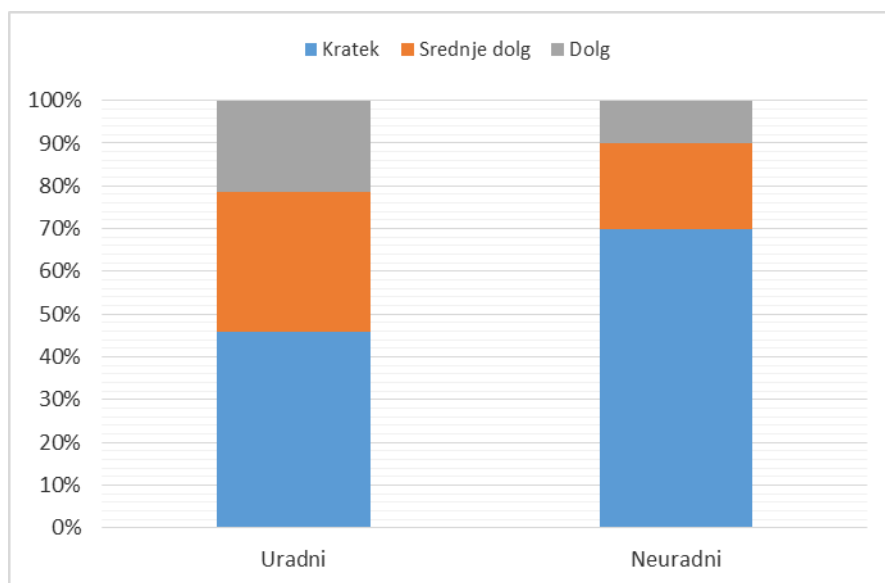


Tabela 7.7: Povezanost družbenega statusa virov s količino skupnega časa, ki jim je namenjen

Družbeni status virov	Skupni čas, namenjen viru informacij			
	Kratek	Srednje dolg	Dolg	Skupno
Uradni	135	97	63	295
Neuradni	21	6	3	30
Skupno	156	103	66	325

$\chi^2 = 6,488$; DF = 2; sig. = 0,039; C = 0,140

Slika 7.11 prikazuje, kakšne so razlike v prisotnosti virov informacij glede na njihov družbeni status. Izkazalo se je, so neuradni viri celo bolj aktivni od uradnih, saj so lahko kar v 70 % svoje mnenje izrazili z lastnimi besedami. Takih je bilo na drugi strani zgolj 51 % uradnih virov. Deloma bi lahko rezultate razložili s tem, da »aktivnost« vira, torej prisotnost v sliki in besedi, tega tudi identificira. Prikaz neposredne izjave ima tako podobno vlogo kot dosledna uporaba narekovajev, o čemer je pisala Tuchmanova (1972); novinar se tako namreč lahko distancira od izjave vira. Srednje aktivnih virov je med uradnimi (15 %) nekoliko več kot med neuradnimi (7 %), podobno pa velja tudi za neaktivne vire, ki jih je med uradnimi kar 34 %, med neuradnimi pa 23 %. Kljub tem razlikam Tabela 7.5.2 razkriva, da družbeni status virov informacij ni statistično povezan z njihovo prisotnostjo.

Slika 7.11: Deleži družbenega statusa virov glede na njihovo prisotnost

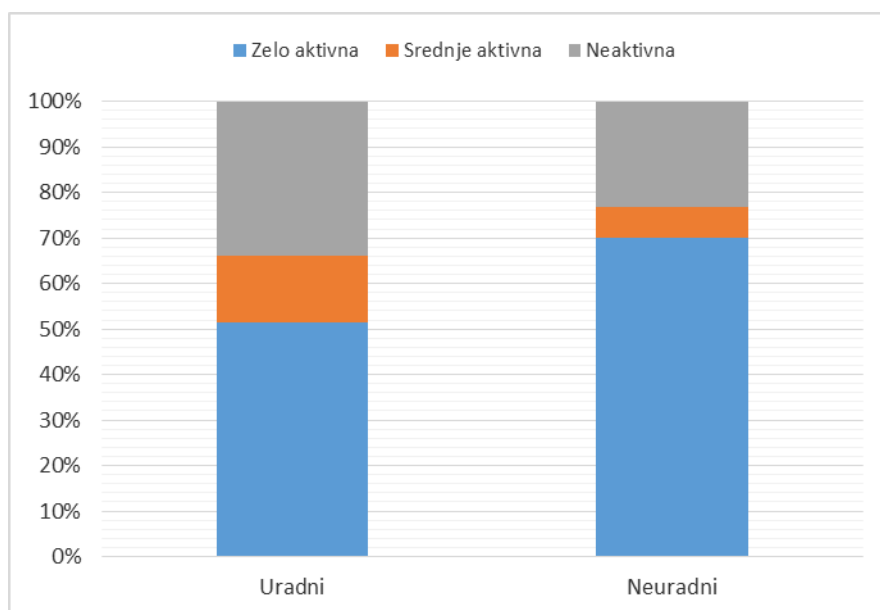


Tabela 7.8: Povezanost družbenega statusa virov z njihovo prisotnostjo

Družbeni status virov	Prisotnost virov			
	Zelo aktivna	Srednje aktivna	Neaktivna	Skupno
Uradni	152	43	100	295
Neuradni	21	2	7	30
Skupno	173	45	107	325

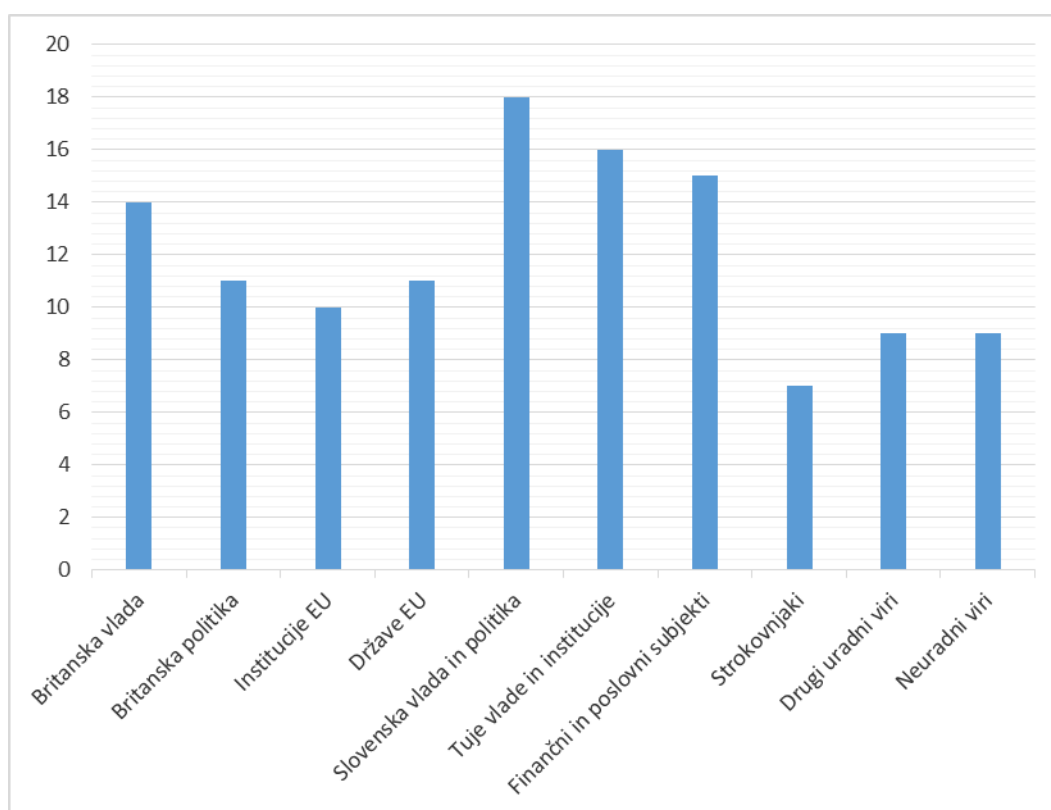
$\chi^2 = 3,900$; DF = 2; sig. = 0,142; C = 0,109

Zadnja spremenljivka, s katero smo preverjali, ali je vloga virov informacij odvisna od njihovega družbenega statusa, je dolžina tonskega izseka. V tem primeru smo računali zgolj povprečno dolžino tonskega izseka glede na posamezni podtip družbenega statusa vira. Naj povemo, da smo iz analize v tem primeru izključili intervjuje, saj bi upoštevanje intervjujev sliko preveč popačilo, še posebej zato, ker je vzorec virov majhen. Izključili smo tudi kategorijo mediji in javnomnenjske raziskave, saj viri iz te kategorije v prispevkih niso bili zelo aktivno prisotni. Na Sliki 7.12 so razvidne povprečne dolžine tonskih izsekov glede na podtipe družbenega statusa vira informacij. Najdlje so v prispevkih lahko govorili predstavniki slovenske vlade in politike (18 s), sledijo jim tuje vlade in institucije (16 s), finančni in poslovni subjekti (15 s) ter britanska vlada (14 s). Daljši tonski izseki za slovensko vlado in politiko pa so razumljivi; prav vlada je namreč tista, ki je po razglasitvi rezultatov referendum v največji meri odgovarjala na vprašanja, kakšne posledice lahko pričakuje Slovenija, pa tudi Evropska unija. Predstavniki slovenske vlade in politike so za novinarje veliko lažje neposredno dosegljivi kot predstavniki evropske in britanske politike, s slovenskega vidika pa so tudi bolj relevantni. Poleg tega pa, kot pravi Tuchmanova (1978, 24), televizije veliko raje uporabijo svoj material kot agencijskega, in sicer tudi v primerih, ko je kakovost slednjega boljša.

Najslabše so se glede na dolžino neposrednih izjav s sedmimi sekundami odrezali strokovnjaki, medtem ko so bile v študiji Crossove (2010), ki je primerjala tonske izseke virov informacij v času volilne kampanje v Kanadi, prav izjave strokovnjakov najdaljše (13 s). Na tem mestu bi lahko zopet argumentirali, da *brexit* ni naša notranjepolitična tema in kot taka ne zahteva toliko pozornosti strokovnjakov. Po drugi

strani pa smo iz klasifikacije izločili intervjuje, ki bi pripomogli k precej večji povprečni dolžini tonskega izseka strokovnjakov, saj je bilo v času naše študije v Odmevih predvajanih sedem intervjujev s strokovnjaki (od tega trije pred referendumom), v Dnevniku pa eden. Presenečeni smo bili tudi nad splošno povprečno dolžino tonskih izsekov, saj empirične raziskave (Cross 2010, Cushion 2015) kažejo, da so ti vse krajši in redko presegajo 10 sekund, je pa dolžina tonskih izsekov na javnih televizijah pogosto daljša kot na komercialnih televizijah.

Slika 7.12: Povprečna dolžina tonskega izseka glede na družbeni status virov



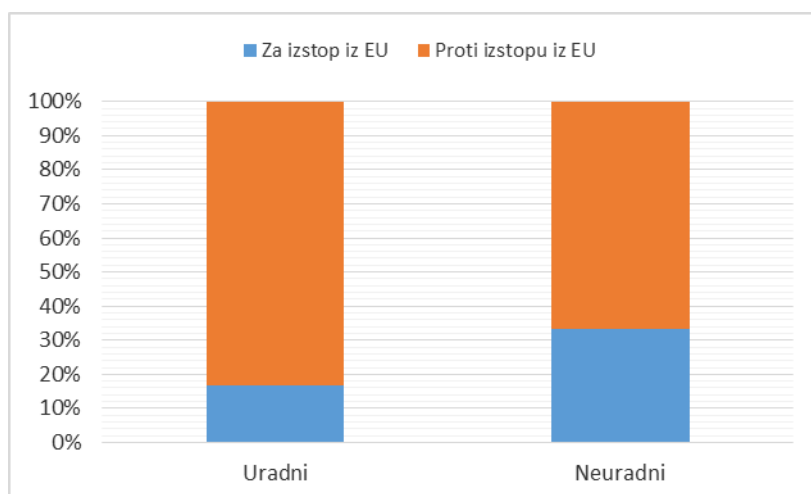
Če povežemo vse tri spremenljivke, s katerimi smo merili pomembnost vira, sedme domneve ne moremo povsem potrditi. Uradnim virom je namenjenega več časa, vendar je razlika precej majhna, statistična povezava med spremenljivkama pa zelo šibka, neuradni viri pa so celo bolj aktivni od uradnih, vendar tam statistične povezave med spremenljivkama ni moč zaznati. Tonski izseki neuradnih virov so sicer res krajši (povprečna dolžina tonskega izseka uradnih virov je 12 s, pri neuradnih pa znaša 9 s), vendar pa smo pri vseh treh spremenljivkah pričakovali občutnejše razlike v prid uradnih virov informacij. Dobro bi bilo, če bi nam uspelo zbrati nekoliko večji vzorec, saj je predvsem vzorec neuradnih virov res majhen, kar vpliva tudi na zanesljivost dobljenih rezultatov. Sicer pa časovnih komponent tudi sicer ne smemo razumeti

dobesedno, kot pravi Bennett (2003.), saj enaka količina časa ne pomeni nujno tudi enake količine informacij, kot tudi ne pravične razdelitve, v kateri ima vsak enako možnost učinkovitega komuniciranja. Vendar pa smo z uporabo kvantitativne analize vsebine bolj ali manj omejeni na prav tako merjenje dostopa.

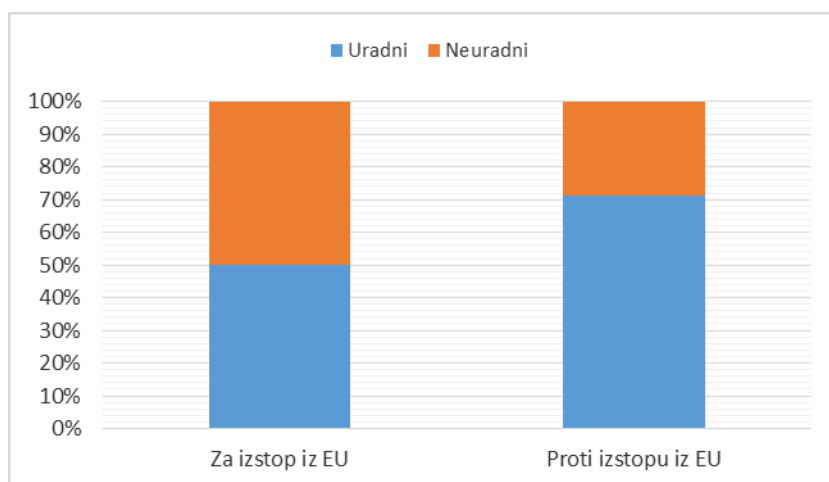
7.6 Mnenja virov informacij

Nazadnje smo analizirali še mnenja virov informacij o britanskem izstopu iz Evropske unije, pri čemer smo upoštevali samo vire informacij iz prispevkov pred referendumom. Glede na precej skromno predreferendumsko poročanje o *brexitu* v izbranih oddajah Televizije Slovenija, smo uspeli zbrati vzorec zgolj 54 virov informacij, ki so izražali svoje mnenje glede britanskega izstopa iz EU, medtem ko 56 virov svojega mnenja ni izrazilo. Izkazalo se je, da so imeli nasprotniki *brexita* izrazito prevladujoč dostop do medijskih objav, saj je več kot tri četrtine (78 %) obravnavanih virov izrazilo mnenje proti izstopu Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske iz Evropske unije, medtem ko jih je zgolj 22 % britanski izstop zagovarjalo. Analizirali smo tudi, ali imajo morda eni ali drugi v novinarskih objavah pomembnejšo vlogo, vendar statistično pomembnih razlik nismo zaznali. Nasprotniki izstopa iz Evropske unije so bili sicer v nekoliko večji meri aktivno prisotni, namenjenega jim je bilo tudi nekoliko več skupnega časa, vendar pa razlike niso bile velike. Še največja razlika se je pokazala v dolžini tonskega izseka, ki je pri zagovornikih izstopa v povprečju znašala 7 s, medtem ko je bila pri nasprotnikih 5 s daljša. Osmo tezo lahko torej zopet potrdimo le deloma; nasprotniki *brexita* so v prispevkih Televizije Slovenija res visoko prevladovali, po drugi strani pa se z izjemo daljših tonskih izsekov ne kažejo kot pomembnejši.

Slika 7.13: Deleži družbenega statusa virov glede na mnenje



Slika 7.14: Deleži mnenj glede na družbeni status virov



Naj za konec kot zanimivost predstavimo še grafa, ki prikazujeta povezanost družbenega statusa virov z mnenjem o izstopu. Kot lahko vidimo, je tako med uradnimi kot tudi med neuradnimi viri informacij delež nasprotnikov izstopa visoko prevladujoč (glej Sliko 7.13), po drugi strani pa je med nasprotniki izstopa kar polovica virov informacij neuradnih, medtem ko je med nasprotniki izstopa neuradnih manj kot tretjina virov (glej Sliko 7.14). Poleg tega je zanimivo tudi dejstvo, da je med vsemi viri, ki so izražali svoje mnenje, kar tretjina neuradnih.

8 RAZPRAVA

Z analizo vsebine prispevkov Televizije Slovenija, ki tematizirajo izstop Združenega kraljestva Velike Britanije in Severne Irske iz Evropske unije, smo poskusili preveriti nekatere v literaturi pogosto problematizirane vidike novinarskega sporočanja, ki smo jih predstavili v teoretičnem delu naloge. Kot smo že omenili, smo metodologijo povzeli po raziskavi Poler Kovačičeve (2004a; 2004b) in jo prilagodili glede na proučevane tematike in medij. Čeprav nismo potrdili vseh postavljenih tez, so bili rezultati, ki jih bomo podrobneje pokomentirali v nadaljevanju razprave, v ključnih točkah precej skladni s teoretičnimi temelji in ugotovitvami drugih empiričnih raziskav.

Najprej pa naj opozorimo na to, kako malo pozornosti je bilo na slovenski nacionalni televiziji pred izvedbo referendumu deležno vprašanje britanskega izstopa iz Evropske unije. V drugem poglavju smo razpravljali o merilih izbora novic, kjer avtorji (Galtung in Ruge, 1965; Allern 2002; Gans 2004; O'Neill in Harcup 2009) kot zelo važen dejavnik objavnosti vrednosti omenjajo pomembnost novice. Glede na skromno število

prispevkov, ki jih je Televizija Slovenija v času referendumске kampanje predvajala, je bil *brexit* takrat tema, ki je Slovenijo zanimala bolj obrobno. Seveda del razlogov za to lahko iščemo tudi v dejstvu, da je bil to referendum v tuji državi, pa vendar je prihodnost Združenega kraljestva povezana tudi s prihodnostjo Evropske unije ter s tem tudi s prihodnostjo Slovenije. Zdi se, da denimo mediji o ameriški predvolilni kampanji že dolgo in precej intenzivno poročajo, medtem ko je britanska referendumska kampanja do zadnjega tedna pred volitvami na Televiziji Slovenija minila precej neopazno ali neopaženo. Morda so tako mediji kot tudi slovenski in evropski politiki skorajda do konca pričakovali, da bodo rezultati referenduma drugačni, šele zadnje javnomnenjske raziskave pa so dajale slutiti, da imajo zagovorniki izstopa vendarle zelo visoko podporo. Poročanje se je resno začelo šele s 16. julijem, dnem umora britanske poslanke in nasprotnice *brexita* Jo Cox. Morda je bilo to zgolj naključje ali pa je prav ta dogodek pozornost Televizije Slovenija usmeril nekoliko bolj proti Otoku. V mesecu po referendumu se je nato nabralo več kot dvakrat toliko virov informacij kot poprej v dobrih dveh mesecih, kar lahko seveda pripišemo izidom referenduma. Če bi britanski volivci odločili drugače, bi šel britanski referendum o izstopu iz Evropske unije verjetno hitro v pozabo.

Naj v nadaljevanju osvetlimo ključne točke in ugotovitve izvedene analize vsebine. Rezultati so pokazali, da so bila naša predvidevanja glede visoke prevlade uradnih virov informacij pravilna. V primerjavi z obdobjem pred referendumu se je v mesecu po referendumu favoriziranje uradnih virov še stopnjevalo, tako da neuradni viri informacij dostopa do medijskih objav skoraj niso več dobili. Argument za tako visoko prevlado uradnih virov informacij, predvsem tistih iz vladnih in političnih krogov, bi lahko bilo dejstvo, da je posebej po referendumu *brexit* postal vroče politično vprašanje, ki zadeva vso Evropsko unijo. Seveda so izstop izglasovali volivci, običajni ljudje, pa tudi posledice bodo navsezadnje čutili (tudi) običajni ljudje tako iz Združenega kraljestva kot tudi iz vse Evropske unije. Vendar pa novinarji v zelo omejenem času, ki ga imajo na voljo, kot pravi Gans (2004, 147), iščejo vire, ki celoten narod predstavljajo in simbolizirajo. Upoštevajoč kriterije presoje virov informacij ni prav nič čudnega, da so sito selekcije prestale predvsem vlade in evropske institucije, ki so bile po referendumu s številnimi sestanki, tiskovnimi konferencami in drugimi medijskimi ter uradnimi dogodki ves čas zelo razpoložljive, hkrati pa so tudi najustreznejše. Koliko časa in truda bi morali novinarji sicer vložiti, da bi podobno verodostojne informacije pridobili iz

drugih virov (če bi jih sploh lahko pridobili)? Morda bi bila situacija kljub vsemu drugačna, če bi referendum potekal v Sloveniji; v tem primeru bi bili slovenski neuradni viri informacij namreč soudeleženi pri odločanju in zato tudi bolj vredni objave. Zdaj pa je bila Slovenija zgolj opazovalka in novinarji so najprej poiskali nosilce odločitev, ki se jih je izid referenduma najprej dotaknil. Zunanjepolitične novice so namreč zaradi zelo omejenega programskega prostora, ki jim je običajno namenjen, še bolj jedrnate in zgoščene od domačih novic. Morda je to eden od razlogov, da so tudi nekoliko bolj filtrirane in skoncentrirane bolj na predstavnike države kot na njene prebivalce, kar ugotavljata že Galtung in Rugejeva (1965). Tudi v obravnavanih prispevkih smo denimo predvsem v obdobju po referendumu pogosto slišali, da »Britanija« (in ne »Britanci«) meni to ali ono, »Nemčija« (in ne »Nemci«) zahteva takšne ali drugačne ukrepe.

Omeniti velja še, da so bili malodane vsi uradni viri informacij iz vrst družbenih elit, medtem ko v medijskih objavah nismo zasledili nikakršnih nevladnih organizacij ali drugih skupin pritiska. Čeprav se je predsednik evroskeptične stranke UKIP ter eden najvidnejših zagovornikov *brexita* Nigel Farage predstavljal za borca proti političnemu establišmentu, kot dolgoletni evropski poslanec in član britanske politike pravzaprav predstavlja del njega. Tudi v tem primeru se je izkazalo, da je za novinarje, kot pravi Bennett (2003, 193), »varneje in zato tudi bolj pošteno objaviti stališči dveh znanih, predvidljivih in legitimnih strani ali akterjev«. Izenačena deleža uradnih in neuradnih virov informacij smo zasledili le med viri, ki so v predreferendumskih objavah zagovarjali britanski izstop iz Evropske unije, vendar so ti, kot smo domnevali, predstavljali manjšino (zgolj dobrih dvajset odstotkov) vseh v prispevkih izraženih mnenj. Kljub majhnosti vzorca se je pokazalo, da so bila razmerja v novinarskih prispevkih bolj v skladu s pričakovanji pomembnih akterjev in morda tudi medijev samih kot pa s poznejšo dejansko situacijo na voliščih.

Tako družbena struktura virov v prispevkih Televizije Slovenija kot tudi njihova mnenjska struktura v predreferendumskega času sta pokazali vse prej kot uravnoteženo podobo, s visoko prevladujočim dostopom dominantnih družbenih skupin in Evropski uniji naklonjenih stališč. Toda čeprav smo predvidevali, da bodo ti viri informacij v novinarskih objavah odigrali tudi precej pomembnejšo vlogo, te domneve nismo mogli povsem potrditi. Nasprotnikom britanskega izstopa iz Evropske unije ni bilo namenjenega bistveno več prostora kot njegovim zagovornikom niti niso bili bistveno

aktivnejši, so pa smeli, kot bi dejal Fiske (2011, 297), dlje časa neposredno govoriti. Podobne razlike so se pokazale tudi med uradnimi in neuradnimi viri, saj so bili slednji v bistveno slabšem položaju zgolj glede na dolžino izjav, medtem ko so se glede na skupni čas, ki jim je bil namenjen, odrezali le nekoliko slabše, glede na prisotnost pa celo boljše od uradnih virov.

Kot smo domnevali, smo v prispevkih zaznali visoko stopnjo rutinizacije zbiranja informacij, ki smo jo sicer opazovali v dveh korakih: najprej s stališča novinarja, ki je informacije vira pridobil, nato pa še s stališča novinarjev Televizije Slovenija. Žal se je analiza vsebine izkazala za precej pomanjkljivo metodo ugotavljanja deleža agencijskih novic oziroma agencijskih virov informacij v prispevkih. Lahko smo sicer opazovali, ali je na zaslonu viden mikrofonski zapis Televizije Slovenija in ali je ob koncu prispevka naveden snemalec, vendar pa so se dvomi pojavili tako pri kombiniranih prispevkih kot tudi pri tistih, kjer je bil sicer slikovni material očitno agencijski, nismo pa mogli določiti, kako je novinar pridobil informacije, ki jih je ob tem podajal. Za ustrezno proučevanje te problematike bi bila nujna dopolnitev analize vsebine s primerjalno analizo ali pa z uporabo metode opazovanja z udeležbo. Z uporabljenimi metodami namreč kar pri dobri četrtini virov nismo mogli določiti izvirnega stika z virom informacij, kar do neke mere spodkopava tudi veljavnost pridobljenih rezultatov. Kljub vsemu naj navedemo ugotovitve. Glede na rezultate tako v novinarjevih lastnih kot v uporabljenih agencijskih gradivih prevladujejo rutinski načini zbiranja informacij, kar ne preseneča, saj se viri informacij v času kampanj zelo angažirajo s prirejanjem medijskih dogodkov. Pri novinarjih je delež aktivnega zbiranja nekoliko višji, kar pokaže tudi statistična analiza. Nekoliko drugačno sliko je ponudil drugi korak naše analize, pri katerem smo vse agencijske vire informacij prišteli med novinarjeve rutinske, saj se, kot pravi Manning (2001, 71–72) novinarji rutinsko obračajo na tiskovne agencije, da bi si zagotovili primeren dotok novic in znižali stroške (predvsem zunanjepolitičnega) poročanja. Izkazalo se je, da so novinarji Televizije Slovenija rutinsko pridobili kar 85 % informacij, ta delež pa bi narasel na skoraj 90 %, če jim prišteli še neopredeljene vire, ki so bili prav tako v skoraj 90 % rutinsko pridobljeni. S tovrstnim »prečiščevanjem« smo na koncu prišli do nekoliko nepričakovane ugotovitve, da so bile tako informacije uradnih kot tudi informacije neuradnih virov zbrane pretežno rutinsko, pri čemer lahko tiskovnim agencijam pripišemo tako večino uradnih kot tudi večino neuradnih virov.

Uporaba agencijskih in drugih medijskih gradiv je pogosto kritizirana, saj naj bi vodila v centralizacijo in homogenizacijo novinarskega sporočanja (Ryan 1991; Herman in Chomsky 2006; Willis 2007), po drugi strani pa predstavlja tudi nujnost. Televizija bi si v Združenem kraljestvu (pa tudi v Bruslju in Nemčiji, ki sta predstavljala drugi najpomembnejši prizorišči poročanja o *brexitu*) težko privoščila takšno število novinarjev, da bi lahko bolj učinkovito in zgolj z lastnim gradivom poročala o tamkajšnjem dogajanju. Konec koncev stroški pomembno sooblikujejo medijsko ustvarjanje, pa čeprav gre za nacionalni javni zavod, ki se ne ravna in ne sme ravnati zgolj po načelih prostega trga, kot opozarja Hrvatina (2002,14). Pogosto so prav tiskovne agencije tiste, ki občinstvu v veliki meri omogočajo vpogled v bolj oddaljena okolja ali pa podrobnejše spremljanje teme, o kateri bi en sam dopisnik težko učinkovito poročal. Opozoriti seveda velja, da gredo agencijske vsebine skozi več selekcijskih postopkov od lastnih vsebin medija (Bell, 1991, 47–50) in so zato še večkrat predelane oziroma poudarjene (ang. highlighting), kot pravi Gans (2004, 90–93), s tem pa je tudi njihova vsebina lahko še večkrat izkrivljena, poleg tega pa odražajo (tudi) selekcijske kriterije agencij. Takšne pasti je seveda treba prepoznati, a idealne rešitve v tem primeru ni. Agencijske materiale lahko razumemo kot še enega od rutinskih kanalov, brez katerih bi bile ljudem mnoge informacije nedostopne, kot navaja Phillipsova (2011, 51). Vprašanje torej ni, ali novinarji smejo uporabljati rutinske kanale zbiranja informacij, ampak *kako* naj rutinsko pridobljene informacije uporabljajo. Rutinske oblike zbiranja informacij vsekakor ne smejo služiti kot popoln nadomestek aktivnega novinarskega dela ali kot opravičilo za opuščanje kritičnega premisleka in odgovornega ter etičnega upovedovanja.

Potrdili smo domnevo visoke stopnje razvidnosti virov, ki se je kazala predvsem med uradnimi viri informacij. Glede na predpostavko, da z natančno identifikacijo vira novinar dokazuje njegovo verodostojnost in s tem tudi verodostojnost njegovih informacij, pa smo pričakovali, da bo delež jasno razvidnih predvsem med uradnimi viri še nekoliko višji. Za primerjavo: Poler Kovačičeva (2004a) je pri analizi poročanja slovenskega dnevnega tiska o mnenjih glede vstopa Slovenije v zvezo Nato ugotovila več kot 83 % jasno razvidnih virov, medtem ko je bilo v naši analizi takšnih skupno 62 % virov, med uradnimi pa 69 %. Kot smo že omenili, bi bil lahko del vzroka v neposrednih vklopih dopisnikov, ki so pojasnjevali situacijo in ki so uradne vire pogosto imenovali s splošnimi izrazi (analitiki, finančniki, nekateri mediji, britanska vlada itd.),

o čemer priča tudi več kot tretjinski delež neaktivnih virov med uradnimi viri. Velika večina neuradnih virov je bila na drugi strani le delno razvidna, kar kaže na to, da neuradni viri niso pomembni kot posamezniki, pač pa kot del neke celote, kot del britanskega prebivalstva in predstavljajo zgolj nekakšen vzorec.

V poglavitnih vidikih so se rezultati naše analize skladali s tem, o čemer smo pisali v teoretičnem delu; novinarji so se pri poročanju zatekali zlasti k rutinskim oblikam zbiranja informacij, pri čemer so se v veliki meri opirali na agencijska gradiva, ob tem pa so v prednostni položaj postavljali elitne uradne vire informacij. Posebej glede na dejstvo, da je obravnavana tema zunanjepolitična (čeprav kljub temu tesno povezana tudi z nami in našo notranjo politiko), sta bili tako visoka prevlada uradnih virov informacij kot tudi visoka stopnja uporabe rutinskega zbiranja informacij pričakovani. Strogo gledano novinarji s favoriziranjem nasprotnikov izstopa Združenega kraljestva iz Evropske unije niso zadostili načelu uravnoteženosti (čeprav uravnoteženosti, kot smo že pisali, ne moramo dojemati zgolj matematično). S tem sicer niso vplivali na odločitve gledalcev (saj v Sloveniji pač nismo o ničemer odločali), so pa morda prispevali k temu, da je bil izid referendumu bolj presenetljiv, kot bi bil sicer. V tem pogledu so se pokazale slabosti uporabljene metode, »ki je usmerjena na empirične kovariacije posamičnih elementov besedil ter njihovo povzemanje (sumiranje, štetje), ne upošteva pa specifičnih konfiguracij besedilnih elementov ter odnosov med njimi« (Splichal 1990, 37). Opravljena analiza vsebine nam daje zgolj delček odgovora, medtem ko pušča precej prostora za interpretacijo, pa tudi izboljšave. Izkazalo se je tudi, da je za raziskovanje nekaterih problematik (tu ciljamo predvsem na analizo izvora novic oziroma v našem primeru posameznih virov informacij), ki jih lahko iz prispevkov samo delno razpoznamo, kot samostojna metoda neprimerna. Kot že rečeno, pa nam je kljub temu ponudila delček vpogleda v način uporabe virov informacij v sodobnem zunanjepolitičnem novinarstvu.

9 SKLEP

»Napak bi bilo trditi, da so predmet novic elite same po sebi ali posamezna elita; novice namreč obravnavajo predvsem tiste, ki znotraj posameznih nacionalnih ali družbenih slojev zasedajo položaje moči,« je na podlagi svojih raziskovanj ob koncu sedemdesetih let napisal Herbert J. Gans (2004, 61–62). V množičnih občilih prevladujejo elitni viri informacij, ki so na določenem področju predstavniki ljudi, govorijo v njihovem imenu in odločajo zanje. Naše družbe so v večini hierarhične, ta hierarhija pa se ne le odraža, pač pa tudi utrjuje (tudi) skozi medijske objave. »Kot je dobro znano, so novice, viri informacij in novinarji hierarhično razvrščeni«, opaža Tuchmanova (1978).

Družbene elite so tiste, ki (so)oblikujejo medijsko realnost, kar je pokazala tudi naša študija. V uvodu smo zapisali, da bomo z analizo virov informacij v poročanju Televizije Slovenija o *brexitu* preverjali, kako slovenska nacionalna javna televizija uresničuje zavezo celovitega obveščanja javnosti o zunanjepolitičnih dogodkih. Ugotovili smo, da je bilo formalno gledano njeno poročanje morda res uravnoteženo, saj sta bili v prispevkih predstavljeni obe ključni stališči glede britanskega izstopa iz Evropske unije, do besede pa so prišli tako uradni kot tudi neuradni viri informacij. A o celovitosti bi težko govorili, saj se je dostop do zunanjepolitičnih objav Televizije Slovenija izkazal za zelo razslojenega. S kvantitativno analizo vsebine smo namreč ugotovili privilegiranost nasprotnikov *brexita*, predvsem pa zelo enostransko strukturo uporabljenih virov z veliko prevlado elitnih uradnih virov informacij (med katerimi so izstopali nosilci oblasti), ki so zlasti v obdobju po referendumu iz objav skorajda povsem izrinili neuradne vire. Razloge za to smo (poleg siceršnje večje objave vrednosti uradnih virov) iskali v prevladujoči uporabi rutinskih kanalov zbiranja informacij, ki se je izkazala za resnično, a še zdaleč ne omejeno zgolj na stike z uradnimi viri. Če so namreč uradni viri za posredovanje svojih informacij novinarjem zares izkoriščali rutinske kanale, pa je na visok odstotek rutinsko zbranih neuradnih virov vplivala predvsem visoka stopnja uporabe agencijskih gradiv. Izkazalo se je namreč, da o tako kompleksnih temah dopisniki ne morejo poročati zgolj na podlagi lastnega raziskovanja in da je Televizija Slovenija pri poročanju o zunanjepolitičnih dogodkih v veliki meri odvisna od tiskovnih agencij.

Nosilci oblasti so tudi na spisku zunanjepolitičnih novinarjev v vrhu seznama virov informacij. Ne zato, ker bi jih novinarji namerno želeli podpirati, pač pa v veliki meri zato, ker jih k temu sili narava novinarskega sporočanja. Novice morajo biti vse hitrejše in vse aktualnejše, novinarsko delo pa vse cenejše, kar pomeni, da je novinarjem na voljo manj časa in denarja za dejavno iskanje in preverjanje informacij. Zaradi omejenega programskega prostora, namenjenega tujim novicam, morajo biti te bolj zgoščene od domačih novic, kar še poveča potrebe po informacijah verodostojnih in pooblaščenih virov. Družbene elite znajo izkoriščati novinarske rutine, njihov položaj v hierarhiji virov pa jim dostop do medijskih objav še olajša. Izkoriščanje rutinskih kanalov za izmenjavo informacij sicer ni nujno slabo. Brez njih bi bilo vplivanje virov na vsebino novinarskih sporočil sicer precej oteženo in dostop elit do medijev zahtevnejši; kot navaja Phillipsova (2011, 50), pa bi bila na ta račun javnost prikrajšana tudi za mnogo informacij. Avtorica (prav tam) zato ne kritizira uporabe rutinskih kanalov, temveč svari predvsem pred nekritičnim povzemanjem informacij, ki kaj hitro vodi v propagando.

Odvisnost od elitnih uradnih virov informacij lahko novinarjem odvzame del nadzora nad sporočanjским procesom in iz medijskega prostora bolj ali manj izključi marginalne družbene skupine. Ryanova (1991, 7) opozarja, da mediji (predvsem televizija) pomembno prispevajo k ohranjanju, krepitvi in reprodukciji obstoječih družbenih neenakosti, kljub izključevanju nekaterih družbenih skupin pa novice uspevajo ohranjati videz objektivnosti, ki jim ga (paradoksalno) dajejo prav uradni viri informacij. Tudi van Dijk (1995a; 1995b; 1996) že sam dostop do medijskih objav povezuje z izvajanjem (in obenem tudi potrjevanjem) moči, vendar tako kot številni drugi avtorji (McNair 1994; Hall 2006; Hartley 2008) priznava, da vpliva novinarskih objav ni mogoče proučevati z analizo vsebine, pač pa zgolj z raziskavo občinstva. Novice o politiki, opozarja McNair (1994, 44), redko prinesejo očitne kratkoročne učinke na volilne odločitve.

Vendar pa mediji s svojimi objavami kljub temu lahko vplivajo na to, da javnost določena vprašanja dojema kot bolj pomembna od drugih. Zunanjepolitične novice so pri proučevanju dostopa virov informacij nekoliko zapostavljene, saj nimajo neposrednega vpliva na prednostno tematiziranje v državi, na odločitve volivcev ali na njihova mnenja o nosilcih moči. Toda v današnjem globaliziranem svetu je pomembno tudi, kako javnost dojema druge države, še posebej če so te države članice Evropske

unije, skupnosti, ki ji pripada tudi Slovenija. Kot je pokazala naša analiza, je Televizija Slovenija pri poročanju o pomembnih temah iz drugih članic Evropske unije precej odvisna od tiskovnih agencij. Brez njih bi bilo njeno poročanje o zunanje-političnih novicah najverjetneje precej okrnjeno, po drugi strani pa se prav s široko uporabo agencijskih gradiv zunanje-politične novice homogenizirajo, postajajo si podobne, izgubljajo individualne poudarke posameznih medijev in odražajo novinarske odločitve agencijskih novinarjev. Poleg tega ne moremo mimo Manningovih (2001) argumentov, da se zaradi želje po hitrosti in ažurnosti tiskovne agencije v glavnem osredotočajo na konvencionalne, elitne vire, ki svoje informacije posredujejo prek rutinskih kanalov. Četudi smo opozorili, da je Televizija Slovenija prek tiskovnih agencij pridobila tako informacije uradnih kot tudi informacije neuradnih virov, moramo opozoriti, da so bili uradni viri visoko prevladujoči, medtem ko so bili neuradni viri informacij bolj posamične ilustracije različnih mnenj v družbi kot pa pomembni prispevki k diskusiji.

Kakšne so informacije so posamezni viri prispevali, sicer v naši študiji nismo proučevali in z porabljeno metodo niti nismo mogli proučevati. Z metodo kvantitativne analize vsebine smo lahko merili čas, ki je bil virom namenjen, dolžino njihovih neposrednih izjav in njihovo prisotnost v novinarskem sporočilu ter jim tako pripisali bolj ali manj pomembno vlogo, nismo pa dobili vpogleda v to, kako je bil njihov čas izrabljen in kakšna je bila vsebina njihovih informacij. Poleg tega smo lahko ugotavljali, kakšna je bila v izbranih prispevkih struktura virov, ki so imeli dostop do medijskih objav, po drugi strani pa nam je ostalo skrito, kateri viri so morda še vplivali na novinarska sporočila in prispevali informacije, pa iz medijskih objav niso bili razvidni. »Uradni viri (pa tudi viri nasploh) se namreč v besedilih lahko s svojimi stališči pojavljajo prikrito – brez navedbe,« opozarja Drametova (1994, 300). Nenazadnje pa se je izkazalo tudi, da je zgolj z analizo vsebine zelo težko (če že ne nemogoče) nedvoumno določiti, katere informacije je neposredno od virov pridobil novinar sam in katere je namesto njega zbrala agencija. V analiziranih prispevkih se novinarji niso niti enkrat izrecno sklicevali na tiskovno agencijo kot vir informacij.

Prav tu pa se odpira pomemben vidik zunanje-političnega novinarstva, ki bi ga veljalo podrobneje raziskati. Priložnosti za nadaljnje raziskovanje tako vidimo predvsem v proučevanju vpliva tiskovnih agencij na vsebino novic in na strukturo uporabljenih virov. Zanimivo bi bilo prispevke Televizije Slovenija primerjati z agencijskimi gradivi; morda zgolj na podlagi enake metode, s katero bi poskusili primerjati deleže družbenega

statusa virov, deleže zagovornikov in nasprotnikov itd. ter poskusili odkriti vzporednice oziroma podobnosti vzorcev. Še zanimivejša bi bila temeljitejša vsebinska analiza, s katero bi proučili, v kolikšni meri so agencijski materiali prisotni v prispevkih Televizije Slovenija ter na kakšen način so spremenjeni, interpretirani, uokvirjeni. V primerjavo bi lahko vplekli še druge slovenske (in nenazadnje tudi tuje) medije in ugotavljali podobnosti ter razlike v njihovem poročanju o izbranih zunanjepolitičnih temah. Tako bi lahko proučili, ali prevlada agencijskih novic vodi v nekakšen monopol nad predstavljanjem svetovnega dogajanja in poenotenje zunanjepolitičnih novic, ki briše razlike med posameznimi mediji in novinarjem odvzema nadzor nad posameznimi fazami sporočanja procesa. Tovrstne analize pa bi veljalo dopolniti še s poglobljenimi intervjuji z dopisniki, ki bi nam lahko predstavili drugo plat problema; potek njihovega dela, težave, s katerimi se srečujejo pri poročanju o kompleksnih zunanjepolitičnih temah, načine uporabe agencijskih gradiv in morebitne pomisleke, ki jih imajo pri njihovi uporabi in še in še. S kombinacijo različnih metod bi lahko pridobljene rezultate in informacije veliko lažje umestili, interpretirali, pa tudi razumeli. Vse to pa že presega okvir pričujočega dela in nudi priložnost za prihodnje raziskovanje.

10 LITERATURA

- Allan, Stuart. 2010. *News Culture* (3rd edition). Maidenhead: Open University Press.
- Allern, Sigurd. 2002. Journalistic and Commercial News Values: News Organizations as Patrons of an Institution and Market Actors. *Nordicom Review* 1-2: 137–152.
- Altheide, David L. 1976. *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. Beverly Hills: Sage Publications.
- --- 1985. *Media Power*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Altheide, David L. in Robert P. Snow. 1979. *Media Logic*. Beverly Hills: Sage Publications.
- BBC. 2015. Timeline: Campaigns for a European Union referendum, 21. maj. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-15390884> (16. avgust 2016).
- --- 2016a. EU referendum timeline: Countdown to the vote, 20. februar. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-33141819> (9. avgust 2016).
- --- 2016b. Brexit: World reaction as UK votes to leave EU, 24. junij 2016. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-eu-referendum-36614643> (20. avgust 2016).
- 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. New York: Routledge.
- Behr, Rafael. 2016. How remain failed: the inside story of a doomed campaign. *The Guardian*, 5. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jul/05/how-remain-failed-inside-story-doomed-campaign> (12. avgust 2016).
- Belam, Martin. 2016. One month on, what has been the impact of the Brexit vote so far? *The Guardian*, 22. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jul/22/one-month-on-what-is-the-impact-of-the-brexit-vote-so-far> (20. avgust 2016).
- Bell, Allan. 1991. *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Bennett, Lance. 2003. *News: The Politics of Illusion (5th Edition)*. New York: Longman.

- Berkowitz, Dan. 1986. *Television News Sources and News Channels: A Study in Agenda Building*. Dostopno prek: <http://eric.ed.gov/?id=ED273949> (22. maj 2016).
- --- 2009. Reporters and Their Sources. V *The Handbook of Journalism Studies*, ur. Karin Wahl-Jorgensen in Thomas Hanitzsch, 102–115. New York: Routledge.
- Berkowitz, Dan in Douglas W. Beach. 1993. News Sources and News Context: The Effect of Routine News, Conflict and Proximity. *Journalism Quarterly* 70 (1): 4–12.
- Booth, Robert, Vikram Dodd in Nazia Parveen. 2016. Labour MP Jo Cox dies after being shot and stabbed. *The Guardian*, 16. junij. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/uk-news/2016/jun/16/labour-mp-jo-cox-shot-in-west-yorkshire> (20. avgust 2016).
- Bourdieu, Pierre. 1996. *On Television*. New York: The New Press.
- Boyd, Andrew. 1994. *Broadcast Journalism: Techniques of Radio & TV News (3rd edition)*. Oxford: Focal Press.
- Calamur, Krishnadev. The 'Brexit' Campaign: A Cheat Sheet. *The Atlantic*, 23. junij 2016. Dostopno prek: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2016/06/uk-brexit-guide/482730/> (12. avgust, 2016).
- Carlson, Matt in Bob Franklin. 2011. Introduction. V *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives*, ur. Bob Franklin in Matt Carlson, 1–15. London: Routledge.
- Cottle, Simon. 2003. Media Organization and Production: Mapping the Field. V *Media Organisation and Production*, ur. Simon Cottle, 3–24. London: Sage Publications.
- Cowburn, Ashley. 2016. EU referendum result: Nicola Sturgeon says Scotland sees its future as part of the EU as Brexit confirmed. *The Independent*, 24. junij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-scotland-referendum-eu-referendum-result-nicola-sturgeon-latest-what-it-means-a7099286.html> (20. avgust 2016).
- Cross, Kathleen Ann. 2010. Experts in the News: The Differential Use of Sources in Election Television News. *Canadian Journal of Communication* 35: 413–429.
- Cushion, Stephen. 2012. *Television Journalism*. London: Sage Publications.

- --- 2015. *News and Politics: The Rise of Live and Interpretive Journalism*. Abingdon: Routledge.
- Davis, Aeron. 2000. Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national media. *Media, Culture & Society* 22 (1): 39–59.
- --- 2007. *The Mediation of Power: A Critical Introduction*. Abingdon: Routledge.
- De Keyser, Jeroen, Karin Raeymaeckers in Steve Paulussen. 2011. Are Citizens Becoming Sources? A Look into the Professional Contacts of Flemish Journalists. V *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives*, ur. Bob Franklin in Matt Carlson, 90–106. London: Routledge.
- *Deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev – Declaration of the Rights and Duties of Journalists*. 1971. Dostopno prek: <http://www.znp.si/znp/statut-znp/115-deklaracija-o-dolznostih-in-pravicah-novinarjev> (3. junij 2016).
- Drame, Ines. 1994. Kdo je sporočevalec? *Teorija in praksa* 31 (3–4): 298–309.
- Elgot, Jessica. 2016a. Michael Gove's future uncertain after exit from Tory leadership race. *The Guardian*, 7. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jul/07/michael-gove-admits-disappointment-over-tory-leadership-loss> (22. avgust 2016).
- --- 2016b. Theresa May due in Paris to discuss Britain's EU exit plans. *The Guardian*, 21. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jul/21/theresa-may-due-in-paris-to-discuss-britains-eu-exit-plans> (18. avgust 2016).
- Fiske, John. 2011. *Television Culture (2nd edition)*. Abingdon: Routledge.
- Franklin, Bob. 2011. Sources, Credibility and the Continuing Crisis of UK Journalism. V *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives*, ur. Bob Franklin in Matt Carlson, 139–151. London: Routledge.
- Galtung, Johan in Mari Holmboe Ruge. 1965. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2 (1): 64–91.
- Gans, Herbert J. 2004. *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston: Northwestern University Press.

- Golding, Peter in Graham Murdock. 2015. Ideologija in množični mediji: k vprašanju določenosti. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 259 (1/4): 97–115.
- Grabe, Maria Elizabeth in Erik Page Bucy. 2009. *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. New York: Oxford University Press.
- Grice, Andrew. 2016. EU referendum: Poll reveals 10-point swing towards Brexit as Leave campaign gains momentum. *The Independent*, 10. junij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-poll-brexite-leave-campaign-10-point-lead-remain-boris-johnson-nigel-farage-david-a7075131.html> (16. avgust, 2016).
- Hall, Stuart, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke in Brian Roberts. 1978. *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*. London: The Macmillan Press.
- Hall, Stuart. 2006. Encoding/Decoding. V *Media and Cultural Studies: KeyWorks*, ur. Meenakshi Gigi Durham in Douglas M. Kellner, 163–173. Malden: Blackwell Publishing.
- Hartley, John. 1992. *Tele-ology: Studies in Television*. London: Routledge.
- --- 2008. *Television Truths*. London: Blackwell Publishing.
- Henley, Jon in Jennifer Rankin. 2016. Brexit: EU leaders say UK cannot have 'a la carte' single market. *The Guardian*, 29. junij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/29/eu-leaders-begin-summit-talks-without-uk-for-first-time> (20. avgust 2016).
- Herman, Edward in Noam Chomsky. 2006. A Propaganda Model. V *Media and Cultural Studies: KeyWorks*, ur. Meenakshi Gigi Durham in Douglas M. Kellner, 257–294. Malden: Blackwell Publishing.
- Hrvatin, Sandra B. 2002. *Državni ali javni servis: Perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut. Dostopno prek: Mirovni inštitut.
- Humphries, Conor in Amanda Ferguson. 2016. How Brexit has suddenly made the prospect of a united Ireland thinkable. *The Independent*, 3. julij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-what-it-means-for-northern-ireland-united-eu-referendum-result-irish-passport-a7117166.html> (20. avgust 2016).

- Iyengar, Shanto in Donald R. Kinder. 1987. *News that Matters: Television and American Opinion*. London: The University of Chicago Press.
- Kettle, Martin. 2016. The downfall of David Cameron: a European tragedy. *The Guardian*, 24. junij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/david-cameron-downfall-european-tragedy> (16. avgust 2016).
- *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/drustvo/onas/dokumenti/kodeks/> (21. maj 2016).
- Košir, Manca 2011. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Založba FDV. iTunes edition.
- Laban, Vesna. 2007. *Televizijsko novinarstvo: Hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Lowrey, Wilson in Peter J. Gade. 2011. Complexity, Uncertainty and Journalistic Change. V *Changing the News: The Forces Shaping Journalism in Uncertain Times*, ur. Wilson Lowrey in Peter J. Gade, 3–21. New York: Routledge.
- Manning, Paul. 2001. *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage Publications.
- Mason, Rowena. 2016. How did UK end up voting to leave the European Union? *The Guardian*, 24. junij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/how-did-uk-end-up-voting-leave-european-union> (16. avgust 2016).
- Mason, Rowena, Robert Booth in Amelia Gentleman. 2016. Nigel Farage resigns as Ukip leader after 'achieving political ambition' of Brexit. *The Guardian*, 4. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jul/04/nigel-farage-resigns-as-ukip-leader> (20. avgust 2016).
- McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage Publications.
- McNair, Brian. 1998. *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- McSmith, Andy, 2016. And then there was one: Theresa May is the last candidate standing in race for PM. *The Independent*, 11. julij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-last-candidate-standing->

in-race-for-prime-minister-conservative-party-tories-a7131671.html (18. avgust 2016).

- O'Neill, Deirdre in Tony Harcup. 2009. News Values and Selectivity. V *The Handbook of Journalism Studies*, ur. Karin Wahl-Jorgensen in Thomas Hanitzsch, 161–174. New York: Routledge.
- Palmer, Jerry. 2000. *Spinning into Control: News Values and Source Strategies*. London: Leicester University Press.
- Phillips, Angela. 2011. Journalists as Unwilling 'Sources': Transparency and the New Ethics of Journalism. V *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives*, ur. Bob Franklin in Matt Carlson, 49–60. London: Routledge.
- Poler Kovačič, Melita. 2002. Vpliv odnosov z mediji na novinarski sporočanje proces. *Teorija in praksa* 39 (5): 766–785.
- --- 2004a. *Novinarska (iz)virnost: Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- --- 2004b. Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij. *Teorija in praksa* 41 (3-4): 690–702.
- --- 2015. Zaupnost virov v novinarstvu: dileme, izzivi in priporočila. *Teorija in praksa* 52 (4): 577–590.
- Reece, Stephen D. 1991. Setting the media's agenda: A power balance perspective. *Communication Yearbook* 14: 309–340.
- Reich, Zvi. 2011. Source Credibility as a Journalistic Tool. V *Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives*, ur. Bob Franklin in Matt Carlson, 19–36. London: Routledge.
- --- 2015. Why Citizens Still Rarely Serve as News Sources: Validating a Tripartite Model of Circumstantial, Logistical, and Evaluative Barriers. *International Journal of Communication* 9: 2412–2433. Dostopno prek: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3200> (13. maj 2016).
- RTV Slovenija. 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. 2000. Dostopno prek: <http://www.rtvlo.si/strani/pravilnik-o-poklicnih-standardih/9#5.10.1.2> (21. Maj 2016).

- Ryan, Charlotte. 1991. *Prime Time Activism: Media Strategies for Grassroot Organizing*. Boston: South End Press.
- Schlesinger, Philip in Howard Tumber. 1999. Reporting Crime: The Media Politics of Criminal Justice. V *News: A Reader*, ur. Howard Tumber, 257–266. New York: Oxford University Press.
- Schudson, Michael. 1989. The Sociology of News Production. *Media, Culture & Society* 11: 263–282.
- Shoemaker, Pamela J. in Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman Publishers.
- Shoemaker, Pamela J., Tim P. Vos in Stephen D. Reese. 2009. Journalists as Gatekeepers. V *The Handbook of Journalism Studies*, ur. Karin Wahl-Jorgensen in Thomas Hanitzsch, 73–87. New York: Routledge.
- Sigal, Leon V. 1973. *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: D.C. Heath and Company.
- Singer, Jane B. Journalism and Digital Technologies. V *Changing the News: The Forces Shaping Journalism in Uncertain Times*, ur. Wilson Lowrey in Peter J. Gade, 213–229. New York: Routledge.
- Soley, Lawrence C. 1992. *The News Shapers: The Sources Who Explain The News*. New York: Praeger Publishers.
- Splichal, Slavko. 1990. *Analiza besedil: Statistična obravnava jezikovnih podatkov v družboslovnih raziskavah*. Ljubljana: Raziskovalni inštitut FSPN.
- --- 2014. Konec koncev – novinarstvo. V *50 let študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Karmen Erjavec in Melita Poler Kovačič, 43–67. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Stewart, Heather in Rowena Mason. 2016. Politicians suspend EU campaign after Jo Cox is killed. *The Guardian*, 16. junij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/16/politicians-suspend-eu-rivalries-after-cox-killing> (20. avgust 2016).
- Stewart, Heather, Rowena Mason in Rajeev Syal. 2016. David Cameron resigns after UK votes to leave European Union. *The Guardian*, 24. junij. Dostopno prek:

<http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/david-cameron-resigns-after-uk-votes-to-leave-european-union> (20. avgust 2016).

- Stone, John. 2016. Theresa May officially becomes UK Prime Minister. *The Independent*, 13. julij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-officially-becomes-uk-prime-minister-a7135126.html> (18. avgust 2016).
- Strentz, Herbert. 1989. *News Reporters and News Sources: Accomplices in Shaping and Misshaping the News*. Ames: Iowa State University Press.
- Strömbäck, Jesper, Michael Karlsson in David Nicolas Hopmann. 2012. Determinants of News Content: Comparing journalists' perceptions of the normative and actual impact of different event properties when deciding what's news. *Journalism Studies* 13 (5–6): 718–728.
- Tuchman, Gaye. 1972. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology* 77 (4): 660 – 679.
- --- 1973. Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology* 79 (1): 110–131.
- --- 1978. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Van Dijk, Teun A. 1995a. Power and the News Media. V *Political Communication and Action*, ur. D. Paletz, 9 – 36. New Jersey: Hampton Press.
- --- 1995b. The Mass Media Today: Discourse of Domination or Diversity? *Javnost/The Public* 2 (2): 27–45.
- --- 1996. Discourse, Power and Access. V *Texts and Practices*, ur. Carmen Rosa Caldas-Coulthard in Malcolm Coulthard, 84–104. London: Routledge.
- Vobič, Igor in Melita Poler Kovačič. 2015. Watchdog Journalism and Confidential Sources: A Study of Journalists' Negotiation of Confidentiality with their Sources.. *Teorija in praksa* 52 (4): 591–611.
- Wheeler, Brian in Alex Hunt. 2016. *BBC*, 10. avgust. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887> (12. avgust 2016).

- White, Ted and Frank Barnas. 2010. *Broadcast News: Writing, Reporting and Producing (5th edition)*. Burlington: Elsevier.
- Willis, Jim. 2007. *The Media Effect: How the News Influences Politics and Government*. Westport: Praeger Publishers.
- Wright, Oliver. 2016. EU referendum: Polls suggest remain campaign pulling back lead after late surge for Leave. *The Independent*, 19. junij. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-polls-remain-stay-brexite-david-cameron-who-will-win-a7090111.html> (20. avgust 2016).
- *Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1)*. Ur. l. RS 96/2005 (28. oktober 2005).