

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Martina Žoldoš

**Reprezentacija alkohola v tiskanih
medijih**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Martina Žoldoš
Mentorica: doc. dr. Tanja Kamin
Somentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec**

Reprezentacija alkohola v tiskanih medijih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

REPREZENTACIJA ALKOHOLA V TISKANIH MEDIJIH

Alkohol je pomemben javnozdravstveni, socialni in ekonomski problem, ki zaposluje zdravstvene in druge avtoritete. Te si za prenašanje opozoril o škodljivih posledicah uživanja alkohola prizadevajo svoja sporočila umestiti na medijsko agendo. Prenos sporočil pa ni premočrten; mediji sodelujejo pri konstrukciji realnosti, na njihovo reprezentacijo sveta in izbiro okvirov pa vpliva množica dejavnikov. Diplomsko delo je z analizo okvirov v treh najbolj branih dnevnih časopisih, *Delu*, *Slovenskih novicah* in *Žurnalu*²⁴, iskalo odgovor na raziskovalno vprašanje: Kako slovenski tiskani mediji reprezentirajo alkohol in katere okvire pri tem uporabljajo? Raziskava je odkrila naslednje okvire s podokviri: alkohol v prometu, odvisnost od alkohola, bolezni kot posledica uživanja alkohola, zdravje kot posledica uživanja alkohola, nezdravstvene posledice uživanja alkohola, alkohol kot sredstvo za omamljanje drugih, pridelava in prodaja alkohola, predstavitev posamezne vrste alkoholne pijače, prireditve in alkohol, alkohol in slavne osebe, kraja alkohola, celostno o alkoholu in nagradna igra *Slovenskih novic*. Manjkajoča okvira sta ekonomske posledice uživanja alkohola in oglaševanje alkohola. Raziskava je pokazala, da časopisi dajejo prednost očitnim in takojšnjim posledicam pretiranega uživanja alkohola, medtem ko »nevidnega« vpliva ne zaznavajo. Skladno s socialnim marketingom, ki poudarja potrebo po spremembi posameznikovega vedenja, zanemarija pa odgovornost družbe in sistema, je reprezentacija alkohola individualizirana in poosebljena.

Ključne besede: reprezentacija alkohola, mediji, uokvirjanje, promocija zdravja

REPRESENTATION OF ALCOHOL IN PRINT MEDIA

Alcohol is an important public health, social in economic problem that occupies health and other authorities, whose goal is to put warnings about harmful effects of alcohol consumption on media agenda. But the transfer of these messages is not linear; the media actively cooperate in the construction of reality and a number of factors influence their representation of the world. The diploma was searching for the answer to the research question of how Slovene print media represent alcohol and which frames do they use. The question was answered using the framing analysis of three most read newspapers: *Delo*, *Slovenske novice* and *Žurnal*²⁴. The research discovered the following frames: alcohol in traffic, addiction to alcohol, diseases as the outcome of alcohol consumption, health as the outcome of alcohol consumption, health-unrelated outcomes of alcohol consumption, alcohol as a mean of intoxication of others, alcohol production and sale, presentation of different sorts of alcoholic beverages, entertainment events and alcohol, alcohol and famous people, alcohol theft, alcohol totality, *Slovenske novice* prize game. The missing frames are economic consequence of alcohol consumption and alcohol advertisement. The research has revealed that newspapers prefer the representation of immediate consequences of alcohol consumption and neglect the representation of »invisible« ones. The representation of alcohol is in accordance with social marketing that enhances the need for individual's change, individualised and personified.

Key words: representation of alcohol, media, framing, health promotion

KAZALO

1 Uvod.....	6
2 Zgodovina alkohola in njegov pomen v družbi	8
2.1 Pivo	8
2.2 Vino.....	8
2.3 Žgane pijače	10
2.4 Vpliv oblasti na uživanje alkohola.....	10
2.5 Alkohol kot »lubrikant družbene konstrukcije«	11
2.6 Alkohol kot zdravilo	12
3 Sodobna raba alkohola	13
3.1 Je alkohol droga?	15
4 Slovenci – pivski narod?	16
4.1 Alkohol kot zdravstveni problem.....	16
4.2 Alkohol in prometna varnost	17
4.3 Finančno breme rabe alkohola	18
4.4 Raba alkohola pri mladih	19
5 Pomen množičnih medijev.....	21
5.2 Oblikovanje medijske agende	22
6 Uokvirjanje	24
6.1 Oblikovanje medijskih okvirov.....	26
7 Družba tveganja	28
7.1 Tveganje v zdravju.....	28
7.2 Promocija zdravja	30
7.3 Promocija zdravja in množični mediji	31
8 Zdravje v medijih	34
8.1 Senzacionalistično poročanje o zdravstvenih temah.....	36
8.2 Reprezentacija alkohola v medijih.....	37
9 Raziskava: reprezentacija alkohola v slovenskih tiskanih medijih	40
9.1 Metoda dela.....	41
9.2 Okviri v časopisu Delo.....	41
9.4 Okviri v časopisu Žurnal24.....	58
10 Analiza okvirov in primerjava časopisov.....	62

11 Sklep	71
12 Literatura.....	74

Tabele

Tabela 9.1: Vzorec časopisov in število analiziranih prispevkov.....	40
--	----

1 Uvod

Že nekaj let se vsak november in december v medijih in na oglasnih panojih pojavljajo grozeča opozorila o nevarnosti vožnje pod vplivom alkohola. Sporočila so del široko zastavljenih akcij v okviru Nacionalnih programov varnosti cestnega prometa, ki skušata z navajanjem statistik o vpletenosti alkoholiziranih voznikov v prometne nesreče in resnosti njihovih posledic skupaj z rednimi policijskimi akcijami preverjanja psihofizičnega stanja udeležencev v prometu in uvedbo strožjih kazni za voznike pod vplivom alkohola v zadnjih letih senzibilizirati javnost za problematiko alkohola v prometu in zmanjšati najhujše posledice prometnih nesreč na cestah. Izbira časa ni naključna; oba meseca sta znana po večjih količinah popitega alkohola na različnih prireditvah, kot je martinovanje, in prednovoletnih zabavah, kar se, sodeč po podatkih policije, kaže tudi v povečanem številu prometnih nesreč. Alkohol kot (posredni) krivec tretjine prometnih nesreč s smrtnim izidom je tako že dobil svoje mesto v pomembnih nacionalnih dokumentih in posledično v ukrepih za zmanjševanje njegovega vpliva v prometu.

Toda udeleženci prometnih nesreč predstavljajo le drobec v morju žrtev škodljive rabe alkohola. Vse mednarodne zdravstvene institucije čedalje glasneje opozarjajo na alkohol kot pereč javnozdravstveni in socialni problem in v prizadevanju zmanjševanja njegovega negativnega vpliva si ga je Slovenija izbrala kot eno izmed nosilnih tem predsedovanja Evropski uniji v prvi polovici leta 2008. Zato so kot v posmeh njenemu trudu videti izsledki raziskave Fundacije Z glavo na zabavo o vrednostnih sodbah do uživanja alkohola in o poznavanju posledic alkoholiziranosti v cestnem prometu, ki so postregli z zaskrbljujočimi podatki o naklonjenosti anketirancev do opijanja in ki so očitno odraz pozitivnega odnosa širše družbe do uživanja alkohola in podcenjevanja obsega škode, ki jo alkohol povzroča.

V današnji družbi imajo pomembno vlogo v zapolnjevanju vrzeli med dogodki in stanji ter vedenjem o njih množični mediji. Kot ugotavljata Erjavec in Thaler (2006, 42), »velika večina populacije postmodernih družb dobi informacije in družbeno sprejete koncepte realnosti predvsem prek množičnih medijev« in tako imajo mediji velik pomen tudi pri prenašanju sporočil o »realnosti« alkohola. Vendar pa medijska reprezentacija sveta ni nikoli slika realnosti; mediji aktivno konstruirajo reprezentacijo alkohola, na oblikovanje medijskega okvira oziroma predstavitev določenega pogleda na temo pa vpliva množica dejavnikov.

Kako torej slovenski tiskani mediji reprezentirajo alkohol in katere okvire pri tem uporabljajo, je raziskovalno vprašanje, na katero bom skušala odgovoriti z analizo novičarskih okvirov. Analizirala bom prispevke, objavljene leta 2008 v treh najbolj branih dnevnikih časopisih, *Delu*, *Slovenskih novicah* in *Žurnalu*²⁴. Ker je pojem alkohola tako širok in kompleksen, se mi je zdela uporaba koncepta uokvirjanja najbolj primerna. Kot ugotavljata Luthar in Jontes (2007, 39), pri uokvirjanju ne gre za pristranskost novinarja oziroma medija ali napačno predstavljanje posamezne zgodbe, temveč za izbor določenih vidikov zaznane realnosti (Entman v Semetko in Valkenburg 2000, 94) oziroma teme, v primeru diplomskega dela za izbor in reprezentacijo določenih vidikov alkohola. Glede na to, da se s problematiko škodljive rabe alkohola ukvarjajo različne institucije pa tudi da je Slovenija znana kot vinorodna dežela z vrhunskimi vini, me bo zanimalo, ali časopisi bralcem ponujajo tisto interpretacijo zgodbe o alkoholu, ki jo zagovarjajo omenjene institucije na eni strani in pridelovalci vina na drugi, in kako so posamezni okviri predstavljeni.

Zaradi boljšega razumevanja odnosa družbe do uživanja alkohola bom na začetku diplomskega dela predstavila zgodovino rabe posameznih vrst alkoholnih pijač ter njihovo funkcijo in pomen v različnih družbah. Sledi pregled sodobne rabe alkohola in njegovo mesto v slovenski družbi. Z navedbo nekaterih statističnih podatkov bom prikazala uživanje alkohola kot resen zdravstven in družbeni problem. Poglavja, ki sledijo, so namenjena razjasnitvi osnovnih pojmov, kot so: pomen množičnih medijev, konstrukcija realnosti in oblikovanje medijske agende ter teorija uokvirjanja, ki bo uporabljena kot metoda dela pri analizi novinarskih prispevkov. Diplomsko delo bo posebno pozornost namenilo tudi konceptu tveganja kot lastnosti sodobne družbe, promociji zdravja, ki ga zaznamuje ukvarjanje s tveganjem v zdravju, odnosu in komunikaciji med institucijami, ki skrbijo za promocijo zdravja, in množičnimi mediji ter reprezentaciji zdravstvenih tem in alkohola v medijih. Poglavjem, namenjenim pregledu literature, sledi empirični del naloge, v katerem bodo predstavljeni izsledki analize okvirov.

2 Zgodovina alkohola in njegov pomen v družbi

Alkohol je imel od nekdaj pomembno vlogo v družbi. Bil je nepogrešljivo sredstvo za žejo, vsestransko zdravilo, stara ljudstva so ga uporabljala v obredne namene, znana pa jim je bila tudi omamna moč alkohola. Njegova raba je bila odvisna od časa in prostora, v katerem so ljudje živeli, in boga, v katerega so verjeli.

2.1 Pivo

Po določenih virih je najstarejša znana alkoholna pijača pivo, njegov pojav sega v obdobje neolitika, ko so ga med leti 8000 in 6000 pr. n. št. naključno odkrili prebivalci Mezopotamije. Ti so v glinastih posodah shranjevali žito, ki ga je nekoč nepokritega namočil dež. Mokro žito je fermentiralo in nastala je pijača. Civilizacija med rekama Tigris in Evfrat je začela pivo kmalu variti. Uporabljali so ga kot pomemben prehranski dodatek, saj so z njim zalivali trdi kruh, da je lažje spolzel po grlu, za žrtvene namene pri verskih obredih in kot zdravilo (Repe 1993).

V starem Egiptu je bilo pivo pomemben spremljevalec vsakdanjega življenja; najboljše pivo so varili za bojevnike, duhovščino in vladarje, navadno pivo je bilo namenjeno delavcem in kmetom. Bilo je priljubljeno plačilno sredstvo, mezda kmetijskega delavca je na primer znašala tri hlebce kruha in dva vrča piva dnevno. Pivo, pripravljeno iz različnih rastlin, je poznala večina civilizacij; Kitajci so ga pridobivali iz riža, Indijci iz ječmena in plodov tamkajšnjega rastlinja, Inki iz koruze. Vsa ljudstva stare Evrope so pila pivo v posvetne in verske namene (Repe 1993, 13–15).

V 12. stol. je pivo vse bolj postajalo dobro organiziran posel, ki ga je v glavnem vodila krščanska cerkev, ki je imela v lasti večino pivovarn v Evropi. Ker pa se ni smela ukvarjati s pridobitništvom, je prodajo prepuščala Židom. Pivo je bilo pomembno trgovsko blago, z njim so plačevali davke in številne druge prispevke (Repe 1993, 21), stoletja nazaj pa je bilo zaradi visoke vsebnosti kalorij in vitaminov učinkovito hranilo fizičnih delavcev (Barr 1998, 250).

2.2 Vino

Zgodovino pridelave in uživanja vina nadrobno predstavlja Drago Medved (2001), ki piše, da je vino dalo kulturi in ljudstvu v deželah, kjer je rasla vinska trta, poseben pečat. Pri mnogih starih ljudstvih je imelo celo svojega božanskega zaveznika. Egipčani so mu pripisovali

božanski izvor, razumeli so ga kot dar boga Ozirisa. Več tisoč let pred našim štetjem je bil v Mezopotamiji pisni znak za vino in življenje enak.

Grki vina praviloma niso pili ob hrani, temveč samostojno, Hipokrat ga je razredčenega priporočal celo otrokom. Radi so ga uživali že za zajtrk. Z njim so nazdravljali boginjam, kraljem in različnim muzam. Nebrzdanega popivanja so se Rimljani udeleževali na bakanalijah, imenovanih po bogu vina Bakhusu. Ker so bile »leglo razvrata, zastrupitev in celo umorov« (Medved 2001, 24), so bile nekaj časa celo prepovedane, zaradi česar pa ta pivska praznovanja niso zamrla, le skrivna so postala. Na pritisk javnosti je Julij Cezar prepoved umaknil. Rimljani so poznali celo mojstra pitja, ki je nadzoroval pitje in zdravice; če je vino kdo polival ali pri zdravici z njim ni sodeloval, mu je mojster izrekel kazeno, »kar je samo še stopnjevalo količino popitega vina« (Medved 2001, 25). Vino je bilo zanimivo tudi iz gospodarskih razlogov; z njim so trgovali, ga uporabljali kot plačilno sredstvo, »bilo je tudi predmet pravnega orodja in večnega zanimanja rubežnikov« (Medved 2001, 33).

Ovsec (2006, 8) ugotavlja, da v Svetem pismu nobenemu drugemu kmetijskemu pridelku ni posvečeno toliko pozornosti kot vinu; omenja se ga skoraj tako pogosto kot vodo. Vino ima v krščanstvu poseben pomen, saj pomeni Kristusovo kri, vinska trta pa je simbol življenja (Medved 2001, 42). Krščanstvo pozna tudi več vinskih svetnikov, med najbolj znanimi in najpomembnejšimi zavetniki vinogradnikov je nedvomno sv. Martin; praznik, ko mošt postane vino, je še danes izredno razširjen. Kljub njegovemu čaščenju v Svetem pismu ne manjka tudi »grajajočih in svarilnih glasov, ki obsojajo nezmerno uživanje vina in pijanost ter opisujejo posledice: revščino, nesposobnost treznega razmišljanja, sramoto, razuzdanost, bruhanje in glavobol« (Ovsec 2006, 10).

Na drugi strani je uživanje alkohola v muslimanskih državah zaradi vere prepovedano. Na obsežnih površinah vinogradov v nekaterih državah bližnjega vzhoda se večinoma pridelujejo sorte za namizno grozdje in rozine, vina pa pridelajo zelo malo, komaj omembe vredno (Medved 1997, 26).

Predvsem na podeželju so bili nekdanje pogosti ljudski običaji, povezani z vinom. Da bi otrok rasel v zdravju in moči, so v vodo za prvo kopel novorojenčka dali nekaj vina; za dobro žetev je bolgarski kmet jeseni ob setvi z vinom poškopil njivo; nevesta je na poročni dan za

ohranitev plodnosti obvezno jedla vinsko juho; vino pa je bilo tudi sredstvo proti zakletvam in čarovnicam (Šikovec 1996, 24).

2.3 Žgane pijače

Medtem ko sta vino in pivo naravna proizvoda in posledica naravnega procesa fermentacije, je za pridobivanje žganih pijač potrebna destilacija oziroma umetno koncentriranje naravnih snovi. Točen čas iznajdbe žganih pijač in njihov prvotni namen uporabe nista znana, se je pa njihovo uživanje, piše Barr (1998, 9), močno povečalo v začetku 18. stoletja v Londonu, kjer so prenaseljenost, nezaposlenost in epidemija kužnih bolezni privedli do nebrzdanega uživanja gina. Omamljanje do nezvesti je tako poleg slabih življenjskih razmer v veliki meri prispevalo k temu, da je bila smrtnost celo višja od rodnosti.

Irci naj bi viski uporabljali za miritev živcev pred bitko, Škoti pa so ga sprva uporabljali kot zdravilo, ki je pomagalo pri tako rekoč vseh zdravstvenih težavah, podaljševalo pa naj bi tudi življenje (Harris 2001, 36). Viski so delavci prejeli celo namesto plače, pogosto se je uporabljal za plačilo najemnine posesti, po poročilih iz 17. stoletja, ki jih navaja Harris (2001), pa je lahko uživanje viskija po večerji trajalo tudi do deset ur, saj se je bilo treba na družabnih srečanjih do konca noči brezupno in do mrtvega napiti.

2.4 Vpliv oblasti na uživanje alkohola

Pitje alkohola so oblasti skušale nadzirati na različne načine; enkrat s pospeševanjem, drugič z omejevanjem. Na Kitajskem in Japonskem je bilo 2000 let pr. n. št. pridobivanje vina močno obdavčeno, kar lahko po mnenju Medveda (1997, 29) štejemo za prvi poskus prohibicije, kasneje pa je bilo zaradi zlorabljanja celo prepovedano. Kršitev se je kaznovala z usmrtno kazenjo.

Najbolj znan primer prohibicije je nedvomno tisti v ZDA v 20. letih prejšnjega stoletja. A prohibicija tudi takrat ni uspela; proizvodnja, prodaja in uživanje alkoholnih pijač so se preselili v podzemlje in namesto države je na njih služil organiziran kriminal (Barr 1998: 17). Edine, ki so bile v preganjanju alkohola uspešne, so muslimanske države, saj so pitje alkoholnih pijač skoraj popolnoma izkoreninile, se pa po mnenju Ramovša (1994, 288) niso izognile omamljanju in zasvojenosti, saj je za to na voljo nešteto drugih možnosti.

Oblasti uživanja alkohola niso zmeraj omejevale, ampak so ga, nasprotno, spodbujale. Angleška vlada je na primer v 17. stoletju znižala davek na gin in odpravila omejitev na proizvodnjo in prodajo pijače, s čimer se je želela znebiti preobilja žit, hkrati pa s povečano prodajo alkohola napolniti državno blagajno za financiranje vojne s Francijo (Barr 1998, 9). Dve stoletji kasneje je prav tako v Angliji opozicija vlado obtožila, da želi slednja z znižanjem davkov na alkohol in podpiranjem odprtja novih »palač gina« opiti delavski razred, ki naj bi se zaradi tega manj združeval in več trošil na pijačo. Da se avtoritarna oblast upravičeno bolj boji ljudstva, kadar misli, kot kadar pije, so pokazali dogodki po prohibiciji vodke v Rusiji leta 1914. Brez nje se ljudstvo ne bi uprlo in oktobrska revolucija se ne bi nikoli zgodila, trdi Arthur Mee (v Barr 1998, 11).

2.5 Alkohol kot »lubrikant družbene konstrukcije«

Uživanje alkohola je bilo nekoč vezano tudi na delo. Ko so se ljudje še pretežno ukvarjali s poljedelstvom, je bil njihov delovni čas v veliki meri odvisen od vremena. Alkohol je služil kot okrepčilo v hladnih dneh in kot preganjalec dolgčasa v obdobju brezdelja. Z industrializacijo se je način dela spremenil; delo za tekočim trakom je bilo fizično lažje, a je zahtevalo večjo zbranost. Delavci zato med delovnim časom niso mogli uživati alkohola, so se pa k njemu redno zatekali po koncu službe, ki je zaradi monotonosti namesto fizičnih prinašala psihološke pritiske (Barr 1998, 138).

V dolgi zgodovini naklonjenosti do alkohola je človeštvo doživelo tudi drugo skrajnost. V 30. letih prejšnjega stoletja so v ZDA ljudje, naveličani vojne, njenih tragedij in blaženja bolečin z alkoholom obrnili hrbet barom, pijančevanju in omamljanju. Alkohol je bil iz mode, nadomestilo ga je mleko (Barr 1998, 171). A ker je bilo pitje alkohola tudi socialno dejanje, ki je v pivnicah in gostilnah združevalo ljudi, so točilnice alkohola zamenjali bari za mleko. Predvsem v Evropi pa so gostilne ostale mesta druženja in nadaljevanja alkoholne tradicije. Kot piše Barr (1998, 174), je eden od razlogov za pitje alkohola bila tudi visoka cena nealkoholnih pijač.

Alkohol je imel od nekdaj povezovalno vlogo. Razlog za obvezno pitje alkohola v barih leži v zapuščini predindustrijske družbe. Pred uveljavitvijo tržnega gospodarstva je imelo delovno mesto pomembno socialno vlogo in simbolni akti, ki so vzpostavljali in utrjevali socialne vezi, so bili pomembnejši od proizvodne aktivnosti. »Najpomembnejši od teh simbolnih aktov

je bilo pitje alkohola, s katerim so delavci potrjevali pripadnost skupini,« ugotavlja Barr (1998, 175) in dodaja, da je delovno mesto z nastopom kapitalizma izgubilo socialno funkcijo, vrednote in pивske navade pa so se preselile v gostilne (prav tam), kjer je alkohol še danes ključni povezovalni element in deluje kot »lubrikant družbene konstrukcije« (Heath v Podjed 2006, 192) (več o tem v naslednjem poglavju).

2.6 Alkohol kot zdravilo

Alkohol je bil od vsega začetka uporabljan kot zdravilo, topilo za številna zelišča in za pripravo mazil (Šikovec 1996, 33). Celo muslimani, ki uživanje alkohola strogo prepovedujejo, so dovoljevali uporabo vina v zdravstvene namene. Z njim so odpravljali ledvične kamne, urejali prebavo, preprečevali bolezni sklepov, izboljševali delovanje jeter in mehurja ter ga celo uporabljali v boju s sivimi lasmi (Barr 1998, 239–240). Da je vino dober antiseptik, so vedeli že Perzijci in Rimljani, ki so onesnaženo vodo mešali z vinom in jo tako naredili pitno (Barr 1998, 252). Ker so žgane pijače dajale občutek toplote, so jih uporabljali za lajšanje posledic povišane telesne temperature in virusnih obolenj ter celo za preprečevanje kuge v srednjem veku (Barr 1998, 240). Alkemisti so žganim pijačam zaradi načina pridobivanja dodelili še večji pomen; »destilacija naj bi jih pripeljala do eliksirja življenja, ki moškim podeljuje nesmrtnost« (Barr 1998, 241). Alkohol so zdravniki nehali predpisovati konec 19. stoletja, ko so se začela pojavljati nova, sintetizirana zdravila, kot so: aspirin, vitamini, hormoni, antibiotiki in pomirjevala. A do takrat je medicina s svojo prakso že naredila večino škode in zdravniki so se soočali z enako težavo kot pri predpisovanju morfija; številni bolniki so obe substanci uporabljali v velikih količinah še naprej tudi po ozdravitvi, ugotavlja Barr (1998, 247).

3 Sodobna raba alkohola

Čeprav je namen rabe alkohola danes drugačen kot v preteklosti, ostaja v njegovem uživanju veliko nekdanje simbolike. Praznik sv. Martina še zmeraj radi obeležujemo pa tudi navada mešanja vina z vodo (danes mineralno) je ostala. Vse bolj se uveljavlja prepričanje o vinu kot naravnem zdravilu in preprečevalcu številnih bolezni. Ob tem številni avtorji (Medved 1997; Barr 1998; Šikovec 1996; Kapš 2000) omenjajo t. i. francoski paradoks, po katerem imajo prebivalci Francije, ki pojejo velike količine mastnega mesa in mlečnih izdelkov, nizko število srčno-žilnih bolezni in z njimi povezanih smrti prav zaradi velikih količin popitega rdečega vina. Od prvih znanstvenih dokazov o učinkovitosti vina pri preprečevanju srčnih infarktov v Italiji v začetku 60. let prejšnjega stoletja (Barr 1998, 282) se je do danes zvrstila množica raziskav, ki potrjujejo dobrodejnost zmerne pitja alkohola. Da vino zvišuje koncentracije zaščitnega HDL- in znižuje škodljivega LDL-holesterola, preprečuje nastanek krvnih strdkov, varuje celice pred prostimi radikali, širi žile, zavira nastanek tumorjev, širjenje bakterij in virusov ter izboljšuje spomin in miselne sposobnosti, trdijo tudi zdravniki, med njimi Kapš (1998), specialist internistike in pnevmologije. Ta sicer priznava, da »uradna medicina vina ne more obravnavati kot hrano in zdravilo, temveč le kot poživilo ali drogo s specifičnimi učinki na organizem« (Kapš, 1998, 50), lahko pa prikaže »tiste svetle točke kulturnega pitja vina, ki še ne ogrožajo zdravja in ki čim bolj vplivajo na človekovo zdravje« (prav tam). Za popularizacijo teh svetlih točk so v zadnjih letih dobro poskrbeli mediji, še posebej revije za ženske ter mediji z izrazito zdravstveno tematiko in nasveti o zdravem življenjskem slogu.

Do danes se je ohranilo izročilo zapitja ključnih življenjskih prelomnic, kot so rojstni dnevi, poroke, mature, diplome, rojstvo otroka, različne obletnice ter drugi uspehi v osebnem in poslovnem svetu. Franović (1993, 46) opisuje, da je »obvezni kozarec po poslovnih razgovorih, pri skupnih kosilih in ob sklepanju poslov že pravi družbeni ritual«, zato menedžerju z lahkoto preide v navado pretirana in pogosta alkoholna spodbuda. Podjed (2006, 186) ugotavlja, da je pitje alkoholnih pijač vrsta obreda z določenimi pravili in značilnostmi, med drugim z nazdravljanjem in s »čaščenjem rund«. Pomen nazdravljanja in trkanja s kozarci po Barrovem (1998, 338–339) mnenju izhaja iz preteklosti, ko so alkoholne pijače še pili iz ene posode. Z delitvijo iste pijače in posode so krepili zavezništvo. Ko so se sredi prejšnjega tisočletja pojavile kupe in kozarci, so z njimi začeli trkati, s čimer so

pokazali, da še zmeraj pijejo isto pijačo in delijo isto usodo. Poseben pomen ima v pivskih obredih ciklično plačevanje za pijačo, zaradi česar je pitje

povezano z recipročno menjavo po načelu »dar – vrnjeni dar«, ki ustvarja in pomaga ohranjati družbene vezi. V skupini, ki se sreča v gostilni, namreč velja nenapisan dogovor, da si udeleženci v pivski seansi izmenično plačujejo pijačo. Tako imajo člani skupine približno enak tempo pitja, zato čez čas nihče posebej ne izstopa po alkoholiziranost, predvsem pa se med pivci zaradi podarjene in vrnjene pijače vzpostavijo tesnejši odnosi, kot so jih imeli pred začetkom pitja. (Podjed 2006, 186)

Barr (1998, 176) obenem ugotavlja, da čaščenje rund istočasno vodi v čezmerno pitje, saj nenapisana pravila zapovedujejo, da mora posameznik plačati novo rundo takoj, ko ima eden od članov družbe prazen kozarec, ne glede na to, ali imajo ostali pred seboj še poln kozarec.

Tako kot so nekoč pubi delavskemu razredu predstavljali pribežališče pred nadrejenimi (Barr 1998, 175), so danes pivski prostori »svojevrstno zatočišče pred zunanjim (tujim in nevarnim) svetom« (Podjed 2006, 188), kjer se oblikujejo alternativni svetovi in kjer veljajo druga pravila. V njih je alkohol povezovalni element, ki podira meje med neenakimi, ruši zidove med nadrejenimi in podrejenimi, odstira maske ter na novo konstruira družbena razmerja. Alkohol ima povezovalno moč tudi kot podarjena steklenica vina ali žganja, ki je v Sloveniji »eno najbolj ustaljenih vljudnostnih daril«, opaza Podjed (2006, 188).

Graves (v Podjed 2006, 189) je sicer prepričan, da je alkohol le eno od sredstev, ki ima integrativno vlogo v teh priložnostno ustvarjenih svetovih, in da bi se ljudje enako pogosto združevali tudi v slaščičarnah in kavarnah brez njegove prisotnosti. A edino sredstvo, ki je v zgodovini zmoglo opraviti to nalogo, je bila kava konec 15. stoletja v Egiptu in Otomanskem cesarstvu in to šele stoletja po tem, ko je islamsko pravo prepovedalo uživanje alkohola in je družbeno življenje praktično zamrlo (Barr 1998, 2). Prebivalci islamskih držav so črno pijačo po stoletjih suše na družbenem področju pograbili kot nebeški dar.

Nolimal (1995, 25) sicer meni, da je kulturno vrednotenje in posledično sprejemljivost alkohola v družbi mogoče razložiti tudi z načinom vnosa snovi v telo. Tako ugotavlja, da tradicionalne kulture pogosto sprejemajo ali odobravajo uživanje ali žvečenje drog, manj odobravajo njihovo kajenje in popolnoma odklanjajo vzbrizgavanje. To vrednotenje naj bi

slonelo na oceni relativnih tveganj; zaužita snov bo izzvala učinke, ki se bodo pojavili mnogo počasneje in z mnogo manjšo močjo od tistih, ki jih povzroči ista snov pri vbizgavanju. Enako se vrednotijo tudi škodljive posledice droge; tveganje za hiter razvoj odvisnosti naj bi bilo pri zaužitju droge praviloma najmanjše.

3.1 Je alkohol droga?

»Skupna lastnost drog oziroma psihoaktivnih snovi je, da spreminjajo zaznave, razpoloženje, razmišljanje in vedenje tistega posameznika, ki jih zaužije,« definira droge Čebašek-Travnik (2006, 24) in dodaja, da droge »poleg sprva prijetnih učinkov kasneje povzročajo zdravstveno, psihološko in socialno škodo.« Po teh merilih je alkohol nedvomno droga, čeprav številni avtorji (Nolimal 1995; Čebašek-Travnik 2006; Timbrell 2008) ugotavljajo, da je za večino ljudi razmišljanje, da bi alkohol uvrstili med droge, popolnoma nesprejemljivo. Čebašek-Travnik (2006, 24) navaja različne opredelitve psihoaktivnih snovi glede na kontekst, v katerem so predstavljene; lahko jih razdelimo po njihovem učinku, kemični strukturi, po tem, ali jih določena družba obravnava kot legalne ali nelegalne, kolikšen del uživalcev bo postal odvisen ter kakšno škodo povzročajo posamezniku in družbi. V nasprotju s splošnim prepričanjem, da sta heroin in kokain nevarnejša od alkohola, podatki kažejo, da ima slednji več škodljivih posledic tako za posameznika kot za družbo. Čebašek-Travnik (2006, 24) navaja podatek, da »globalno breme bolezni, to je vsa škoda, povzročena z opioidi, kokainom, amfetamini skupaj predstavlja približno petino škode, kot jo povzročata alkohol oz. tobak.« Seveda pa posledic, ki jih povzročajo droge, ne moremo šteti le v številkah, kot to počne statistika, ki meri število umrlih, nesreč, bolezni, izgubljenih delovnih dni in ekonomsko škodo kot posledico omenjenih dejavnikov. Zloraba psihoaktivnih snovi prizadene tudi ožjo in širšo okolico uživalca, škode pa ni mogoče izmeriti kvantitativno.

4 Slovenci – pivski narod?

Slovenija ima tradicionalno, močno kulturo pitja alkoholnih pijač, Slovenci pa so »pogosto imenovani kot narod pivskih zasvojencev, ki cenijo vino le kot omamo,« piše Kapš (1998, 11). Čebašek-Travnik (1999, 3) narod uvršča med tako imenovane mokre kulture, za katere je značilno, da je alkohol poceni in lahko dostopen, in ki so zelo strpne do posledic prekomernega pitja (Čebašek-Travnik 2001, 51).

Bajt (2007, 125) ugotavlja, da je alkohol v Sloveniji podobno kot v Evropi »eden ključnih javnozdravstvenih problemov, pri tem pa Slovenija bolj kot po porabi od povprečja Evropske unije odstopa zaradi škode, ki nastane pod vplivom alkohola.« Registrirana poraba čistega alkohola v Sloveniji v zadnjih 20 letih precej niha, zdravstvene delavce pa predvsem skrbi podatek, da se je poraba čistega alkohola iz leta 2005, ko je znašala 8,8 litra/prebivalca oziroma 10,3 litra/prebivalca pri odraslih, starejših od 15 let, prihodnje leto zvišala na 10,5 litra/prebivalca oziroma 12,2 litra/prebivalca pri odraslih, starejših od 15 let. Neregistrirana raba čistega alkohola je bila ocenjena na 7 do 8 litra/prebivalca. Glede na delež popitega alkohola je pivo leta 2006 spet prevzelo primat med alkoholnimi pijačami (Kovše, Nadrag, 2008, 3).

Po podatkih, ki sta jih zbrala Andersen in Baumberg (v Bajt 2007, 125), je pitje alkohola v svetu šesti najpomembnejši vzrok za prezgodnjo umrljivost in obolevnost, v Evropi pa je celo na tretjem mestu. Kar 4 odstotke svetovnega bremena bolezni lahko pripišemo alkoholu, v Evropi celo 8 odstotkov, kar je približno 125 milijard evrov oziroma 1,3 odstotka bruto družbenega proizvoda. Alkohol je eden ključnih javnozdravstvenih in socialnih vprašanj v družbi. Po podatkih Evropske komisije ima Evropa najvišje povprečje pivcev alkohola na svetu, najvišjo porabo alkoholnih pijač na število prebivalcev in visoko stopnjo z alkoholom povezane škode: številne smrtne žrtve na evropskih cestah, veliko nasilja, kriminala in družinskih težav pa tudi nizke produktivnosti na delu. Alkohol je pri 12 odstotkih moških in 2 odstotkih žensk v Evropski uniji odgovoren za prezgodnjo smrt in invalidnost.

4.1 Alkohol kot zdravstveni problem

Po podatkih Svetovne zdravstvene organizacije je alkohol za kajenjem in povišanim krvnim tlakom tretji najpomembnejši dejavnik tveganja za obolevnost in prezgodnjo smrt v razvitem svetu ter je tako škodljivejši od povišanega holesterola in prekomerne telesne teže. V

svetovnem merilu je kriv za 3,7 odstotka prezgodnjih smrti (2,3 milijona) in 4,4 odstotka bolezni letno, v Evropi celo za desetino bolezni in prezgodnjih smrti (Pucelj 2006). Poleg zastrupitev in zasvojenosti alkohol povzroči velik delež rakavih obolenj, ciroze jeter, epilepsije ter prometnih nesreč.

»Alkohol je toksična snov, s katero je povezanih več kot 60 različnih motenj s kratkoročnimi in dolgoročnimi zdravstvenimi in socialnimi posledicami«. (Šešok 2007, 45) Škodo, ki jo povzroča raba alkohola, strokovnjaki merijo s kazalci, kot so: obolenja, poškodbe in zastrupitve, ki jih lahko neposredno pripišemo rabi alkohola, ter posledično smrti. Učinki škodljive rabe alkohola so lahko takojšnji, kot so smrt zaradi nezgodne ali namerne akutne zastrupitve z alkoholom ali poškodbe in podhladitve kot posledice rabe alkohola, ali pa so posledica dolgotrajnega uživanja alkohola. Čeprav je večina ljudi prepričana, da alkohol škoduje, kadar človek že razvije odvisnost, analize alkohola kot dejavnika tveganja kažejo, da lahko predvsem opijanje privede do številnih takojšnjih posledic – zastrupitev, prometnih nezgod in nasilja v družini.

Obstaja cela vrsta bolezni, ki jih strokovnjaki štejejo v skupino s skupnim imenom duševne bolezni in vedenjske motnje zaradi uživanja alkohola; od alkoholne zastrupitve z alkoholom do psihoetične motnje. Lahko so posledica dolgotrajnega škodljivega pitja alkoholnih pijač ali priložnostnega opijanja in so v celoti (neposredno) pripisljive alkoholu. Smrti iz te skupine predstavljajo skoraj 30 odstotkov vseh smrti, neposredno povezanih z rabo alkohola (Šešok in ostali 2006, 21). Med ostalimi boleznimi, kjer kot dejavnik tveganja nastopa alkohol, so ciroza in rak jeter, varice požiralnika, akutni in kronični pankreatitis, rak ustne votline, žrela, požiralnika in grla, hipertenzija, bolezen koronark, ishemični in hemoragični infarkt ter srčne aritmije, pri ženskah pa še rak dojke in spontani splav (Šešok 2007, 45). Čeprav so omenjene bolezni posledica dolgotrajne rabe alkohola, pa Šešok (2007, 46) opozarja, da je tudi občasno opijanje pomemben dejavnik tveganja za srčni infarkt, še posebej pri najstnikih in mladih ljudeh.

4.2 Alkohol in prometna varnost

Posebej pomembna kategorija so smrti zaradi prometnih nesreč, v katerih je bil udeležen alkohol. Alkohol poveča tveganje za prometno nesrečo, saj vpliva na delovanje vseh človekovih funkcij, pomembnih za varno udeležbo v cestnem prometu. Vožnja pod vplivom

alkohola poveča verjetnost za nastanek prometne nesreče, ta verjetnost pa se povečuje s količino zaužitega alkohola. Na spletni strani Sveta za preventivo in vzgojo v prometu so objavljeni podatki, da je pri koncentraciji 0,5 grama alkohola na kilogram krvi (najvišja dovoljena meja) verjetnost, da bo voznik povzročil prometno nesrečo, dvakrat večja, pri 1,3 g/kg petnajstkrat in pri 1,5 g/kg petindvajsetkrat večja kot pri treznem vozniku.

V Sloveniji je delež prometnih nezgod z udeležbo alkohola že veliko let okoli 10 odstotkov (Šešok in drugi 2006, 31). Po poročilu policije se je leta 2007 zgodilo 30.400 prometnih nesreč, v katerih je umrlo 293 ljudi, 1.263 jih je bilo hudo telesno poškodovanih. 12,1 odstotka povzročiteljev prometnih nesreč je bila alkoholizirana. Povprečna stopnja alkohola v krvi povzročitelja je bila 1,53 g/kg, kar je trikrat več od dovoljene meje. Pomemben je podatek, da v prometnih nesrečah z udeležbo alkohola več kot tretjina oseb umre, četrtnina jih je hudo telesno poškodovana. Izid prometnih nesreč z udeležbo alkohola je običajno težji kot nesreč brez njegove prisotnosti, ugotavlja Šešok (2007, 46).

Čeprav podatki kažejo na pogosto prisotnost alkohola v prometnih nesrečah s hudimi posledicami, se Barr (1998) ne strinja, da je alkohol v resnici vzrok za te nesreče in ob tem izpostavlja nejasnost statistik, ki nesrečo uvrstijo v kategorijo vožnja pod vplivom alkohola, čeprav je bil morda dejanski krivec za nesrečo prehitra vožnja ali kateri drugi dejavnik, neodvisen od uživanja alkohola. Ali je pravi krivec za prometno nesrečo alkohol, je v resnici težko natančno določiti, zato slovenske statistike alkohola od leta 1994 ne štejejo več kot primarnega, ampak sekundarnega povzročitelja. Primarni vzrok je neprilagojena hitrost, izsiljevanje, nepravilno prehitevanje idr. (Šešok in drugi 2006, 32).

4.3 Finančno breme rabe alkohola

»Posledice škodljive rabe alkohola so za družbo veliko finančno breme, ki je posledica manjše ali izgubljene produktivnosti zaradi bolezni in prezgodnjih smrti na eni strani in velikih stroškov v zdravstvu, socialnem varstvu, prometnem sektorju ter kazenskem sodstvu na drugi strani,« ugotavljajo Šešok in drugi (2006, 2). Gospodarsko breme zaradi posledic škodljive rabe alkohola je bilo leta 2005 ocenjeno na 2 do 3 odstotke BDP (prav tam).

Zaradi alkoholu neposredno pripisljivih vzrokov je leta 2006 umrlo 674 oseb, kar je 3,7 odstotka vseh smrti, pri moških 5,7 odstotka, pri ženskah pa 1,7 odstotka. Najpogostejši vzrok

smrti je bila alkoholna bolezen jeter. Prezgodaj, pred starostjo 65 let, je leta 2006 umrlo 420 oseb, ki so izgubile 4.730 let potencialnega življenja, kar je bilo v povprečju 11,3 leta na prezgodaj umrlo osebo (Kovše in Nadrag 2008). Ob navajanju omenjene statistike pa Šešok (2007, 47) opozarja, da so evidentirane smrti »le vrh ledene gore in predstavljajo le najbolj optimistično sliko prežgodnje umrljivosti, neposredno povezane z alkoholom. Alkohol kot vzrok smrti je pogosto namerno ali nenamerno spregledan pri evidencah vitalne statistike.« Alkohol je namreč velikokrat posredni vzrok smrti oziroma bolezni, ki privedejo do smrti. Tako je alkohol na primer pogost povzročitelj debelosti, ki je znan dejavnik tveganja za prežgodnjo smrt. V Sloveniji predstavljajo prežgodnje smrti, ki jih lahko neposredno pripišemo alkoholu, skoraj desetino vseh prežgodnjih smrti (Kovše in Nadrag 2008, 25), vendar naj bi bil po prepričanju Šeškove (2007, 47) dejanski delež teh smrti bistveno večji. Raziskovalka obenem opozarja, da pogosteje kot osebe, odvisne od alkohola, prežgodaj umirajo priložnostni pivci (Šešok 2007, 47).

4.4 Raba alkohola pri mladih

V zadnjih letih javne zdravstvene institucije vse pogosteje opozarjajo na pitje alkohola pri mladostnikih, tako pri nas kot tudi v državah EU. Alkohol je namreč številka ena pri vzrokih za smrtnost in obolevnost med mladim. (Anderson in Baumberg v Bajt 2007, 125). Strokovnjaki, ki se ukvarjajo s to problematiko, opozarjajo predvsem na porast verižnega popivanja (*angl. binge drinking*), ki pomeni zaužitje najmanj 5 alkoholnih pijač ob eni priložnosti. Za Bajtovo (2007, 126) so zaskrbljujoča predvsem dejstva, da se »pitje alkohola pri mladostnikih v glavnem pojavlja že zelo zgodaj (celo pri 11 letih in prej), da se mladostniki z alkoholom srečajo doma ter da je v Sloveniji pitje alkohola pogosto popolnoma sprejemljivo.«

Zadnja raziskava, s katero so raziskovalci v Sloveniji med drugim ugotavljali ogroženost mladih zaradi uživanja alkohola, je bila raziskava HBSC, izvedena leta 2006, v kateri so bili sodelujoči razdeljeni v tri starostne skupine (11, 13 in 15 let). Dobljeni podatki so pokazali, da so alkoholne pijače pri mladostnikih precej priljubljene; v času anketiranja jih je uživalo približno 85 odstotkov 15-letnikov, malo več kot dve tretjini 13-letnikov in malo manj kot polovica 11-letnikov. Dekleta so v vseh starostnih skupinah redkeje posegala po alkoholu. Raziskovalci sicer ugotavljajo, da prevladuje pitje alkohola ob redkih priložnostih in da je pogosto del mladostniškega eksperimentiranja. Glede opijanja (ta spada med posebej tvegane

oblike pitja alkohola, saj ima lahko poleg zdravstvenih še bolj tragične posledice) izsledki kažejo, da je bila vsaj enkrat v življenju opita skoraj tretjina vseh anketirancev, več kot dvakrat pa skoraj polovica 15-letnih fantov in več kot četrtnina deklet iste starosti. Čeprav so številke v primerjavi z letom 2002 nižje, kar je po mnenju Bajtove (2007, 143) najverjetneje posledica Zakona o omejevanju rabe alkohola iz leta 2003, ki mlajšim od 18 let prepoveduje prodajo in ponudbo alkoholnih pijač in obenem časovno omejuje njihovo prodajo, so vseeno visoke. Zaskrbljujoče pa je predvsem dejstvo, da večina mladostnikov opijanja ne dojema kot tveganega, opozarja avtorica (Bajt 2007, 133–144).

5 Pomen množičnih medijev

Kot piše Splichal (1999: 24), se problemi, ki pritegujejo pozornost ljudi, spreminjajo, in sicer ne naključno, temveč skladno s spreminjajočimi se zahtevami družbe in gospodarstva. Te spremembe so lahko hitre ali počasne in zajemajo različne časovne okvire. Tako današnja generacija podeljuje pomembnost drugim temam kot na primer generacije, ki so živele sredi prejšnjega stoletja med 2. svetovno vojno, enako pa ima lahko ista generacija danes popolnoma druge preference kot včeraj. Podeljevanje pozornosti je večplastno in prepletajoče in v nekem smislu deluje kot začaran krog. Družba se odziva na spremembe v svoji strukturi, enako se nanj odziva politika, ki pa z odzivi na spremembe sproži niz dejanj, na katere bo družba spet reagirala. V ta odnos soodvisnosti so vpeti tudi mediji.

Mediji v današnji družbi zapolnjujejo vrzel, ki je nastala s propadom tradicionalnih avtoritet, ki so v predmodernej družbi posamezniku pomenile vir znanja o samem sebi in njegovem odnosu do sveta. Mediji so tako v posttradicionalni družbi nase prevzeli vlogo tematiziranja umeščenosti posameznika v kompleksni družbeni univerzum.

Množični mediji postajajo glavna arena za izmenjavo informacij, ki so pomembne za človekovo odločanje in delovanje. »V družbi, ki ni v celoti samozadostna ali tako majhna, da bi vsi vedeli za vse, se dogaja, da se ideje ukvarjajo z dogodki, ki jih ne vidimo in jih težko razumemo,« je že pred desetletji v Javnem mnenju zapisal Walter Lippmann (1999, 39). Danes, ko kamnu globalizacije ne moremo več preprečiti, da bi se kotalil, je družba hkrati zmeraj bolj povezana prek množičnih medijev in zmeraj bolj izolirana. V tem okolju je funkcija medijev kot prenašalcev temeljnih novih idej zmeraj večja. Pomembnost množičnih medijev kot dejavnika socializacije se je znatno povečala, po prepričanju Eriksson-Backove (2003, 61) zaradi »zmožnosti medijev posredovati tako »bogato« kulturo, ki je bila nekoč v domeni družine, in »teoretično« kulturo, ki so jo v preteklosti primerno posredovale institucije, kot je šola.« Po Rosengrenu (v Eriksson-Backa, prav tam) je danes kultura »v veliki meri shranjena, reproducirana, modificirana, mediatizirana in distribuirana prek medijev«, ki s produciranjem in izpostavljanjem novih idej tudi ustvarjajo nove kulture. Rosengren (prav tam) kulturo množičnih medijev tako razume kot »rezultat tehtanja in preseganja surovega materiala«, kar ima za posledico reprezentacijo resničnosti, ki se nujno ne sklada s pravo resničnostjo. Medijska kultura je tako po mnenju Luukke (Eriksson-Backa

2003, 62) v stanju tranzicije, kjer postajajo meje med »lokalnim in globalnim, avtorjem in občinstvom, resničnostjo in fikcijo ter med verbalnim in vizualnim zmeraj bolj zamegljene.«

5. 1 Konstrukcija realnosti

»Edini občutek, ki ga imamo lahko ob dogodku, ki ga nismo doživeli, je občutek, ki se nam zbudi zaradi mentalne slike tega dogodka« (Lippmann 1999, 39), torej slike, ki jo je ustvaril posrednik dogodka. In posredniki dogodka so v današnjem svetu velikokrat množični mediji. Misel Walterja Lippmanna (1999, 225), da »novica in resnica nista ista stvar in je med njima treba jasno razlikovati«, je spremenila pogled na medije kot nevtralne prenosnike informacij. Iluzija, da novinarska sporočila realnost zgolj odlikujejo in da ji novinarji le nastavljajo ogledalo, se je razblinila. Erjavec in Poler Kovačič (2007, 138) pišeta, da je novinarski sporočanski proces »konstrukcija medijske realnosti in medijska konstrukcija realnosti, konstrukcija podob, ki se kažejo kot novice.« Novinarsko sporočilo je posledica novinarjeve interpretacije dogodka, je družbeni in medijski konstrukt ter pogled oziroma sporočilo o različnih podobah stvarnosti (Erjavec, Poler Kovačič 2007, 138).

Novinarstvo, ki se uresničuje prek medijev, nam »kot posebna vrsta produkcije in distribucije védenja« (Splichal 2000, 47) osmišlja svet in lasten prostor v njem. Po Hartleyju (2004, 182) je osmišljanje vaja v discipliniranju družbenega delovanja s pomočjo diskurza. Na tej ravni družbena funkcija novinarstva nima nič opraviti z realnostjo ali resnico samih preddiskurzivnih dogodkov, temveč z zamišljenim svetom znotraj poročanja. »Pomembnejši je pogled, saj je vizualizacija reda/nereda tisto, kar s pomočjo aktualnosti postane avtentično, ne obratno.« (Hartley 2004: 182) Na kratko, novinarstvo je za Hartleyja (2004, 182) »proizvodnja realnega skozi pogled.« Njegova označitev novinarstva kot družbenega diskurza disciplinirajočega pogleda poudarja, »da to, kar se s temi postopki dokazuje, ni resnica dejanskega obstoja, temveč verjetnost diskurzivne vizije« (Hartley 2004: 182). Z določeno diskurzivno vizijo novinarstvo kot kulturni režim reprezentacij vzdržuje družbo v času oziroma v določenem družbeno-zgodovinskem kontekstu podpira specifičen režim resnice.

5.2 Oblikovanje medijske agende

Hiebert in Gibbons (2000, 37) definirata novice kot »set dejstev, ki jih je novinar izbral v množici informacij in jih oblikoval v formo, ustrezno za objavo v množičnem mediju.« Informacija torej postane novica šele, ko se pojavi v medijih. Izbor dogodkov je pomemben,

saj mediji ne morejo objaviti vseh informacij, ki so jim na voljo. Čeprav je McManus (v Erjavec, Poler Kovačič 2007, 106) prepričan, da bi morali novinarji izbirati teme, ki naj bi javnost obveščali o zanje pomembnih zadevah, pa, kot ugotavlja Donsbach (v Erjavec, Poler Kovačič 2007, 126), na novinarjevo odločitev o objavi in načinu predstavitve zgodbe vplivajo predvsem dejavniki novičarske vrednosti, institucionalni cilji, viri informacij in osebna stališča novinarjev.

Hiebert in Gibbons (2000, 30–31) opominjata, da obstaja v medijskem prostoru kljub načelni svobodi govora vrsta pravil in prepovedi, ki določajo, ali bo informacija postala novica ali ne. Avtorja razlikujeta med »notranjimi« in »zunanji« regulatorji vsebine medijev; prve, med katere sodijo novinarji, uredniki in lastniki mediji, imenujeta odbiratelji (angl. gatekeepers). Ti odločajo:

- kaj bo objavljeno in kaj zamolčano,
- določajo kontekst, v katerega bo zgodba postavljena,
- kako pomembna je tema v razmerju do drugih tem,
- kako povečati ali zmanjšati pomembnost določene vsebine.

Med zunanje regulatorje Hiebert in Gibbons (2000, 31–33) štejeta oblast in zakonodajo, oglaševalce, skupine pritiska, vire informacij in občinstvo. Pri virih informacij so še posebej pomembni uradni viri, ki s skrivanjem informacij ali njihovim načrtnim posredovanjem ter »ustvarjanjem« novic s pomočjo tiskovnih konferenc in drugih aktivnosti po mnenju avtorjev v veliki meri vplivajo na poročanje medija. Tako ustvarjene dogodke Erjavec (1999, 57) imenuje psevdodogodki, za razširjanje informacij in svojih pogledov jih pogosto uporabljajo tudi neformalne organizacije in institucije, ki opozarjajo na določen družbeni problem, med njimi tudi promotorji zdravja.

Občinstvu pomembno vlogo pri oblikovanju medijske agende priznavata tako Hiebert in Gibbons (2000, 33) kot Iggers (v Erjavec, Poler Kovačič 2007, 110), ki trdi, da se mediji pri odločanju o vsebini v veliki meri opirajo na tržne raziskave o tem, kaj javnost želi vedeti. Zato večinoma objavljajo zgodbe, ki prinašajo dobiček: zgodbe o kriminalu, nasilju, spolnosti, zabavi in o šokantnih dogodkih.

6 Uokvirjanje

Po Goffmanovem (v Luthar in Jontes 2007, 39) mnenju se »večina našega vedenja ravna po pričakovanjih, ki jih določajo okviri ali interpretativne sheme, ki vzpostavljajo kontekst za delovanja.« Ti okviri, večinoma neizrečeni in nepriznani, po prepričanju Gitlina (v Scheufele 1999, 106) urejajo svet novinarjev, ki o njem poročajo, in posameznikov, ki se na ta poročila zanašajo. Scheufele (prav tam) tako razlikuje med medijskimi okviri in individualnimi okviri, ki so v soodvisnem odnosu.

- Medijski okvir je »osrednja urejevalna ideja ali nit zgodbe, ki ponuja pomen razgrnjenim delcem dogodkov« oziroma ki nakazuje bistvo zgodbe (Gamson in Modigliani v Scheufele 1999, 106). Medijsko uokvirjanje in prezentacija dogodkov tako sistematično vplivata na prejemnikov način razumevanja dogodkov (Price, Tewksbury in Powers v Scheufele 1999, 107). Medijski okvir po mnenju Gitlina (v Scheufele 1999, 106) služi tudi kot »delovna rutina«, ki novinarjem omogoča, da informacijo, vredno objave, hitro prepoznajo, uredijo in ponudijo javnosti v ustrezni obliki. Gamson (v Scheufele 1999, 106) pa med drugim trdi, da je lahko proces uokvirjanja zavesten in opravljen z določenim namenom ali nezaveden brez jasnih motivov.
- Individualni okviri so po definiciji Entmana (v Scheufele 1999, 107) »skupine miselnih idej, ki posameznika usmerjajo pri predelavi informacij«.

O okvirih in medijskem uokvirjanju ter njegovem učinku je bilo v zadnjih desetletjih veliko napisanega, kljub temu pa Scheufele (1999, 103) ugotavlja, da tovrstno raziskovanje označujeta predvsem teoretična in empirična nejasnost, kar je posledica pomanjkanja skupnega teoretičnega raziskovalnega modela. Entman (prav tam) je uokvirjanje zato označil kot »razpršena konceptualizacija«, medtem ko Brosius in Eps (prav tam) celo trdita, da »uokvirjanje ni jasno izražen in splošno uporaben koncept, temveč le metafora, ki jo težko neposredno prevedemo v raziskovalno vprašanje.«

Semetko in Valkenburg (2000) kljub odsotnosti splošne definicije najdeta nekatere skupne značilnosti raziskav, ki nam pomagajo razumeti okvire in uokvirjanje. »Okviri so konceptualna orodja, s katerimi mediji in posamezniki izražajo, interpretirajo in vrednotijo informacije« (Neuman in ostali v Semetko in Valkenburg 2000, 94), »postavljajo parametre, znotraj katerih državljani razpravljajo o javnih zadevah« (Tuchman, prav tam), so v času

stabilni organizacijski principi, ki kot rezultat družbenega konsenza delujejo tako, da smiselno strukturirajo družbeni svet (Reese v Luthar in Jontes 2007, 39). Luthar in Jontes (prav tam) uokviranje razumeta kot »izbor določenih vidikov realnosti na račun drugih«, kar ima za posledico specifično oblikovanje pomena dogodka. Uokvirjanje je po Entmanu (v Semetko in Valkenburg 2000, 94) »izbiranje določenih vidikov zaznane realnosti za stopnjevanje njihove izpostavljenosti na tak način, da zagovarjajo določeno definicijo problema, vzročno interpretacijo in/ali moralno vrednotenje.« Okviri javnosti pomagajo pri dojetanju in označevanju toka informacij, ki jih obkrožajo (Goffman v Semetko in Valkenburg 2000, 94), in pri zmanjševanju izbire političnih možnosti (Tuchman v Semetko in Valkenburg 2000, 94). Erjavec in Thaler (2006, 33) izpostavljata, da okviri podajanje tematsko skladnih pomenov dosega s pomočjo ključnih besed, metafor, konceptov, simbolov ter ostalih besednih in vizualnih znakov, Luthar in Jontes (2007, 39) pa pojasnjujeta: »Okvir kot metapripoved ponuja kontekst za interpretacijo zadeve z vrsto konkretnih orodij, kot so marginaliziranje in izključevanje določenih informacij in poudarjanje drugih, uporaba metafor, standardnih pojmovnih verig, specifična retorika in narativizacija. Koncept uokviranja ne problematizira nepristranskosti ali pristranskosti zgodbe, temveč specifično organizacijo realnosti kot implicitno, neizgovorjeno teorijo o tem, kaj se je v resnici zgodilo.«

Ob pregledu literature, ki je raziskovala oblikovanje medijskih okvirov in njihovih učinkov, sta Semetko in Valkenburg (2000) identificirala pet najpogostejših okvirov:

- Okvir konflikta, ki pozornost javnosti vzbuja s poudarjanjem konflikta med posamezniki, skupinami ali institucijami. Ta okvir je Patterson (v Semetko in Valkenburg 2000, 95) pogosto zasledil v tekstih, ki so poročali o volilnih kampanjah v ameriški predsedniški predvolilni tekmi.
- Okvir človeškega zanimanja (angl. human interest frame), ki prezentirani temi podeljuje človeški obraz oziroma izpostavlja njen čustven vidik. Tak okvir skuša s poosebitvijo oziroma dramatizacijo vzbuditi ali ohraniti pozornost občinstva. Luthar in Jontes (2007, 40) poudarjata, da je novičarska vrednost novic zelo odvisna od načina uokvirjanja in da personalizacija družbenega pomena oz. njegova dramatizacija s pomočjo uokvirjanja prispeva k novičarski vrednosti zgodbe.
- Okvir ekonomskih posledic. Tak okvir poudarja, kakšne ekonomske posledice prinaša obravnavan problem.
- Okvir morale. Tak okvir prezentira zadevo v luči religioznih načel ali moralnih vrednot. Ker so novinarji zavezani profesionalnemu načelu objektivnosti, sami izrecno

ne moralizirajo, ampak raje odgovornost za postavitev moralnega okvira podelijo sogovorniku, ugotavljajo Neuman in ostali (v Semetko in Valkenburg 2000, 96).

- Okvir odgovornosti. Tak okvir skuša najti krivca za nastanek nekega problema ali njegovega rešitelja. Težava teh okvirov po mnenju Iyengara (v Semetko in Valkenburg 2000, 96) je, da z epizodnim in nerednim poročanjem o določenem družbenem problemu brez ustrezne umestitve znotraj zgodovinskega in družbenega konteksta spodbujajo ljudi, da krivdo zanj iščejo na individualni ravni. Za hudo ekonomsko stisko ali revščino naj bi tako bili namesto države ali sistema odgovorni posamezniki sami.

Nekateri avtorji uporabljajo koncept uokvirjanja v kontekstu raziskovanja medijskih učinkov. Scheufele (1999) uokvirjanje definira na osnovi socialnega konstruktivizma, ki zaznamuje četrto in zadnjo fazo raziskovanja medijskih učinkov. Zanj je značilno dvojno razumevanje medijskih učinkov. Po eni strani množični mediji z uokvirjanjem podob realnosti na predvidljiv način in v določenih vzorcih vplivajo na konstrukcijo družbene realnosti (McQuail v Scheufele 1999: 105), po drugi strani pa so učinki medijev pri oblikovanju javnega mnenja omejeni zaradi interakcije med množičnimi mediji in občinstvom. Mediji tako aktivno postavljajo okvire, ki služijo za interpretacijo in kot podlaga za razpravo javnih dogodkov (Tuchman v Scheufele 1999, 105), istočasno pa je predelava medijsko ponujenih informacij odvisna od aktivnosti prejemnikov, ki ob predpostavki, da je medijsko poročanje nepopolno in pristransko, za razumevanje dogodkov iščejo dodatne informacije iz drugih virov (Scheufele 1999, 105). Po konstruktivističnem modelu medijskih učinkov se torej »javnost opira na različico realnosti, zgrajeno iz osebnih izkušenj, interakcije z enakomislečimi ljudmi in interpretiranega izbora množičnih medijev« (Neuman in drugi v Scheufele 1999, 105).

6.1 Oblikovanje medijskih okvirov

Scheufele (1999) procese, ki vplivajo na oblikovanje in spreminjanje medijskih okvirjev, označuje s terminom »frame building«, ki je sposoben iz raziskav o prednostnem tematiziranju (*angl. agenda setting*.) Kako novinarji uokvirjajo določeno temo, je odvisno od številnih dejavnikov (Tuchman 1978; Gans 1979; Donsbach 1981; Schoemaker in Reese 1996 v Scheufele 1999): družbenih norm in vrednot, organizacijskih omejitev, pritiskov političnih akterjev in interesnih skupin, novinarske prakse, profesionalnih norm, politične naravnosti medija in ideološke ali politične usmerjenosti novinarjev.

Kadar na uokvirjanje vplivajo politični akterji, interesne skupine in druge elite, so novinarji pogosto le prenosniki idej, ki ponujene okvirje nespremenjene vključijo v svoj prispevek, ugotavlja Gans (v Scheufele 1999, 116). Luthar in Jontes (2007, 39–40) se njegovemu mnenju pridružujeta, ko pravita, da mediji kot pomembni uokvirjevalci dogodkov (pre)pogosto uporabljajo okvire, ki jih ponujajo uradni viri: »Uokvirjevalna moč uradnih virov izhaja iz njihovega rutinskega zalaganja medijev z novicami in njihovega strateškega zavezništva ali mitološkega partnerstva z novinarstvom, ki temelji na ideologiji objektivnega poročanja in je zato odvisno od rutinskega dotoka novic iz organiziranih virov, kot sta sodišče in policija.«

Nasprotno pa Rhodebeck (v Scheufele 1999, 117) trdi, da je prepričanje o uokvirjanju kot hierarhičnem procesu, ki izvira iz centrov moči (političnih elit, kapitala in interesnih skupin), napačno, in da obstaja recipročen odnos vplivanja na oblikovanje okvirov. Njegovo tezo je v raziskavi o uokvirjanju kriminala potrdil Fishman (v Scheufele 1999, 117), ki je ugotovil, da so okvir kriminal proti starejšim prebivalcem prvi postavili lokalni mediji z nizkimi nakladami, ki so ga kmalu po objavi pograbili ostali mediji. Fishman je fenomen imenoval »val novic«.

7 Družba tveganja

Mali (v Kamin 2006, 60) razlikuje med pojmom tveganje in nevarnost. Čeprav gre pri obeh za možnost pojava škodljivih posledic, se nanašata na različne družbene situacije. Nevarnost pomeni možni dogodek, ki se je zgodil neodvisno od nas, medtem ko »tveganje vsebuje dejanje odločitve, v okviru katerega zavestno vzamemo v zakup možne škodljive posledice, vse z namenom, da pridemo do hotenih ciljev.« Ker se tveganjem izpostavimo, »nevarnosti pa se nam zgodijo«, kot pravi Beck (prav tam), se tveganjem lahko tudi izognemo, zato za možne škodljive posledice odgovornost nosimo tudi sami.

Koncept tveganja je v sodobnosti povezan s svobodno izbiro in z razvojem novih možnosti. Z večjimi možnostmi izbire so povečane tudi možnosti uspeha in neuspeha, zato je vsaka naša odločitev tvegana. Kamin (2006, 60) opozarja na paradoksalen odnos zahodne družbe do upravljanja s tveganji. Na eni strani si prizadeva za njihovo izničenje, ljudi, ki tvegajo, pa obravnava kot neodgovorne ali nesposobne. Na drugi strani pa je tveganje zelo pozitivno vrednoteno v poslovnem svetu in športu. »Ljudi, ki smučajo z najvišje gore sveta, osvajajo še neosvojene gorske stene, se izpostavljajo hudim telesnim naporom za doseganje vrhunskih športnih rezultatov ipd., družba poveljuje v sodobne Herkule. Četudi obstaja velika verjetnost, da bodo pohabili svoje telo, preobremenili svoje telesne organe, morda v zasledovanju športnega uspeha celo umrli, jih družba, vključno z najvišjimi državnimi predstavniki, v tveganjih podpira in spodbuja.« (Kamin, prav tam) Toda, kot dokazuje zgodba Tomaža Humarja, takšno podpiranje se, odvisno od izida podviga, hitro sprevrže v zaničevanje. Slovenski alpinist se je leta 2008 podal na drzni vzpon na najvišjo steno na svetu, Nanga Parbat ali »goro smrti«, kakor jo imenujejo zaradi številnih alpinistov, ki so na gori pustili življenje. Ko se je njegova avantura končala na robu smrti z dramatičnim helikopterskim reševanjem, so se v javnosti pojavili privoščljivi glasovi. Skrajni med njimi so celo zagovarjali, naj bi Humarja pustili na gori umreti, saj je vedel, v kaj se spušča. Kadar tveganju torej sledi uspeh ali kadar pričakujemo, da bo obrodilo sadove, smo tveganju naklonjeni; kadar pričakujemo polom ali se ta v resnici zgodi, ga obsojamo.

7.1 Tveganje v zdravju

O zdravju v sodobni družbi ne moremo govoriti brez koncepta tveganja, še posebej, kadar govorimo o »super zdravju«, ideji, ki je »popolnoma prevzela logiko pozne moderne, za katero je značilno prizadevanje za odstranitev vsakršnih tveganj« (Beck, Giddens in Lash v

Kamin 2006, 56). Kamin (2006, 16) tako ugotavlja, da zdravje kot visoko cenjena vrednota danes ni več le odsotnost bolezni, ampak način življenja, vseobsegajoča blaginja, »stanje z mnogimi, spreminjajočimi se pomeni, cilj sam po sebi, proces, ki je odvisen od nenehnih meritev, opazovanja in (samo)nadzorovanja.« V tem kontekstu je izogibanje zdravstvenim tveganjem in preprečevanje bolezni namesto zdravljenja nujno in samo po sebi umevno.

Reinhard (v Kamin 2006, 56) opozarja na »pravo onesnaženost sodobne družbe z opozorili o zdravstvenih tveganjih, ki posameznika spremljajo na prav vsakem koraku vsakdanjega življenja.« Povezava zdravja s tveganji je po ugotovitvah Kaminove (prav tam) še posebej izrazita v znanstvenih raziskavah, kar sta s pregledom sodobnih razprav o zdravju potrdila Parker in Lupton (prav tam). V sodobnem diskurzu se tako tveganje »nanaša bodisi na posameznikovo zdravje v povezavi z njegovim življenjskim stilom ali na zdravje celotne populacije, ki pa zadeva zaskrbljenost za reprodukcijo in preživetje človeške vrste zaradi onesnaženega okolja, segrevanja ozračja, gensko spremenjen hrane ipd.« (prav tam).

Ker pa se je okoljskim in drugim tveganjem z vplivom na celotno populacijo težko izogniti zaradi številnih interesov, v veliki meri kapitalskih in političnih, so pozivi po nujnosti sprememb naslovljeni pretežno na posameznika. Medtem ko ni človeka, ki mu promotorji zdravja, mediji, zdravniki, prijatelji ne bi pihali na dušo, naj v izogib pljučnim boleznim preneha s kajenjem ali, še bolje, sploh ne začne kaditi, se jih večina najbrž ne zaveda, da je skokovito naraščanje bolezni respiratornega sistema tudi posledica povečanega onesnaženja ozračja. Pozivom, naj ljudje v svoji prehrani zmanjšamo količino soli, tako da je pri kuhanju uporabijo čim manj ali da pripravljenih jedi ne dosoljujemo, so se šele pred kratkim pridružili pozivi proizvajalcem hrane, konkretno pekarnam, naj zmanjšajo količino soli v svojih izdelkih. Z zatiskanjem oči pred dejstvom, da je škoda, ki jo povzročimo z neodgovornim zavrženjem neuporabljenih zdravil v koš, le kaplja v morje onesnaženja, ki ga veliko bolj povzroča spuščanje izločkov s presnovki zdravil v okolje, se povečuje odgovornost posameznika. Danes tako na praktično vsakem koraku odmeva nekakšna mantra o pomenu prispevka posameznika k zmanjševanju škode.

»Zaposlenost s posameznikovim zdravjem kot temeljem za določanje in doseganje blaginje« (Crawford v Kamin 2006, 43) ali »sistemsko prizadevanje za nadzorovanje potencialne oboletosti« (Kamin 2006, 44) je temelj zdravizma ali, kot pravi Kamin (2006, 43), razvite medikalizacije družbe. Osrednja točka medikalizirane družbe je posameznik, čigar cilj je

zdravje, ki naj bi ga dosegel s spreminjanjem načina življenja, ne glede na vzroke bolezni. Kot poudarjajo sociologi, takšna »ozka biomedicinska perspektiva dominira popularnemu kulturnemu diskurzu pri iskanju vzrokov za bolezni« (Seale 2004, 76), pri čemer izključuje socialno in okoljsko dimenzijo. Kamin (2006, 449) priznava, da s tega vidika za zdraviste problemi sicer lahko izvirajo zunaj posameznika, »a ker so ti problemi hkrati del posameznikovega vedenja, zdravisti rešitve za bolezni razumejo kot vprašanje posameznikove izbire in zato tudi njegove osebne odgovornosti.« »Dominantni epidemiološki paradigmi« (Brown in ostali v Seale 2004, 76) pri iskanju vzrokov bolezni so podlegli tudi mediji in znanstveniki, kar so ob pregledu poročanja ameriških tiskanih medijev o raku dojke dokazali tudi Brown in ostali (prav tam). Medicina in mediji so namreč krivca za raka dojke našli v genetiki, nepravilni prehrani in starosti ženske ob prvi nosečnosti, medtem ko so okoljske vplive popolnoma zanemarili, s čimer sta bili oblast in širša skupnost osvobojeni odgovornosti, ta pa je povsem padla na pleča posameznika.

7.2 Promocija zdravja

Ugotovili smo, da je napovedovanje grožnje z nevarnostjo postala osrednja dejavnost, ki vedno bolj usmerja individualno in kolektivno življenje. Pri razširjanju glasu o tveganjih pa imajo pomembno vlogo promotorji zdravja, ki so v posebnem odnosu tudi z mediji.

»Promocija zdravja so različne kombinacije vzgoje za zdravje z organizacijskimi, političnimi in ekonomskimi posredovanji, ki so oblikovane z namenom vplivanja na vedenjske in okoljske spremembe za ohranjanje in izboljšanje zdravja« (Anderson v Kamin 2006, 81), kjer kombinacija po razlagi Kaminove (2006, 81) pomeni »nujnost povezovanja številnih dejavnikov zdravja s številnimi posredovanji ali podpornimi viri.«

Odpravljanje tveganja je možno na dveh frontah, skupinski in individualni, a Kamin (2006, 57) opaza, da je »med temeljnimi teoretskimi pristopi k preprečevanju zdravstvenih tveganj oziroma k promociji zdravja opaziti prevlado individualističnih teorij.« Te posameznika dojemajo kot racionalno bitje, ki se bo ob zavedanju določenega tveganja le-temu izognil. Odnos med informiranostjo, prepričanji in vedenjem naj bi bil tako neposreden, linearen in neizogiben (prav tam).

Posledica takega razumevanja posameznikovega delovanja je med drugim nenehno raziskovanje tveganj, katerega cilj je samo eden, in sicer spremeniti vedenje populacije. Pri tem se zastavljenega cilja oziroma norme ne problematizira, prav tako se ne sprašuje o dolgoročnih kulturnih in družbenih učinkih uresničevanj teh norm. »Zaznavanje določenih nevarnosti kot tveganj je namreč pogojeno z družbeno-kulturnim kontekstom in konstruirano tudi z določenimi interesi.« (Kamin 2006, 58)

Za spremembo posameznikovega vedenja v skladu z zdravstvenimi priporočili je bistvena informiranost. Z ugotovitvijo, da morajo biti posamezniki za doseganje sprememb zdravstveno usposobljeni, ustrezno izobraževanje pa mora biti lahko in hitro dostopno, Kamin (2006, 86) pojasnjuje poudarjanje Svetovne zdravstvene organizacije pomena komuniciranja o zdravstvenih vprašanjih v svojih programih pri doseganju opolnomočenosti posameznikov in skupnosti v odnosu do zdravja. Komuniciranje o zdravju je opredeljeno kot »ključna strategija za informiranje javnosti o problemih zdravja, za vzdrževanje pomembnih tem zdravja na javni agendi in za upravljanje z zdravjem prebivalstva« (prav tam).

Wallack (1990b) sicer opozarja na omejitve socialnega marketinga, ki skuša z ozaveščanjem posameznikov o dejavnikih tveganja spremeniti njihovo vedenje, in izpostavlja relativno nov koncept medijskega zagovorništva (*angl. media advocacy*), ki si prizadeva spremeniti razumevanje določenega zdravstvenega problema in ki določeno problematiko ne dojema kot stvar posameznika, temveč osvetljuje vlogo tistih, ki oblikujejo okolje, v katerem posamezniki sprejemajo določene odločitve. Pristop medijskega zagovorništva naj bi tako razvil strategijo, ki bi medije stimulirala, da bi na primer poročali o etični odgovornosti alkoholne industrije, ki z agresivnimi in dopadljivimi oglasnimi kampanjami mlade poziva k uživanju alkoholnih pijač.

7.3 Promocija zdravja in množični mediji

Oblike komunikacije, s katerimi promotorji zdravja razširjajo svoja sporočila, so številne; od napisov na cigaretnih škatlicah in letakov do izobraževalnih oddaj na televiziji. Kamin (2006, 87) sicer opaza upad števila komunikacijskih intervencij v Sloveniji v zadnjih letih, a so te zato zastavljene bolj obsežno in dolgoročneje. Danes vsaka resnejša komunikacijska intervencija sporočila posreduje prek zelo različnih medijev hkrati; prek televizije, radia, revij, jumbo plakatov na oglasnih panojih, letakov, promocijskega materiala ipd. Poleg tega

snovalci strategij iščejo zmeraj nove možnosti za čim bolj inovativno rabo tradicionalnih množičnih medijev in za čim boljšo izrabo novih elektronskih medijev. Poudarja se pomembnost dolgoročneje zastavljenih programov, kot so: »zdrave šole«, izobraževalne delavnice in klubi o pomenu zdravega prehranjevanja in nujnosti gibanja (Kamin 2006, 86–88) ter različni projekti, na primer »Z glavo na zabavo« ipd., pri izvedbi katerih običajno sodeluje več akterjev.

Ob zavedanju vpliva množičnih medijev na določanje družbene realnosti si institucije s področja javnega zdravstva prizadevajo, da bi izbrana zdravstvena vprašanja umestile na medijski dnevni red. Za doseganje čim širšega kroga uporabnikov in čim večjega vpliva je pomembno, da se pojavljajo v čim več tipih mediatiziranega zdravja (Atkin in Arkin v Kamin 2006, 121).

Kamin (2006, 121) prepoznava štiri tipe:

- zdravstveno novinarstvo (novinarski prispevki o delovanju zdravstvene politike, o zdravstvenih problemih, itd.);
- razvedrilne medijske vsebine o zdravstvenih temah (filmi in nanizanke o zdravstvenih zapletih, kot je »Urgenca«);
- razvedrilno-izobraževalne medijske vsebine o zdravju (življenjsko-stilno novinarstvo);
- oglasi (ki posredno ali neposredno komunicirajo o zdravju).

Za čim pogostejše razširjanje njihovih vsebin je sodelovanje z množičnimi mediji za promotorje zdravja ključnega pomena. Ameriška zveza za javno zdravstvo (*American Public Health Association*) tako v nekakšni bibliji za promotorje zdravja te opozarja na nujnost dobrega sodelovanja z mediji in jim svetuje, kako navezati stike z zdravstvenimi novinarji in kako povečati možnosti, da bodo njihova sporočila objavljena. Atkin in Bratic Arkin (1990, 38–39) povzemata poročilo s konference o odnosu med javnimi zdravstvenimi službami in mediji, ki prvim med drugim celo svetuje sodelovanje pri izobraževanju študentov novinarstva in zdravstveno učenje novinarjev ter izdelavo smernic o poročanju o zdravstvenih in znanstvenih temah, da bi tako »povečali globino razumevanja, dvignili raven dvoma in izboljšali novinarjevo presojo, ki ga bo vodila pri pripravljanju zgodb o teh kompleksnih vprašanjih.« Takšno vrsto sodelovanja, ki je po volji promotorjev zdravja, že obstaja v obliki posredovanja izbranih zdravstvenih vsebin medijem v obliki novinarskih prispevkov. Tako komuniciranje je, ugotavlja Kamin (2006, 88), za promotorje zdravja cenejše, »hkrti pa, ker

gre za novinarske prispevke, pogosto tudi bolj učinkovito pri umeščanju zdravstvenih tem na javno in politično agendo. Promotorji zdravja za novinarje oblikujejo poročila, kratke strokovne tekste, dajejo pobude za pogovorne oddaje na radiu, televiziji, pripravljajo tiskovne konference ipd.«

8 Zdravje v medijih

Da se zdravje prodaja skoraj tako dobro kot seks, so mediji že ugotovili, zato podatki Atkina in Bratic Arkinove (1990, 20), da je vsaj četrtina vseh prispevkov v ameriških dnevnih časopisih na nek način povezana z zdravjem, ne preseneča. Izsledki raziskave Kaiser Family Foundation (v Eriksson-Backa 2003, 64) kažejo, da lokalne ameriške televizijske novice najpogosteje poročajo o kriminalu, vremenu, nesrečah in naravnih katastrofah, zgodbah malega človeka (*angl. human-interest stories*) ter zdravstvenih temah. Večina, 60 odstotkov z zdravjem povezanih novic obravnava vzroke za nastanek bolezni in njihovo zdravljenje, še posebej raka in bolezni, povzročenih z (nepravilnim) načinom prehranjevanja. Frekvenca pojavljanja zdravstvenih tem se znatno poveča ob revolucionarnih odkritjih, še posebej, če so ta negativna ali zastrašujoča, kar dokazuje raziskava Ryana, Dunwoodyja in Tankarda (v Eriksson-Backa 2003, 64), ki je ugotavljala pogostost pojavljanja zgodbe o kavi, ki naj bi povzročala raka trebušne slinavke, po njeni prvi objavi. V enem tednu od »premierne« predstavitev izsledkov Harvardskega poročila je zgodba zasedla kar tretjino prostora v lokalnih časopisih (znanstvene revije, namenjene strokovni in laični javnosti, prestižni časopisi ter večji resni dnevni časopisi).

Ker naj bi izpostavljanje vseprisotne nevarnosti povzročilo val nelagodja in razburkalo občutek varnosti bralcev in gledalcev, zaradi česar se bodo ti v iskanju rešitev zatekali k nadaljnjemu prebiranju medijskih vsebin, je »pomembna naloga mnogih medijskih reprezentacij zdravja poudarjanje tveganosti sodobnega življenja«, pojasnjuje Seale (2004, 67).

Katere teme bodo postavljene na dnevni medijski red in kako bodo reprezentirane, je odvisno od različnih dejavnikov. Jasno je, poudarja Seale (2004, 54), da skušajo svoje interese uveljavljati politika in različne interesne skupine, med njimi še posebej tiste, ki vpliv medijskih reprezentacij merijo v ekonomskih merilih (npr. farmacevtske družbe). Med najbolj znanimi primeri vpliva kapitalskih interesov na poročanje medijev Seale (2004, 54–55) izpostavlja poskus tobačne industrije, ki je sredi prejšnjega stoletja želela preprečiti objavo zgodb o negativnih posledicah kajenja in ki je spodbujala objavo prispevkov, ki so dvomili v resničnost povezave med kajenjem in pljučnim rakom. Tudi farmacevtske družbe so med pomembnimi dejavniki vpliva, in sicer s spodbujanjem objave dramatičnih zgodb o hudi bolezni, ki je ozdravljiva le z njihovim čudežnim zdravilom, ali objave izsledkov znanstvenih

raziskav, ki potrjujejo izredno učinkovitost zdravila. Vključevanje pričevanj priznanih znanstvenikov in strokovnjakov zgodbi podeli dodatno težo in kredibilnost.

Glavni cilj zdravstvenih ustanov in promotorjev zdravja je spodbujanje vedenja, ki ohranja ali izboljšuje zdravje. Ti zato medije, ki poročajo o zdravstvenih temah, vidijo kot promotorje zdravega načina življenja in kot prinašalce točnih in objektivnih informacij o zdravstvenih tveganjih, osvobodjene kakršnih koli popačenj in pritiskov ideologije, želje po čim večjem dobičku in obveze zabavati občinstvo. Zdravstvene avtoritete, ki se ukvarjajo s promocijo zdravja, od tistih, ki nadzirajo in ustvarjajo medijske vsebine, zahtevajo objavo »asketskih sporočil« (Seale 2004, 5), kar pomeni, da je medijska funkcija zabavanja v temeljnem nasprotju z njihovimi željami. Po njihovem mnenju zgodbe o bolnikih, ki so preživeli zapletene operacije, otrocih, obolelih za redkimi boleznimi, in različnih žrtev nesreč, ki čakajo na presaditev organa, zgolj ustvarjajo strah pred redkimi dogodki, ničesar pa ne povedo, kako se izogniti »resničnim« in običajnim nevarnostim, kot sta kajenje in pitje alkohola (Seale 2004, 8–9). Atkin in Bratic Arkin (1990, 20) sta do medijev kritična, saj ti po njunem mnenju v svojem poročanju o glavnih dejavnikih zdravja ne spodbujajo načel promocije zdravja. Ker suhoparna dejstva in pozitivni vzorci vedenja niso vredni vnovičenja, se mediji mnogo raje ukvarjajo s sentimentalnimi zgodbami posameznikov in zanemarjajo obsežna socialna vprašanja. Medtem ko si javno zdravstvo prizadeva popraviti sistemske napake na ravni družbe, mediji zdravstvene probleme reducirajo na raven posameznika, s čimer v bistvu ohranjajo in utrjujejo obstoječe ekonomske in družbene norme, trdi Wallack (1990a, 42). Nasprotno pa Seale (2004) in Kamin (2006) ugotavljata, da tudi promotorji zdravja (že) igrajo na podobno karto kot mediji; apelirajo na čustva posameznikov in pri njih vzbujajo strah. Tudi Wallack (1990b, 161) sicer priznava, da institucije, ki se ukvarjajo s promocijo zdravja, same ustvarjajo novice, ki šokirajo. Lep primer je tiskovna konferenca ameriškega Centra za znanost in javni interes, ki je težavo oglaševanja alkoholnih pijač in njihovega vpliva na otroke predstavil s podatki, da znajo otroci naštetih več vrst piva kot imen ameriških predsednikov (prav tam).

Mediji pri reprezentaciji zdravstvenih tem sledijo istim načelom, kot pri poročanju o nekaterih ostalih temah, kot so: kriminal, šport ali zabava, na izbor in uporabo diskurza pa vplivajo podobni elementi. »Ker je zdravje povezano z neizbežnim razvojem proti osebemu izpolnjenju in psihološkemu oživljanju, ... medijske reprezentacije zdravja, tako kot reprezentacije športa in kriminala, delujejo na čustva,« ugotavlja Seale (2004, 24).

Zdravstvena zgodba bo tako objavljena, če bo nova, nepričakovana, negativna, skladna s prevladujočimi stereotipi, opisljiva s superlativi (največji, najnevarnejši), pomembna za posameznikov vsakdanjik, poosebljena, če bo vključevala pomembne osebnosti ali vire ali bo vsebovala pomembne podatke (kraj, številke, imena) (Galtung in Ruge v Seale 2004, 39).

Seale (2004) opaza, da so priljubljena sredstva za potenciranje učinka pri uokvirjanju zgodbe soočanje nasprotujočih si sil, predstavljanje ekstremov, uporaba metafor, števil in stereotipov. V zgodbah o bolnih otrocih gre tako za boj med dobrim in zlim, aids je kuga 20. stoletja, kako redka je neka bolezen, poudarjajo številke tipa 1: 1.000.000, žrtve preteče epidemije pa se štejejo v milijonih. Po drugi strani navajanje števil po mnenju Bella (v Seale 2004, 38) ustvarja privid objektivnosti in kredibilnosti zgodbe. Statistike so posebej priljubljeno sredstvo promotorjev zdravja, saj z njimi določeno temo lažje spravijo na medijski dnevni red. Ker pa suhoparne številke niso zanimive, so ti ustvarili »kreativno epidemiologijo« (Wallack 1990b, 159), s katero podatke zapakirajo v zanimivo obliko. Take bodo za novinarje bolj zanimive in ti jih bodo raje objavili. Seale (2004, 40) je prepričan, da je ustvarjanje bolj ali manj homogenih in marginaliziranih skupin že tako temeljni postopek pripovedovanja vsake zgodbe, stigmatizirane kategorije pa so pomembna komponenta močnih nasprotij. Stereotipi so tako vedno hvaležno sredstvo za poživitev zgodbe.

8.1 Senzacionalistično poročanje o zdravstvenih temah

Mnogi kritiki zdravstvenih vsebin v medijih so zaskrbljeni nad njihovim nerealističnim prikazovanjem, predvsem kar se tiče pogostega pojavljanja določenih tem v primerjavi z epidemiološkimi podatki o pojavnosti bolezni, kar naj bi imelo, če upoštevamo teorije učinkov medijev, ki priznavajo vpliv medijev na mišljenje in ravnanje javnosti, škodljive posledice. O učinkih takega prikazovanja na tem mestu ne bomo razpravljali, v dokaz, da mediji raje poročajo o senzacionalnih dogodkih, udarnih boleznih in nenavadnih primerih smrti, pa navajamo nekatere raziskave.

Lichtenstein in ostali (v Seale 2004, 45) so preučevali, kateri dogodki so po mnenju študentov in prebivalcev Oregona najpogostejši vzrok za smrt ljudi, dobljene rezultate pa nato primerjali s statističnimi podatki o smrtnosti. Njihove ugotovitve so bile med drugim: le nekaj več kot 20 odstotkov anketirancev je menilo, da so kapi verjetnejši vzrok za smrt od nesreče, čeprav prve v resnici povzročijo 85 odstotkov več smrti kot vse nesreče skupaj; študenti so na primer

tudi menili, da tornadi ubijejo več ljudi kot astma, čeprav slednja povzroči 20-krat več smrti kot tornadi. Kot najpogostejše vzroke za smrt so ljudje navajali senzacionalne dogodke, kot so tornadi, poplave, umori, rak in botulizem, medtem ko so sposobnost »nedramatičnih, tihih ubijalcev« (Lichtenstein in drugi v Seale 2004, 45) za povzročanje smrti, kot so: astma, tuberkuloza, sladkorna bolezen, kap, bolezni srca, drastično podcenili.

Kristiansen (v Seale 2004, 47) je pokazal, da mediji raje poročajo o boleznih, ki se končajo s smrtjo, Singer in Endreny (v Seale 2004, 46) pa sta zaključila, da mediji ne poročajo o tveganjih in nevarnostih, temveč o škodi. Signorielli (v Seale 2004, 49) je na podlagi pregleda ameriških medijev dokazala, da so prispevki o okoljskih vplivih na zdravje ali poklicnih boleznih izredno redki in da mediji bolj izpostavljajo posameznikovo odgovornost pri izogibanju tveganjem ali reševanju težav, namesto da bi poudarjali potrebo po sistemskih rešitvah.

8.2 Reprezentacija alkohola v medijih

Dejstvo, da so nekatere droge legalne, druge pa prepovedane, še ne pomeni, da bodo prve prezentirane le pozitivno, druge pa negativno. Zdravila so tako lahko predstavljena kot čudežne rešitve ali kot sredstva s hudimi stranskimi učinki, ki pretehtajo njihovo pozitivno delovanje. Po drugi strani se lahko pri reprezentaciji (nelegalnih) drog poudarja njihova škodljivost in adiktivnost, lahko pa so predstavljene kot izraz upornišтва in svobodnega duha (Seale 2004, 148). Njihova uporaba, sem šteje tudi alkohol, je neproblematizirana predvsem, kadar jih uživajo glasbeniki, igralci, pisatelji in drugi umetniki, saj naj bi bile droge nepogrešljiv spremljevalec umetniškega ustvarjalnega duha, pa tudi druge znane osebnosti, ki so se izkazale z izjemnimi dosežki, na primer politiki. Medijska reprezentacija drog je tako, opaza Seale (2004, 152), nagnjena k ekstremom, saj jih bodisi idealizira bodisi stigmatizira.

Predstavniki javnega zdravstva skušajo relevantne vsebine promovirati tudi posredno prek televizijskih nanizank. Te se nato v enem od mnogih delov posvetijo določeni bolezni ali zdravstvenemu problemu. Medtem ko lahko dejstvo, da je problemu sploh posvečena pozornost, označimo za pozitivno, pa je način reprezentacije večinoma povsem neprimeren, saj se problem v 45 minutah, kolikor traja nanizanka, zaplete in razplete, nakar je pozabljen. Resnične težave, kot je prekomerno pitje alkohola, pa skoraj nikoli niso tako enostavno in tako hitro rešljive. Kadar težava ni eksplicitno poudarjena, pa je pomembnost zdravstveno

tveganega vedenja v televizijskih dramah, kot opozarja Seale (2004, 49) izredno podcenjena; akterji skoraj nikoli niso debeli, čeprav se nezdravo prehranjujejo, kljub pogostemu menjavanju seksualnih partnerjev nikoli ne zbolijo za spolno prenosljivimi boleznimi in kljub ogromnim količinam popitega alkohola ne poznajo odvisnosti ali drugi negativnih posledic njihovega uživanja, obenem pa je alkohol pogosto prikazan kot hitra in neškodljiva rešitev v osebnih krizah.

Omenili smo, da mediji v prispevkih radi uporabljajo stereotipe. V povezavi z alkoholom so predvsem stereotipno prikazani študenti. Ti, sodeč po filmih, televizijskih oddajah in oglasih študentska leta preživljajo na do jutranjih ur trajajočih razuzdanih zabavah s steklenico piva v roki in v postelji s petimi različnimi partnerji v eni noči. Harris (2004, 89) opaza, da je popivanje do onemoglosti včasih prikazano kot zabavno, predvsem pa normalno za to življenjsko obdobje. Tako prikazovanje sporoča, da se študentska leta vrtijo le okoli alkohola, medtem ko šolske klopi samevajo, knjige pa se prašijo po kotih študentskih domov.

Čebašek-Travnik (1996, 33) meni, da se v množičnih medijih zmeraj pogosteje pojavljajo izsledki raziskav, ki dokazujejo koristnost uživanja majhnih količin alkohola, medtem ko o škodljivih učinkih alkohola pišejo pretežno strokovni časopisi.

Kako mediji uokvirjajo problem alkohola pri mladih, Barr (1995) ponazarja s poročanjem medijev leta 1995, ko so na tržišče prišle »alcopops«, mešanice sadnih sokov, mineralne vode in alkohola. V vročih poletnih mesecih leta 1995 je priljubljenost novih pijač zrasla v rekordnem času, postale so obvezna »oprema« piknikov in zabav, prodajne številke pa so ob koncu poletja že segale v milijone. Mediji so zgodbo o uspehu »alcopops« pograbili ter pri tem izpostavili njihov sladek okus, žive barve in privlačno embalažo, s čimer so podpirali svojo tezo, da jih je alkoholna industrija ustvarila zato, da bi mlade lažje navadila na pitje alkohola. Za potrditev te teze so mediji med seboj kar tekmovali, kdo bo našel čim mlajšega konzumenta teh pijač in učitelja ali roditelja, ki bo pripravljen na »primeren« način izraziti svojo zgroženost nad njimi. Pozivom medijem po prepovedi prodaje »alcopops« so se kmalu pridružili pozivi različnih kampanj, zdravstvenih organizacij in britanskega ministrstva za zdravje in čeprav v teh pozivih niso bili uspešni, je prodaja pijač naglo upadla, saj so jo izdelovalci zaradi slabe publicitete sami umikali s tržišča. Če pustimo ob strani Barrov argument, da »alcopops« niso bile namenjene mladi populaciji, sicer se ne bi prodajale po tako visoki ceni, je pomembna predvsem njegova izpostavitve splošno sprejete predpostavke,

»prodane« s strani medijev, da so nove pijače v pitje alkohola potisnile tudi tiste mlade, ki se ga sicer ne bi niti dotaknili. To splošno prepričanje je namreč ovrgla resna znanstvena raziskava o pivskih navadah najstnikov, ki je pokazala, da je večina mladih sicer poskusila »alcopops«, a so se pivci potem raje vrnili k pivu in žganim pijačam. Izsledke raziskave so mediji popolnoma prezrli, kar je Douglas Allsopp (v Barr, 2005), direktor Škotskega sveta za alkohol, ki je izvedel raziskavo, razložil z besedami, da mediji preprosto nočejo, da bi dejstva pokvarila dobro zgodbo: »Mediji so ustvarili težavo, ki v resnici sploh ne obstaja.«

9 Raziskava: reprezentacija alkohola v slovenskih tiskanih medijih

Predmet proučevanja v moji diplomski nalogi je reprezentacija alkohola v slovenskih tiskanih medijih. Za predmet analize sem vzela tri najbolj brane slovenske dnevne časopise: *Delo* kot osrednji resni oziroma kakovostni dnevni časopis, *Slovenske novice* kot tabloid in časopis z največjo naklado med dnevniki ter *Žurnal24* kot prvi brezplačni dnevni časopis v Sloveniji. *Žurnal24* izhaja od ponedeljka do petka v petih regionalnih izvodih: ljubljanskem, gorenjskem, primorskem, dolenskem in štajerskem. Osrednje teme so v vseh enake, med seboj pa se razlikujejo po prispevkih o lokalnih temah. Za časnik je značilen jedrnat način izpostavljanja srži obravnavane teme, njegovi prispevki pa ne ponujajo poglobljenih analiz, zato je namenjen hitremu pregledu dnevnega dogajanja. Za diplomsko nalogo sem analizirala štajersko izdajo časnika. Analizirala sem poročanje časopisov leta 2008. Z izbiro obdobja enega leta sem se izognila izpuščanju sezonsko pogojenega poročanja; kot bo razvidno kasneje, se nekateri dogodki, vezani na alkohol, pojavljajo le v določenih mesecih.

Ker bi bila analiza vseh prispevkov, objavljenih leta 2008, ki se kakor koli vsebinsko navezujejo na alkohol, glede na obsežnost gradiva prezahtevna, sem oblikovala vzorec, tako da sem iz vseh številčk časopisa, objavljenih med 1. januarjem in 31. decembrom 2008, izbrala le časopise, objavljene prvi teden v mesecu. Tako sem dobila vzorec 72 številčk *Dela*, 72 številčk *Slovenskih novic* in 60 številčk *Žurnala24*. Prispevkom, objavljenim v zbranih številkah, sem nato pregledala nadnaslov, naslov, podnaslov in vodilo. Za njihov in ne pregled celotnega besedila sem se odločila zato, ker naslovi, še posebej v tisku, po Erjavčevi in Thalerjevi (2006, 33) združujejo najpomembnejše informacije in služijo kot »pomembna smernica, s katero je nadzorovan preferenčni pomen novic, kot jih vidi bralec.« Če je kateri koli od naštetih delov prispevka vseboval besedo alkohol ali katero koli drugo besedo in besedno zvezo, ki se pomensko navezuje na alkohol, sem vsebinsko analizirala vso besedilo. Enota analize je bil torej novinarski prispevek, ki je zadostil opisanim kriterijem.

Tabela 9.1: Vzorec časopisov in število analiziranih prispevkov

	Število časopisov	Število prispevkov
Delo	72	123
Slovenske novice	72	211
Žurnal24	60	26

9.1 Metoda dela

Za metodo dela sem izbrala analizo uokvirjanja. Pri analizi me je zanimalo, kako mediji uokvirjajo alkohol, v katerih rubrikah so prispevki objavljeni, ali so za posamezno rubriko značilni določeni okviri, kako obsežni so prispevki, kolikšen del posameznega prispevka je namenjen analizirani temi in v katerem novinarskem žanru je napisan posamezni prispevek, pri čemer sem uporabila tipologijo Mance Košir (1988). Časopise sem nato med seboj primerjala; zanimalo me je, ali so posamezni okviri značilni le za določen časopis, kako pogosto se posamezni okviri pojavljajo v vsakem od medijev in v čem so si podobni oziroma različni isti okviri.

Prispevkom sem okvir določila glede na prevladujočo temo. Prispevke, ki so govorili o vplivu uživanja alkohola, sem v okvire razdelila glede na posledice uživanja. Večina prispevkov, na primer vesti o alkoholiziranih voznikih, je o alkoholu poročala le z enega vidika. Pri teh postavitev okvira ni bila težavna. Nekaj prispevkov je omenjalo več plati alkohola; pri teh sem skušala določiti prevladujočo komponento. Ali je nek vidik bolj poudarjen, sem presojala po njegovi izpostavljenosti v naslovu in podnaslovu ter po količini besedila, ki mu je bil namenjen. Nekatere prispevke, med drugim tiste, ki govorijo o pridelavi in prodaji alkohola, sem zaradi neločljivosti obeh kategorij v prispevkih uvrstila v skupen okvir in jih nato po enakem ključu, torej glede na izpostavljenost posamezne tematike, razvrstila v podokvire. Prispevke, ki govorijo o znanih osebnostih in njihovih izkušnjah z alkoholom, sem uvrstila v en okvir, čeprav so povod za poročanje o njih različni dogodki in stanja, denimo vožnja pod vplivom alkohola ali odvisnost od alkohola, in torej predstavljajo različne plati rabe alkohola. Kljub temu sem ocenila, da je poudarek v prispevku na osebi, kar vpliva tudi na reprezentacijo alkohola, zato sem zaradi natančnejše analize vse prispevke o znanih osebnostih uvrstila v en okvir.

9.2 Okviri v časopisu Delo

Pregledala sem prvih šest števil v mesecu za leto 2008, skupaj torej 72 števil časopisa *Delo*. Pregledovala sem nadnaslove, naslove, podnaslove in vodila novinarskih prispevkov, v analizo pa sem uvrstila vse prispevke, v katerih sem zasledila besede ali besedne zveze, ki so kakor koli nakazovali na alkohol oziroma njegovo rabo. Na tak način sem za namen analize zbrala 123 novinarskih prispevkov, ki so bili objavljeni v 18 rubrikah: *naslovna stran* (1), *Dogodki dneva* (8), *Iz naših krajev* (9), *Ljubljana* (2), *Mnenja* (1), *Gospodarstvo* (5), *Kronika*

(52), *Kultura* (5), *Šport* (3), *Zdravje* (4), *Znanost* (1), *Infoteh* (1), *Na kolesih* (1), *Kult* (2), *Trip* (19), *Panorama* (5), *Predsedovanje EU* (1) in *Zadnja* (3).

Glede na to, kolikšen del prispevka govori o alkoholu, sem prispevke razdelila v tri skupine. V prvi so prispevki, katerih glavna tema je pridelava ali raba alkohola in za katere sem ocenila, da je bil povod za objavo prav alkohol. Vanje sem uvrstila 65 ali 53 odstotkov prispevkov. V drugo skupino sem uvrstila 38 ali 30 odstotkov prispevkov, v katerih alkohol predstavlja le del prispevka. Tretjo skupino sestavlja 20 ali 16 odstotkov prispevkov, v katerih je alkohol le omenjen, uporabljen metaforično ali kot primer.¹

Prispevke sem skušala razdeliti tudi glede na to, ali je alkohol predstavljen pozitivno ali negativno. V 69 prispevkih je predstavljen negativno, 29 pozitivno, 25 primerov pa sem uvrstila v rubriko nevtralnno, saj prispevek o alkoholu ne podaja vrednostne sodbe. V skupino negativno sem med drugim uvrstila prispevke o udeležbi alkohola v prometu, pretiranem pitju alkohola in odvisnosti od alkohola, v pozitivno pa prispevke o prireditvah v čast alkohola, nagradah, podeljenih določeni znamki, vrsti in letniku vina pa tudi prispevke, v katerih je alkohol zgolj omenjen, a ima pozitivno konotacijo.

Pri analizi prispevkov sem ugotovila devet okvirov s podokvirji. V oklepaju je navedeno število prispevkov s pripadajočim okvirom:

- alkohol v prometu (45),
- odvisnost od alkohola (6),
- bolezni kot posledica uživanja alkohola (2),
- nezdravstvene posledice pretiranega uživanja alkohola,
 - razgrajanje in vandalizem (6),
 - nasilje nad ljudmi (5),
 - onemoglost pivca alkohola (1),
 - poškodbe ali smrt pivca alkohola (3),
- pridelava in prodaja alkohola,
 - pridelava alkohola (8),
 - alkohol in predpisi (3),

¹ V prispevku z naslovom Schengenske meje in bordojsko vino (Delo, 2. 4. 2008, str. 15) je besedna zveza bordojsko vino uporabljena le kot primer za slovnično analizo, na katerem avtorica ponazarja, kako se včasih posamezniki pridevniki (v našem primeru bordojsko) pri pisavi poslovenijo.

- prodaja in cene alkohola (4),
- predstavitev posamezne vrste alkoholne pijače (3),
- prireditve in alkohol,
 - prireditve zaradi alkohola (15),
 - nagrade alkoholnim pijačam (3),
 - druge prireditve, na katerih se uživa alkohol (5),
- alkohol in slavne osebe (2),
- kraja alkohola (1).

11 prispevkom okvira nisem mogla določiti; gre za prispevke, kjer je alkohol le omenjen, se uporablja le kot primer ali ima drugačen pomen (prispevek govori o medicinskem alkoholu).

Alkohol v prometu

Prispevkov, ki izpostavljajo vpletenost alkohola v prometu, je 45, kar predstavlja več kot tretjino vseh prispevkov. Večina, 41, jih je objavljena v rubriki *Kronika*, po en prispevek najdemo na *naslovni strani Dela*, v rubrikah *Dogodki dneva*, *Na kolesih* in *Zadnja*. Čeprav v večini prispevkov stališče do alkohola ni jasno izraženo, pa imajo kljub temu vsi prispevki negativni prizvok že zaradi obravnavne teme, to je vožnje pod vplivom alkohola. Na *naslovni strani* objavljen prispevek je poročilo s tiskovne konference policije o polletnem delu mož v modrem. Avtor je o prometni varnosti, prometnih nesrečah, ki jih povzročijo alkoholizirani vozniki, in najnovejšem ukrepu policije, pridržanju vinjenih voznikov, pisal šele v drugi polovici prispevka, zaradi česar bi lahko bralec sklepal, da je to področje dela policije manj pomembno. Kljub temu pa je prav temo alkoholiziranih voznikov izpostavil tako v naslovu kot podnaslovu. Podatki o številu pridržanih vinjenih voznikov po mnenju avtorja bolj pritegnejo k branju kot podatek, da je bilo v prvih šestih mesecih kriminalitete manj, raziskanost kaznivih dejanj pa je bila večja.

Prispevek, objavljen v rubriki *Dogodki dneva*, se je dotaknil posledic uveljavitve novele zakona v varnosti v cestnem prometu, ki je v veljavo stopila 30. aprila 2008. Bistvena novost spremenjenega zakona je namreč možnost pridržanja oseb, ki vozijo pod vplivom alkohola. Iz prispevka, v katerem avtor izpostavlja pomanjkanje prostorov na policijskih postajah za vinjene voznike, lahko sklepamo, da slovenski vozniki resnično radi in v velikem številu vozijo pod vplivom alkohola.

Na zadnji strani je objavljeno komentatorsko poročilo o sestavljanju nove hrvaške vlade po nedavnih parlamentarnih volitvah in napovedih mandatarja Iva Sanaderja o ukrepih nove vlade. Med njimi sta tudi prepoved kajenja na javnih mestih in odprava določila o ničelni krvi alkohola v krvi voznikov. Omenjena ukrepa je avtor izpostavil v naslovu in v vodilu, čeprav v nadaljevanju besedila avtor o njiju več ne razpravlja. Na prvi pogled bi lahko rekli, da se zdita ukrepa za avtorja bodisi najpomembnejša bodisi pritegneta največ pozornosti bralcev, še posebej če upoštevamo, da so se nad ničelno stopnjo alkohola v krvi jezili tudi slovenski turisti na Hrvaškem, njihovo negodovanje pa so večkrat povzeli slovenski mediji. A avtor svojo odločitev v kasneje v prispevku takole pojasnjuje: »Ta odmevna koalicijska dogovora sta po pričakovanjih najbolj odmevala v javnosti, kar je bil tudi namen, da bi tako odvrnili pozornost od pomembnejših in bolj neprijetnih vprašanj, ki čakajo novo vlado« (Manj tobaka in več alkohola, *Delo*, 7. 1. 2008).

Izmed vseh prispevkov, ki alkohol uokvirjajo v povezavi s prometom, je le en komentatorske vrste. Gre za kolumno, objavljeno v rubriki *Na kolesih*, namenjeni predstavitvi novosti iz sveta avtomobilizma. V njem avtorica polemizira o ustreznosti in učinkovitosti preganjanja alkoholiziranih voznikov pri zmanjševanju prometnih nesreč. Čeprav je po njenem mnenju prav, da »pijanci ne vijugajo po cestah in da so strogo kaznovani, če povzročijo prometno nesrečo« (Pijanci, *Delo*, 6. 12. 2008), pa obenem opozarja, da je »gonja proti desetini povzročiteljev prometnih nesreč premalo učinkovit in premalo prepričljiv ukrep« (prav tam) pri zmanjševanju števila mrtvih na slovenskih cestah. Ob tem nekako opozarja na (pre)veliko poudarjanje policije, medijev in javnosti problema alkohola v prometu.

V rubriki *Kronika* sem prispevke, ki govorijo o alkoholu v prometu, razdelila v dve skupini. V prvi so prispevki, ki govorijo zgolj o voznikih, ki so jih policisti ujeli pri vožnji pod vplivom alkohola. Takih prispevkov je 29. Večinoma gre za kratke vesti, povzetke policijskih poročil o dogodkih na slovenskih cestah preteklega dne, ki so si med seboj zelo podobne. Nekaj pa je tudi prispevkov, ki poročajo o aktivnostih policistov v preteklih dneh. Ti prispevki nato povzamejo, koliko opitih voznikov so policisti ustavili in kakšna je bila najvišja vsebnost alkohola v krvi.

V drugo skupino sem uvrstila prispevke, ki poročajo o prometnih nesrečah, v katere je v bil vpleten alkohol. Takih prispevkov je 12. Tudi ti prispevki se največkrat pojavljajo kot kratke ali kot razširjene vesti o dogajanju na cestah v preteklih dneh, v katerih so podrobneje opisane

tudi nekatere prometne nesreče; večinoma gre za primere, s katerimi se policisti redkeje srečajo in so zato zanimivejše za branje, na primer policijsko zasledovanje povzročitelja prometne nesreče, za katerega se izkaže, da je pod vplivom alkohola. Nekaj prispevkov je poročil o prometni varnosti na določenem območju v daljšem časovnem obdobju. Gre predvsem za navajanje policijske statistike, predstavljene na novinarskih konferencah, ki posebej beleži tudi število alkoholiziranih povzročiteljev nesreč. Poročanje v vseh prispevkih je nepristransko, zapisana so le dejstva, kot jih je zabeležila policija. V rubriki *Kronika* je objavljen le en informativni članek, kjer avtor sam raziskuje in išče vzroke za stanje na slovenskih cestah, v vseh drugih so povod za objavo prispevka policijska obvestila ali novinarske konference.

Odvisnost od alkohola

Prispevkov, ki govorijo o odvisnosti, je šest, vendar izmed teh prav o odvisnosti od alkohola govorijo le trije prispevki. Ostali trije govorijo le o odvisnosti od drog, alkohol pa ni posebej omenjen. Te prispevke sem v analizo uvrstila, ker me je zanimalo, ali avtorji alkohol obravnavajo kot drogo ali ne. Vsi prispevki alkohol obravnavajo negativno.

Prispevki, ki alkohol omenjajo, so objavljeni v rubrikah *Infoteh*, *Zdravje* in *Znanost*. V prvem, objavljenem na strani, namenjeni novicam s področja informacijske tehnologije, je odvisnost od alkohola uporabljena le kot sredstvo za primerjavo z računalniško odvisnostjo. Po mnenju avtorja je zadnja enako nevarna kot odvisnost od alkohola. Prispevek, objavljen v rubriki *Zdravje*, je povzetek poročila Evropske agencije za droge o vse pogostejši uporabi drog med starejšim prebivalstvom. Od drog, ki povzročajo največ težav, je izpostavljen tudi alkohol, ki je po ugotovitvah agencije nevaren tudi v zmernih količinah, in sicer kadar je hkrati povzročitelj prometnih in drugih nesreč.

Glavna tema tretjega prispevka, ki govori o odvisnosti od alkohola, je samomorilnost v Sloveniji. Od temeljnih psihosocioloških značilnosti slovenske samomorilne populacije avtor izpostavlja prav uživanje alkohola. Kljub avtorjevim ugotovitvam, da lahko alkohol, kadar njegovo uživanje preide v navado, imenujejo kar »kronična oblika samomora«, pa je omenjeni prispevek edini, ki se dotika te problematike. Prispevek je objavljen v rubriki *Znanost* in je edini članek, ki podrobneje predstavlja odvisnost od alkohola kot družbeni problem.

Možnosti zdravljenja odvisnosti predstavljata razširjena vest, ki ljudi z različnimi vrstami zasvojenosti, posebej tudi mlade alkoholike, poziva k iskanju pomoči v regijskem društvu, in članek o možnostih zdravljenja odvisnosti od drog na Gorenjskem. Ali ima avtorica v mislih tudi odvisne od alkohola, iz vsebine ni jasno razvidno, vendar pa bralec zaradi omenjanja komun dobi vtis, da gre predvsem za uživalce prepovedanih drog. Komune so v medijih in javnosti znane predvsem kot centri za heroinske odvisnike. Oba prispevka sta objavljena v rubriki *Iz naših krajev*. Tudi poročilo o delitvi denarnih sredstev programom socialnega varstva v Mestni občini Ljubljana alkohola ne omenja. Pravzaprav je tudi odvisnost le omenjena v vodilu, ki našteva, kateri programi bodo prejeli določeno količino sredstev. Prispevek sicer razlikuje med odvisniki od dovoljenih in nedovoljenih drog, ki pa natančneje niso opredeljene.

Bolezni kot posledica uživanja alkohola

Prispevka, ki uživanje alkohola povezujeta z nastankom bolezni, sta dva, oba objavljena v rubriki *Zdravje*. Oba uživanje alkohola označujeta za slabo stvar, vendar noben alkohola kot dejavnika tveganja za nastanek bolezni ne obravnava celostno. Članek o preprečevanju kroničnih bolezni le mimogrede omeni, da na nastanek danes najpogostejših bolezni, kot so: bolezni srca in ožilja, rak in diabetes, poleg genetike močno vpliva tudi nezdravo življenje, ki poleg neprimerne prehrane, kajenja in stresa zajema tudi uživanje alkohola. Izogibanje alkoholu svetuje prispevek, ki govori o potenju v poletnih dneh, vendar bolj zaradi higiene kot iz zdravstvenih razlogov; čeprav alkohol povečuje potenje in dehidracijo, kar je lahko ob visokih temperaturah nevarno, pa se avtorica osredinja le na neprijeten videz in vonj potenja.

Nezdravstvene posledice pretiranega uživanja alkohola

Razgrajanje in vandalizem

Alkohol kot vzvod razgrajanja in vandalizma uokvirja 6 prispevkov; v vseh je alkohol predstavljen negativno. Trije so objavljeni na straneh črne kronike; dva izmed teh sta poročili s sojenja osebam, ki so opogumljene z alkoholom zagrešile kaznivo dejanje požiga, tretji je poročilo o »izkupičku« ljubljanske policije na silvestrovo. V njih je alkohol sicer predstavljen kot krivec za dejanje, vendar pa opitost kot vzrok navajajo obtoženci sami; po njihovih besedah požiga ne bi storili, če ne bi bili pod vplivom alkohola. Ostali trije prispevki so potopis z Islandije, ki prebivalce tega hladnega otoka predstavlja kot neutrudne pivce, ki naj bi svoje nesocialno vedenje prenašali na turiste, in komentatorski poročili iz dveh tujih mest,

ki zaradi naraščajočih težav z razgrajanjem po mestnih ulicah in uničevanjem tuje lastnine kot posledice popivanja razmišljata o neke vrste prohibiciji.

Nasilje nad ljudmi

O nasilju nad ljudmi kot posledici uživanja alkohola govori pet prispevkov, ki alkohol obravnavajo negativno. Dva poročata o sojenju obtožencema, ki naj bi umorila drugo osebo. V obeh primerih obtoženca uživanje alkohola uporabljata kot olajševalno okoliščino; zaradi pretiranega uživanja alkohola naj ne bi vedela, kaj počneta. V dveh prispevkih pa vzročno povezavo med alkoholom in dejanjem postavlja novinar sam. Gre za razširjeni vesti o nasilju v družini, zaradi česar je morala posredovati policija. Štirje prispevki so objavljeni v rubriki *Kronika*, en v rubriki *Dogodki dneva*.

Onemoglost pivca alkohola

O popivanju do nezvesti govori le ena razširjena vest na strani črne kronike, v kateri je alkohol predstavljen negativno. Gre za povzetek poročila policije o dogodku preteklega dne, ko je ta morala posredovati zaradi ženske, ki je onemogla obležala na tleh lokala.

Poškodovanje in smrt pivca alkohola

V ta okvir so se uvrstili trije prispevki, ki uživanje alkohola predstavljajo negativno. Poročilo, objavljeno v rubriki *Zdravje*, je povzetek ali morda v celoti prevod tujega prispevka o ugotovitvah ameriških znanstvenikov o nepravilni rabi zdravil na recept, ki največ smrti povzročijo ob sočasnem uživanju alkohola. Drugi prispevek, ki sem ga uvrstila v ta okvir, govori o zastrupitvi z vodko in posledično smrti v glavnem mestu Mongolije. Vendar pa krivec za smrt v razširjeni vesti, objavljeni v rubriki *Panorama* in podrubriki *Vrtimo globus*, kjer so večinoma objavljene zanimivosti iz sveta (na primer zgodba o reševanju pitona, ki je v zmoti namesto kokošjih jajc pojedel žogice za golf) ni sama alkoholna pijača, ampak industrijski alkohol, ki je bil pijači primešan. Tretji prispevek, objavljen v isti rubriki, je zgodba o zgodovini in uporabi zobotrebcev, ki so bili nekoč primešani martiniju pogubni za marsikaterega pivca te pijače. Alkohol je v prispevku torej le posredni krivec za smrt človeka.

Pridelava in prodaja alkohola

Prispevki, ki uokvirjajo pridelavo in prodajo alkohola, govorijo o političnih ukrepih, ki se nanašajo na pridelavo grozdja in vina, obsegu proizvodnje grozdja in vina ali hmelja in piva v določenem obdobju in na določenem področju ter konkretnih podražitvah ali pocenitvah

alkoholnih pijač. Noben izmed teh prispevkov o alkoholu ne govori negativno; noben avtor na primer ne trdi, da se pridelava ali proda preveč alkohola. Nasprotno, večina jih alkohol obravnava pozitivno že v naslovu (Dober človek da vsakemu žejnemu vino piti, *Delo*, 5. 11. 2008), podnaslovu (Krmin je mesto vina – in nostalgije; Poleg dobre kapljice ponudijo še cesarska praznovanja ter umetnine in staromestje, *Delo*, 7. 5. 2008) ali v tekstu, kjer je govor o izvrstni kakovosti slovenskih vin.

Pridelava alkohola

O sami pridelavi grozdja in vina ter hmelja in piva, količini alkoholnih pijač in potrebnih surovin za njihovo izdelavo govori osem prispevkov. Večina jih alkohol predstavlja pozitivno. Poročilo, objavljeno v rubriki Iz naših krajev, in razširjena vest, objavljena v rubrikah *Gospodarstvo*, uokvirjata količino vinogradov oziroma hmeljarskih površin v Sloveniji. Ena razširjena vest je na strani *Panorame* objavljena kot zanimivost o pridelavi španskih vin. Štiri reporterske zgodbe, objavljene v rubriki *Trip*, in ena na strani *Panorame* predstavljajo kraje, ki so med drugim znani po pridelavi vina. Tri vinorodnost okoliša, zgodovino pridelave vina in kakovost pijače podrobno opisujejo in je glavna tema teh prispevkov. Dve pa pridelavo vina le omenjata in se osredinjata na druge značilnosti kraja.

Alkohol in predpisi

Prispevki, ki uokvirjajo sprejemanje predpisov o ureditvi trga alkoholnih pijač, so trije. Vsi so komentatorska poročila o istih predpisih, konkretno o vinski reformi Evropske unije oziroma skupni ureditvi trga za vino v državah, članicah EU. Prvi prispevek sprejetje ukrepov napoveduje kot del nalog Slovenije med predsedovanjem EU, drugi o reformi piše ob njenem sprejetju (ta je tudi med napovedmi na naslovni strani), tretji pa o predpisih piše ob njihovem vstopu v veljavo. Alkohol ni vrednoten niti pozitivno niti negativno.

Prodaja in cene alkohola

O konkretnih cenah alkoholnih pijač in njihovi prodaji govorijo štirje prispevki, izmed katerih večina ne podaja vrednostnih sodb. Trije so objavljeni v rubriki *Gospodarstvo*; kako gospodarska kriza vpliva na manjšo prodajo in posledično nižje cene vina predvsem na ameriškem trgu, govori daljši prispevek, medtem ko obe razširjeni vesti obveščata o podražitvi piva v naših trgovinah. Četrti je kolumen, objavljen v prilogi *Kult*, avtor pa v njem kritizira visoke cene prestižnih vin.

Predstavitev pijače

Trije prispevki, objavljeni v rubrikah *Trip* in *Panorama*, na kratko opisujejo lastnosti treh alkoholnih pijač. Gre za »eksotične« pijače: jastogovo pivo in absint sta na nevtralen način opisana v razširjenih vesteh, medtem ko uživanje mescala priporoča avtor potopisa o Mehiki.

Prireditve in alkohol

Prispevke o uživanju alkohola na prireditvah sem razdelila v tri podokvire. V prvem so prispevki o prireditvah, namenjenih predstavitvi, prodaji in seveda tudi pokušanju vina. V drugem so prispevki o podelitvah priznanj alkoholnim pijačam. V obeh okvirih je povod za organiziranje prireditve alkohol. V tretjem so prispevki o festivalih, koncertih in ostalih prireditvah, na katerih se med drugim tudi uživa alkohol.

Prireditev zaradi alkohola

V prvem podokviru je 15 prispevkov, večina jih je kratkih naznanil prireditev ob martinovem in drugih prireditvah, kot so: praznik rebule, prireditev Pivo in cvetje, Šmarješka cvičkarija, praznik predikatnih vin, dražba vin, nekaj pa jih je razširjenih vesti o prireditvah, na katerih so okronali vinskega kralja ali kraljico, ter o dobrodelni dražbi vin. Večina jih je objavljenih v rubrikah *Iz naših krajev* in *Trip*. Čeprav mnenja o alkoholu niso izrecno zapisana, pa lahko glede na naravo prireditev, o katerih prispevki pišejo, zatrdimo, da je alkohol v vseh predstavljen pozitivno.

Podelitev nagrade alkoholni pijači

Tri razširjene vesti uokvirjajo podelitve nagrad in priznanj vinu na tekmovanju ali sejmu. Prispevki poudarjajo kakovost slovenskih vin, ki so si na priznanih mednarodnih ocenjevanjih vin prislužili pomembna priznanja. Alkohol torej obravnavajo pozitivno.

Druge prireditve, na katerih se uživa alkohol

V tretji podokvir sem uvrstila pet prispevkov, ki opisujejo druge prireditve, na katerih so se oziroma se bodo (naznanila dogodkov) med drugim pile tudi alkoholne pijače. V nekaterih prispevkih je alkohol predstavljen pozitivno, saj avtor celo svetuje njegovo uživanje, v drugih je zgolj omenjen brez vrednostne konotacije. Trije prispevki so objavljeni na straneh *Kulture*; dva povezujeta elitni kulturni prireditvi s »srkanjem« (Uspeh Edwarda Cluga v Aziji, *Delo*, 4. 6. 2008) »izvrstnega vina« (Klasična glasba in izvrstno vino, *Delo*, 4. 9. 2008), medtem ko tretji, ki govori o festivalu težkometalne glasbe, tega povezuje s pitjem piva. Prispevki torej

že v izhodišču namigujejo, da so obiskovalci koncertov klasične glasbe kulturni pivci vina, medtem ko ljubitelji rock glasbe uživajo velike količine piva.

Alkohol in slavne osebe

O povezavi slavnih oseb z alkoholom pišeta dva prispevka, ki alkohol predstavljata negativno. Oba sta razširjeni vesti, objavljeni na straneh športa, in govorita torej o športnikih, ki imata z alkoholom težave. Eden si je mesto na časopisnih straneh zaslužil, ker se je športnega tekmovanja udeležil vidno pijan, medtem ko je bil v drugem primeru povod za objavo imena športnika vložena obtožba o utajitvi davkov. Ob tem pa avtor prispevka ni pozabil pripisati, da je obtožnica poleg pijanskih izpadov, jemanja pomirjeval in psihičnih težav le še dodatna črna pika v njegovem življenju. Novinar je bralce očitno želel opomniti, da ima športnik tudi težave z alkoholom.

Kraja alkohola

V rubriki *Na kratko* na strani *Kronike* je objavljena tudi kratka vest o kraji alkohola.

Alkohol in zdravje

Prispevkov, ki bi uživanje alkohola z zdravstvenega vidika obravnavali pozitivno, z izjemo enega, presenetljivo nisem našla; pa še tu gre le za uvodno poved naznanila pohodov ob prazniku sv. Martina 11. novembra: »Zmerno uživanje vina deluje ugodno na prebavo, zmanjšuje stres, uravnava krvni tlak, zmanjšuje možnost srčnega infarkta ... Enako zmernost velja predpisati tudi ukvarjanju s športom ...« (Martinovi pohodi vsepovsod, *Delo*, 5. 11. 2008). Ker večina besedila govori o pohodih in ne o vplivu alkohola na zdravje, sem prispevek uvrstila v okvir prireditve in alkohol.

9. 3 Okviri v časopisu Slovenske novice

Pregledala sem prvih šest števil v mesecu za leto 2008, skupaj torej 72 števil časopisa *Slovenske novice*. Pregledovala sem le naslove in podnaslove, saj prispevki nimajo nadnaslova in vodila. Na tak način sem izločila 211 prispevkov, objavljenih v 18 rubrikah: *A la carte* (1), *Meh je pol zdravja* (1), *Izbrano* (3), *Druga plat* (3), *Peta stran neba* (1), *Time out* (5), *Jutri je nov dan* (zadnja stran) (4), *Fama morgana* (17), *Pekel, novice, nebesa* (13), *Dan v novicah* (15), *365 stopinj* (11), *Življenje v objektivu* (18) in *Črni scenarij* (67) ter tedenskih prilogah *Astro novice* (5), *Finale* (3), *Bulvar* (2), *TT* (3) in *Lajf* (39). V 97 prispevkih je

alkohol glavna tema, 90 jih alkoholu namenja le del besedila, 24 prispevkov pa alkohol le omenja. Pozitivno alkohol obravnava 67 prispevkov, negativno 123, brez vrednostne konotacije je 21 prispevkov.

V časopisu se pojavlja 12 okvirov:

- alkohol v prometu (50),
- odvisnost od alkohola (2),
- zdravje kot posledica uživanja alkohola (1),
- bolezni kot posledica uživanja alkohola (2),
- nezdravstvene posledice pretiranega uživanja alkohola,
 - razgrajanje in vandalizem (7),
 - nasilje nad ljudmi (14),
 - poškodbe ali smrt zaradi malomarnosti (3),
 - poškodbe ali smrt pivca alkohola (8),
- alkohol kot sredstvo za omamljanje drugih (2),
- pridelava, prodaja in predstavitev alkoholne pijače,
 - pridelava in predstavitev vina (42),
 - predstavitev druge alkoholne pijače (3),
 - prodaja alkoholnih pijač (1),
- prireditve in alkohol,
 - prireditve zaradi alkohola (9),
 - druge prireditve, na katerih se uživa alkohol (9),
 - nagrade alkoholu (2),
- kraja alkohola (9),
- alkohol in slavne osebe (19),
- nagradna igra *Slovenskih novic* (10),
- celostno o alkoholu (1).

17 prispevkom okvira nisem mogla določiti; v večini prispevkov se pojavljajo pojmi pijan, napihal in pridevnik vinski, vendar ne označujejo uživanje alkohola (na primer zgodba o psu, ki je zaradi pojedene kvasa postal pijan).

Alkohol v prometu

Prispevkov, ki uokvirjajo alkohol v prometu, je 51. Enako kot pri *Delu* v večini prispevkov stališče do alkohola ni jasno izraženo, vendar imajo vsi prispevki negativni prizvok zaradi obravnavne teme. Večina jih je objavljena v rubriki *Črni scenarij*, ki je sorodna *Delovi* rubriki *Kronika*. V njej so objavljeni dogodki preteklega dne, kot so jih popisali policisti: prometne nesreče, kršitve javnega reda in miru, tatvine ipd.

Tudi prispevke, objavljene v *Slovenskih novicah*, sem razdelila v dve skupini; v prvi so tisti, ki poročajo o voznikih pod vplivom alkohola, ki so jih v prekršku zasačili policisti ob poostrenem nadzoru prometa. Večinoma gre za kratke vesti. V drugo skupino sem uvrstila prispevke, ki poročajo o prometnih nesrečah, v katerih je v bil vpleten alkohol. Nesreče so opisane na kratko z osnovnimi podatki: kje in kdaj se je nesreča pripetila ter koliko alkohola je imel voznik v krvi. V primeru neobičajnih nesreč (zasledovanje policistov), nesreč s hujšimi posledicami ali nesreč, v katerih je voznik krepko prekoračil dovoljeno mejo alkohola v krvi, so nesreče opisane podrobneje. Za prispevke je značilno, da je količina alkohola, ki so jo policisti izmerili pri vozniku, zapisana v dveh merskih enotah; v mg/l, ki meri alkohol v izdihanem zraku, in v promilih, ki meri stopnjo alkohola v krvi. Pogosto pa je navedena le zadnja številka, še posebej, če gre za »rekorderja«, kar pripisujem dejstvu, da so številke ob uporabi druge metode merjenja višje (1,53 mg/l alkohola v izdihanem zraku je enako 3,11 promila) in zato tudi bolj zlovešče zvenijo.

Ostali prispevki, ki niso objavljeni v rubriki *Črni scenarij*, poročajo o sojenju (slovenskima) voznikoma, ki sta pod vplivom alkohola povzročila prometni nesreči s smrtnim izidom, in voznikih, ki so v tujini pod vplivom alkohola povzročili nenavadne nesreče: pijan voznik relija je povozil osem gledalcev, drug voznik je treščil med kolesarje na kolesarskem tekmovanju.

Odvisnost od alkohola

O odvisnosti od alkohola oziroma alkoholizmu govorita dva prispevka, vendar težave noben ne obravnava celostno. Eden je namreč le kratka vest o drastičnem povečanju števila Švedinj, odvisnih od alkohola, drugi pa je reporterska zgodba o (neznanem) človeku, ki se je s pomočjo indijskega duhovnega učitelja rešil odvisnosti, pri čemer je poudarek bolj na sposobnostih zdravitelja kot odvisnosti sami.

Zdravje kot posledica uživanja alkohola

Da je uživanje alkohola dobro za zdravje, trdita le dva prispevka, pa še to le v nekaj povedih. Prva je reporterska zgodba o 103-letni ženici, ki kot recept za dolgo življenje navaja jutranje šilce žganja, saj naj bi pobijalo bacile. Novinar takih trditev ne postavlja. Drugi prispevek je prav tako reporterska zgodba o pridobivanju alkoholne pijače brinjevec; ta se še danes uporablja kot priljubljeno ljudsko zdravilo pri prebavnih in menstrualnih težavah, piše v prispevku. Alkoholna pijača je kot zdravilo predstavljena zaradi vsebnosti zelišča.

Bolezni kot posledica uživanja alkohola

Alkoholu kot povzročitelju bolezni je v celoti posvečeno le eno poročilo, ki predstavlja izsledke britanske raziskave o vplivu alkohola na nastanek raka dojke. Ti kažejo, da tudi zmerno pitje alkohola povečuje tveganje za nastanek te bolezni. Poleg tega uživanje alkohola zaradi zdravstvenih razlogov odsvetuje le en prispevek, pa še ta ga odsvetuje le v poletnih mesecih, saj alkohol povzroča dehidracijo. Da pretirano uživanje alkohola prispeva k nastanku nekaterih bolezni, pa je razvidno le iz prispevka o znanem ameriškem igralcu, ki naj bi imel tudi zaradi pitja alkohola visok holesterol in krvni pritisk, zaradi česar mu po pisanju časopisa grozi srčni infarkt.

Nezdravstvene posledice pretiranega uživanja alkohola

Razgrajanje in vandalizem

O razgrajanju, kršenju javnega reda in miru, razbijanju ter žaljenju kot posledici pretiranega uživanja alkohola večinoma govorijo kratke in razširjene vesti, objavljene v rubriki *Črni scenarij*. To so povzetki policijskih poročil o dogajanju prejšnjega dne s podatki o času in kraju dogodka brez imen storilcev prekrškov in podrobnosti dogodka. Več vesti je običajno združenih v daljši prispevek. Čeprav prispevki govorijo o negativnem vidiku alkohola, pa je poročanje časopisa večinoma nepristransko, brez vrednostnih sodb. V rubrikah, namenjenih novicam iz tujine, sta podrobneje opisana dogodka, katerih namen je očitno šokirati bralca. V njih se namreč pojavljajo podatki, ki strašljivost dogodka potencirajo: starša sta po vrnitvi z *romantičnega* izleta našla *popolnoma uničeno* hišo, zadrogirani petmesečni kužek ali uriniranje po »pajdašu, ki je zaradi preveč popitega alkohola padel po tleh« (Gole pijandure nagnali domov, *Slovenske novice*, 5. 3. 2008). Prispevki so napisani v obliki reporterskega poročila, čeprav novinar očitno ni bil na mestu dogajanja.

Nasilje nad ljudmi

Posledica pretiranega uživanja je lahko tudi nasilje. Časopis o tem poroča večinoma na straneh *Črnega scenarija*, prispevki pa se delijo na tiste, kjer so obravnavane osebe le grozile z uporabo sile ali orožja, in tiste, kjer so silo že uporabile. Del prispevkov navaja dogodke, v katerih je alkoholizirana oseba napadla in poškodovala drugo osebo, del pa jih govori o medsebojnem pretepanju več oseb pod vplivom alkohola. Tudi ti prispevki so večinoma kratke vesti, ki kljub negativnosti dogodkov le-teh ne vrednotijo. V redkih primerih, kjer avtor odgovarja na vprašanje zakaj, je kot razlog za nasilje naveden alkohol (Padale so klofute, ker ni dobila piti, *Slovenske novice*, 4. 3. 2008).

Nasprotno so zgodbe, kjer se nasilje konča s smrtjo, opisane z vsemi podrobnostmi uboja oziroma umora. Storilci in žrtve so imenovane, potek dogodka je opisan barvito, prispevkom, večina jih je objavljena v rubriki *Pekel, novce, nebesa*, so posvečene cele strani. Gre za komentatorska poročila o zgodbah iz tujine, kjer je obsojeni storilec pod vplivom alkohola na brutalen način vzel življenje več ljudem. Alkohol je predstavljen izrazito negativno.

Poškodbe ali smrt zaradi malomarnosti

O poškodbah oziroma smrti kot posledici malomarnosti zaradi pretiranega uživanja alkohola pišejo tri reporterska poročila, ki kažejo negativen odnos do alkohola. V dveh primerih gre za zgodbe staršev, ki so zaradi popivanja do nezvesti opustili skrb za svoje otroke, ti pa so zaradi izrednih vremenskih razmer – v enem primeru visokih, drugem pa nizkih temperatur – dobili poškodbe oziroma umrli. Tretja zgodba opisuje moškega, ki je med nastopom z ognjem v nekem baru po nesreči zažgal gostjo, za kar je bilo po prepričanju pisca prispevka kriva prevelika količina popitega alkohola. Vse zgodbe so se odvile v tujini, namen prispevkov pa je na dramatičen način prikazati, kako hude so lahko posledice uživanja alkohola.

Poškodbe ali smrt pivca alkohola

Nekaj prispevkov predstavlja zgodbe, kjer je alkohol, po pisanju časopisa sodeč, kriv za izginotje, poškodbe ali smrt pivca alkohola. Tudi tu je alkohol predstavljen negativno.

Prispevki, ki govorijo o pogrešanih osebah, so trije. Medtem ko je v enem primeru jasno, da je pogrešana oseba na poti domov omagala zaradi preveč popitega alkohola, pa druga dva o alkoholu kot posrednem krivcu za izginotje le ugibata. Gre za zgodbi dveh pogrešanih turistk, ki naj bi bili za izginotje po prepričanju avtorja prispevka delno krivi tudi sami, ker sta bili v

času izginotja, kot sklepa avtor na podlagi govoric, pod vplivom alkohola. Prva novica je ubesedena v obliki kratke vesti, najbrž zaradi dejstva, da so pogrešanega že našli, medtem ko sta zgodbi izginulih deklet opisani v obliki reporterskega poročila.

O nesreči kot posledici alkohola, ki se je končala zgolj z lažjimi poškodbami, piše le ena razširjena vest; ta opisuje policijsko reševanje moškega, ki je zaradi preveč popitega alkohola padel v ledeno mrzlo jezero.

Smrt kot posledica uživanja alkohola je središče štirih prispevkov. V treh komentatorskih poročilih je alkohol krivec posredno; v dveh je smrt povzročil nesrečni padec, ki se je pripetil zaradi izgube ravnotežja pod vplivom alkohola, v tretjem pa je fanta, ki je zaradi pijanosti zamenjal sosedovo hišo za svojo, sosed po nesreči zabodel, saj ga je imel za vlomilca. Smrt zaradi prevelike količine popitega alkohola, torej zaradi akutne zastrupitve z alkoholom, je tema kratke vesti, objavljene med zanimivostmi iz tujine.

Alkohol kot sredstvo za omamljanje drugih

Alkoholne pijače so lahko tudi sredstvo za omamljanje drugih z namenom izkoriščanja ali zlorabe. O tem negativnem vidiku alkohola govorita dve komentatorski poročili, ki opisujeta primera slovenskega duhovnika, ki naj bi zlorabil mladoletnika s pomočjo piva, in dveh tujcev, ki sta z drogami zvabila in omamljala najstnice, nato pa jih posilila.

Pridelava, prodaja in predstavitev alkoholne pijače

Kar 46 prispevkov govori o vinogradništvu, vinarstvu in pridelavi drugih alkoholnih pijač, njihovih značilnostih in prodaji, od tega velika večina opisuje pridelavo vina. Prispevki so večinoma namenjeni predstavitvi posameznega vinogradnika in vinarja ali le posamezne vrste in letnika vina, redko predstavitvi posameznih vinorodnih okolišev, medtem ko o pridelavi in prodaji alkoholnih pijač na splošno ter predpisih, ki urejajo trg alkoholnih pijač, ne govorijo. V večini prispevkov je alkohol predstavljen pozitivno.

Pridelava in predstavitev vina

Slovenske novice imajo vsak četrtek prilogo *Lajf*, ki je posvečena kulinariki in vinarstvu. Na 12 straneh so prispevki o lastnostih posamezne vrste hrane, recepti, predstavitve restavracij in predstavitve vin. Tako sta na strani 14 zmeraj dva prispevka, posvečena pridelavi in uživanju vina; eden na kratko predstavlja vinsko klet in vino določene vrste in letnika, ki ga točijo v

izbrani gostilni, ter jed, ki se pijači po izboru gostilničarja najbolj prilega. Drugi prispevek je reporterska zgodba o določenem vinogradniku ter njegovem načinu pridelave vina in lastnosti posamezne vrste vina. Zadnja stran priloge je posvečena predstavitvi izbrane gostilne ali restavracije, v kateri avtor ocenjuje postrežbo, ambient, ponudbo hrane in izbor vin. Ob robu prispevka so v okvirju navedeni podatki o številu vrst vin, ki jih v gostilni točijo, in njihovem poreklu ter o najstarejšem, najdražjem in najboljšem vinu v kleti. Tudi oba prispevka, objavljena v prilogi *TT*, sta reporterski zgodbi o pridelavi določene vrste vina, medtem ko so prispevki iz rubrike *Življenje v objektivu* vrsta razširjene vesti; povod za njegovo objavo je dogodek, na primer trgatev ali odprtje nove vinske kleti, vendar prispevek obširneje opisuje lastnosti vina. Časopis v treh potopisih predstavlja tri kraje v tujini, ki naj bi jih po priporočilu avtorjev prispevkov obiskali tudi bralci. Izmed značilnosti teh krajev je izpostavljena tudi pridelava vina, ki je tudi podrobneje opisana.

Pridelava in predstavitev druge alkoholne pijače

O bolj nevsakdanjih alkoholnih pijačah govorijo trije prispevki. Celostranska reporterska zgodba, objavljena v prilogi *Lajf*, opisuje pridelavo brinjevca, žganja iz brinovih jagod, ki se ga med drugim uporablja tudi kot zdravilo, piše avtor. Ostala dva prispevka sta razširjeni vesti o absintu in japonskem ječmenovem pivu.

Prodaja alkohola

Samo ena razširjena vest piše o prodaji alkoholnih pijač, pa še ta prodajo vina le omenja kot del ponudbe kmečke tržnice.

Prireditve in alkohol

Prispevke o uživanju alkohola na prireditvah sem enako kot pri analizi *Dela* razdelila v tri podokvire. V prvem so prispevki, ki predstavljajo prireditve, namenjene predstavitvi, prodaji ali pokušanju vina, v drugem so prispevki o podelitvah priznanj alkoholnim pijačam, v tretjem pa prispevki o raznih drugih prireditvah, na katerih so se točile tudi alkoholne pijače. Prispevki so do alkohola pretežno pozitivno naravnani.

Prireditve zaradi alkohola

V ta podokvir sem uvrstila prispevke o licitaciji vin, sejmu kulinarike, enološkem sejmu, krstu vina ob martinovem in drugih vinskih praznikih, ki jih organizirajo posamezne lokalne

skupnosti. Večinoma gre za razširjene vesti in reporterska poročila o prireditvah, objavljena v rubriki *Življenje v objektivu*, uživanje vina pa je predstavljeno pozitivno.

Nagrade alkoholu

O ocenjevanju vin in podelitvi nagrad najboljšim govorita razširjena vest in reportersko poročilo. Prva poudarja, da so na vinski olimpijadi z mednarodno zasedbo slovenski vinarji pobrali največ nagrad, drugo pa povzema dogajanje in zmagovalca lokalnega ocenjevanja vin.

Druge prireditve, na katerih se uživa alkohol

V ta podokvir sem umestila prispevke, ki opisujejo različne prireditve, kot so: sprejem najboljših slovenskih športnikov in športnic, odprtje nove gostilne, poletna hokejska tekma, tekmovanje novinarjev v tenisu. Ti prispevki, večinoma reporterska poročila, poleg naštevanja udeležencev prireditve in nastopajočih pri opisovanju vzdušja omenjajo tudi uživanje alkohola. Tudi prispevki, ki alkohol uokvirjajo kot spremljevalca prireditev, so večinoma objavljeni na straneh rubrike *Življenje v objektivu*, ki je namenjena pregledu družabnih dogodkov.

Kraja alkohola

Na straneh *Črne scenarija* je kar nekaj kratkih vesti o kraji alkoholnih pijač, dve pa govorita o kraji sodov za pivo.

Alkohol in slavne osebe

Prispevki, ki obravnavajo slavne osebe v povezavi z alkoholom, večinoma pišejo o ameriških igralcih in pevcih ter njihovih težavah s pretiranim uživanjem alkohola in posledicah le-tega. Alkohol je torej prikazan negativno. Večinoma gre za celostranske prispevke, objavljene v rubriki *Fama morgana*, z malo besedila in veliko fotografijami. Povod prispevka je običajno dogodek kot posledica pretiranega uživanja alkohola, na primer aretacija hollywoodske igralke zaradi vožnje pod vplivom alkohola ali zabava, na kateri je slavna oseba očitno preveč popila. Nekaj prispevkov je portretov tujih zvezdnikov, v katerih je večina besedila namenjena odvisnosti portretirancev in njihovemu dolgotrajnemu boju z alkoholom, vendar je kot zmagovalec tega boja predstavljena le ena oseba. Vse ostale zgodbe so zgodbe o neuspehu. Med Slovenci, ki so se na časopisnih straneh pojavili v povezavi z alkoholom, so le športniki. Taka prispevka sta dva, eden od njih je portret atletinje, ki se je zaradi športa brez

težav odpovedala uživanju alkohola. To je tudi edina zgodba, v kateri znana oseba ni prikazana kot pretirana uživalca alkohola.

Nagradna igra Slovenskih novic

Slovenske novice so od 17. junija do 21. avgusta vsak dan v nagradni igri En hektoliter na dan izžrebale bralca časopisa in mu podelile 100 litrov pijač, med drugim tudi piva. V vsaki številki je v neke vrste reporterski zgodbi predstavljen izžrebanec z družino in njegovim (pozitivnim) mnenjem o *Slovenskih novicah*. Pivo je v prispevku le omenjeno, vendar je pričakovano označeno pozitivno; nagrajenci namreč v prispevkih izražajo zadovoljstvo z nagrado in prepričanje, da bo pijača hitro pošla.

Celostno o alkoholu

Da je alkohol krivec za številne smrti, prometne nesreče, kriminal, nasilje, samomore, odsotnost z dela, zastrupitve, srčno-žilne bolezni, ciroze jeter in različne vrste raka, piše le ena razširjena vest, objavljena v prilogi *Astro novice*, povod za objavo prispevka pa je napoved Svetovne zdravstvene organizacije o uvedbi ukrepov, ki naj bi zmanjšali število nesreč, hospitalizacij in smrti, povezanih z alkoholom.

9. 4 Okviri v časopisu Žurnal24

Ker *Žurnal24* izhaja le med tednom, sem pregledala prvih pet števil v mesecu, skupaj torej 60 števil časopisa. Pregledovala sem nadnaslove, naslove, podnaslove in vodila. Beseda alkohol ali pojmi, povezani z alkoholom, so se pojavili v 26 prispevkih, objavljenih v rubrikah: *Tema dneva* (1), *Slovenija* (4), *Štajerska* (9), *Hitre vesti* (1), *Svet* (2), *Panorama* (2), *Šport* (1), *Scena* (5) in *IT* (1). V 11 prispevkih je alkohol glavna tema ali vsaj povod za objavo prispevka, v 13 prispevkih je le del besedila namenjen alkoholu, dva prispevka alkohol samo omenjata. V negativni kontekst ga postavlja več kot polovica ali 16 prispevkov, brez vrednostne konotacije je 8 prispevkov, dva ga obravnavata pozitivno.

V časopisu se pojavlja 7 okvirov:

- alkohol v prometu (3),
- nezdravstvene posledice pretiranega uživanja alkohola,
 - razgrajanje in vandalizem (3),
 - nasilje nad ljudmi (2),

- prodaja alkohola (3),
- predstavitev posamezne vrste alkoholne pijače (3),
- prireditve in alkohol
 - prireditve zaradi alkohola (2),
 - druge prireditve, na katerih se uživa alkohol (2),
- alkohol in slavne osebe (4),
- celostno o alkoholu (1).

Štirim prispevkom okvira nisem mogla določiti.

Alkohol in promet

Alkohol v prometu je tema dveh kratkih vesti, objavljenih v rubriki *Štajerska*; ena je o prometni nesreči, v kateri je povzročitelj vozil pod vplivom alkohola, druga o policijski akciji preverjanja psiho-fizičnega stanja voznikov. Alkohol je predstavljen negativno.

Alkohol in nezdravstvene posledice

Kako lahko uživanje alkohola izzove nasilje, piše pet prispevkov. Trije govorijo o osebah, ki so pod vplivom alkohola razgrajale in razbijale predmete, dva govorita o nasilju nad osebo. Vsi prispevki obravnavajo alkohol negativno.

Razgrajanje in vandalizem

Razgrajanje pod vplivom alkohola je tema razširjene vesti iz tujine o vlomu najstnika na policijsko postajo in odgovor anketiranca na novinarjevo vprašanje, kdo ali kaj je krivo za sežig hrvaške zastave. Celostranski članek v rubriki *Štajerska*, ki je namenjena regionalnim novicam, pa obravnava problematiko popivanja mladih v Mariboru z vidika razgrajanja in vandalizma.

Alkohol in nasilje nad ljudmi

Prav tako v rubriki *Štajerska* sta objavljena prispevka o nasilništvu kot posledici alkohola. Gre za dogodka preteklega dne, kot ju je popisala policija; en je kratka vest, saj odgovarja na vprašanja kaj, kdaj in kje se je dogodek zgodil, medtem ko drugi že navaja začetnice domnevnega storilca in njegovo zgodovino popivanja in nasilništva.

Prodaja alkohola

O prodaji alkohola govorijo trije prispevki, vsi so objavljeni v rubriki *Slovenija*. En je kratka vest o napaki v prodaji vina v neki trgovini, ostala dva (poročilo in anketa, objavljena na isti strani) pa govorita o cenah piva v Sloveniji. Povod za njuno objavo je bila podražitev hmeljevega napitka največje slovenske pivovarne, prispevka pa nepristransko primerjata cene različnih znamk piva oziroma mimoidoče sprašujeta, ali bodo zaradi višjih cen podraženega piva raje pili pijačo druge znamke. Izpostavlja pa prispevek pomenljivo dejstvo, da je pivo cenejše od sokov.

Predstavitev posamezne vrste alkoholne pijače

Trije kratki prispevki, objavljeni na straneh, namenjenih novicam iz tujine, predstavljajo alkoholno pijačo bloody Mary, ki si je objavo prislužila zaradi praznovanja obletnice »rojstva«, in pivo oziroma njegovo rabo na Češkem. Prispevka o priljubljenosti piva na Češkem sta skoraj identična, oba pa sta objavljena znotraj okvira, naslovljenega *EUiskrica*. Alkohol v nobenem prispevku ni predstavljen niti pozitivno niti negativno.

Alkohol in prireditve

Točenje in uživanje alkoholnih pijač na prireditvah uokvirjajo štirje prispevki.

Prireditve zaradi alkohola

Dva prispevka, ki alkohol obravnavata pozitivno, sta naznanili dogodkov ob prihajajočem martinovanju, pišeta torej o prireditvi, ki se bo zgodila zaradi vina.

Prireditve, na katerih se toči alkohol

Dva prispevka sta reportaži s koncertov, na katerih so, po vsebini prispevka sodeč, velike količine alkohola nepogrešljive spremljevalke dobre zabave. Prispevki sicer do takega popivanja izražajo negativen odnos.

Alkohol in slavne osebe

Vsi prispevki, ki alkohol povezujejo z znanimi osebami, so objavljeni v rubriki *Scena*, večina jih alkohol obravnava negativno. Trije so razširjene vesti in govorijo o tujih glasbenikih in igralcih ter njihovem pogostem poseganju po alkoholu ali celo odvisnosti od njega. Dva sta dialogizirani poročili, na novinarjeva vprašanja odgovarjata slovenska glasbenika, ki izražata pozitiven odnos do pitja alkohola.

Celostno o alkoholu

En daljši prispevek je napoved akcije 40 dni brez alkohola, v kateri organizatorji pozivajo k abstinenci. Prispevek je poročilo s tiskovne konference in čeprav so organizatorji, kot je mogoče razumeti iz vsebine prispevka, na njej izpostavili več škodljivih učinkov uživanja alkohola, je avtor prispevka največ pozornosti namenil prometnim nesrečam, ki jih povzročijo alkoholizirani vozniki. Prispevek sicer omenja, da uživanje alkohola povzroča tudi različne bolezni, vendar ne navaja, katere, omenjeno pa je tudi nasilje v družini kot posledica uživanja alkohola.

10 Analiza okvirov in primerjava časopisov

Alkohol v prometu

Alkohol je v *Delu* in *Slovenskih novicah* najpogostejše uokvirjen kot udeleženec v prometu, saj v prvem časopisu predstavlja več kot tretjino, pri drugem pa slabo četrtno prispevkov, medtem ko v *Žurnalu24* po številu prispevkov ta okvir ne izstopa. Vsi trije časopisi alkohol v prometu najpogostejše uokvirjajo v obliki novinarskega žanra vest, ki zgolj beleži posamezne dogodke brez vrednotenja, in torej spada v informativno zvrst. Kljub temu, da so to torej prispevki, ki nizajo le podatke, kdaj in kje se je zgodila prometna nesreča, katere udeleženec je bil pod vplivom alkohola, oziroma koliko voznikov se je ujelo v policijsko past preverjanja alkoholiziranosti voznikov, pa se lahko strinjamo s Koširjevo (1988, 70), ko pravi, da »vesti, ki informirajo o prometnih nesrečah, počno to tudi zato, da bralce opozarjajo.« Vesti o voznikih pod vplivom alkohola imajo torej tudi funkcijo vzgoje in bralce pozivajo, naj sami tega ne počnejo. *Delo* in *Slovenske novice* pri tem očitno sledita prizadevanju države pri zmanjševanju števila voznikov, ki se na cesto odpravijo z alkoholom v krvi, saj Svet za preventivo in vzgojo v cestnem prometu kot organ Ministrstva za promet že nekaj let z različnimi akcijami predvsem v novembru in decembru, kadar običajno naraste število prometnih nesreč, sporoča »če piješ, ne vozi, ko voziš, ne pij«, enako dejavna pa je tudi policija z rednimi akcijami preverjanja psihofizičnega stanja voznikov in s posebnimi akcijami, v katerih policisti preverjajo le vsebnost alkohola v krvi voznikov. Značilnost vesti v *Slovenskih novicah* je tudi poudarjanje količine alkohola v krvi posameznega voznika v podnaslovih in v merski enoti, ki da višje številke, kar se ujema s Sealovim (2004) opažanjem, da mediji za potenciranje učinka pri uokvirjanju zgodbe radi uporabljajo številke. Paradokсна značilnost objavljanja vesti o alkoholiziranih voznikih je ta, da je v časopisu poplava prispevkov o prisotnosti alkohola v prometu, ki pa ne predstavljajo njegovih najhujših posledic – smrti, čeprav policija najbolj poudarja prav podatek, da prometne nesreče s smrtnim izidom velikokrat povzroči alkoholiziran voznik. Nekaj pozornosti takim nesrečam posvečajo le *Slovenske novice*, vendar gre za prispevke o nesrečah v tujini, katerih namen je zaradi nenavadnosti in oddaljenosti dogodka bolj zabavati ali šokirati kot ozaveščati, ter prispevke o sojenju povzročiteljema prometnih nesreč. Zanju je značilno, da časopis povzročiteljev ne obsoja, z eno od obtoženk pa celo sočustvuje. Pogostost prispevkov o vpletenosti alkohola v prometu tako po eni strani potrjuje ugotovitev Lutharjeve in Jontesa (2007, 39–40), da mediji pri postavljanju okvirov velikokrat zgolj povzemajo uradno ponujene okvire, v našem primeru policije, po drugi strani pa jo negira. O pomembnosti

okvira alkohola v prometu pa priča tudi dejstvo, da je to edini okvir o alkoholu, objavljen na naslovni strani *Dela*.

Alkohol in zdravje ter nastanek bolezni

Čeprav zdravstvene organizacije čedalje pogosteje opozarjajo na vpliv uživanja alkohola na nastanek nenalezljivih kroničnih bolezni, kot so srčno-žilne bolezni in sladkorna bolezen tipa 2, ki so v razvitih državah postale zdravstveni problem številka 1, se vsi trije časopisi te teme le dotikajo, o boleznih, kot sta ciroza in rak jeter, ki sta najbolj tipični posledici uživanja alkohola, pa sploh ne pišejo. Ob pregledu *Dela*, *Slovenskih novic* in *Žurnal24* dobi tako bralec vtis, da uživanje alkohola ne povzroča bolezni ali pa so te obrobne pomena. Izmed vseh treh časopisov so *Slovenske novice* edine, ki so negativnemu vplivu alkohola na zdravje posvetile ves prispevek, in edine, ki trdijo, da so zdravju škodljive že zmerne količine alkohola, medtem ko je problematika srčno-žilnih bolezni v povezavi z alkoholom poosebljena z zgodbo o bolnem ameriškem igralcu. Presenetljivo pa časopisi ne objavljajo prispevkov, ki bi trdili, da zmerno pitje alkohola pozitivno vpliva na zdravje; izjema je uvodna poved naznanila dogodkov ob martinovanju v *Delu* ter reporterski zgodbi v *Slovenskih novicah*, v katerih je dober vpliv uživanja alkohola na zdravje mimogrede omenjen. *Žurnal24* ne piše niti o dobrem niti o slabem vplivu alkohola na zdravje.

Odvisnost od alkohola

Tudi težave odvisnosti od alkohola se časopisi ne lotevajo na resen in poglobljen način. Odvisnost od alkohola je sicer predstavljena kot nevarna, vendar predvsem v *Slovenskih novicah* in *Žurnalu24* ločena od resničnosti. Oba časopisa namreč odvisnost poosebljata v zgodbah o slavnih osebah. S tem sporočata, da odvisnost sicer obstaja, vendar v svetu slavnih, ki navadnim smrtnikom ni dosegljiv. *Delo* zgodb o »padlih zvezdah« sicer ne objavlja, vendar pa tudi sam odvisnosti posveča malo pozornosti. Podrobneje jo predstavlja le v enem prispevku, pa še tam je poudarjen le en vidik odvisnosti, in sicer samomor, ki je najpogostejši vzrok smrti odvisnih od alkohola. Pomembno je poudariti, da glavna tema članka ni odvisnost od alkohola, temveč samomor, alkohol pa je predstavljen le kot eden od dejavnikov, ki ljudi privedejo do samomora. Pri tem je zgovorno tudi mesto objave članka; prispevek ni uvrščen na strani, kjer so objavljene najpomembnejše teme, kot je rubrika *Dogodki dneva*, niti med zdravstvene teme, ki na splošno dosegajo visoko branost, ampak v »obrobno« rubriko *Znanost*. Možnost zdravljenja odvisnosti od alkohola je v *Delu* predstavljena v enem prispevku, pa še tu gre za vest na strani, namenjeni lokalnim novicam. Podatkov o tem, kam

se lahko zasvojenci po pomoč obrnejo v preostalih krajih v Sloveniji, ni. *Žurnal24* o možnostih zdravljenja ne piše, medtem ko je za *Slovenske novice* značilna posebnost, nenavadnost in oddaljenost. Časopis namreč zdravljenje uokvirja kot zgodbo tujca, ki se je odvisnosti rešil s pomočjo verskega in duhovnega vodje. Mediji zadnje čase očitno več pozornosti namenjajo odvisnikom od nelegalnih drog, medtem ko je odvisnost od alkohola povsem prezrta.

Alkohol kot droga

Obravnava alkohola kot droge se med časopisi razlikuje. *Žurnal24* in *Slovenske novice* strogo ločujeta alkohol in droge oziroma alkohol in mamila, v *Slovenskih novicah* se je pojavila tudi besedna zveza pijana in omamljena, kar bralca napeljuje na prepričanje, da alkohol ni droga. V *Delu* se v prispevkih pojavljata tako besedna zveza droge in alkohol, kar pomeni, da alkohol ni droga, pa tudi alkohol in druge droge, kar pomeni, da avtor alkohol šteje med droge. Noben prispevek pa izrecno ne poudarja »alkohol je droga.«

Alkohol in nesreče

Poročila, ki se ukvarjajo z vplivom alkohola na pivca, med pogostimi posledicami omenjajo tudi razne nesreče in posledično poškodbe (brez prometnih nesreč). Izmed vseh časopisov *Slovenske novice* najpogosteje pišejo o nesrečah kot posledici (pretiranega) uživanja alkohola, *Delo* njihovo možnost omenja v enem prispevku, *Žurnal24* pa sploh ne. Izid takšne nesreče so lahko le poškodbe ali smrt in medtem ko poškodbe v *Delu* niso predstavljene kot smrtne, *Slovenske novice* večinoma predstavljajo zgodbe, v katerih so se nesreče zaradi alkohola končale z verjetno (primeri izginotij ljudi) ali gotovo smrtjo. Prispevki opisujejo osebne tragedije posameznih ljudi, časopis pa žrtev kljub njihovi lastni krivdi za nesrečo ne obsoja, temveč z njimi sočustvuje. Za okvir nesreč kot posledice alkohola je v *Slovenskih novicah* torej značilna posebnost, namen prispevkov je v bralcu zbuditi čustva in ne predstaviti razsežnosti problema, medtem ko *Žurnal24* tega okvira sploh ne objavlja. Očitno je tudi, da *Slovenske novice* raje obsežno pišejo o smrtnih nesrečah, saj so nesreče, ki so se končale zgolj s poškodbo, opisane le v vesteh. Nasprotno pa je smrt pivca alkohola v *Delu* redek pojav; poleg samomora in kombinacije alkohola in drugih psihoaktivnih snovi je vzrok za smrt uživalca alkohola le še »eksotične« narave: to je bodisi zobotrebec bodisi alkohol, ki mu je bil primešan industrijski alkohol. Tako pijačo prispevek poimenuje zastrupljena vodka, čeprav Timbrell (2008, 206–220) tudi navaden (etilni) alkohol, ki ga uživamo, uvršča med strupe.

Alkohol in nasilje

Čebašek-Travnik (1999b, 34) piše, da je »povezava med rabo alkohola in nasiljem kulturološko pogojena«, in v dokaz navaja raziskavo, ki med drugim ugotavlja, da »Američani irskega porekla pijejo v gostilnah in morebitno nasilje izkazujejo v istem okolju. Američani italijanskega porekla raje pijejo doma, kjer izbruhne tudi njihova nasilnost.« Slovenci po izkušnjah avtorice, priznane psihiatrinje in strokovnjakinje za zdravljenje odvisnih od alkohola, pijejo v gostilnah, nasilni pa so tako tam kot doma (prav tam). *Delo*, *Slovenske novice* in *Žurnal24* uokvirjajo obe vrsti nasilja, predvsem nasilje v družini pa je v vseh uokvirjeno kot stvar posameznika in ne kot resen družbeni problem.

Popivanje in posledično razgrajanje ter vandalizem so v *Delu* predstavljeni kot značilnost tujih mest in držav, kjer so prerasli v resen družbeni problem, medtem ko se v Sloveniji po pisanju časopisa sodeč pojavljajo le posamezni primeri. Enako je z nasiljem nad osebo; v časopisu so opisani le posamezni primeri nasilništva pod vplivom alkohola, prispevki pa so objavljeni na straneh črne kronike. Vandalizem in nasilje nad ljudmi v Sloveniji sta v *Slovenskih novicah* uokvirjena v vesteh na strani kronike kot posamezni primeri brez resnih posledic in ne kot splošno prisoten problem, medtem ko je nasilje v tujini uokvirjeno prav tako kot težava posameznikov, vendar ima to nasilje za posledice obsežno uničenje stvari, resne poškodbe ali smrt. Dogodki so opisani podrobno in doživeto, grozovitost najhujših primerov nasilja je poudarjena z izrazi srhljivo maščevanje in poklal je vso družino, storilci so suroveži, čeprav gre za najstnike, žrtve pa so dobrodušni sosede ali ljubka in tiha deklica. *Žurnal24* je edini, ki popivanje in vandalizem uokvirja tudi kot slovenski problem širših razsežnosti, in sicer kot težavo mladostnikov.

Kot posebno kategorijo je treba omeniti nasilje v družini, ki je po izkušnjah strokovnjakov posebej pogosto v družinah, kjer je vsaj eden od družinskih članov odvisen od alkohola. *Delo* in *Slovenske novice* nasilje v družini kot posledici alkohola uokvirjata le v vesteh na straneh črne kronike, ki beležijo posamezen dogodek. Ta je sicer vezan na določeno družino, ki pa zaradi pomanjkanja osebnih podatkov v prispevku v bralcu ne zbuja čustev. Ker je v medijih povod za obširno in poglobljeno raziskavo in predstavitev vseh razsežnosti katerega koli družbenega problema običajno konkreten dogodek, ki se je zgodil blizu nas, zajema znane osebnosti ali ima zelo tragične posledice z znanimi podrobnostmi, *Žurnal24*, *Delo* in *Slovenske novice* pa takega dogodka očitno niso zabeležili, ker se ni zgodil, tudi nasilje v družini ni uokvirjeno kot družbeni problem, ampak težava posameznika. Slika žalujoče

matere ob sinovem grobu je v primerjavi s statističnimi podatki mnogo bolj dramatična in zato bolj privlačna za objavo, sta Dearing in Rogers (1996, 23–29) povzela povod za medijsko vojno proti drogam konec 80. let prejšnjega stoletja, ko so ameriški mediji javnost zasuli s prispevki o drogah in njihovi škodljivosti kljub temu, da je število smrti, povezanih z njimi, že nekaj let upadalo. Poplavo prispevkov je takrat povzročila smrt zaradi prevelikega odmerka mamila priljubljenega košarkarja. *Žurnal24* nasilje v družini sicer ne uokvirja kot osebno tragedijo, ampak kot resen družbeni problem, kar podpre s statističnim podatkom, da povprečno vsaka četrta družina trpi zaradi nasilja, ki ga povzroča alkohol. Vendar pa gre za obrobno opazko brez poglobljenih analiz problema in iskanja njegovih vzrokov v obširnem prispevku o možnih posledicah alkohola, v katerem je največ pozornosti namenjene alkoholu v prometu.

Pridelava in prodaja alkohola

Glede na to, da se v Sloveniji izmed alkoholnih pijač pridelava in porabi največ vina, ni presenetljivo, da so v *Delu* in *Slovenskih novicah* najpogosteje predstavljeni način in mesta pridelave, prodaja ter ureditev trga vina. Prispevki o pivu so v omenjenih dveh časopisih redki; večinoma gre za vesti ali poročila o dvigu cen piva. Tudi ostalim alkoholnim pijačam je namenjeno zelo malo pozornosti; pojavljajo se le kot del prispevkov, ki bi jih lahko uvrstili med zanimivosti. V *Žurnalu24* te razlike med pijačami ni.

Vinogradništvo in vinarstvo sta v *Delu* in *Slovenskih novicah* predstavljena kot pomembna dela kmetijstva v naši državi in kot dela slovenske tradicije, slovenska vina pa kot kakovostna, katerih odličnost je zmeraj bolj priznana tudi v tujini. *Delovo* pisanje je nepristransko, medtem ko *Slovenske novice* v prispevkih, objavljenih v redni tedenski prilogi *Lajf*, izražajo skoraj romantičen odnos do obdelovanja vinograda in pridelave vina; v prispevkih je opisana nekakšna usodna povezanost med vinogradnikom ter trto in vinom, pridelovalci vina pa so čislani kot vztrajni ljudje, ki svoje delo opravljajo z ljubeznijo. Iz prispevkov veje očitno spoštovanje do vinarjev in pijače same. *Delo* je edino, ki piše o predpisih, ki urejajo trg vina.

Prireditve in alkohol

Skladno z vinorodnostjo pokrajine so po slovenskih krajih organizirane številne prireditve, posvečene posamezni vrsti vina ali vinu nasploh. To so t. i. prazniki rebule, cvička, izbiri vinskih kraljic in kraljev ter županovega vina in podobno, katerih glavni namen je druženje in

uživanje alkohola. *Delo* in *Žurnal24* omenjene prireditve napovedujeta v novinarskem žanru naznanilo, ki se po Koširjevi (1988, 73) uporablja le za takšne dogodke, ki si zaslužijo posebno pozornost, in katerega funkcija je tudi vabilo na prireditve. Nasprotno *Slovenske novice* prireditve ne napovedujejo, ampak z njih poročajo v obliki reporterskega poročila. Ti prireditve opisujejo kot uspešno izpeljane, na katerih je vladalo pozitivno vzdušje in odlično vino. Vsi trije časopisi uokvirjajo tudi druge prireditve, na katerih se je užival alkohol. V *Žurnalu24* sta objavljeni reportaži z rock koncertov, na katerih se je pilo veliko alkohola, kar je po mnenju avtorjev prispevkov normalno in pričakovano za takšno prireditve. *Slovenske novice* uokvirjajo športne prireditve v obliki reporterskih poročil, ki med opisovanjem vzdušja na prireditvi omenjajo tudi uživanje alkohola. Avtor enega izmed prispevkov sicer ugotavlja, da uživanje alkohola na tekmi ni bilo povsem legalno, vendar v skladu s splošno prakso in zato povsem sprejemljivo. Kadar se je na prireditvi točilo pivo, je časopis poudarjal velike količine popitega alkohola, kadar se je točilo vino, pa je pisal, da se je spil kozarec dobre kapljice. Delo uokvirja kulturne prireditve v obliki reporterskih poročil in naznanil; slednji že pred samim dogodkom naznanjajo, da je za določeno prireditve značilno uživanje alkohola, nekatera naznanila pa celo vabijo k uživanju alkohola.

Alkohol in slavne osebe

Žurnal24 tuje slavne glasbenike in igralce uokvirja kot odvisnike od alkohola, medtem ko so domači glasbeniki predstavljeni kot občasni pivci, pri katerih je alkohol nujen spremljevalec koncertov in zabav. Odvisnost od alkohola je v *Žurnalu24* uokvirjena le v povezavi s slavnimi osebami, s čimer sporoča, da zasvojenost z alkoholom obstaja le v svetu slavnih. *Slovenske novice* okvir slavnih oseb kot zasvojencev z alkoholom še bolj izpostavlja. Časopis pri reprezentaciji zvezdnikov sledi splošni praksi tabloidov, ki slavne po opažanju Holmesove in Redmonda (2006, 292) čedalje pogosteje prikazujejo kot »padle osebnosti« in ki odstirajo masko ter prikazujejo pravi obraz zvezdnikov: anoreksičen, promiskuiteten, utrujen, zapit in zadrogiran. Njihov boj z odvisnostjo od alkohola je v časopisu obsojen na propad. Sealova (2004, 148) trdi, da je pretirana raba alkohola v medijih reprezentirana kot nepogrešljiv del zvezdnštva in je kot del umetniškega ustvarjanja neproblematizirana, torej le delno drži. *Slovenske novice* alkohol res uokvirjajo kot neločljiv, vendar negativen del zvezdnštva.

Celostno o alkoholu

Več razsežnosti pretiranega uživanja alkohola v enem prispevku uokvirjajo le *Slovenske novice*, ki v razširjeni vesti alkohol okrivijo za številne nesreče, primere smrti, kriminala,

nasilja, samomore in bolezni. Pomembnost prispevka zmanjšuje mesto objave; objavljen je namreč v prilogi *Astro novice*, ki je namenjena lahkotnim temam, kot so: horoskop, nasveti astrologinje, recepti, opisi posamezne vrste hrane, potopisi iz daljnih dežel in zdravstveni nasveti. Čeprav ne vseh, več negativnih posledic uživanja alkohola skupaj v enem prispevku uokvirja *Žurnal24*. Poročilo s tiskovne konference omenja prometne nesreče, bolezni in nasilje, vendar avtor namenja znatno več pozornosti prometnim nesrečam kot posledici uživanja alkohola, s čimer sporoča, da je ta vidik vpliva alkohola pomembnejši od drugih. Hkrati gre pri obeh prispevkih zgolj za navajanje posledic uživanja alkohola, medtem ko se časopisa iskanju vzrokov ne posvetita.

Manjkajoča okvirja

Skladno z individualizacijo problematike alkohola, ki je značilna za vse tri časopise, *Delo*, *Slovenske novice* in *Žurnal24* pri poročanju ne zajamejo širše slike uživanja alkohola. Manjkajoči okvir je torej ekonomske posledice uživanja alkohola, čeprav so, kot ugotavljajo Šešok in drugi (2006, 2), posledice škodljive rabe alkohola za družbo veliko finančno breme. Pomemben okvir, ki se ga časopisi očitno izogibajo, je oglaševanje alkoholnih pijač, čeprav so številne raziskave dokazale povezavo med izpostavljenostjo oglasom in povečanim uživanjem alkohola predvsem pri mladih (Signorielli 2000, 107). Alkoholne pijače so po Wallackovem (1990b, 152) opažanju eden od dveh najbolj oglaševanih izdelkov, ki se kot povzročitelji bolezni in smrti uvrščajo v sam vrh, vendar takšno početje v medijih ni nikoli problematizirano prav zaradi ogromne ekonomske moči alkoholne industrije.

Izmed petih najpogostejših okvirov, ki sta jih Semetko in Valkenburg (2000) identificirala ob pregledu literature, najdemo v *Delu*, *Slovenskih novicah* in *Žurnalu24* značilnosti dveh: okvira človeškega zanimanja, ki pozornost občinstva vzbuja s poosebitvijo, in okvira odgovornosti, ki išče krivca za nastanek nekega problema. Individualizacija in poosebitev se kažeta v obliki poročanja o posameznih dogodkih in vznikih, nasilnežih, vinogradnikih, odvisnikih, časopisi pa pri reprezentaciji alkohola očitno sledijo splošni praksi medijev. Bennet (v Erjavec in Thaler 2006, 40) namreč trdi, da so poosebljene in individualizirane novice zelo priljubljene. Obenem se je potrdilo mnenje Iyengara (v Semetko in Valkenburg 2000, 96), da mediji iskanje krivde za nastanek problema namesto v družbo in sistem večinoma usmerijo v posameznika. Z individualiziranjem in poosebitvijo so *Delo*, *Slovenske novice* in *Žurnal24* problematiko alkohola zreducirali na raven posameznika, kar mediji, kot trdi Wallack (1990a, 42) sicer radi počno pri reprezentaciji zdravstvenih problemov. Ob tej

Wallackovi trditvi je treba opozoriti še na pomembno ugotovitev naše raziskave: časopisi alkohol sicer res predstavljajo kot socialni problem posameznikov, toda reprezentacija alkohola kot zdravstvenega problema je praktično zanemarljiva.

Številke imajo v vseh treh časopisih skladno s Sealovim (2004) opažanjem vlogo potenciranja učinka pri uokvirjanju zgodbe; statistike so priročno sredstvo za ponazarjanje resnosti alkohola kot zdravstvenega in socialnega problema, še posebej rade pa jih uporabljajo *Slovenske novice* pri izpostavljanju visoke stopnje alkoholiziranosti voznika v okviru alkohol v prometu, ki obenem potrjuje ugotovitev Erjavčeve (1999, 56), da je nenavadnost dogodka eden od pomembnejših dejavnikov objave vrednosti. V časopisu so namreč novice o vožnji pod vplivom alkohola podrobneje opisane takrat, kadar je njihov potek ali konec nepričakovan in nevsakdanji.

Erjavec in Thaler (2006, 40) v članku o medijski reprezentaciji smrti ugotavljata, da so čustva značilna za prispevke, ki opisujejo smrt kot posledico nasilne nesreče ali smrti, kar velja tudi za reprezentacijo smrti v *Slovenskih novicah*. Njuna ugotovitev »bolj kot so okoliščine ali posledice nasilnih smrti navadnih ljudi grozljive, »boljše so«, še posebej velja za okvir nezdravstvene posledice uživanja alkohola; kadar prispevek opisuje zgodbo z blagimi posledicami (pretep ali grožnja z nasiljem), je poročanje časopisa kratko in nepristransko, kadar pa se nasilje konča z obsežnim razdejanjem ali smrtjo, so predstavljene vse grozljive podrobnosti zgodbe.

Izsledki naše raziskave potrjujejo nekatere ugotovitve avtorjev, ki so raziskovali reprezentacijo zdravstvenih tem v množičnih medijih. Seale (2004) navaja številne raziskave, ki dokazujejo medijsko popačenje realnosti, kar se tiče neenakomernega poročanja o bolezni v primerjavi z njeno resnično pojavnostjo, in ki ugotavljajo, da mediji raje pišejo o nenavadnih in redkih boleznih ter akutnih namesto kroničnih boleznih, o mladih žrtvah namesto o starih bolnikih ter o posameznikovi odgovornosti pri izogibanju tveganjem namesto o potrebi po sistemskih rešitvah. Kot smo ugotovili, *Delo*, *Slovenske novice* in *Žurnal24* alkohol najpogosteje uokvirjajo kot udeleženca v prometu, čeprav je število prometnih nesreč s smrtnim izidom, v katere je vpleten alkohol, znatno nižje od smrti zaradi jetrne ciroze, ki je najpogostejša posledica dolgotrajnega uživanja alkohola (po podatkih, ki sta jih zbrali Kovše in Nadrag (2008), je bilo leta 2006 število smrti zaradi alkoholne ciroze jeter skoraj petkrat višje od števila smrti v prometnih nezgodah z udeležbo alkohola). To kaže,

da mediji raje pišejo o takojšnji posledici uživanja alkohola, zanemarjajo pa vpliv kroničnega uživanja. Enako je raziskava ugotovila, da so bile žrtve, katerih zgodbo so *Slovenske novice* podrobno opisale, večinoma mlade.

Čeprav je bilo o reprezentaciji alkohola v medijih opravljeno kar nekaj raziskav, nobena ni analizirala predstavitev alkohola v dnevnih tiskanih medijih. Vse raziskave, ki jih Signorielli (1990, 105–107) navaja, so se ukvarjale s pojavom alkohola na televiziji, večina od tega v televizijskih dramah, telenovelah ali oglasih. Obenem so se te raziskave večinoma osredinile le na identificiranje količine medijskega prostora, namenjenega kakršni koli referenci o alkoholu, na povečanje odstotka omemb o škodljivi rabi alkohola na televiziji v primerjavi z resničnimi podatki o številu odvisnih od alkohola, na štetje prizorov uživanja alkohola in meric popitih pijač v posameznem prizoru. Relevantna primerjava naše raziskave z ostalimi raziskavami zato ni mogoča.

Alkohol je poleg kajenja, zdravega prehranjevanja in pomena gibanja med najpomembnejšimi temami, ki zaposlujejo promotorje zdravja. Ti si, kot smo ugotovili, prizadevajo svoja sporočila čim pogosteje umestiti na dnevni medijski red. Čeprav raziskava ni ugotavljala, kako se slovenske institucije javnega zdravstva konkretno lotevajo problematike alkohola, katere komunikacijske intervencije uporabljajo in kako uspešne so v »prodajanju« zgodb medijem, pa so lahko njeni izsledki opozorilo, da reprezentacija alkohola v slovenskih tiskanih medijih (najbrž) ni po volji zdravstvenih avtoritet. Če slednje priznavajo vlogo in pomen medijskega zagovorništva, ki poudarja preusmeritev pozornosti na tiste, katerih odločitve oblikujejo okolje, ki posameznikom vnaprej omejujejo možnosti izbire, potem jih čaka še veliko dela.

11 Sklep

Alkohol že stoletja v raznoterih oblikah in vlogah usodno kroji človekovo življenje; bilo je nepogrešljivo sredstvo za žejo, z vitamini in kalorijami bogato hrano, vsestransko zdravilo, plačilo in priljubljeno mamilo. Ljudje so ga cenili zaradi učinkov, ki so jih povzročale njegove kemične sestavine, vsaj enako pomembna pa je bila njegova sposobnost združevanja ljudi. Trditi, da se uničevalne moči alkohola niso zavedali, bi bilo sicer napačno; za doseganje svojih ekonomskih in političnih interesov so ga izrabile številne oblasti. A opozorila o njegovi grozljivi mogočnosti spet postajajo vse glasnejša šele zadnja desetletja.

Vloga alkohola kot lubrikanta družbene konstrukcije se je do danes nedvomno ohranila. To dokazuje tudi prepričanje skoraj tretjine anketirancev raziskave Fundacije Z glavo na zabavo, da je pred navezovanjem intimnih stikov priporočljivo popiti nekaj alkoholnega. Za ustanove, ki se ubadajo predvsem s škodljivimi učinki alkohola, pa je omenjen podatek le kamen v mozaiku alarmov, ki opozarjajo, da je postal alkohol pereč javnozdravstveni, socialni in ekonomski problem, k reševanju katerega je treba pristopiti odločno in celostno. Kot pomembni prenosniki idej, glavna arena za izmenjavo informacij in ustvarjalci novih kultur imajo množični mediji v očeh teh institucij ključno vlogo pri razširjanju »pravih« sporočil. A na to, kaj bo objavljeno, v kakšnem kontekstu ter v kakšnem razmerju do drugih tem in pogledov, vplivajo številni dejavniki – od osebnih novinarjevih stališč do moči vira informacij. Na podlagi teh izhodišč smo se lotili iskanja odgovorov na raziskovalno vprašanje: *Kako slovenski tiskani mediji reprezentirajo alkohol in katere okvire pri tem uporabljajo?* Odgovore smo iskali na podlagi analize vzorca novinarskih prispevkov, objavljenih leta 2008 v treh najbolj branih časopisih, *Delu*, *Slovenskih novicah* in *Žurnal*²⁴, za metodo dela smo izbrali uokvirjanje.

Ugotovili smo, da v časopisih *Delo* in *Slovenske novice* prevladuje okvir alkohol v prometu, ki se večinoma pojavlja v obliki kratkih ali razširjenih vesti o posameznih dogodkih, v katere so bili vpleteni vozniki pod vplivom alkohola. Časopisa torej zgolj povzemata uradna policijska poročila o dogajanju na cestah v preteklih dneh. Problematika alkohola v prometu je popolnoma individualizirana, saj časopisa pišeta le o posameznih kršiteljih, ki pa jih časopisa zaradi kršenja pravil izrecno ne obsojata. Občasno omenjanje suhoparnih podatkov, ki naj bi opozarjali na resnost problema, ni v skladu s t. i. kreativno epidemiologijo (Wallack 1990b: 159), ki predvideva predstavitev statistik na inovativen in privlačen način, zaradi česar

naj bi pritegnila več pozornosti javnosti. Problematika alkohola v prometu je torej v časopisih sicer prisotna, vendar se je prispevki ne lotevajo na poglobljen način, ki bi razen posledic iskal tudi vzroke za težavo.

Medtem ko je okvir alkohol v prometu, ki ga izpostavljajo tudi državne službe in nevladne organizacije, v časopisih prisoten, pa ti alkohola kot povzročitelja odvisnosti ter številnih bolezni in duševnih motenj skoraj ne uokvirjajo. Ta okvir je namreč med javnozdravstvenimi službami, ki se ukvarjajo s promocijo zdravja, zelo izpostavljen. Redki prispevki, ki omenjajo tovrsten vpliv alkohola, se osredinjajo le na statistične podatke, ki nakazujejo na resnost problema, ali na osebne zgodbe posameznikov, največkrat znanih hollywoodskih igralcev in pevcev. Težave, ki jih imajo slavne osebnosti z alkoholom in drogami, so predstavljene kot osebne izbire in ne posledica pritiskov okolja in filmske industrije. Individualizacija problema je značilna tudi za okvir alkohol in nezdravstvene posledice, kamor štejem tako nesreče posameznikov, ki so bili pod vplivom alkohola, kot vandalizem in nasilje nad ljudmi, ki so bili žrtve pivcev alkohola. Za *Slovenske novice* je značilno, da še posebej doživeto opisujejo nasilne dogodke, v katerih nastopajo alkoholizirani posamezniki, do storilcev pa časopis kaže očiten prezir. Za vse omenjene okvire torej velja Wallackova (1990a, 42) trditev, da medtem ko je večina javnozdravstvenih problemom družbeno pogojena, množični mediji zanje iščejo individualistične razlage. Pozornost je od vzrokov, ki izvirajo iz okolja, v katerem posamezniki živijo, preusmerjena v simptome in osebne neuspehe.

Okviri, ki predstavljajo pozitivni vidik alkohola, so okviri o njegovi pridelavi in prodaji ter prireditvah, ki so posvečene alkoholu ali se na njih uživa alkohol. Posebno naklonjenost do posameznih pridelovalcev alkohola, natančneje vina, izražajo *Slovenske novice*. Alkoholne politike z izjemo omembe sprememb zakonodaje na področju evropskega trga in prometne varnosti časopisi ne uokvirjajo.

Ob pregledu časopisov smo tako ugotovili, da časopisi večinoma uokvirjajo le očitne posledice pretiranega uživanja alkohola, kot so prometne in druge nesreče ter kazniva dejanja, medtem ko »nevidnega« vpliva v obliki kroničnih bolezni ne zaznavajo. Sledeč sodobni premisi o odgovornosti posameznika za vse, kar se mu dogaja, in v skladu s tveganjskim diskurzom socialnega marketinga, katerega cilj je sprememba posameznikovega vedenja, mediji alkohol kot zdravstveni in socialni problem uokvirjajo kot stvar posameznika in ne družbe. Prispevki nizajo le statistične podatke, ki naj bi odslikavali resnost problema, in

opisujejo posledice, ne opravljajo pa poglobljenih analiz o stanju družbe in ne iščejo vzrokov težav.

12 Literatura

American Public Health Association. Dostopno prek: <http://www.apha.org/> (20. november 2008).

Atkin, Charles in Elaine Bratic Arkin. 1990. Issues and Initiatives in Communicating Health Information to the Public. V *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*, ur. Charles Atkin in Lawrence Wallack, 13–40. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Bajt, Maja. 2007. Tvegana vedenja: uporaba tobaka, alkohola in marihuane. V *Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju: HBSC Slovenija 2006*, ur. Helena Jeriček, Darja Lavtar in Tatjana Pokrajac, 121–150. Ljubljana : Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Barr, Andrew. 1998. *Drink*. London : Pimlico.

Čebašek-Travnik, Zdenka. 1996. Ali je v Sloveniji možno zmanjšati škodljivo rabo alkohola? V *Posvetovanje o državnem programu nadzorovanja raka*, ur. Maja Primic-Žakelj, 33–36. Ljubljana: Onkološki inštitut.

--- 1999a. Uživanje alkohola: stvar posameznika ali družbe? *Vita* 5 (24): 2–3.

--- 1999b. Družina in bolezni odvisnosti. *Vzgoja za zdravje* (1): 8–11.

--- 2001. Mladi in alkohol. *Zdravstveno varstvo* 40 (1–2): 51–54.

--- 2006. Alkohol in druge droge kot javnozdravstveni problem. *Delo + varnost* 51 (3): 24–25.

Dearing, James W. in Everett M. Rogers. 1996. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, London, New Delhi : Sage.

Eriksson-Backa, Kristina. 2003. *In Sickness and in Health: How Information and Knowledge are Related to Health Behaviour*. Åbo: Åbo Akademi University Press.

- Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.
- Erjavec, Karmen in Petra Thaler. 2006. Medijska reprezentacija smrti. *Družboslovne razprave* 22 (52): 29–44.
- Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.
- Evropska komisija*. Dostopno prek: <http://ec.europa.eu> (20. november 2008).
- Franović, Anton. 1993. *Zdrav manager – uspešen manager*. Ljubljana : Gospodarski vestnik.
- Fundacija Z glavo na zabavo*. Dostopno prek: <http://www.fundacija-zgnz.si> (15. maj 2009).
- Harris, Paul. 2001. *Brevir za pivce viskija*. Ljubljana: Rokus.
- Harris, Richard Jackson. 2004. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. Mahwah New Jersey: L. Erlbaum Associates.
- Hartley, John. 2004. Novinarstvo in vizualizacija resnice. V *Medijska kultura*, ur. Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt, 179–192. Ljubljana: Študentska založba.
- Hiebert, Ray Eldon in Sheila Jean Gibbons. 2000. *Exploring Mass Media for a Changing World*. London: L. Erlbaum.
- Holmes, Su in Sean Redmond. 2006. *Framing Celebrity: New Directions in Celebrity Culture*. London, New York : Routledge.
- Kamin, Tanja. 2006. *Zdravje na barikadah: dileme promocije zdravja*. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.
- Kapš, Peter. 1998. *Vino in zdravje*. Novo mesto: Erro.
- 2000. *Vino, čudežni vir mladosti*. Novo mesto: Erro.

Kitzinger, Jenny. 2004. *Framing abuse*. London : Pluto.

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

Kovše, Katja in Petra Nadrag. 2008. *Poraba alkohola in kazalci škodljive rabe alkohola v Sloveniji v letu 2006*. Dostopno prek: http://www.ivz.si/javne_datoteke/datoteke/1737-Raba_alkohola_v_letu_2006.pdf (10. maj 2009).

Lippmann, Walter. 1999. *Javno mnenje*. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.

Luthar, Breda in Dejan Jontes. 2007. Nasilje v družini in strateški rituali poročanja. *Družboslovne razprave* 23 (55): 27–48.

Medved, Drago. 1997. *Vinski brevir*. Ljubljana: Rokus.

--- 2001. *Sto resnic o vinu*. Celovec, Ljubljana, Dunaj: Mohorjeva založba.

Nacionalni program varnosti cestnega prometa za obdobje 2007-2011. 2006. Dostopno prek: http://www.mzp.gov.si/si/splosno/vstopna_stran/organi_v_sestavi/nacionalni_program_varnosti_2007_2011/ (10. maj 2009).

Nolimal, Dušan. 1995. *Odziv družbe na probleme alkohola in drugih drog*. Ljubljana : Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Ovsec, Damjan J. 2006. Vino kot obredna pijača: v krščanstvu. *Vino* 4 (1): 8–13.

Podjed, Dan. 2006. Kdor ne pije, ni Sloven'c: alkohol kot totalno družbeno dejstvo. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 24 (226): 185–193.

Poročilo o delu policije za leto 2007. 2008. Dostopno prek: <http://www.policija.si/portal/statistika/lp/pdf/LetnoPorocilo2007.pdf> (20. november 2008).

Pucelj, Vesna. 2006. *Uživanje alkohola in njegova škodljivost v nosečnosti*. Dostopno prek: <http://www.ivz.si/index.php?akcija=novica&n=511> (20. november 2008).

Ramovš, Jože. 1994. Zmerno pitje vina v luči epidemiološke problematike alkoholizma v Sloveniji. *Zdravstveno varstvo* 33 (11): 283–289.

Repe, Borivoj. 1993. *Knjiga o pivu*. Ljubljana: Mediacarso.

Scheufele, Dietram A. 1999. Framing as a Theory of Mass Media Effects. *Journal of Communication* 49 (1): 102–122.

Seale, Clive. 2004. *Media and health*. London, Thousand Oaks, New Delhi : Sage.

Semetko, Holli A. in Patti M. Valkenburg. 2000. Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication* 50 (2): 93–109.

Signorielli, Nancy. 1990. Television and Health: Images and Impact. V *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*, ur. Charles Atkin in Lawrence Wallack, 96–113. Newbury Park, London, New Delhi : Sage.

Simčič, Zvonimir in Jože Šmit. 1987. *Vino med ljudsko modrostjo in sodobno znanostjo*. Trst: Založništvo tržaškega tiska.

Splichal, Slavko. 1999. *Komunikološka hrestomatija 2*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2000. Novinarji in novinarstvo. *Javnost* 7: 47–56.

Svetovna zdravstvena organizacija. Dostopno prek: <http://who.int/en/> (20. november 2008).

Svet za preventivo in vzgojo v cestnem prometu. Dostopno prek: <http://www.vozimopametno.si> (20. november 2008).

Šešok, Janja, Sabina Sedmak in Damjana Simončič. 2006. *Poraba alkohola in kazalci škodljive rabe alkohola v Sloveniji v letu 2005*. Dostopno prek: http://www.ivz.si/javne_datoteke/datoteke/1083-Porabacalkoholacin...05.pdf (20. november 2008).

Šešok, Janja. 2007. *Prezgodnja umrljivost v Sloveniji v obdobju 1997-2005*. Dostopno prek: http://www.ivz.si/javne_datoteke/datoteke/1289-Analiza_prezgodnje_umrljivosti_97_05_v2.pdf (20. november 2008).

Šikovec, Slavica. 1996. *Vino, pijača doživetja*. Ljubljana: Kmečki glas.

Timbrell, John A. 2008. *Paradoks strupa: kemikalije kot prijatelji in sovražniki*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Wallack, Lawrence. 1990a. Mass media and health promotion: Promise, Problem, and Challenge. V *Mass Communication and Public Health: Complexitis and Conflicts*, ur. Charles Atkin in Lawrence Wallack, 41–51. Newbury Park, London, New Delhi : Sage.

--- 1990b. Improving Health Promotion: Media Advocacy and Social Marketing Approaches. V *Mass Communication and Public Health: Complexitis and Conflicts*, ur. Charles Atkin in Lawrence Wallack, 147–163. Newbury Park, London, New Delhi : Sage.