

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Rot

**Medijska podoba delavstva:
prispevki v časopisu Delo in reviji Jana**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Rot

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

Somentor: doc. dr. Dejan Jontes

**Medijska podoba delavstva:
prispevki v časopisu Delo in reviji Jana**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

Medijska podoba delavstva: prispevki v časopisu Delo in reviji Jana

V diplomski nalogi sem raziskovala medijsko podobo delavstva v slovenskem prostoru. Menim, da je ta družbeni segment ključen pri ustvarjanju družbenih, gospodarskih in socialnih vrednot, ki so danes nepogrešljive za kvalitetno življenje posameznikov. Z mikroanalizo sem se osredotočila na prispevke v časopisu Delo in na prispevek v reviji Jana, kjer sem raziskovala način ustvarjanja podobe delavstva. Osredotočila sem se na dva gospodarska subjekta, in sicer na Muro in Gorenje. Podjetji sta med vodilnimi gospodarskimi subjekti, ne le v Sloveniji temveč tudi v Evropi. S svojo kadrovsko politiko, konkurenčnostjo na trgu in s prilagajanjem trenutni tržni situaciji ustvarjata sliko ne le slovenskega delavstva temveč širše družbe. Izkazalo se je, da dnevni časopis kratko in jedrnato prispeva k splošnemu informiranju o stanju Murinih delavcev in delavk, medtem ko je družinska tedenska revija Jana s svojim dramatičnim diskurzom, fotografijami in umeščenostjo prispevka bralcu veliko bolj približala stisko in marginalizacijo problema delavcev in delavk Gorenja. Teza o enakovrednem poročanju o delavcih in delodajalcih se je v časopisu Delo izkazala za zanimivo točko razmišljanja, saj analiza ni potrdila enakovrednega zastopanja delavcev in delodajalcev.

KLJUČNE BESEDE: delavstvo, medijska podoba, diskurz, reprezentacija, gospodarska kriza.

The Media Image of the Working class: contributions in the newspaper Delo and magazine Jana

In my diploma I explore the media image of the working class on the Slovenian territory. I believe that this segment of society is crucial in creating economic and social values which are indispensable for the quality of life today. With micro analysis I focused on the newspaper Delo and the magazine Jana, where I explore the manner of working class image creating. I discuss two economic entities, Mura and Gorenje. The companies are among the leading players, not only in Slovenia but also in Europe. With its human resources policy, competitiveness on the market and adapting the current market situation they create the working class image, not only in Slovenia, but society at large. It turned out that the daily newspaper adds a concise contribution to the general information on the status of male and female workers in Mura, while the family weekly magazine Jana, with its dramatic discourse, photographs, and article positioning, brings the problem of marginalization and hardship of workers of Gorenje much closer to the readers. The thesis of equivalent coverage of workers and employers in the newspaper Delo proved to be an interesting point of view, because the analysis did not confirm an equal representation of the workers and the employers.

KEYWORDS: the working class, media image, discourse, representation, economic crisis.

KAZALO

1 UVOD	5
2 ZGODOVINSKODRUŽBENI KONTEKST MURE IN GORENJA	7
2.1 Delavstvo Mure in Gorenja v okviru komunikološke teorije	8
3 MIKROANALIZA PRISPEVKOV V ČASOPISU DELO IN REVIJI JANA.....	10
3.1 Metodološki osnutek.....	10
3.2 Moč dramatiziranja v prispevkih	12
3.3 Viri v prispevkih.....	14
3.4 Razlike poročanja o delavcih in delodajalcih	15
3.5 Umestitev prispevkov v medijih in pomen fotografij	18
4 SKLEP	20
5 LITERATURA	23

1 UVOD

Na svetovnih ekonomskih trgih je leta 2008 prišlo do krize, kar se je začelo močno odražati v gospodarstvu. Slovenska podjetja se temu niso izognila in posledice smo občutili vsi, še posebno zaposleni. Mene pa je ob tem predvsem začela zanimati podoba delavstva v slovenskem medijskem prostoru.

Zgornja iztočnica bo izhodišče za razmišljanje o slovenski družbi, saj delavstvo tvori pomemben in širok segment družbe, kar močno vpliva na slovensko integriteto in zavest. Vsebina naloge bo iz tega razloga osredotočena izključno na slovensko družbo oz. delavstvo. Pri raziskovanju se bom izognila vrednotenju vsebinskih vprašanj o sami temi in politiziranju, vendar pa bom upoštevala ideološke koncepte, ki vplivajo na obnašanje kulture delavstva v različnih obdobjih od 20. stoletja naprej. V nalogi bom izpostavila podobo delavcev v dveh slovenskih podjetjih, in sicer v Muri in Gorenju. Izbrani podjetji sta med vodilnimi ne le v slovenskem prostoru, temveč tudi na evropskem trgu. Prav tako sta bili obe podjetji v obdobju mojega raziskovanja, septembra 2009, zelo medijsko izpostavljeni. V svojih regijah sta med največjimi delodajalci in posledično se je tudi pritisk krize najbolj vršil na delavstvu, kar je seveda še dodatno prispevalo k izbiri teh dveh podjetij za analizo.

V dnevnem časopisu Delo se bom osredotočila na deset naključno izbranih prispevkov o Muri v mesecu septembru 2009. V tedenski reviji Jana pa bom izpostavila en daljši prispevek o protestu delavcev v Gorenju, z dnem 24. september 2009. V tem izbranem mesecu, ko so mediji največ pisali o gospodarski krizi, je bil napisan samo en prispevek v reviji Jana, medtem ko je bilo v dnevnem časopisu Delo vseh prispevkov o podjetju Mura kar triintrideset.

V drugem poglavju se bom na kratko dotaknila kulture delavstva skozi 20. stoletje in vloge izbranih gospodarskih družb v slovenskem okolju. Prav tako bom nanizala nastavke komunikološke teorije s katerimi se bom v tretjem poglavju lotila analize izbranih prispevkov. Na koncu pa bom v sklepu podala ugotovitve analize in jih dopolnila z lastnim mnenjem.

Naloga bo temeljila na naslednjih tezah:

1. Predpostavljam, da v časopisu Delo ni dramatičnega diskurza, medtem ko je v prispevku revije Jana prisotna dramatizacija.

2. Predpostavljam, da sta vlogi delavca in delodajalca v časopisu Delo izpostavljeni enakovredno, medtem ko je v reviji Jana bolj izpostavljena vloga delavcev.
3. Predpostavljam, da se prispevki v časopisu Delo navezujejo izključno na uradne vire, medtem ko prispevek v reviji Jana temelji na neuradnih virih.
4. Predpostavljam, da prispevki v časopisu Delo ne vsebujejo fotografij in so umeščeni v rubriko Dnevni dogodki, medtem ko so fotografije pomemben del prispevka revije Jana, ki predstavlja osrednjo zgodbo izbrane številke.

Izraz delavstvo je uporabljen namenoma, saj zajema delavce, ki opravljajo fizično delo, in poudarja, da so delavci skupnost, ki je ustvarila svojo kulturo in ima svojevrsten značaj in vlogo v družbi. Tema naloge je prav zaradi gospodarske krize izziv, da se soočimo z medijsko konstrukcijo delavstva, saj delavci tvorijo ne le velik, temveč tudi pomemben del sedanosti in prihodnosti.

2 ZGODOVINSKODRUŽBENI KONTEKST MURE IN GORENJA

Leta 1925 je v Murski Soboti prvič začela delovati šivalnica perila, kjer se v petnajstih letih poveča potreba delovne sile na približno 500 delavk. Po drugi svetovni vojni se tovarna nacionalizira in ustanovi se Tovarna oblačil in perila Mura. Podjetje Mura, d. d. je tako zraslo v največjega slovenskega proizvajalca oblačil, ki je konkurenčen na evropskem trgu. Tudi število delavcev se je povečalo na številko 4500. Ugled pomurskega podjetja krojijo predvsem naročila tujih, svetovno priznanih blagovnih znamk in zvestoba kupcev (Mura 2012). Podobno je tudi z velenjskim Gorenjem, ki ga njegova petdesetletna tradicija gospodinjskih aparatov in bele tehnike uvršča med osem največjih proizvajalcev gospodinjskih aparatov v Evropi. Pod lastnimi blagovnimi znamkami Skupina Gorenje proda 80 % svojih izdelkov. Leta 2011 je imelo podjetje Gorenje 11.174 zaposlenih (Gorenje 2010).

Mura je (bila) uspešno slovensko podjetje in pomemben gospodarski subjekt na vzhodnem delu Slovenije. Prekmurje zaznamuje na ekonomski in kulturni ravni, kar močno vpliva tudi na zasebno življenje. Tudi tradicija podjetja Gorenje sega v daljno leto 1950. Obe podjetji v slovensko gospodarstvo prispevata nezanemarljiv delež domačega prihodka in prispevata k višji kakovosti življenjskega standarda v svojih okoljih. Slovensko gospodarstvo je nedvomno pridobilo velik zagon prav z uspešnimi podjetji, zato temperament ekonomskega in družbenega stanja pusti pečat tudi v podobi delavstva. Temu pa sledi, da je medijska podoba delavstva pomemben kazalec ekonomskega in družbenega konteksta. Medijske vsebine namreč učinkujejo kot podtalni družbeni tok, ki ustvarja mite, ideologije in pogosto enostransko podobo sveta, v katerem živimo (Vezovnik 2004, 4). Taka (medijska) politika je bila še posebej izrazita po drugi svetovni vojni in vse do osamosvojitve slovenske države. Skupino delavcev je zaznamovala tudi socialistična politika, kjer so »pooblastila delavskih svetov bila bolj ali manj simbolična, saj je bil dejanski nadzor nad poslovanjem podjetja v rokah direktorja in državnega organa, ki je direktorja imenoval. Tega so se zavedali tudi partijski voditelji, čeprav so krivdo za pasivnost delavskih svetov najraje pripisali kar delavcem samim« (Režek 2005, 31).

Delavsko kulturo razumem kot enega izmed pomembnih nosilcev nacionalne identitete in kulture. Identiteta delavske kulture je v medijih odvisna od diskurza, saj se »praktično vse konstruira znotraj diskurza, zato moramo tako tudi razumeti, da so vse podobe in narave proizvedene v specifičnih in

historičnih in institucionalnih okvirih« (Hall 1997, 4). »Diskurz se osredotoča na različne teme in postavlja svojo naravo, ki podaja resnico in objektivna dejstva« (Burr 1995, 49–51).

2.1 Delavstvo Mure in Gorenja v okviru komunikološke teorije

Izhajam iz dejstva, da je delavstvo kot kultura, saj je priučena in »je osnovna organizacijska značilnost organizacijske kulture, ki je socialna tvorba in rezultat vseh zaposlenih v podjetju« (Ivanko 2004, 251). »Ta kultura je sistem mišljenja in način razmišljanja, ki je skupen ljudem v neki organizaciji in razlikuje eno organizacijo od druge. Je družbeno lepilo, ki povezuje člane nekega določenega podjetja« (Vila 1994, 344). V mojem primeru povezuje delavce Mure in Gorenja. Njihovi protesti in zahteve imajo tako večji vpliv, če so izraženi kot skupne zahteve vseh delavcev in prek medijev predstavljene občinstvu, ki služijo kot orodje za komuniciranje in predstavljanje idej.

Kot pravi Fowler (1991, 222) novice odsevajo in oblikujejo prevladujoče družbene vrednote v določenem zgodovinskem kontekstu. Zato je treba medijsko podobo delavstva Mure in Gorenja vzeti kot pokazatelj družbenega gibanja ali vsaj kot del le-tega. Nesmiselno pa je ponavljati, da mediji resničnosti ne odražajo, temveč jo reprezentirajo. »Reprezentacija je konstitutivna za dogodek, njegov pomen se oblikuje in utrdi šele skozi reprezentacijo« (Luthar 1998, 7). Tako se je tudi medijska podoba delavstva začela oblikovati pod vrsto medijskih besedil, ki so poročala o gospodarski krizi v Muri in Gorenju. Implicitna moč medijev, ki je vgrajena v družbo samo, je odločilna za oblikovanje reprezentacij. Sama narava odnosov moči pa se v medijskem diskurzu udejanja, zato je diskurz glavni element, prek katerega moč ideologije vpliva na občinstvo (Fairclough 1994, 49–55). Diane Macdonell (1986, 4) trdi, da so osnovne značilnosti diskurzov to, da izključujejo. Vsebujejo neki pomen in so družbeni, ker delujejo na način dialoga. Diskurz delavstva je v medijskih besedilih revije Jana in časopisa Delo oblikovan na način, da izključuje druge družbene skupine in situacije.

Kot sem že omenila, je tudi delavstvo samo umeščeno v družbeni kontekst kot nekaj povsem naravnega in samoumevnega. Reprezentacije pa so najbolj učinkovite prav takrat, kadar so skrite in neopažene. Fairclough pravi, da se proces naturalizacije utrjuje skozi kumulativen učinek medijske moči in se udejanja skozi ponavljanje določenih načinov upravljanja z vzorčnostjo ter

pripisovanjem odgovornosti, pozicioniranjem bralca ipd. (1994, 54). Dejstvo je, da vladajoči razred vzdržuje nadvlado nad delavskim razredom. Ker lastniki kapitala nadzorujejo poglobljena sredstva, prek katerih se ideologija propagira in širi v družbo, delavski razred svojo podrejenost doživlja kot »normalno«. Med kanale, prek katerih se ideologija širi, spadajo tudi množični mediji (Fiske 1982, 145). Ideologija torej predstavlja verjetje v družbeno situacijo, ki je predstavljena kot naravna, v resnici pa ohranja »status quo« in je predstavljena kot edina resnica, ugotavlja Macdonaldova (2003, 28). S tem se v družbi vzpostavijo formalni okviri za opravičevanje dejanj, ki se v družbi dogajajo delavskemu razredu: od odpuščanja in nižanja plač do kratenja osnovnih delavskih pravic. Analize ideologij so iz tega razloga pomembne, saj pripomorejo k razkrivanju lažne zavesti in omogočajo, da ljudje razumejo, kako sistem deluje.

Ideologija pa se predstavlja tudi kot naravna ali pa služi za naturalizacijo danega sistema reprezentacije, opozarja Hall (1997, 3–19), ki razume reprezentacijo kot pomemben del procesa v katerem nastajajo pomeni, ki se izmenjujejo med pripadniki in pripadnicami določene kulture. Ta proces se dogaja z uporabo jezika, znakov in podob, ki reprezentirajo določene stvari. Pravi, da je reprezentacija proces, s katerim pripadniki določene kulture uporabljajo jezik za produkcijo pomenov (Hall 1997, 61).

Konstruktivistični pristop opozarja tudi na dejstvo, da pomeni niso fiksirani, temveč neprestano drsijo. »V vsaki interpretaciji obstaja konstantno drsenje pomena ...« pravi Hall (1997, 33), s čimer misli na vpliv historičnih dejavnikov in vpliv okoliščin. V mojem primeru to pomeni ponovno analiziranje podobe delavcev v medijih. Razumevanje samega pomena potrebuje ponovno interpretacijo, zato je pomembno tudi občinstvo časopisa Delo in revije Jana kot subjekt, ki ima moč ponovne interpretacije delavstva skozi medijska besedila, saj kot trdi Birdova (2003, 3), ne moremo izključiti vloge medijev v kulturi, ker so mediji dobesedno zasidrani v kulturo, kjer jih posamezniki artikulirajo na različne načine.

V analizi bom med drugim pojasnila, kakšne učinke ima dramatiziranje v prispevkih in kako vpliva na bralce, saj Birdova (2003, 23) meni, da je takšen način pisanja celo koristen in dobrodošel. K takim težnjam jo napeljuje razmišljanje, da so kronološko urejene, jasno strukturirane, moralno ovrednotene zgodbe in zgodbe z bujno domišljijo veliko lažje zapomnljive. Birdova (2003, 31–50) piše tudi o tem, da takšne zgodbe, ki so čustveno nabite, urejajo agendo javnih diskusij, kar pa seveda ne pomeni, da popolnoma izpustijo tako imenovane tehtne novice (angl. hard news). Pravi, da zgodbe morajo govoriti čustveno, da ujamejo bralčevo pozornost in navdušenje, vendar pa

zgodba ne sme iti v skrajnost, saj bi bilo to slabo za prihodnost demokracije.

3 MIKROANALIZA PRISPEVKOV V ČASOPISU DELO IN REVIJI JANA

Ukvarjala se bom z enajstimi medijskimi besedili, ki sem jih naključno izbrala v mesecu septembru 2009, saj so mediji ta čas največ pisali o položaju slovenskih delavcev, še posebno o zaposlenih v Muri in Gorenju. Pri raziskovanju bom uporabljala kritično diskurzivno analizo, s katero se bom osredotočila na vlogo dramatiziranja, na vire, na razlike v poročanju o delavcih in delodajalcih in na umeščenost prispevkov v sam medijski kontekst in vlogo fotografij. S kritičnim branjem bom skušala pojasniti reprezentacijo delavstva in jo s teoretičnimi nastavki prenesti na dogajanje. Zanimalo me bo, na kakšen način mediji kreirajo podobo delavstva v času gospodarske krize in kakšno vlogo imajo medijska besedila pri reprodukciji ideologije.

3.1 Metodološki osnutek

Za analiziranje medijske podobe delavstva v slovenskem medijskem prostoru sem si izbrala dva različna tiskana medija časopis Delo in revijo Jana. Delo je dnevni časopis, založniške hiše Delo d.d., ki izhaja vsak dan v nakladi okoli 56.925 izvodih, medtem ko je bila naklada v času raziskave septembra 2009 kar 63.907 (Slovenska oglaševalska zbornica 2004). Revija Jana pa je tednik, ki izhaja vsak torek v nakladi okoli 33.000 izvodov (Jana 2012, 70).

Delo velja za vpliven in kredibilen časnik v Sloveniji, ki že več kot 50 let aktivno soustvarja slovenski javni prostor (Delo 2009b, 2009c). V nasprotju s časopisom Delo pa se tedenska revija Jana uvršča med družinske revije in se na poljuden način loteva družbenih tem ter družbene problematike in želi k bralcu pristopiti kot njegova prijateljica (Kratermedia 2011). Po raziskavi nacionalne branosti 2009 je revija Jana med 18 tedniki zasedala peto mesto s 111.000 bralci, medtem ko je leta 2011 zasedla četrto mesto s 123.000 bralci. Časopis Delo pa je vseskozi na tretjem mestu med dnevnim tiskom s 134.000 bralci leta 2009 in 114.000 bralci leta 2011. V branosti dnevnikov sta v precejšnji prednosti Slovenske novice s 311.000 in Žurnal24 z 261.000 bralci (Nacionalna raziskava branosti 2003a, 2003b).

Časopis Delo ima v povprečju osemindvajset strani, od katerih sta dve namenjeni gospodarstvu oziroma prispevki so bili umeščeni v štirih različnih rubrikah, in sicer Prva stran, Aktualno oziroma

Dogodki dneva, Mnenja in Gospodarstvo. V stalne rubrike so razvrščena tudi besedila v reviji Jana. V vsaki številki je izpostavljena ena osrednja zgodba v rubriki Aktualno. Prispevki v časopisu Delo so izbrani naključno, pozorna sem bila le na to, da nisem izbrala dva prispevka iz iste številke. V reviji Jana pa je bil prispevek z naslovom Velenjski punt, edini na temo gospodarske krize v tistem obdobju.

Pristop, ki mi bo omogočal natančno mikroanalizo, je kritična diskurzivna analiza, saj ponuja teoretski in metodološki okvir za empirična proučevanja odnosa med diskurzom ter družbenimi intelektualnimi procesi, ki se odvijajo. Osnovni namen kritičnega pristopa je odkrivanje in analiziranje povezav med lastnostmi besedila ter družbenimi procesi in razmerji moči, ki so navadno skrite tako tistim, ki besedila ustvarjajo, kot tudi tistim, ki jih interpretirajo.

Konstrukcija naloge temelji na štirih tezah. Najprej predpostavljam, da v časopisu Delo ni dramatičnega diskurza, medtem ko je v prispevkih revije Jana prisotna dramatizacija. To pomeni, da je besedilo v reviji Jana napisano bolj čustveno in dramatično, medtem ko naj bi se dnevno poročanje o gospodarski krizi v Gorenju temu izognilo in težilo k racionalnemu, objektivnemu poročanju o dejstvih.

V drugi tezi predpostavljam, da sta vlogi delavca in delodajalca v časopisu Delo izpostavljeni enakovredno, medtem ko je v reviji Jana bolj izpostavljena vloga delavcev. Predvidevam, da so delodajalci in delavci v dnevnem tisku enakovredno zastopani, v reviji Jana pa je bolje predstavljena situacija s strani delavcev.

V tretji tezi predpostavljam, da se prispevki v časopisu Delo navezujejo izključno na uradne vire, medtem ko prispevek v reviji Jana temelji na neuradnih virih. S to predpostavko trdim, da prispevki v časopisu Delo temeljijo javnih, kredibilnih virih, medtem ko besedilo v reviji Jana gradi zgodbo na osebnih mnenjih.

V zadnji tezi pa predpostavljam, da prispevki v časopisu Delo ne vsebujejo fotografij in so umeščeni v rubriko Dnevni dogodki, medtem ko so fotografije pomemben del prispevka v reviji Jana, ki predstavlja osrednjo zgodbo izbrane številke. Menim, da je vloga fotografij bistvena v tedenskem mediju in sovpada s politiko revij, medtem ko so prispevki v dnevnem tisku umeščeni med druge novice, kjer fotografije ne igrajo bistvene vloge.

3.2 Moč dramatisiranja v prispevkih

Tedenska revija Jana se osredotoča samo na eno zgodbo v septembrski številki, kjer se novinarka v popolnoma posebljeni zgodbi poglubi v stanje zaposlenih v velenjskem Gorenju. Navaja citate delavk in delavcev in jih vstavlja v dramatičen kontekst čustvenega diskurza. S takim načinom pripovedovanja bralca zlahka pripelje do sočustvovanja z usodo delavk in delavcev. Z melodramatičnostjo popelje bralca v njihov svet trpljenja, saj se je tudi sama prepričala o njihovem položaju in občutila »bolečine«, ko je spregledala »resnico«. »Zgodbo dekontekstualizirajo tudi diskurzivne tehnike, kot so koreografija, vizualni prijemi, montaža, ki estetizira tekst« (Pušnik 2003, 277). To se kaže v fotografijah jeznih in zamišljenih obrazov, fotografijah delavk, ki so zaskrbljene, z neurejenimi lasmi, s podočnjaki, kar še dodatno dramatisira podobo delavcev in delavk, saj kot pravi Pušnikova »na moralizacijo v žurnalističnem diskurzu kažejo tudi vdanost v usodo in nemoč v izjavah voditeljev« (2003, 271). Novinarka z navajanjem citatov zaposlenih in umeščanjem fotografij še dodatno sidra dominantno stališče, »namesto da bi se reprezentacije dokumentarnega žurnalizma zoperstavile obstoječemu redu, da bi izražale družbene težnje, ki bi artikulirale alternativna stališča« (Pušnik 2003, 271).

Opis dogajanja v Velenju je prikazan na zelo osebni način: »Ko smo se drugi dan protesta pripeljali pred Gorenjevo stavbo na Partizanski v Velenju, sem imela cmok v grlu. Bolečina nekje v drobovju te kljuva in najraje bi zajokal – zaradi vseh krivic, ki se dogajajo. Množica ljudi, enotna, usmerjena v en sam cilj. Bojevati se za boljši jutri« (Šelek 2009, 11). Novinarka je tankočutno pripovedovala bralcem in se trudila, da občinstvo s sočustvovanjem obravnava opisani dogodek tistega dneva. Birdova (2003, 23) pravi, da tovrstne zgodbe niso nujno slaba stvar; dvig gledanosti pogovornih oddaj, branja tabloidov in podobnih novic poskrbi za pozornost ter zapomljivost zgodb, česar drugače ne bi bile deležne. Ko zgodba pokaže osebno plat javnega dogajanja, je to morda najbolj učinkovit pristop, da ljudje razumejo vpliv teh dogodkov. Ljudje pravzaprav hočejo zgodbe z osebnim pristopom, ker so bolj zapomljive.

Stopnjevanje čustvenega konteksta v reviji Jana je najbolj opazno v zadnjem delu prispevka, kjer se gospodarska kriza prenese v intimno, družinsko okolje. Novinarka navaja: »Mojster je celo svoji ženi zagrozil, da se bo ločil, če se pridruži protestu« (Šelek 2009, 11). Medsebojne grožnje pa so prešle tudi na osebno raven: »Ne moreš verjeti, da lahko celo član uprave delavki zabrusi: »Ti si grda, ker nimaš zob, in žalostno je, da si 20 let v Gorenju, pa ne znaš govoriti slovensko« (Šelek 2009, 11). Novinarka piše tudi o grobi retoriki med delavci in delavkami. Navajanje žaljivih in

nizkotnih besed prispeva k stopnjevanju čustvenega, dramatičnega diskurza. Poročanje je le enostransko, ves čas le o situaciji med delavci v podjetju. V tem prispevku ni moč najti nobenega komentarja vodilnih v podjetju Gorenje, torej niti njihovega zagovora niti odgovora. Naveden je le kratek stavek prvega nadzornika Gorenja Franca Zagožen v ironičnem smislu, kjer je položaj menda celo komentiral z besedami: »Stavkale so ženske, ki imajo veliko posojil za cunje in podobne stvari« (Šelek 2009, 11).

Med tedenskim in dnevnim tiskanim medijem je očitna razlika v diskurzu. Dnevni bolj temelji na teoriji, imenovani faktizem (Johnson-Cartee v Luthar, Jontes 2007, 34), ki se v medijih udejanja skozi dekontekstualizacijo nizanja dejstev, skozi proizvodnjo dejstev in ritualizirano uporabo tako imenovanega zunanjskega glasu oziroma izjav v novinarski zgodbi. Novinarji se kot na vir informacij zanašajo na verodostojne ekonomske strokovnjake, ki odtehtajo poglobljeno novinarsko raziskovanje, in tako lahko svoja besedila napolnijo z golimi podatki o številkah oziroma dogodkih v podjetju. Tako iz prispevkov časopisa Delo izvemo samo ključne podatke kot so »/.../lani je zaradi okoliščin, povezanih z vodenjem podjetja Mure, imela rekordnih 2,5 milijona evrov izgube. Maja je skupščina iz krivdnih razlogov razrešila direktorja Mitjo Horvata« (Gerčner 2009b, 3) ali pa »/.../ Podlesnik nam je pojasnil, da je uprava najprej za direktorja, aprila ustanovljene družbe, imenovala Dušana Gomboca, ki je v upravi Mure odgovoren za proizvodnjo in proizvodno kooperacijo« (Gerčner 2009b, 3). V dnevna poročanja o gospodarski krizi v samo zgodbo ne vpletajo subjektivnega mnenja in jo pustijo daleč stran od bralca. Gre zgolj za golo navajanje dejstev in pomembnejših dogodkov, ki so se zgodili v podjetju. »Največ prahu je v kolektivu in javnosti dvignila informacija, da bo Hubru ob odhodu izplačana odpravnina v višini šestih bruto plač oziroma okrog 60.000 evrov« (Gerčner 2009b, 3). Bralec ob tem izve samo, kaj se je zgodilo in kako se je razpletla neka situacija, ni pa seznanjen z mnenji in situacijo zaposlenih, kajti večina novinarskih zgodb je predstavljena z vidika vodilnih v podjetju in višjih predstavnikov države, kot tudi primer »Podlesnik je menda sklenil trimesečno pogodbo za svetovalne posle s podjetjem Huber, katerega direktor je Hubrov sin Niko, sam Franc Huber pa njegov uradni pooblaščenec« (Gerčner 2009b, 3). Nekaj čustvenega konteksta je navedeno le v prispevkih, ki opisujejo resno stanje podjetja in navajajo posledice za zaposlene. Bralec lahko prepozna, da se besedilo nekoliko poistoveti z delavci, kot na primer »Edina svetla točka v žalostni podobi podjetja, bo v četrtek 17. septembra, ko bodo delavcem izplačali avgustovske plače« (Gerčner 2009c, 3) ali pa »S tem se bo že zdaj gospodarsko najmanj razvita regija v državi še utrdila na zadnjem mestu na razvojni lestvici vseh slovenskih regij« (Gerčner 2009a, 15). S podobnimi trditvami opišejo tudi situacijo v podjetju Mura.

Prisotnost novinarjev je imela pri dnevnem poročanju manjšo vlogo kot pa pri posebej zgoraj omenjeni zgodbi v reviji Jana. V daljšem besedilu si je novinarka vzela čas; očitno je, da je bila na samem prizorišču, da se je poglobila v zgodbo in spraševala več različnih protestnikov o njihovem mnenju, navedla je njihove izjave in s svojimi komentarji uokvirila s čustvi nabito zgodbo. Medtem ko so dnevni prispevki v časopisu Delo neosebni in zaradi pogostosti veliko bolj usmerjeni v golo poročanje o dnevnem dogajanju v podjetju.

3.3 Viri v prispevkih

Melita Poler Kovačič (2004, 12) ugotavlja, da so viri informacij v aktivni vlogi, saj posredno in neposredno (so)odločajo o tistem, kar naj bi bilo in ostalo v pristojnosti novinarja oziroma urednika. Prispevki v časopisu Delo temeljijo na navajanju uradnih virov, kateri so v polovici primerov povzete besede sogovornikov in niso dobesedno citirani. V izbranih desetih prispevkih časopisa Delo je bil prokurist podjetja Mura Zdenko Podlesnik med navedenimi viri največkrat omenjen, in sicer kar osemnajstkrat, večinoma s povzetkom njegovega mnenja. Direktor SOD-a Tomaž Kuntarič je bil kot vir omenjen osemkrat, sledil pa mu je »glas države«, kar sem pri tem upoštevala povzemanje besed takratnega gospodarskega ministra Mateja Lahovnika, s šestimi povzetki, in en citat takratnega predsednika vlade Boruta Pahorja. Delavci so bili kot vir navedeni le dvakrat. Novinarji časopisa Delo so svoje vire informacij bolj ali manj iskali v uradnih službah in predstavnikih sindikatov ter drugih služb. Analiza potrjuje tudi ugotovitve avtorice, ki pravi, da so najvišje na lestvici moči in veljave tako imenovani elitni uradni viri (Poler Kovačič 2004, 17). Novinarji časopisa Delo pri tem niso iskali nikakršnega osebnega mnenja ali celo primitivnih izrazov glede zaposlenih, medosebnega žaljivega pogovora, vendar so v prispevkih nanizali le podatke, ki se tičejo uradnih izjav, in tiste, ki temeljijo na uradnih podatkih. Iz prispevkov pa tudi ni povsem jasno ali so se novinarji udeležili sestankov sindikata, nadzornega odbora, uprave ali so bili vsi podatki pridobljeni posredno, na povsem rutinski način. Poler Kovačičeva še poudarja, da so viri informacij ključni sooblikovalci medijske resničnosti (2004, 32), kar pomeni, da tudi izjav in mnenj delavcev, ki so citirana v reviji Jana, ne gre jemati za samoumevne, kjer so izpostavljene izključno izjave stavkajočih delavcev in delavk. Poler Kovačičeva poudarja, »da so narekovaji novinarjev alibi, s katerim se odgovornost za izrečeno prenaša na drugega« (2004, 53). Poleg tega pa trdi, da se

v tem primeru delavk in delavcev po funkciji sploh ne opredeljujejo kot vir, temveč kot vpleteni v dogajanje, »priče dogodkov«, »ljudje z ulice« ipd. Kljub temu so delavci oziroma anonimni sogovorniki kot vir citirani sedemkrat. Enkrat uporabi kot vir spletni forum in enkrat povzema besede velenjskega fotografa. Kljub temu, da novinarka v svojem prispevku ni niti enkrat uporabila zgolj samo osebnega imena, je besedilo močno personalizirano. K temu seveda prispeva osebno občutje novinarke, ki je na samem mestu dogajanja in to tudi natančno opisuje in poroča na podlagi lastnega raziskovanja. Novinarka je za razliko od kolegov iz časopisa Delo izbrala aktivnonovinarski način zbiranja informacij, kar pa je danes v praksi postalo že bolj izjema kot pravilo, predvsem zaradi pomanjkanja časa in napredovanja tehnologije (Poler Kovačič 2004, 148). Z imenom in priimkom pa citira samo dva vira, predstavnika delavcev Bogdana Kompari in predsednika uprave Franja Bobinca.

3.4 Razlike poročanja o delavcih in delodajalcih

Fowler (1991, 11) govori o tem, da dogodki sami po sebi še niso novice, temveč to postanejo, ko jih umestimo v novinarska poročila. Le-ta pa so prav tako odvisna od tega, v katerem časopisu se pojavljajo. Tako revija Jana kot časopis Delo sta družbeno, politično in ekonomsko vpeta v slovenski prostor, zato tudi s tem prispevata k svojevrstni predstavitvi delavcev in delodajalcev. Razlikovanje bom opisala na podlagi izstopajočih in zaznamovanih izjav, ki so navedeni v besedilih.

V časopisu Delo pisanje novinarjev, kot na primer: »Storila ni nič za zaposlene, čeprav prejema veliko plačo« (Gerčner 2009d, 3) in večkratno poudarjanje, da so Muro ustvarili delavci z golimi rokami, daje težo argumentom, ki so na strani delavcev. Hall (1997, 19) pravi, da »pojme in objekte razumemo in razločujemo tako, da jih organiziramo po principu podobnosti in drugačnosti«. To pomeni, da nam skupni konceptualni zemljevidi omogočajo interpretiranje stvari na podoben način. Razlike v poročanju pa iščejo oziroma ustvarjajo »sovražnika« ali krivca za določeno dejanje oziroma pri določeni stvari. Razmejevanje na delavce in delodajalce je zato v novinarskih zgodbah dobrodošlo, saj ga razume množica bralcev in je transparentno za vsak družben problem. V takem primeru je lahko poistovetenje bralcev hitro, saj se vsak lahko najde v obravnavani problematiki. Podoben način uporablja tudi revija Jana, ki skozi celotno zgodbo izpostavlja zgodbo delavk in delavcev ter njihov »boj za pravico«. Ta razmejitev je nazorno prikazana v sami strukturi prispevka, saj ves čas stoji na njihovi strani in nato v zadnjih vrsticah, ločeno od drugega besedila, zapiše: »Za

komentar in odgovore na očitke smo prosili tudi Franja Bobinca, vendar nam do konca redakcije ni utegnil sporočiti svojih stališč« (Šelek 2009, 11).

Novinarka v reviji Jana omenja pomembno temo, kot je mesečna plača, in sicer: »... hkrati pa se delavci zavedajo, da je v podjetju nekaj več kot 170 raznih direktorjev in pomočnikov, od katerih pa ima po njihovih predvidevanjih tisti najmanj pomemben 2500 evrov bruto plače. In si niti ne drznejo spraševati, koliko imajo šele drugi« (Šelek 2009, 11). Takšne vrste besedila spektakularizirajo, melodramatizirajo in individualizirajo dogodek ter obravnavajo problem znotraj individualne izkušnje. Novinarka v besedilu o protestu v Velenju izpostavi enotnost delavcev in delavk v stališčih do podjetja in s tem poudari njihovo moč proti skupnemu »nasprotniku«, ki ga v tekst vpelje prav z njegovo odsotnostjo. Nasprotnik delavcev je aristokratsko in zapravljivo vodstvo, kot ga novinarka v prispevku opiše. »Nekateri imajo bajne plače samo s srednjo šolo! Moj kolega pa je diplomirani inženir elektrotehnike in dobi 600 evrov plače,« je citat nekega mladeniča (Šelek 2009, 11). V prispevku pa se še posebno izpostavi skupna delavska moči do upora: »V Gorenju delam več kot 20 let in nikoli nismo bili tako enotni kot zdaj. Naučite se kaj od nas. Ponosen sem, da sem del skupnosti, ki se je prva po 30 letih v Sloveniji tako množično uprla« (Šelek 2009, 10–11). Nato nadaljuje: »Gorenjski delavci so si s svojim nenadnim dejanjem pridobili izjemne simpatije in podporo iz vse Slovenije« (Šelek 2009, 10). Natančno opiše tudi odziv mimoidočih na stavko »S ceste, ki pelje mimo tovarne, se je neprestano slišalo glasno hupanje mimo vozečih vozil; nekatera so zavila na krožno križišče pred Gorenjem, potrobila delavcem v pozdrav. Podporo so jim prišli izražati člani družine, someščani, nekateri rudarji na poti iz službe, celo nekdanji, zdaj upokojeni delavci« (Šelek 2009, 10). »Narod je bil živčen kot tempirana bomba, vodstvo pa zaslepljeno in ni verjelo, da lahko pride do upora« (Šelek 2009, 10–11). S temi besedami novinarka opisuje anonimnega protestnika in nato nadaljuje: »Delavci smo morali biti tiho. Če si kaj rekel, so te prestavili drugam ali dali na čakanje. Verjemite, da se v hali, za trakom, dogaja hud mobing. Če si hotel imeti vsaj tistih 400 evrov, si bil pač tiho« (Šelek 2009, 11). Tako je opisan celoten kontekst protesta, ki se spušča na mikro raven gospodarske krize.

Zaposleni se v besedilu revije Jana prikazujejo tudi kot pogumni uporniki s pozitivnim značajem in namenom, ki hočejo izražati svojo voljo in se upreti poniževanju. »Če delamo za trakom, še ne pomeni, da ne znamo razmišljati! Trgovalo se je z urami, prikrivalo, tako da smo bili na koncu že vsi skupaj zelo zmedeni. Vemo, da je recesija, ampak tudi ko nam je šlo dobro, niso dali denarja od sebe,« je citat samozavestnih protestnikov, ki upravičujejo svoj protest in zagovarjajo svojo jezo (Šelek 2009, 11).

Tudi ilustriranje podobe zaposlenih delavk in delavcev ter njihove vloge pri reševanju krize podjetja Mura v prispevkih Delo je bilo na prvi pogled odločno. »Delali bomo vsi ali pa nihče« (Gerčner 2009d, 3), »... delavci so odločno povedali, da bodo vztrajali pri zahtevi, da se omogoči nadaljevanje dela vsem zaposlenim, v nasprotnem ne bo več delal nihče med njimi« (Gerčner 2009d, 3), »Kuntarič je delavcem odkrito povedal, da septembrskih plač ne bodo dobili, ker zanje ni denarja. Ponovil je, da tisti, ki bodo zaradi stečaja izgubili delo, ne bodo dobili odpravnin. Delavci s pojasnili o denarnih prejemkih seveda niso bili zadovoljni« (Gerčner in Grgič 2009, 1) ipd. Takšen diskurz nazorno konstruira podobo delavcev. Besedi »nemočnost« in »žrtve« sta ves čas pripeti na delavce: »Borut Pahor se jim je zahvalil za prijazen sprejem. Poudaril je, da si vlada ves čas želi po najboljših močeh pomagati vsem tistim delavcem, ki bodo izgubili delo« (Gerčner in Grgič 2009, 1). Fowler (1991, 35) pa govori še o navajanju vpletenih v zgodbo, saj je razlika, ali se jih navaja z imenom in priimkom ali jih enostavno poenotimo kar v delavce. To se v reviji Jana zgodi večkrat. Novinarka jih navaja kot delavce in delavke, protestnike ali anonimne sogovornike. V časopisu Delo je takih neosebni poimenovanj očitno manj. Za oba medija pa je značilno, da so državni predstavniki ali kapitalisti, ki so vpleteni v zgodbo, navedeni vsaj s priimkom, če ne kar z imenom in priimkom.

Pogosto je navajanje podatkov o denarni pomoči brezposelnim delavcem: »... septembrskih plač ne bodo dobili, ker denarja zanje ni, bodo pa dobili enkratne denarne pomoči, za delavca, ki bo izgubil službo, 226 evrov, za drugega odraslega v njegovi družini 158 evrov in za vsakega naslednjega člana 68 evrov« (Gerčner in Grgič 2009, 1). Tu se podoba delavca ustvarja v podrejenem in nizkotnem položaju. Denarna pomoč nikakor ne zadošča za dostojno življenje, zato tudi taki prispevki, ki poudarjajo bedo njihovega življenja, vzamejo tudi del človekovega dostojanstva. Novinarji s takimi izjavami potencirajo negativni senzacionalizem, saj je ta položaj delavcev marginaliziran, poleg tega pa tudi družba konstruira revščino kot sramotno in manjvredno.

Podoba vloge države in vodilnih v podjetju pa se v časopisu Delo kaže na naslednji način: »Na zahtevo zaposlenih sta odstopila uprava in nadzorni svet – Predsednik vlade obljublja pomoč – Podlesnik ne bo prevzel odgovornosti za vse slabo« ipd. (Gerčner in Grgič 2009, 1). Gre za poudarjanje brezizhodnosti in razumevanja s strani vodilnih in državnih predstavnikov, s čimer pa se le poudarja prednostno vlogo delodajalcev v dialogih in kontekstu.

De Saussure je ugotovil, da je jezik strukturiran na podlagi dvojnih opozicij. Stvar, ki jo

poimenujemo z jezikom, se definira glede na svojo opozicijo. To je jasno videti v zgornji analizi prispevkov, saj ko argumenti podprejo stran delavcev, bralec dobiva informacije tudi o nasprotni strani. Fowler (1991, 48) ta pojav imenuje ideologija konsenza, za katero pravi, da je osnovna praksa v politiki novinarstva med vlado in kapitalom ter posameznimi bralci na drugi strani. Konsenz je torej nabor vrednot in prepričanj, ne pa dejstev. Če pa se dejstva in vrednote ne ujemajo, pa se morajo zagovorniki močno potruditi, da dokažejo, da resničnost vendarle sovпада s prepričanji (Fowler 1991, 49).

3.5 Umestitev prispevkov v medijih in pomen fotografij

Večina izbranih prispevkov iz dnevnega časopisa Delo je uvrščenih v rubriko Dogodki dneva ali pa so celo postavljeni na prvo stran. Pri tem jih dopolnjujejo simbolične fotografije, ki pa besedila v glavnem ne obogatijo in dopolnjujejo vsebinsko. Prispevki niso daljši kot ena četrtnina strani, saj novinarji niso komentirali, interpretirali ali argumentirali dogodkov. Podane so le informacije, ki so bile v tistem dnevu pomembne ali odločilne za podjetje in njegove delavce.

V tedenski reviji Jana je umeščenost zgodbe drugačna. Prispevek vključuje veliko več slik, ki prikazujejo ljudi z zaskrbljenimi, jeznimi in razočaranimi obrazi. Prispevek Velenjski punt se nahaja na 10. in 11. strani ter kaže na izjemno sočutno in posebjeno besedilo. Barvne fotografije poudarjajo in dopolnjujejo poročanje o protestu delavcev. Po mnenju Evansa ima novinarska fotografija nepremagljivo moč, ki se lahko za vedno vtisne v spomin bralca (v Franklin 2005, 188) in pove več kot besede same. Zgodba je za bralca bolj privlačna kot prispevki v časopisu Delo. V prispevku revije Jana sta med besedilom navedena tudi dva izstopajoča citata. Najprej novinarka izpostavi: »Če nam ne bodo prisluhnili, gremo do konca! Bomo pa pocrkali,« se je izpovedal eden od delavcev (Šelek 2009, 11). Drugi citat pa govori: »Ni mi toliko hudo, da sem dobil slabo plačo – mlad sem še. Boli samo to, da sem videl mamu v solzah, ko sem ji pokazal svoj plačilni list« (Šelek 2009, 11). Citata zgodbo zaznamujeta in posebita. Revija Jana tako že v samem izhodišču hitreje pritegne bralca z oblikovno zasnovo in vizualno estetsko podobo, medtem ko časopis Delo ponuja vsebino v obliki, ki je podobna drugim prispevkom, med katere je umeščen. Prispevek v reviji Jana, dolg dve strani, sloni na poglobljeni interpretaciji in individualiziranju enega dogodka, kar kaže tudi podoba besedila, in sicer barvno ozadje, fotografije stavgajočih delavcev, fotografiranih od blizu.

Medtem pa časopis Delo na kratko poroča o dogajanju v tovarni Mura in se ne ozira posebej na en vidik krize v podjetju, temveč ga posplošuje in obravnava kot eno izmed mnogih zgodb v času gospodarske krize. Prispevki so kratki in strnjeni v bistvene informacije. To pa bi lahko bil tudi vzrok, da v bralcu vzbudi rutinsko obravnavo dogodkov in neosebno dojetje te družbene problematike. Besedilo usmerja bralca, da sprejme nekatere označence na fotografijah, druge pa izpusti. Ta proces imenujemo sidranje in je fotografov družbeni nadzor nad podobo. Besedilo ob fotografiji ima torej represivno naravo, ki se je poslužujeta morala in ideologija družbe (Barthes 1977, 39–41).

Naslovi se v časopisu Delo večinoma nanašajo na besede oziroma besedne zveze, kot so: »Zdaj je gotovo: dela bo kvečjemu za tisoč ljudi« (Gerčner in Grgič 2009, 1), »Delali bomo vsi ali pa nihče« (Gerčner 2009č, 3), »Dobro je, da proizvodnja ne bo ustavljena« (Gerčner 2009d, 3), »Delavce so seznanili z njihovimi pravicami« (Pojbič 2009), »Vlada še ni do konca obupala« (Gole in Grgič 2009, 1) ipd. Podoba gospodarske krize v slovenskem podjetju se nakazuje že s samimi naslovi, ki naj bi bralca pritegnili k nadaljnjemu branju. Izpostavljajo ključno informacijo, ki jo bo bralec prebral v nadaljnjem besedilu, vendar pri tem ne uporabljajo metafor ali senzacionalizma, tako kot je v primeru revije Jana. Naslov Velenjski punt pa bralca nemudoma opomni, da izbira besede »punt« sloni na zgodovinskih krvavih uporih kmetov, ki so se bojevali za svoje pravice. Predvidevam, da je novinarka s tem naslovom želela ujeti prav to prisposodbo.

4 SKLEP

V reviji Jana k dramatičnemu diskurzu najbolj prispevajo fotografije in besedilo samo, saj izpostavlja komentarje delavcev, ki potencirajo dramtizacijo opisanega dogodka. Poosebljen način pisanja, bralca popelje v njihovo krizo na zelo osebni način. Tega pa ni moč začutiti v prispevkih časopisa Delo, saj so podana le dejstva in potek dogajanja o krizi v podjetju. Dramatizacija je v reviji Jana način, ki bralcu zgodbo približa in jo naredi bolj zapomljivo, kar trdi tudi Birdova (2003, 23). Prispevki časopisa Delo so pravo nasprotje reviji Jana, saj skušajo slediti predvsem jedrnatemu poročanju o dogodkih. Besedila se ne spuščajo na individualno raven problema gospodarske krize, temveč skušajo čimbolj stremeti k objektivnosti. S tem pa se je tudi potrdila moja prva teza, kjer predvidevam, da v prispevkih časopisa Delo ni dramtiziranja, medtem ko je prav to način pripovedovanja zgodbe v reviji Jana. Dnevni tiskani medij je usmerjen v golo poročanje s tehtnimi podatki, medtem ko si lahko tedenski medij privoščiti poglobljeno, individualno obdelavo nekega problema in s tem temo približa širokemu krogu bralcev.

Druga predpostavka, kjer analiziram raznolikost poročanja o delavcih in delodajalcih, se je izkazala le za delno pravilno. V reviji Jana je izključno poudarjena vloga delavca. Novinarica se je temeljito poglobila v njegovo situacijo v podjetju in v širšem družbenem okolju. Vključuje pretežno samo izjave in situacije, ki opisujejo stanje zaposlenih. Bodisi je to navajanje podatkov o njihovih plačah, prihodnjem odpuščanju zaposlenih, pomanjkanju denarja za njihove plače, neodgovornosti odgovornih, kar pa še dodatno marginalizira delavstvo. V časopisu Delo, ki velja za vpliven in kredibilen časopis na slovenskem medijskem trgu, pa ni bilo pričakovanega enakovrednega zastopanja strani delavcev in delodajalcev. Novinarji so informacije črpali iz uradnih, elitnih virov in izpustili mnenja delavcev. Posredno so seveda omenili, kaj nastala situacija pomeni za zaposlene, vendar ti niso bili aktivno vključeni. Sklepam, da izključevanje vloge delavcev v dnevnem časopisu dodatno prispeva k marginaliziranju tega problema oziroma kaže kakšno je družbeno stanje. Vendar pa kljub temu, da zaposleni niso bili dobesedno citirani ali neposredno omenjeni, pa pri tem ne gre spregledati dejstva, da so prispevki pisali tudi o posledicah, ki čakajo (ne)zaposlene.

Tudi naslednja teza, kjer sem analizirala vire, se je izkazala za delno pravilno. V reviji Jana so navedeni izključno citati delavcev, ki pa jih Poler Kovačičeva (2004, 53) sploh ne jemlje kot vir, temveč jih opredeljuje kot vpletene v dogajanje oziroma priče dogodkov. Prispevek s tem izgubi precej kredibilnosti in lahko bralca zavede, da pravzaprav sploh ne gre za pomembna, resnična

dejstva, ki krojijo usodo velikemu številu ljudem. Medtem pa prav elitni viri, kot jih imenuje Poler Kovačičeva (2004, 17), prispevkom v časopisu Delo dajejo moč in veljavo. Viri družinske tedenske revije Jana so predvsem navadni ljudje, delavci in anonimni sogovorniki, ki pripovedujejo svojo plat zgodbe, medtem pa dnevni časopis Delo črpa informacije pretežno iz uradnih virov, povzema njihove izjave in jih navaja z imenom in priimkom, ponekod pa jim je dodana še funkcija, ki jo ima v podjetju.

Mikroanaliza izbranih prispevkov v reviji Jana in dnevnem časopisu Delo pa je potrdila tudi zadnjo tezo, kjer sem se osredotočila na umeščenost prispevkov in vlogo fotografij. Prispevke v časopisu Delu redko spremljajo fotografije, ki bi obogatile vsebino besedila, ampak je tistih nekaj fotografij povsem simboličnih. Kratki in jedrnati prispevki ustrezajo opisu, ki ga navaja teorija, imenovana faktizem (Johnson-Cartee v Luthar, Jontes 2007, 34). Temu primerno so umeščeni v dnevno dogajanje med druge dnevne dogodke in niso posebej izpostavljeni. Nasprotno pa prispevek v reviji Jana spremljajo velike barvne fotografije, ki že same po sebi govorijo zgodbo. Bralec lahko nemudoma prepozna stisko stavkajočih delavcev, ne da bi sploh prebral kakšno vrstico, saj so na fotografijah prikazani žalostni, zaskrbljeni in razočarani obrazi stavkajočih. Novinarka je z razgibanim barvnim videzom prispevek umestila v revijo kot osrednjo zgodbo. Družinska tedenska revija je tako bolj naklonjena individualiziranju zgodb, katere močno zaznamujejo fotografije, medtem ko pa je dnevni časopis osredotočen predvsem na tehtne informacije o dogajanju v podjetju Mura, pri tem pa so fotografije popolnoma nepomembne za besedilo.

Na podlagi predpostavk sem v nalogi pokazala, da se oba medija v medijskem prostoru dopolnjujeta in skorajda nista primerljiva, saj je njuna usmerjenost popolnoma drugačna. Časopis Delo je usmerjen v kratko in jedrnato dnevno poročanje, medtem ko prispevki revije Jana temeljijo na individualiziranju dogodkov, ki bralcu približajo družbene probleme in družbo spodbudijo k razmišljanju. K temu seveda najbolj prispeva dramatizacija zgodbe, s katero bralcu približa problematiko v času gospodarske krize. Enakega učinka ne moremo iskati v besedilih časopisa Delo, saj novinarji le redko posežejo po tem orodju. Bistveno je le, da navedejo dejstva in dejansko dogajanje v podjetju. Zato delavci skorajda niso omenjeni, citirani ali povzeti. Novinarji se le občasno poistovetijo s stisko delavcev. To se mi zdi v dnevnem časopisu povsem primerno, saj je današnji trend branja novic povsem drugačen kot pa je bil nekoč. Tudi bralci, tako kot novinarji, zaradi pomanjkanja časa in napredovanja tehnologije potrebujemo kratke jedrnate novice, ki jih kasneje lahko nadgradimo z raziskovalnim, daljšim prispevkom. Pri tem pa lahko kot zanimivost poudarim v metodološkem osnutku navedeno Nacionalno raziskavo branosti iz leta 2009 in 2011.

Naklada časopisa Dela je v tem obdobju padla za nekaj manj kot 7.000 izvodov, kar lahko pripišemo novim tehnologijam. S tem vzporedno je padlo tudi število bralcev za dobrih 20.000. Po drugi strani pa je revija Jana v tem obdobju obdržala svojo naklado, vendar se je število bralcev povečalo za dobrih 12.000. Iz tega podatka bi lahko sklepali, da se trend branja dnevnih novic spreminja, kjer se najbolj pozna vpliv novi tehnologij, medtem ko tiskan tedenski mediji s poglobljenimi, čustvenimi, individualiziranimi zgodbami prepriča bralce, da si kupijo in berejo tiskan medij, kot je na primer revija Jana. Medijska podoba delavstva je v slovenskem prostoru odvisna od dnevnih tehtnih novic, ki jih po drugi strani dopolnjujejo zgodbe tedenskega medija z dramatičnem diskurzom.

5 LITERATURA

- Barthes, Roland. 1977. *Image Music Text*. New York: Hill and Wang.
- Bird, S. Elizabeth. 2003. *The Audience in Everyday Life*. London: Routledge.
- Burr, Vivien. 1995. *An Introduction to Social Constructivism*. London: Routledge.
- Delo. 2009a. Družba Mura in partnerji bodo delali še naprej, 3 (19. september).
- 2009b. *Edicije*. Dostopno prek: http://dd.delo.si/index.php?i=ponud_edicije (24. april 2012).
- 2009c. *Kdo smo*. Dostopno prek: http://dd.delo.si/index.php?i=dd_kdosmo (24. april 2012).
- Fairclough, Norman. 1994. *Language and Power*. New York: Longman.
- Fiske, John. 1982. *Introduction to Communication Studies*. London: Methuen.
- Fowler, Roger. 1991/1994. *Language in the news: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- Franklin, Bob. 2005. *Key Concepts in Journalism*. London: Thousand Oaks.
- Gerčner, Ivan. 2009a. Delavci Mure pred vrati zavoda za zaposlovanje. *Delo*, 15 (8. september).
- 2009b. Danes o plačilni sposobnosti družbe. *Delo*, 3 (10. september).
- 2009c. Bo v četrtek v Muri še zadnja plača? *Delo*, 3 (11. september).
- 2009č. Dobro je, da proizvodnja ne bo ustavljena. *Delo*, 3 (12. september).
- 2009d. Delali bomo vsi ali pa nihče!. *Delo*, 3 (22. september).
- in Maja Grgič. 2009. Zdaj je gotovo: dela bo kvečjemu za tisoč ljudi. *Delo*, 1 (23. september).
- Gole Nejc in Maja Grgič. 2009. Vlada še ni do konca obupala. *Delo*, 1 (8. september).
- Gorenje. 2010. *Skupina gorenje*. Dostopno prek: http://www.gorenjegroup.com/si/skupina_gorenje (23. april 2012).
- Grgič, Maja. 2009. Le še zdravo jedro Mure. *Delo*, 1 (12. september).
- Hall, Stuart. 1997. *Representation. Cultural Representation and Signifying Practice*. London: Sage Publications.
- Ivanko, Štefan. 2004. *Strukture in procesi v organizaciji*. Ljubljana: Fakulteta za upravo.
- Jana. 2012. Priprava za tisk in tisk, 70 (24. april).
- Kratermedia. 2011. *Naši mediji*. Dostopno prek: <http://www.kratermedia.si/mediji#jana> (24. april 2012).
- Luthar, Breda. 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute.
- in Dejan Jontes. 2007. Nasilje v družini in strateški rituali poročanja. *Družboslovne razprave* XXIII (55): 27–48.
- Macdonald, Myra. 2003. *Exploring Media Discourse*. London: Arnold.
- Macdonell, Diane. 1986. *Theories of Discourse: An Introduction*. New York: Basil Blackwell Ltd.

- Mura. 2012. *Poslanstvo in vizija*. Dostopno prek: <http://www.murafashion.com/slo/poslanstvo-in-vizija> (24. april 2012).
- Nacionalna raziskava branosti. 2003a. *Valutni podatki za leto 2009*. Dostopno prek: <http://www.nrb.info/podatki/2009-1.html> (23. april 2012).
- 2003b. *Valutni podatki za leto 2011*. Dostopno prek: <http://www.nrb.info/podatki/index.html> (23. april 2012).
- Pojbič, Jože. 2009. Delavce seznanili z njihovimi pravicami. *Delo*, 4 (18. september).
- Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Pušnik, Maruša. 2003. Moralizacija kot estetski projekt dokumentarnega žurnalizma: o urbanih legendah, meganormalnosti in globokem tovarištvu. *Teorija in praksa* 40 (2): 267–286.
- Režek, Mateja. 2005. *Med resničnostjo in iluzijo*. Ljubljana: Modrijan založba.
- Slovenska oglaševalska zbornica. 2004. *Preglednica revidiranih prodanih naklad*. Dostopno prek: http://www.soz.si/projekti_soz/preglednica_revidiranih_prodanih_naklad/ (23. april 2012).
- Šelek, Marija. 2009. Velenjski punt. *Jana*, 10-11 (24. september).
- Vezovnik, Andreja. 2004. *Reprezentacija žensk v teletabloidih*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
- Vila, Antun. 1994. *Organizacija in organiziranje*. Kranj: Moderna organizacija.