

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Mušič

Poklicna ideologija in samopodoba novinarjev v Sloveniji – primera RTV Slovenija in časopisa Delo

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Mušič

Mentor: doc. dr. Igor Vobič

**Poklicna ideologija in samopodoba novinarjev v Sloveniji – primera RTV Slovenija in
časopisa Delo**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

JAZ

*Pred ogledalom nem stojim
in v tujca pred seboj strmim.*

*Kot da zrem prvič ta obraz,
vprašujem ga: Si ti res jaz?*

*Zamišljeno me zro oči
in vprašajo: Sem jaz res ti?*

*In trezno pravi mu moj jaz:
Jaz nisem ti, ti nisi jaz;*

*jaz sem le jaz, ki se mi zdi;
in ti si jaz le za ljudi;*

*a pravi jaz je dan za dnem
uganka meni in ljudem.*

Janez Menart

Hvala,

*mentorju doc. dr. Igorju Vobiču za potrpežljivo vodenje mimo čeri raziskovanja.
Družini, ki me je vedno podpirala in spodbujala.*

Poklicna ideologija in samopodoba novinarjev v Sloveniji – primera RTV Slovenija in časopisa Delo

Ker novinarji opravljajo v družbi pomembno delo prenašalca informacij, se postavlja vprašanje, kakšna je poklicna ideologija in samopodoba novinarjev v Sloveniji. Ta dva koncepta sta ključna za oblikovanje novinarskega delovanja. Del novinarske ideologije predstavljajo idealnotipske vrednote (služenje javnosti, objektivnost, avtonomija, takojšnjost in etičnost), zato me je zanimalo, kako se te vrednote artikulirajo v dokumentih slovenskih novinarskih organizacij in medijskih institucij. Poleg tega me je zanimal sklop strategij, ki oblikujejo in utrjujejo novinarsko poklicno ideologijo. Novinarska ideologija in samopodoba, ki je odraz tako individualnih, medosebnih kot tudi družbenih dejavnikov, sta povezana koncepta. Te povezanosti se lotevam tudi s pomočjo teorije polja, koncepta interpretativne skupnosti in analiziranja samopodobe tako z interpersonalnega kot intrapersonalnega vidika. Analiza je zato dopolnjena s poglobljenimi intervjuji, ki sem jih opravila s petnajstimi novinarji Radiotelevizije Slovenija in časopisa Delo. Artikulacijam samopodobe slovenskih novinarjev je namenjen drugi del empirične raziskave. Zanimalo me je namreč tudi, kako se samopodoba izraža v naracijah novinarjev v teh dveh slovenskih medijskih hišah. Cilj raziskave je tako ugotavljanje dinamike med artikulacijo novinarske ideologije v dokumentih in artikulacijo samopodobe teh novinarjev.

Ključne besede: *novinarstvo, ideologija, samopodoba, RTV Slovenija, Delo.*

Professional ideology and self-image of journalists in Slovenia – cases of RTV Slovenija and the newspaper Delo

Journalists have an important role in society and that is why it is important to know what is the professional ideology and self-image of Slovene journalists. These two concepts are crucial for the shaping of journalistic work. Part of the ideology of journalism are the ideal-typical values (public service, objectivity, autonomy, immediacy and ethics) and that is why I was interested in how this values articulate in the documents of media organizations and media institutions. Furthermore, I was also interested in the set of strategies that shape and consolidate the professional ideology of journalism. Concepts of journalistic ideology and self-image, which reflects individual, interpersonal and social factors, are connected. I am also approaching this with the help of the field theory, interpretive community and the analysis of self-image from the interpersonal and intrapersonal point of view. The analysis is therefore complemented by in-depth interviews with 15 journalists from Radiotelevizija Slovenija and the newspaper Delo. The second part of the empirical research is devoted to the articulation of the self-image of Slovenian journalists. I was also interested in how self-image is reflected in the narratives of journalists in these two Slovenian media. The aim of the research is to determine the dynamics between the articulation of journalistic ideology in the documents and the articulation of the self-image of these journalists.

Key words: *journalism, ideology, self-image, RTV Slovenija, Delo.*

KAZALO

1 UVOD.....	7
2 PREMISLEK O UVELJAVLJENIH DEFINICIJAH NOVINARSTVA	10
3 IDEOLOGIJA NOVINARSTVA IN SAMOPODOBA NOVINARJEV	16
3.1 POKLICNA IDEOLOGIJA NOVINARJEV	17
3.2 SAMOPODOBA NOVINARJEV	25
4 METODOLOGIJA	35
5 REZULTATI	40
5.1 ANALIZA SAMOREGULATIVNIH DOKUMENTOV	41
5.1.1 SLUŽENJE JAVNOSTI.....	41
5.1.2 OBJEK TIVNOST	43
5.1.3 AVTONOMIJA	44
5.1.4 TAKOJŠNJOST	45
5.1.5 ETIČNOST	45
5.2 ANALIZA DOKUMENTOV RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA IN DELA	47
5.3 ANALIZA LETNIH POROČIL RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO	50
5.4 ARTIKULACIJA VREDNOT IN IDEOLOGIJE NOVINARJEV RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO	53
5.5 SAMOPODOBA NOVINARJEV RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO	57
5.5.1 INTERPERSONALNI VIDIK	57
5.5.1.1 Mentorstvo: od »vrženosti v vodo« do systemskega uvajanja	57
5.5.1.2 Novinarjevo mesto v poklicni skupini in odnosi znotraj nje	59
5.5.1.3 Odnosi z nadrejenimi: »Vsak redno zaposleni nam je nadrejen.«	61
5.5.1.4 Odnos s širšo novinarsko skupnostjo: »Ne spoštujejo našega dela.«	63
5.5.1.5 Včasih »O, novinarka si«, danes pa »nas imajo za revčke.«	65
5.5.1.6 Pomanjkanje dela na terenu: »Živimo v okrnjenem novinarstvu.«	66
5.5.2 INTRAPERSONALNI VIDIK	66
5.5.2.1 Spremembe v novinarskem delu: »Se mi je zdelo, da sem del privilegirane kaste.«	66
5.5.2.2 Opredelitve novinarskega poklica s strani novinarjev	67
5.5.2.3 Podrejeni položaj honorarnih sodelavcev: »Ne vem, če bi redno zaposleni to naredil.«	69
6 RAZPRAVA – DINAMIKA MED IDEOLOGIJO NOVINARSTVA IN SAMOPODOBO SLOVENSКИH NOVINARJEV	71
7 ZAKLJUČEK	75
8 LITERATURA	77

KAZALO TABEL

Tabela 4.1: Osnovni podatki o intervjuvancih	38
--	----

1 UVOD

Novinarstvo se zaradi družbenih, ekonomskih in tehnoloških sprememb hitro spreminja. Ali bistvo ostaja enako? Kje iskati skupne elemente novinarskega dela, ki oblikujejo novinarsko skupnost, če ima novinarstvo težavo že s pomanjkanjem konsenza glede definicije novinarstva? Odgovor na to dajeta koncepta poklicne ideologije in poklicne samopodobe. Kljub množici definicij, kaj novinarstvo sploh je, se novinarji pri svojem delu vračajo k načelom, ki so skupna že od oblikovanja modernega, zahodnega koncepta novinarstva. Magistrska naloga izhaja iz samoizpraševanja, zakaj novinarji opravljajo ta poklic, kaj jih pri tem vodi, po katerih načelih se ravnaajo, ko prenašajo informacije do občinstva, in kakšne so njihove vrednote. Torej, kako se artikulira ideologija novinarstva kot sistem prepričanij in produkcije pomenov in idej ter kakšna je dinamika med ideologijo novinarstva in novinarsko samopodobo, ki zajema občutenje samega sebe in celote delovanja, hkrati pa tudi oblikuje delovanje posameznika. To sta dva koncepta, ki se ju ne da misliti enega brez drugega.

Novinarstvo je posebna ideološka praksa, ker novinarji ne samo poročajo o dogodkih ter razčlenjujejo družbene odnose in procese (glej npr. Deuze 2005, Nerone 2013), ampak s svojim delom hkrati tudi »zakrivajo nekatere vidike življenja; njihov molk ustvarja novo vrsto 'neprivilegirane' realnosti« (Gouldner v Splichal 2014, 53). Natalie Fenton (2010, 3) poudarja, da so »novice to, kar napišejo novinarji. Kako novinarji ustvarijo novinarska besedila pa je odvisno od njihovega delovnega okolja. Njihovo delovno okolje pa je oblikovano z ekonomskimi, družbenimi, političnimi in tehnološkimi dejavniki.« In zato je pomembno, da raziščemo, kateri so njihovi notranji vzgibi, zakaj to počnejo in kako o sebi ob tem razmišljajo. Kaj jih torej vodi v pri novinarskem delu? Na katere vrednote se opirajo? Kako nanje in posledično njihovo delo vplivajo zunanji dejavniki? To razkriva samopodoba, ki je odraz individualnih, medosebnih in družbenih dejavnikov. Poklic vpliva na človekovo samopodobo, hkrati pa samopodoba vpliva na posameznikovo ravnanje (Kobolt 1998, 81). Gre za neke vrste soustvarjanje človekove samopodobe. Novinarsko poslanstvo je »osnova novinarske poklicne ideologije« (Golding 1994, 461), to ideologijo pa oblikujejo prav sistemi prepričanij in vrednot (glej npr. Kovach in Rosenstiel 2001; Deuze 2005; Zelizer 2005; Skovsgaard in drugi 2013). Poklicna ideologija – tudi v novinarstvu (glej npr. Vogrinc 2007; Jontes 2010) – je v tem kontekstu sklop strategij, s katerimi pripadniki nekega družbeno pomembnega poklica vzdržujejo

nadzor nad tem, kdo lahko ta poklic opravlja, vzdržujejo medsebojno kohezijo ter ohranjajo standardne načine in kakovost dela. Člani poklicne skupine ponotranjijo tiste temeljne lastnosti poklicne kulture, kar pomembno določa razumevanje poslanstva poklica in se s tem reproducirajo tako na normativni kot ideološki ravni poklicne kulture (glej Hozjan 2006, 146–151). Teh kompleksnih povezav med poklicno ideologijo in samopodobo novinarjev se v magistrskem delu teoretsko lotevam s prepletom teorije polja (Bourdieu 2001; Benson 2008) in koncepta interpretativne skupnosti (Zelizer 2004) na eni strani ter samopodobe z interinterpersonalnega in intrapersonalnega vidika (Hozjan 2006) na drugi strani. Deuze (2005) je ideologijo novinarstva sicer zreduciral na pet idealnotipskih vrednot, ki so služenje javnosti, objektivnost, avtonomija, takojšnjost in etičnost, kar pa ne da odgovora glede kompleksnosti novinarske ideologije, sploh ker je ne moremo vedno preslikati na vse države in organizacije, bo pa to osnova za kritično odkrivanje slovenske novinarske ideologije, ki je specifična zaradi slovenskih zgodovinskih, družbenih in ekonomskih sprememb.

Številni avtorji novinarskih študij so se ukvarjali z opredelitvami novinarstva in novinarjev (glej npr. Splichal in Sparks 1994; McNair 2005; Weaver 2008; Poler Kovačič 2011) in se posvečali proučevanju novinarskih stališč o samopodobi (glej npr. Gans 1979; Wiik 2009; Meyers in Cohen 2011), v Sloveniji pa so obstoječe raziskave na področju raziskovanja samopodobe novinarjev v Sloveniji odkrivale pogled na samopodobo skozi vidik etičnih kodeksov (Poler Kovačič 2004) ali se posvečale spletnim novinarjem (Vobič 2012, Vobič in Milojevič 2014), Jontes (2010) je diskurz o novinarstvu in prek tega konstrukcije novinarske identitete proučeval prek novinarskih besedil, učbenikov in obrazložitev nagrad. V tem kontekstu je pomembno nadaljnje ugotavljanje dinamike med novinarsko ideologijo in samopodobo prek analize novinarskih dokumentov in stališč novinarjev. Glavni raziskovalni problem magistrskega dela je, kako se poklicna ideologija v dokumentih novinarskih poklicnih organizacij in medijskih institucij artikulira skozi samopodobo novinarjev RTV Slovenija in časopisa Delo, ki veljata za vplivni instituciji na področju novinarstva in medijev v Sloveniji (Milosavljevič 2012, 117). Identiteto, ki je za nekatere raziskovalce sinonim za samopodobo (Kobolt 1998; Kobal 2000), saj se obe definiciji skladata v predpostavki, da gre »za množico odnosov, ki jih posameznik vzpostavlja do samega sebe« (Kobal 2000, 17), bodo orisali novinarji prek poglobljenih intervjujev.

V prvem delu naloge je predstavljen teoretični okvir, v katerem so opisani glavni koncepti, ki so bili uporabljeni pri raziskovanju prepleta novinarstva, ideologije in

samopodobe. Novinarstvo je glavna materija te magistrske naloge. Pomemben del vsakega novinarja je tudi lastna in poklicna samopodoba. V naslednjem poglavju odkrivam, kako se oblikuje poklicna samopodoba, kaj so njeni glavni gradniki in kako soustvarja človekovo delovanje. Pomemben košček v tej sestavljanke je ideologija (v tem primeru novinarska ideologija), ki preko vrednot razkriva skupne točke novinarstva pri nas. V teoretičnem delu naloge so tudi opisana raziskovalna vprašanja, ki so vodila raziskavo.

Empirični študiji je namenjen drugi del naloge. Za odgovor na prvo vprašanje sta bili uporabljeni metodi analize dokumentov in diskurzivne analize, za drugo pa sem opravila poglobljene intervjuje s 15 novinarji RTV Slovenija (9) in časopisa Delo (6). V zaključku so na podlagi postavljenih raziskovalnih vprašanj zabeležene glavne ugotovitve raziskave.

2 PREMISLEK O UVELJAVLJENIH DEFINICIJAH NOVINARSTVA

Preden se posvetimo novinarski ideologiji in samopodobi je treba najprej premisliti, kaj novinarstvo je. Del odgovora na to vprašanje lahko najdemo tako v razmišljanjih raziskovalcev kot v novinarskih kodeksih, ki jih oblikujejo novinarji sami. V poskusih definiranja novinarstva se kažejo obrisi novinarske ideologije in samopodobe. Tako lahko opazujemo, katere glavne novinarske vrednote novinarji in raziskovalci postavljajo v ospredje. Prepoznavanje teh vrednot je cilj tega poglavja, ki je namenjeno oblikovanju raziskovalnih vprašanj magistrske naloge in razpravi o problemu dinamike med novinarsko ideologijo in samopodobo.

Veliko raziskovalcev je poskušalo za novinarstvo oblikovati eno samo definicijo a so ugotovili, da je to (skoraj) nemogoče oziroma je ta pomanjkljiva. Kot je zapisal Michael Schudson (2013, 191): »Zakaj smo si sploh kdaj predstavljali, da vemo, kaj je novinarstvo?« V tem poglavju so orisane težave pri opisovanju novinarstva iz enega samega zornega kota, saj je novinarstvo veliko preveč razvejano, da bi ga lahko ukalupili v eno samo definicijo. Splichal in Sparks sta v začetku devetdesetih zapisala, da: »stroga definicija novinarstva še ne obstaja« (Splichal in Sparks 1994, 33). Pojma novinarstva torej ne moremo zreducirati v en sam opis, ki bi zajel vse veje novinarstva. In danes ni nič drugače, saj se je, kot bo razloženo v nadaljevanju, pojem novinarstva še razširil.

In zakaj je novinarstvo težko definirati? Kot pravita Splichal in Sparks (1994, 17–18) vsaj zaradi treh razlogov. Prvič, ker je bila povezava med novinarji in politično močjo vedno problematična. Drugič, ker je meja prakse novinarstva s posebnim certifikatom (licenco) vedno predmet širše razprave o statusu splošnih političnih pravic. In tretjič, ker obstaja težava v razlikovanju med splošnim vidikom posredovane komunikacije in principom odprtim za vse ter visoko razvitim in zelo kompleksnim nizom specifičnih praks, ki so omejene na posebne družbene skupine. Vse te možnosti, pravita Splichal in Sparks, oblikujejo zelo široko polje, v katerem se lahko oblikujejo definicije novinarstva, hkrati pa ta možnost širine onemogoča soglasje. Že Splichal in Sparks (1994, 18) prav tako ugotavljata, da ena sama (mednarodna) definicija novinarja ne obstaja. Pravega odgovora ne da niti Unesco, ki se precej ukvarja z varnostjo in svobodo novinarjev ter pomenom etičnih kodeksov (Unesco 2015a, Unesco 2015b), a ne poda definicije, kdo sploh so novinarji. V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je sicer Unesco skušal oblikovati Deklaracijo o množičnih medijih, a je bil konsenz med različnimi deležniki z različnih

koncev sveta nemogoč (Nordenstreng v Boyd-Barrett 1996, 271). Mednarodno združenje novinarjev IFJ v svojem glavnem dokumentu (Constitution 2016–2019) opredeljuje novinarja kot tistega, ki opravlja novinarsko dejavnost (International Federation of Journalists 2016). Kodeks novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010), ki sta ga sprejela Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije, prav tako ne opredeljuje poklica novinarja. Opredelitev v Statutu Društva novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2006) je skopa, saj je v prvem členu statuta navedeno le, da društvo »združuje novinarje, ki se poklicno ukvarjajo z javnim obveščanjem.« V 7. členu istega dokumenta pa je zapisano, da je član društva »lahko vsak, ki se preživlja z novinarskim delom v Republiki Sloveniji ali v slovenskih medijih (uredniki in novinarji zamejskih in izseljenskih medijev).« Nekaj več odgovora, a neformalnega, je zapisanega v razdelku Kako postati član (Društvo novinarjev Slovenije), kjer je zapisano, da se za profesionalno novinarstvo smatra: »a) objavljanje pisnih ali govornih besedil v javnih medijih; b) urejanje in redaktura prispevkov iz točke a); c) uredniško delo v uredništvih tiskanih in elektronskih on in offline medijev ter tiskovnih agencijah; d) informiranje s fotografijo, elektronsko sliko, filmom in karikaturjo, ki ga opravljajo poklicni fotoreporterji, snemalci in karikaturisti (kot svoj osnovni poklic).« Za novinarstvo pa se med drugim ne smatra »napovedovanje, najavljanje, vodenje, moderiranje programov v elektronskih medijih ter urejanje televizijskih in radijskih oddaj, ki niso avtorske« ter »snemanje tona, snemanje slike z izključno studijskimi kamerami, montaža tonskih, filmskih in video zapisov« (Društvo novinarjev Slovenije, Kako postati član).

V Zakonu o medijih (Zakon o medijih 2006) je opredelitev novinarjev v 21. členu zakona takšna: »Novinar po tem zakonu je oseba, ki se ukvarja z zbiranjem, obdelavo, oblikovanjem ali razvrščanjem informacij za objavo prek medijev in je zaposlena pri izdajatelju, ali pa samostojno kot poklic opravlja novinarsko dejavnost (samostojni novinar).«

Treba je opozoriti še na to, da je »novinarstvo spremenljiv in fluiden poklic, ki se posebej odziva na družbene in tehnološke spremembe in posledično se konkretna vsebina novinarstva razlikuje glede na zgodovinsko obdobje in glede na državo« (Splichal in Sparks 1994, 20). Proučevanje novinarstva je težavno, ker na norme in vrednote poklicnih novinarjev vplivajo tako različni dejavniki: politični in ekonomski pritiski (lastnikov), rutinske prakse dela in postopki produkcije, hkrati pa še zgodovinski in tradicionalni vplivi (Boyd-Barrett 1996, 270). Obstajajo nezadovoljive politične definicije novinarstva, pa tudi znanstvene, ki temeljijo na definiranju novinarjev glede na vlogo v generaciji in glede na

razprševanje (angl. *disemination*) novičarskih vsebin množičnih medijev (Splichal in Sparks 1994, 20–21). Deuze (2005) recimo pomanjkanje disciplinarnega dialoga, kaj je novinarstvo, pripisuje nejasnosti statusa novinarstva kot akademske discipline in razpetost med trgom, torej delodajalci in univerzo. Dahlgren (v Zelizer 2004, 6) meni, da ima proučevanje s strani akademikov tako imenovane metonimične značilnosti. Z njihove strani je bilo novinarstvo definirano samo kot tehtno novinarstvo (angl. *hard news*), torej samo majhen del celote novinarstva. Vse to je povzročilo pristranskost, ki spodkopava sposobnost akademikov, da zaobjamejo novinarstvo v vseh njegovih raznolikih oblikah. Barbie Zelizer (2004, 7) meni, da je takšna pristranska definicija prisotna tudi pri profesionalnih novinarjih. Sebe in novinarsko delo po njenem mnenju vidijo romantizirano, delno in pristransko, ali pa reducirajo novice (angl. *news*) na zbir ozkih, funkcionalnih aktivnosti: »Veliko novinarjev same sebe vidi kot resne neodvisne novičarske pse (angl. *hard-core independent news dogs*), ki so stalno na preži za življenjsko zgodbo, tudi če je njihovo delo večinoma namenjeno vsakdanjim aktivnostim čakanja na konec sestankov, preverjanja izjav, parafraziranja uradnih izjav in izjav za javnost ter zasledovanja sledi drugih novinarjev« (Zelizer 2004, 7).

Weaver in Wilhoit (1986, 14–15) sta definirala novinarje kot tiste, »ki imajo uredniško odgovornost za pripravo in prenos novičarskih zgodb in drugih informacij, vključujoč polno zaposlene poročevalce, pisce in dopisnike, kolumniste, tiste, ki poročajo o dnevnikih novicah (angl. *newsmen*), in urednike. V televizijskih in radijskih organizacijah, so v to vključeni samo uredniki novic in javnih zadev.« A definicija izpušča množico ostalih novinarskih delavcev v množičnih medijih. Zato tudi Splichal in Sparks (1994, 30) zaključita, da ena dobra definicija novinarstva, ki bi vključevala vse oblike, ne obstaja, saj neproblematične definicije v osnovi izključujejo skupine, ki so vključene v bolj ali manj enake aktivnosti kot tiste, ki so vključene v definicijo. Kar tudi pomeni, »da ima pomanjkanje jasnosti meja novinarstva pomembno posledico za argumente o novinarstvu kot 'profesiji'« (Splichal in Sparks 1994, 30).

Kot pravita Suellen Tapsall in Carolyn Varley (2001, 3), je bilo včasih naslovnikom enostavno – če smo želeli vedeti, kaj se dogaja v svetu, smo samo vzeli v roke časopis, poslušali radijski program ali prižgali televizijo. Avtoritativna figura nam je razložila politično odločitev ali sovražnosti v oddaljeni državi. »Danes ni več tako jasno, kakšen je tipičen novinar ali kakšno delo naj bi sploh opravljal. Stereotipni novinar ni več občudovan in spoštovan, ampak je vedno bolj zaničevan s strani javnosti kot politik ali prodajalec rabljenih avtomobilov« (Tapsall in Varley 2001, 3), kar potrjujejo tudi ankete, da so torej

novinarji na repu po zaupanju s strani javnosti (Zelizer 2004, 7). Čeprav je morda del krivde za slabo mnenje javnosti o delu novinarjev tudi na strani nerazumevanja poklica, delavcev in funkcije novinarstva (Morgan v Tapsall in Varley 2001, 4).

Kot pravi Barbie Zelizer (2004, 13), je novinarstvo, »ko se pojavi kot referenčni okvir, termin, ki razkrije veliko o tistih, ki ga oblikujejo – njihovo ozadje, izobrazbo, izkušnje, mesto v akademski skupnosti, če imenujemo le nekatere.« Nadaljuje s poskusom definiranja novinarstva z dveh strani – s strani novinarjev in s strani raziskovalcev. Novinarstvo naj bi po njenem mnenju novinarji sami videli kot šesti čut (torej, da imajo novinarji nos za zgodbe); novinarstvo naj bi bilo kot posoda, v katero gre samo določena količina informacij, zgodb, novic; novinarstvo kot ogledalo kaže na to, da novinarji menijo, da morajo samo nepristransko podajati informacije v medijih; četrti opis novinarstva se nanaša na novinarstvo kot otroka, kot da novinarji skrbijo za novice; nekateri pa vidijo novinarstvo kot storitev (ko je v ospredju novinarskega dela javni interes) (Zelizer 2004, 29). Barbie Zelizer (2004, 32) tudi meni, da vse te različne opcije kažejo na to, »da novinarji izkušajo njihovo obrt na zapletene načine.« Hkrati je videti veliko stopnjo odgovornosti in postavljanje javnosti kot ključne za definicijo njihovega dela kot novinarjev (Zelizer 2004, 32).

Drugače definira novinarstvo in novinarje akademska skupnost. Barbie Zelizer (2004, 32–43) povzema pet glavnih smeri. Novinarstvo vidijo kot profesijo, kar nekateri novinarji ostro zavračajo, saj je zanje novinarstvo obrt (Cameron v Zelizer 2004,34); kot institucijo, ki ravna z močjo, da bi oblikovalo javno mnenje in nadzoruje distribucijo informacijskih ali simbolnih virov družbe; kot tekst; novinarstvo so ljudje, te študije so proučevale novinarje, a tu prihaja do že omenjene težave, kdo sploh novinar je. Zadnja smer je novinarstvo kot izbor praks, torej kako novinarji zbirajo, predstavijo in razpršujejo novice. Vsi ti različni pogledi še dodatno potrjujejo, da ena sama definicija ni mogoča, ker ne zajema celote tega, kar vemo o novinarstvu (Zelizer 2004, 32–43).

Tapsall in Varley (2001, 3–4) tudi opozarjata, da »definiranje vloge novinarja – bolje rečeno vlog – narekuje, kakšne kvalifikacije, veščine in osebne lastnosti imajo ali bodo novinarji potrebovali v prihodnosti.« Novinarji morajo namreč vedeti, »kakšna je njihova vloga, saj na podlagi tega delujejo primerno, pravilno in etično« (Tapsall in Varley 2001, 3). Po Kingovi (v Tapsall in Varley 2001, 5) definiciji, ki zajema družbeno funkcijo in tudi praktični vidik vloge novinarja, ta zajema novinarja, ki odkriva resnico, poskuša vzbuditi zanimanje in vključiti bralca, poslušalca ali gledalca, zajema neodvisno delovanja novinarja, ki preizprašuje družbo, hkrati pa podpira njene širše vrednote, komunicira jasno

in si prizadeva biti pri poročanju pravičen. V raziskavi *Definition: Journalist* (v Tapsall in Varley 2001, 5–6) so anketiranci definirali novinarje kot delavce, ki delajo z informacijami, zbiralce, poročevalce, zabavljače, zgodovinarje, raziskovalce, razlagalce, iskalce in pisce. Manj pa kot urednike, tiste, ki komunicirajo, pripovedovalce zgodb, producente in voditelje. Nekateri med novinarstvo in novinarje delno uvrščajo tudi komike oziroma satirike, kot je bil Jon Stewart s svojo oddajo *The Daily Show*, ki je gledalce v ZDA informiral na drugačen, humoren, morda celo zabavljaki način, hkrati pa preizpraševal etičnost poročanja velikih kabelskih televizij, kot je CNN (Peters 2013).

Kdo torej je novinar? Kot pravita Suellen Tapsall in Carolyn Varley (2001, 6), »ena oblika tipičnega novinarja ne obstaja več, če je sploh kdaj bila.« Obstajajo namreč »nove oblike medijev in povečana raznolikost v vlogah procesiranja informacij, kombinirana z različnimi pritiski, kot je komercializacija.« Kar lahko identificiramo kot skupno, je »osnovni sklop veščin, atributov in teoretičnih konstruktov, ki so značilne za tiste, ki izvajajo novinarske vloge« (Tapsall in Varley 2001, 6). Ti elementi so odgovornost javnosti, določene veščine in atributi (pisanje, občutek za novice, znanje o tehnologiji, zanimanje za raziskovanje in radovednost, splošno znanje, empatija, občutek za odgovornost javnosti itd.). Hkrati na novinarje vplivajo še pritiski in tehnologija (Tapsall in Varley 2001, 6–14). Pesimistični raziskovalci menijo, da je novinarstva, kot ga poznamo oziroma kot smo ga poznali, konec (Deuze 2008; Splichal 2014). Slavko Splichal (2014, 44) razmišlja o koncu novinarstva in meni, da je tudi »novinarstvo kot specifična medijskokomunikacijska in kulturna praksa postaja po eni strani podrejeno splošni ekonomski racionalnosti kapitalizma in 'tržnim silam', po drugi strani pa ga razjeda razvoj novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij, ki ljudem olajšujejo komercialni in nekomercialni dostop do učinkovitih komunikacijskih poti.« Splichal meni, da ni samo novinarstvo, kot »četrta veja« oblasti v krizi, ampak to velja za množično komuniciranje nasploh. Gitlin (v Vobič 2013, 93–94) ugotavlja, da novinarstvo izgublja avtoriteto v javni sferi, novičarska industrija pa ima težave s premagovanjem krize dobičkonosnosti medijske industrije. Omejitve pri izvajanju profesionalne avtonomije so izziv demokraciji (Roland v Skovsgaard 2014), ker novinarska avtonomija povzroči zaupanje državljanov v novinarje, da jim bodo posredovali nepristranske informacije, na podlagi katerih lahko sodelujejo v demokratičnih procesih (Kovach in Rosenstiel v Skovsgaard 2014). Po Weaverju (v Skovsgaard 2014) pa je profesionalna avtonomija tudi napoved zadovoljstva pri delu.

Danes je tako zaradi množice komunikacijskih kanalov, ki delujejo izven tradicionalnih medijskih institucij, še težje definirati novinarja. Internetna revolucija je povzročila, da informacije zbiramo mimo tradicionalnih medijev. Tako se je še razširila tudi definicija novinarja, hkrati pa se je spremenil položaj novinarjev v družbi, ker niso več glavni oziroma edini posredniki informacij. Nove medijske tehnologije so izzvale eno izmed temeljnih »resnic« novinarstva, in sicer da je poklicni novinar tisti, ki determinira, kaj javnost vidi, sliši in prebere o svetu (Fulton; Singer v Deuze 2005, 454). Kot je zapisal Vobič (2013, 113):

Povečana fleksibilizacija spletnega novinarstva, prestrukturiranje redakcij in reorganizacije spletnih oddelkov, zanemarljive novosti novičarskih praks in principov ter težave novinarskega samorazumevanja, kažejo na to, da se v pozni moderni družbi dogajajo v novinarstvu širše spremembe, ki preoblikujejo naše poznavanje novinarstva, vizije, ki jih imamo, kaj naj bi novinarstvo počelo, in načine na katere razumemo, kaj novinarstvo v praksi počne.

Ker je samopodoba povezana tudi z družbenim vidikom (glej npr. Praprotnik 1999, Hozjan 2006, Ule 2009), v katerega spadajo različni pogledi na novinarstvo in novinarje, to pomanjkanje konsenza vpliva na samopodobo novinarja (Deuze 2005). Deuze (2005, 455) meni, da prav »ideologija v procesu sprememb in prilagajanja služi kot družbeni cement poklicne skupine novinarjev.« Zato je naslednje poglavje namenjeno teoretskemu pogledu na novinarsko ideologijo in novinarsko samopodobo in na podlagi tega oblikovanju raziskovalnih vprašanj, ki bodo temelj za cilj raziskave, ki je ugotavljanje dinamike med artikulacijo novinarske ideologije skozi dokumente novinarskih institucij in artikulacijo samopodobe teh novinarjev.

3 IDEOLOGIJA NOVINARSTVA IN SAMOPODOBA NOVINARJEV

Pomanjkanje konsenza o enotni definiciji novinarstva nakazuje, da je potrebno artikulacije novinarske ideologije iskati tudi drugje. Prav tako s pomočjo definicije oziroma več njih, ne moremo v celoti razložiti pojma samopodobe. Raziskava je namreč namenjena ugotavljanju dinamike med artikulacijo ideologije v dokumentih novinarskih institucij in artikulacijo samopodobe teh novinarjev. Ključni problem je, na kakšen način se ideologija kaže v dokumentih slovenskih novinarskih institucij in hkrati kako vrednote interpretirajo novinarji ter kako novinarji artikulirajo elemente samopodobe. A najprej k razlagi pomena ideologije in samopodobe za novinarstvo. Ker je pomembna tudi dinamika med novinarsko ideologijo in novinarsko samopodobo, je v tem poglavju tudi razloženo, zakaj sta samopodoba in ideologija v naslovu tretjega poglavja zapisani skupaj, torej kje se stikata, saj se ne da razmišljati o enem brez drugega.

Ugotovili smo, da ena sama opredelitev oziroma konsenz definicije novinarstva in posledično novinarja ne obstaja (glej npr. Tapsall in Varley 2001; Hargreaves 2007, 146, Splichal in Sparks 1994; Zelizer 2004, 13). Na podlagi česa se potem oblikuje novinarska skupnost oziroma kateri so tisti elementi novinarskega dela, ki jih novinarji prepoznajo kot bistvene za opravljanje poklica? Proučevalci novinarstva za ključne izpostavljajo vrednote. Vrednote so tiste, ki oblikujejo novinarsko ideologijo (glej npr. Deuze 2005; Wiik 2009; Skovsgaard in drugi 2013) in so hkrati eden od elementov, ki tvorijo samopodobo (Kobolt 1998, Kobal 2000), torej tudi novinarsko samopodobo. Ideologija novinarstva razkriva, kako novinarji dajejo pomen svojemu poročevalskemu delu, ideološke vrednote pa oblikujejo konsenz, kdo je novinar in kaj je pravo novinarstvo. V kontekstu novinarstva je ideologija sistem prepričanj, ki so značilne za določeno skupino, hkrati, in ne samo, pa gre tu še za proces produkcije pomenov in idej (Deuze 2005, 442). Bolj ali manj sprejeta poklicna ideologija je ključni koncept identitete novinarjev, ki se vzpostavlja z nenehnimi pogajanjmi in redefiniranjem (Deuze v Jontes 2010, 46). Ideologija prežema novinarstvo ne glede na žanre in tipe novinarskih medijev. Deluje namreč kot vseobsegajoč diskurzivni nabor idealnotipskih vrednot, ki jih skozi diskurz razširjajo novinarji (Deuze 2005). Deuze (2005, 446–447) povzame načela novinarstva, ki so jih raziskovalci ugotovili in jih izlušči v pet vrednot: služba javnosti, objektivnost, avtonomija, takojšnjost in etika. Reduciranje novinarske ideologije na samo pet idealnotipskih vrednot ni dovolj, saj je vprašanje novinarske ideologije širše. Kovach in Rosenstiel (2001, 12–13) recimo ne govorita o

vrednotah, ampak o elementih novinarstva, za katere so se »novinarji dogovorili – državljani pa jih od njih pričakujejo.« Zanju so to: obligacija resničnosti, lojalnost državljanom, preverjanje informacij, neodvisnost od tistih, o katerih poročajo, neodvisni nadzor moči, mora biti forum javne kritike in kompromisa, prizadevanje za predstavitev pomembnih tem na relevanten in zanimiv način, mora ohraniti poročanje celovito in sorazmerno (angl. *proportional*) in mora jim biti dovoljeno, da sledijo osebni vesti (Kovach in Rosenstiel 2001, 12–13). In čeprav raziskovalci ugotavljajo, da so skupne karakteristike in vrednote novinarstva značilne na globalni ravni in ne samo v posameznih državah (glej npr. Hafez 2002; Weaver 2008; Preston 2009), niso uniformne, saj so odvisne od različnih okoliščin (v posamezni državi ali območju, celo organizaciji oziroma mediju – op. a.), se zaveda Deuze (2005, 455), ko razmišlja, da »novinarji v voljenih demokracijah delijo podobne karakteristike in govorijo o podobnih vrednotah v kontekstu svojega dela, a jih aplicirajo na različne načine, da bi dali pomen temu, kar počnejo.« Prav zato me zanimajo artikulacije novinarske ideologije v Sloveniji, saj so specifične in odražajo zgodovinski, družbeni in ekonomski kontekst.

3.1 POKLICNA IDEOLOGIJA NOVINARJEV

Osnova prepoznavanja temeljev poklicne ideologije v slovenskem novinarskem prostoru bo delo Marka Deuza in njegovo razumevanje novinarske ideologije. Toda na ideologijo je v tem okviru treba gledati nekoliko širše, saj zajema poleg osebnega tudi širše skupnostne in družbene vidike. Zato Deuzevo konceptualizacijo dopolnjujem z Bourdiejevo teorijo polja in preslikavo Fischevega koncepta interpretativne skupnosti na novinarstvo Barbie Zelizer.

Začnimo z orisom pojma poklicna ideologija. Ta koncept se nanaša na sklop strategij, s katerimi pripadniki nekega družbeno pomembnega poklica vzdržujejo nadzor nad tem, kdo lahko ta poklic opravlja, vzdržujejo medsebojno kohezijo, ohranjajo standardne načine in kakovost dela ipd. (Vogrinc 2007; O'Sullivan in drugi v Jontes 2010, 46). Ključno je, da pripadniki poklica ključne sestavine poklicne ideologije doživljajo kot »tehnične«, »nevtralne« okoliščine poklicnega življenja, pravila in rutine ravnanja pa kot enako »tehnične«, »nevtralne« načine, kako se »pač« dela (Vogrinc 2007, 150–151). Novinarska skupnost je v združevanju, oblikovanju standardov in izključevanju drugih podobna ostalim poklicnim skupnostim. »Novinarji oblikujejo poklicno skupino, ki, podobno kot zdravniki in pravniki, za katero se predpostavlja, da deluje altruistično za

skupno dobro s strokovnim znanjem in zaupanjem javnosti v njihovo delo. Dosegli so profesionalni status, ki jim zagotavlja obsežno samoregulacijo in nadvlado, da zaščitijo in izpopolnijo to strokovno znanje« (Wiik 2009, 353). Po Webru (Collins v Wiik 2009, 353) se bodo ljudje, ki delijo skupne pozicije in interese politično, ekonomsko ali kulturno, verjetno združili in ostale izključevali. Bourdieujeva teorija polja razlaga pomene profesij v različnih kontekstih. Novinarji tako oblikujejo novinarsko polje. Benson (2008, 160) izpostavlja pomen teorije predvsem zato, ker s pomočjo mezoravni povezuje »makro-družbene in mikro-organizacijske vidike ter postavlja novinarsko polje v odnos z večjim poljem moči in pojasnjuje, kako se zunanje sile prenesejo v polavtonomno logiko novinarskega polja.« Teorija pojasnjuje, kako medsebojno vplivajo različna polja (politično, ekonomsko itd.), hkrati pa tudi relacije znotraj polja. Kot je zapisal Accardo (v Benson 2008, 151–152), je namreč pomembno, kdo vstopa v polje (torej kakšno je posameznikovo ozadje, ko vstopa, kakšna je njegova izobrazba, politična usmeritev itd.). Po drugi strani pa je pomembno tudi število vstopajočih. Ti namreč prinašajo na eni strani nove ideje, na drugi strani pa to za tiste, ki so že v polju pomeni, da varujejo svoje pozicije. Vedno manj razpoložljivih mest, pravi Benson (2008, 151), pomeni, da so tisti, ki vstopajo, bolj nagnjeni h konformizmu: »Vstop v novinarsko polje namreč zahteva sprejemanje osnovnih pravil igre, ki so same po sebi močna sila nespremenljivosti.« Ta pravila igre, ki se jim vstopajoči v novinarski poklic prilagajajo, pa so tudi del novinarske ideologije.

»Moč kulture se odraža v profesionalnih praksah, tradicijah in kodih. V to vstopa koncept Herberta Gansa – novinarska paraideologija, ki odseva, ne samo novinarjevo razredno ozadje in pozicijo v družbeni strukturi, ampak tudi določen zgodovinski razvoj nacionalne kulture in novinarske tradicije« (Benson 2008, 162). Benson (2008, 162) nadalje ugotavlja, da teorija polja pojasnjuje, kako se »makro-strukture medijske moči povezane z organizacijskimi in novinarskimi praksami,« hkrati pa opozarja, da se spremembe v drugih poljih odražajo tudi v novinarskem polju in obratno (Benson 2008, 167). Novinarstvo namreč ni entiteta ločena od zunanjih dejavnikov in delovanja ostalih polj. Ko torej govorimo o novinarstvu v Sloveniji, moramo opozoriti na njegove posebnosti, saj se je »zaradi zgodovinskih okoliščin razvijalo drugače od novinarstva v srednjeevropskem okolju. Ozemeljska, cerkvena in upravna razdrobljenost slovenskega etničnega prostora je povzročila, da je bilo slovensko novinarstvo odrinjeno na obrobje državnega in družbenega vplivanja« (Amon 2004, 55). Smilja Amon (2004, 57–58) tako meni, da je za vsa glavna obdobja razvoja (obdobje predhodništva, obrtniške stopnje razvoja, industrijskega razvoja in obdobje informacijske družbe) slovenskega novinarstva

opazna zamuda. Slovensko novinarstvo je ob osamosvojitvi Slovenije leta 1991 doživelo veliko spremembo, ki je bila odsev družbenih, političnih in gospodarskih sprememb. Novinar je bil v času Socialistične federativne republike Jugoslavije v službi politične oblasti. Tako je bilo do spremembe, ko »preneha biti *družbeno-politični delavec* in (vsaj formalno) postane *predstavnik javnosti*« (Poler Kovačič 2003, 8). To je bil velik premik za slovensko novinarstvo, a Melita Poler Kovačič (2003, 8) opozarja, da je novinarstvo zamenjalo oblastnika: »Starega oblastnika (partijski glas) zamenja z novim(i), z ekonomsko in/ali politično močjo zaznamovanimi glasovi.« Četrto stoletje se torej slovensko novinarstvo ravna po smernicah novinarstva, kot jih poznajo v zahodnih demokratičnih državah. Novinarske vrednote in načela iz tujih dokumentov so se odrazile tudi v slovenskih novinarskih dokumentih in v nadaljevanju me bo zanimalo, kakšna je artikulacija teh vrednot.

Znotraj (novinarskega) polja različni akterji med sabo tekmujejo, da dosežejo legitimno moč znotraj polja. To naredijo z akumuliranjem simbolnega kapitala, ki vključuje vse oblike kapitala, ki so legitime (Skeggs v Wiik 2009, 353). V primeru novinarstva to pomeni, da če starejši urednik nekaj potrdi kot dobro zgodbo, ima njegova trditev večjo težo, kot če bi to rekel pripravnik (Schulz v Wiik 2009, 354). »Starejši urednik ima namreč dolgoletne izkušnje in akumulirano strokovno znanje, ki so identificirane kot simbolni kapital povezan tudi z njegovo formalno pozicijo v polju, pa tudi druge oblike kapitala, kot sta starost ali spok« (Wiik 2009, 354). Bourdieu (2001, 63–64) opozarja na dva paralelna in včasih nasprotujoča si principa legitimizacije, ki obvladujeta novinarsko polje. To sta notranji vrstniški pregled (kolegi novinarji morajo njihovo delo legitimirati) in zunanje priznanje množic (občinstva, politikov, oglaševalcev itd.), ki vplivajo na zaslužek medijske organizacije in posledično novinarja.

Če Deuze (2005, 455) ideologijo novinarstva razume kot cement novinarske skupnosti, Jenny Wiik (2009, 354) meni, da so prav profesionalni ideali novinarjev kot del simbolnega kapitala »pomembni gradniki konstrukcije identitete, ki daje članom poklica občutek pripadnosti in ponosa, hkrati pa tudi usmerja njihove odločitve in delovanje pri vsakodnevem delu.« Izpostavlja še (prav tam), da so ti ideali del simbolnega kapitala novinarstva, ker na švedskem primeru za novinarja ni profesionalno sprejemljivo, da reče, da opravlja novinarski poklic samo zaradi denarja. Poklicna identiteta je oblika družbene (socialne) identitete, ki povezuje člane istega poklica. Zato se nanaša na širši okvir identifikacije – na ideologijo – namesto na specifične cilje in člane posameznih novinarskih organizacij. Povezana je z občutkom skupnega razumevanja: izkušenj in

znanja, vzgojenega preko poklicne socializacije na različnih ravneh (na ravni izobrazbe, združenj, tradicij dela itd.) (Soloski; Evetts V Wiik 2009, 356). Prav zato samo proučevanje novinarskih dokumentov ni dovolj, ampak je ideologijo treba analizirati tudi prek tega, kaj se mladi novinarji naučijo ob uvajanju v novinarsko delo, katere postopke, tradicije in smernice dela jim starejši kolegi prenesejo in kakšna navodila jim da organizacija v kateri delajo. V dokumentih namreč niso vedno izraženi postopki opravljanja dela, ki pa so ključni za novinarsko socializacijo.

Novinarska poklicna ideologija velja za novinarsko skupnost kar pomeni, da se ne oblikuje samo na ravni posameznika. Kateri so torej tisti dejavniki, zaradi katerih se novinarska ideologija oblikuje in deluje? Za razumevanje novinarstva (tudi poklicne novinarske ideologije) je, po mnenju Dejana Jontesa (2010, 77), pomemben koncept interpretativne skupnosti: »Z njim lahko novinarje obravnavamo tudi kot skupino, ki jo združujejo zgodbe in skupna retorika, takšen pogled pa ima pomembne posledice za razumevanje novinarske avtoritete.« Barbie Zelizer (2004) je Fishov koncept interpretativne skupnosti prenesla v proučevanje novinarstva. Fish (v Zelizer 1993, 84) interpretativne skupnosti definira kot tiste, ki producirajo tekste in determinirajo obliko tega, kar je brano. Zelizer (2004, 14) namreč vztraja, da interpretativne skupnosti niso razumljene kot predhodnice vprašanja vrednot, ampak kot način utrditve in preureditve vprašanja vrednot (Zelizer 2004, 14). Novinarji, meni Barbie Zelizer (1993, 84), ustvarjajo skupnost z neformalnimi pogovori, poklicnimi srečanji, recenzijami, memoarji, intervjuji v pogovornih oddajah in retrospektivami medijev: »Preko diskurza novinarji oblikujejo skupne interpretacije, ki dajejo pomen njihovemu poklicnemu življenju. Z zgodbami o preteklosti naslavljajo zdajšnje dileme o pokrivanju sedanjosti.« Ta proces utrjevanja novinarskih vrednot poteka prek vpetosti novinarjev v »dvojni čas«. S tem izpostavi konstruiranje novinarjev in predvsem njihove avtoritete prek dveh načinov interpretacije: lokalnega in trajnostnega (Zelizer v Jontes 2010, 80). »Dvojni čas jim omogoča, da si prilastijo zgodovinsko avtoriteto na osnovi znanih parametrov tako imenovane 'novinarske avtoritete'. Če zgrešijo prvič, lahko poročevalci vedno stvari popravijo v ponovnem poskusu,« trdi Barbie Zelizer (v Jontes 2010, 81). Tako se »ne konstituirajo le kot objekti poročil, ki jih ustvarjajo, ampak tudi kot subjekti drugih poročil. To pomeni, da pogled na novinarje kot na interpretativne skupnosti razširja analizo z ravni izvirnega poročanja, s katero se ukvarjajo tradicionalni pristopi, tudi na kasnejše obravnave dogodkov,« meni Jontes (2010, 131) in dodaja, da »zaradi dveh načinov interpretacije lahko namreč novinarji konsolidirajo vrednotenja dogodkov, ki jim dvigujejo vrednost, ne glede na to,

kako problematični so se ti dogodki sprva zdeli, s tem pa ustvarjajo sodobne standarde za delovanje drugih članov interpretativne skupnosti.« Interpretativna skupnost po Barbie Zelizer tako služi kot utrjevanje novinarske avtoritete. Lahko rečemo, da s tem tudi novinarske ideologije. Jontes (2010, 91) namreč izpostavlja, »da med najpomembnejše vidike boja za kulturno avtoriteto sodi postavljanje ločnic med novinarstvom in nenovinarstvom oziroma pravim in nepravim novinarstvom, osnovna delitev v razpravah pa je postavljena med resnim in rumenim novinarstvom. /./ ločnica že obstaja med spletnimi novinarji in novinarji klasičnih medijev.« Tako se ideologija o novinarstvu artikulira tudi na ravni novinarske skupnosti, prek ločevanja na »pravo« in »nepravo« novinarstvo.

Kako deluje novinarska ideologija, pojasnjuje John Nerone (2013). Trdi, da je novinarstvo pravzaprav »sistem verovanj (angl. *belief system*). To je sistem verovanj, ki definira primerne prakse in vrednote novičarskih profesionalcev, novičarskih medijev in novičarskega sistema« (Nerone 2013, 447). Novinarstvo je za Nerona (2013, 447) »disciplina, ki nadzira dele novičarskega sistema. Tako je novinarstvo oblikovalo 'drugega' v različnih govoricah, tabloidnih novicah, senzacionalizmu, favoriziranju, itd. Teh sicer ne zavrača kot novičarske prakse, a se o njih sprašuje, če so sploh novinarstvo.« Torej podobno kot Jontes meni, da ko se pogovarjamo o novinarstvu, imamo v mislih hegemonsko obliko novinarstva, ki se je razširila iz Zahoda na ves svet (Nerone 2013, 451). Nastala je, ko »so mediji dobili moč odločanja o tem, katera dejstva in ideje bodo predstavljena resnim ljudem. Prosili so javnost, da verjame, da so svojim delavcem dali avtonomijo in svobodo za nadzor javne sfere. Da so oči in ušesa javnosti, da jo predstavljajo in poskrbijo za srečanja z močjo. To je bila fantazija. A fantazije delujejo in ta je delovala dobro, ker je novinarjem omogočila, da so lahko zahtevali avtonomijo tako od države kot od delodajalcev« (Nerone 2013, 455). Prav Neronovo izpostavljanje, da je to fantazija in ne dejstvo, podpira idejo, da je ideologija sistem verovanj, ki je postavljen zato, da legitimizira novinarsko delo, tudi če ni vedno v skladu z njo, a se na podlagi tega vzpostavi tudi odnos 'zaupanja' med novinarjem in občinstvom. Tako je »zgodovina novinarstva v volilnih demokracijah opisana kot odkritje profesionalne identitete novinarjev, ki pravijo, da imajo ekskluzivno vlogo in status v družbi, ki temelji na in ki je včasih divje ščitena z njihovo poklicno ideologijo« (Deuze 2005, 442).

Nerone tako oriše pomen profesionalizacije novinarstva za novinarsko ideologijo. Profesionalizacija (odgovornost, (psihološko) lastništvo) je za Carpentiera (2005) druga najpomembnejša »nodalna točka« novinarske identitete (zanj so ostale še

(pol)profesionalna povezava z medijsko organizacijo, avtonomija in neodvisnost ter objektivnost). Torej je profesionalizacija ena od prvin združevanja novinarske skupnosti. Carpentier (prav tam) trdi, da je identiteta, v našem kontekstu samopodoba, novinarja fiksirana s hegemonskimi nodalnimi točkami. »Novinar kot posameznik – profesionalec, ki opremljen s posebnimi kompetencami in poklicno etiko, znotraj hierarhično strukturiranih organizacij opravlja svoj poklic, predstavlja osrednjo vlogo predvsem v dominantnem, liberalnem modelu novinarstva,« meni Jontes (2010, 101), ki kritično razkriva drugo plat novinarske ideologije. Po Jontesu (2010, 129) je »diskurz o objektivnosti kot identifikacijska točka lahko izhodišče le za hegemonске konstrukcije identitet novinarstva in novinarjev.« Prav tako ima tudi koncept avtonomije za Jontesa (2010, 130) kot »stalnica definicij novinarskega poklica predvsem močno ideološko vlogo.« Raziskovalci trdijo, da je novinarjem pomembno ohranjanje poklicne avtonomije. A ker delujejo znotraj organizacije, je ta avtonomija lahko močno omejena (Skovsgaard 2014, 344–345). Zaradi odvisnosti od te organizacije (medija) nekateri akademiki menijo, da novinarji ne morejo slediti lastnim poklicnim idealom (Preston 2009, McManus v Skovsgaard 2014, 345), spet drugi trdijo, da gredo cilji organizacije in poklicna avtonomija z roko v roki (Skovsgaard 2014, 345). Novinarji pa se naslanjajo na avtonomijo kot na del novinarske poklicne ideologije, ki se je razvila v 20. stoletju (Deuze 2005). A kljub kritikam vrednot, ki oblikujejo novinarsko ideologijo, raziskovalci novinarstva ne morejo mimo teh ključnih vrednot, ki so jim vsaj temelj za kritiko in razpravo.

In tako smo prek koncepta ideologije prišli do ključnih elementov, ki naj bi gradili novinarsko poklicno ideologijo. Kot je bilo že razloženo, Deuze (2005) meni, da ideologijo novinarstva oblikuje pet ključnih vrednot. Kljub temu da te niso dovolj za popoln oris novinarske poklicne ideologije, so začetna točka raziskovanja. Predvidevam namreč, da se prav te vrednote večinsko pojavljajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij, zanimalo pa me bo, kako se v teh dokumentih artikulirajo. Hkrati bom pozorna še na morebitne druge vrednote in artikulacije le-teh, ki se pojavljajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij. Deuzeva obrazložitev je pomembna, ker pojasnjuje in poveže novinarsko ideologijo, vrednote in novinarsko delovanje.

Prva vrednota je torej novinarjevo služenje javnosti. K temu novinarji stremijo, hkrati pa je to lahko tudi izgovor za legitimiranje agresivnega (Clayman v Deuze 2005, 447) in bolj interpretativnega (Patterson v Deuze 2005, 447) poročanja. V ta sklop štejemo idejo novinarja kot psa čuvaja (Deuze 2005, 447) in idejo novinarstva kot četrte veje oblasti. S to idejo so »tisk in novinarji legitimirali svoj kritični odnos do oblasti. /.../ Ideja

kritike oblasti, katere legitimni skupni nosilec je tisk, je prevladala nad Kantovo idejo javne rabe razuma, ker je bila videti popolnoma skladna s prevladujočim razumevanjem vladavine ljudstva kot reprezentativne oblasti,« pravi Splichal (2014, 51) in nadaljuje, da je v 20. stoletju to »utopično vizijo« novinarstva »v praksi postopno nadomestila komercialna rešitev, ki je trivializirala novinarstvo in njegova prizadevanja za javni interes« (Splichal 2014, 52).

Druga vrednota je objektivnost, torej da so novinarji nevtralni, objektivni, pravični in (zato) kredibilni. »Čeprav ima ta koncept danes problematičen status, ga akademiki in novinarji ponovno govorijo o tej vrednoti s sopomenkami, kot so 'pravičnost', 'profesionalna razdalja', 'nenavezanost' ali 'nepriustranskost', da bi ponovno legitimirali delo medijev« (Deuze 2005, 448). Tudi zavračanje objektivnosti, pa po mnenju Deuza (prav tam) pomeni, da se le-ta drži pri življenju kot ideološki temelj novinarstva.

Tretja vrednota je avtonomija novinarstva oziroma svoboda in neodvisnost novinarja. Ta je ključna pri zavrnitvah poskusa pritiskov s strani marketinga, korporativnega lastništva in javne kritike. Večina novosti v novinarstvu je zavrnjenih, če obstaja dvom, da bo to poseglo v uredniško avtonomijo (Singer; Boczkowski v Deuze 2005, 449). Uredniška neodvisnost postane del ideologije ter tako legitimizira odpor proti spremembam, trdi Deuze (2005, 448–449).

Vrednota takojšnjosti je na eni strani visoko cenjena, danes zaradi razvoja spletnega novinarstva še veliko bolj, po drugi strani pa je tudi problematizirana (Deuze 2005, 449), ker je novinar pod konstantno časovno stisko. A to časovno stisko lovljenja rokov do recimo televizijske oddaje ali še bolje takojšnjega podajanja čisto zadnjih informacij ima za novinarje »rahlo fetišističen karakter. Takojšnjost je treba sprejeti kot vrlino,« je zapisal Schlesinger (1977, 349).

Zadnja vrednota je etičnost, ki je, če primerjamo kodekse različnih držav, morda najbolj vseobsegajoča vrednota (Ryan v Deuze 2005, 450). Deuze (2005, 450) meni, da so zato »akademiki zamenjali funkcijo etičnega obnašanja kot legitimacijo vrednote, ki pa ima konkreten pomen in interpretacijo v dani situaciji ali okolju.« A ker je novinarstvo podvrženo tako veliko različnim zgodovinskim in kulturnim tradicijam, različnim tehnologijam in še veliko drugim vplivom, ga je zato zelo težko uniformno opisati. Zato Deuze (2005, 258) meni, da lahko »vidimo poklicno ideologijo na delu šele takrat, ko proučujemo, kako novinarji iz vseh družbenih slojev v svojem poklicnem življenju obravnavajo temeljne vrednote.« Prav zato bo raziskava, poleg analize artikulacij vrednot skozi dokumente novinarskih institucij, opravljena s poglobljenimi intervjuji z novinarji.

Obe metodi bosta namreč dali sliko novinarske ideologije v Sloveniji. Prav tako se raziskovanje artikulacije ideologije novinarstva ne bo omejevala le na teh pet Deuzevih temeljnih vrednot, saj so pri analizi ključni morebitni odmiki in specifične artikulacije slovenske novinarske ideologije.

Ker je bilo v zgornjih nekaj odstavkih povzeto, zakaj je koncept ideologije pomemben za novinarsko skupnost, ga lahko sedaj povežemo s konceptom samopodobe. Te stične točke so poklicne vrednote in norme: »Pomemben del osebnih norm so internalizirane poklicne norme, ki jih predpisuje poklicni etični kodeks in so zasidrane v posameznikovih vrednostnih usmeritvah, generalizaciji dosedanjih poklicnih izkušenj. Pri tem imajo pri doseganju življenjskih in poklicnih ciljev pomembno vlogo predvsem naša pričakovanja lastne uspešnosti ter naša pričakovanja izidov ravnanja,« je zapisala Alenka Kobolt (1998, 88). Obstojanje kodeksa je nekaj drugega kot pa njegovi praktični učinki, pravita Splichal in Sparks (1994, 50), saj je študija v ZDA pokazala, da »predpostavka, da kodeksi neposredno vplivajo na odločitve, ki jih sprejemajo novinarji, ne velja« (Pritchard in Morgan v Splichal in Sparks 1994, 50). »Učinki kodeksa naj bi bili tako bolj simbolni kot pa vedenjski. Zapisani etični kodeksi so morda bolj poskusi, da različne entitete (delavce, novinarske vire, oglaševalce in javnost) prepriča, da novičarska organizacija deluje na profesionalen in odgovoren način« (Pritchard in Morgan v Splichal in Sparks 1994, 50). Zato se raziskava posveča tako analizi novinarskih dokumentov in razmišljanj novinarjev o teh dokumentih prek poglobljenih intervjujev.

Kot bo razloženo v naslednjem poglavju, so eden od elementov, ki tvorijo samopodobo, vrednote (Kobolt 1998, Kobal 2000). Te pa oblikujejo novinarsko ideologijo (glej npr. Kovach in Rosenstiel 2001, Deuze 2005, Wiik 2009, Skovsgaard in drugi 2013). Če povzamemo, ideologija novinarstva razkriva, kako novinarji dajejo pomen svojemu poročevalskemu delu, ideološke vrednote pa oblikujejo konsenz, kdo je novinar in kaj je pravo novinarstvo (Deuze 2005, 442). Način, kako novinarji dojemajo svoje vloge, deluje na njihovo dojetje pomembnosti, na primer objektivnosti in implementacije te norme, tako da ustvarijo koherentno interpretacijo profesionalne novinarske ideologije (Skovsgaard in drugi 2013). Novinarji recimo normo objektivnosti sicer dojemajo kot ključni del profesionalne ideologije, a ta ni zacementirana, vsak novinar si jo interpretira po svoje (prav tam). Le prek proučevanja novinarjev, kako vse strani njihovega profesionalnega življenja pogajajo središčne vrednote, lahko vidimo, kako deluje poklicna ideologija novinarstva (Deuze 2005), a hkrati me zanimajo specifičnosti slovenske novinarske ideologije. Ker proučevanje novinarske ideologije v Sloveniji na empirični, ne

pa na teoretski ravni, zahteva nadaljnjo pozornost v novinarskih študijah, je prvo raziskovalno vprašanje:

RVI: Kako se vrednote in ideologija novinarstva artikulirajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij?

3.2 SAMOPODOBA NOVINARJEV

Samopodoba je ključna za novinarje, ker oblikuje njihov način delovanja. Novinar, prek oblikovanja tekstov, do občinstva prenaša informacije, zato je pomembno raziskati, zakaj določene vsebine prenese in drugih ne, hkrati pa na kakšen način to stori. To se v novinarski ideologiji izraža preko vrednot, ki jih posameznik, torej novinar, dojema kot del svoje in poklicne samopodobe. Ker sem se pri svojem delu in študiju spraševala, zakaj je novinarstvo sploh pomembno in zakaj so novinarji pomembni člani družbe, zakaj opravljajo ta poklic, po katerih načelih se ravnavajo pri svojem delu in kakšna so njihova stališča o novinarstvu, sem ugotovila, da je pomembno raziskati poklicno samopodobo novinarjev v Sloveniji. Ker je »osnovni namen novinarstva zagotavljati državljanom informacije, ki ji potrebujejo, da so svobodni in samoupravni (angl. *self-governing*)«, kot trdita Kovach in Rosenstiel (2001, 17), skušam v magistrski nalogi raziskati, kako se poklicna ideologija v dokumentih novinarskih poklicnih organizacij in medijskih institucij artikulira skozi samopodobo novinarjev RTV Slovenija in časopisa Delo in s tem osvetliti delovanje novinarjev v Sloveniji.

Melita Poler Kovačič (2004) je samoopredelitve slovenskih novinarjev iskala v etičnih kodeksih: »Za merilo smo vzeli normativno samoopredeljevanje v novinarskih etičnih kodeksih, kar je seveda poenostavitev, saj novinarski kodeks ne upoveduje tistega, o čemer bi bili soglasni vsi novinarji, torej ne moremo reči, da izraža splošni ali celo univerzalni novinarski pogled« (Poler Kovačič 2004, 107). Meni, da novinarji »nimajo enotnih in splošno sprejetih odgovorov na vprašanje kot: *Kdo smo?*, *Kaj je naša naloga?*, *Katere so naše značilnosti?* in *Kaj je naše poslanstvo?* In prav na ta vprašanja bi morali odgovoriti, če bi želeli dobiti jasno opredelitev novinarske identitete« (Poler Kovačič 2004, 107). Prek analize slovenskih kodeksov je bilo ugotovljeno, da »je slovensko novinarstvo sočasno z demokratičnimi procesi v družbi deklarativno stopilo na pot vzpostavljanja svoje dejavnosti kot profesije; slovenski novinarji so se leta 1991 izrekli, da želijo biti *predstavniki javnosti*, kot svojo temeljno vlogo pa so navedli *obveščanje*. Kodeks iz leta

2002 je to potrdil« (Poler Kovačič 2004, 107). Od leta 2010 je v veljavi nov kodeks. Iz zgornjega navedka lahko sklepamo, da sta bili glavni vrednoti slovenskega novinarstva obveščanje in služenje javnosti. A povezava do novinarjev ni bila narejena z mnenji novinarjev, ampak s študijami primerov, ki so pokazali, da »novinarska praksa zbuja dvome o identiteti, kot jo določa kodeks« (Poler Kovačič 2004, 108).

Dejan Jontes (2010) je ob proučevanju opredeljevanja slovenskih novinarjev o novinarstvu izhajal iz kulturnega pristopa. »Ključno vprašanje pri taki analizi je torej, kako in s katerimi narativnimi strategijami novinarji vzdržujejo svoj položaj oziroma kako se novinarstvo kot profesija definira in organizira skozi čas« (Jontes 2010, 8–9). Analiziral je besedila o novinarstvu ter novinarske učbenike in obrazložitve nagrad: »Analiza razprav v tisku je pokazala, da gre kljub kvantitativno precej obsežnim diskusijam, za vsebinsko ozke obravnave novinarstva, ki se večinoma dotikajo vprašanj povezanih z objektivnostjo, stopnjo profesionalizacije in političnoekonomskimi vidiki novinarstva« (Jontes 2010, 131). Za novinarski diskurz o objektivnosti trdi, da je »kot identifikacijska točka lahko izhodišče le za hegemonске konstrukcije identitet novinarstva in novinarjev« (Jontes 2010, 129). Problematizira tudi koncept profesionalizacije »še posebej kot ga zagovarjajo (slovenski) novinarski učbeniki, ki uspešnega novinarja vidijo kot etičnega posameznika, ki se bo s trdim delom dokopal do »resnice«. Na drugi strani pa jim spodleti pri obravnavi novinarjeve vpetosti v jezik, vrednote in poklicno rutino« (Jontes 2010, 129). Nadalje je ugotovil, da je »značilno idealiziranje novinarstva in novinarjev, kar se kaže predvsem v izpostavljanju teženj po obveščanju javnosti, raziskovanju koruptivnih dejanj in iskanju resnice ter poudarjanju težavnosti tega poklica in žrtvovanj, potrebnih za njegovo opravljanje« (Jontes 2010, 131–132).

Samopodobe novinarjev ne moremo proučevati ne da bi novinarje vprašali, kaj menijo o svojem delu in poklicu. Zakaj torej nekaj počnejo tako, kot počnejo. Igor Vobič (Vobič 2013, Vobič in Milojević 2014) je raziskoval delo slovenskih spletnih novinarjev. Raziskava se delno dotika tudi samopodobe spletnih novinarjev, saj so v njej prek poglobljenih intervjujev zajeta tudi stališča novinarjev o samorazumevanju. Vobič (2013, 100–110) je ugotovil, da spletni novinarji sebe ne razumejo kot »pravi novinarji« in da to kar »počnejo, ni pravo novinarstvo«, ker da samo kopirajo novinarska besedila, ne preverjajo informacij, a hkrati trdijo, da predajajo »kredibilne informacije« in to »čim hitreje«. Poleg tega niso »upoštevani kot enakopravni« glede na druge novinarje, so znotraj institucije odrinjeni in v delovnih razmerjih, ki jim ne dajejo socialne varnosti. Vobič (2013, 110) meni, da se zaradi tega pojavljajo težave s samorazumevanjem: »Spletni

novinarji Dela in Dnevnika imajo težave z definiranjem novinarstva in njegove vloge v javnosti in se težko pozicionirajo kot del ali kot zunanji del skupnosti 'nas'.« Kljub temu pa ti novinarji vseeno »citirajo pet idealnotipskih vrednot, ko se nanašajo na druge akterje: služba javnosti, objektivnost, avtonomija, takojšnjost in etika« (Vobič in Milojević 2014, 12). Študija Delovih spletnih novinarjev je tako pokazala, »da »novi« novinarji v smislu družbenega samopozicioniranja niso na novo izumljeni znotraj novičarskega medija. Namesto tega se dogaja neke vrste adaptacija »starih« modelov in »novih« kontekstov in namenov« (Vobič in Milojević 2014, 13).

V tem poglavju je razloženo, kaj je samopodoba, zakaj je pomembna in kako se oblikuje poklicna samopodoba. Poklicni samopodobi, ki ji namenjam največ pozornosti, saj preko tega iščem skupne značilnosti novinarske skupnosti, je namenjeno posebno podpoglavje. Na tem mestu tudi opozarjam na terminološko zagato glede pojma samopodoba. Alenka Kobolt (1998) in Darja Kobal (2000) namreč menita, da se pojmi samopodoba, identiteta, samopercepcija in sebstvo prekrivajo. Mirjana Ule (2009) pa jih delno ločuje, saj je zanjo »samopodoba sestavina sebstva. Sebstvo je namreč sestavljeno iz različnih samopodob, v katerem je vsaj ena vedno aktualna, izpostavljena, druge pa ostajajo v ozadju latentno prisotne. Težnja vsakega človeka je, da si zgradi čimbolj ugodno predstavo o sebi, ugodne samopodobe, ki se po možnosti ohranjajo skozi čas in dograjujejo z novimi pozitivnimi elementi« (Ule 2009, 484). Ule (2009, 25) meni, da sebstvo in identiteto ljudje oblikujejo v procesih medsebojnega delovanja v različnih socialnih odnosih. Preko oblikovanja posameznika kot »psihološkega subjekta, da nas družba sprejme in potrdi kot polnopravnega socialnega akterja in da sam sprejemem in razumem sebe s pojmi dane družbe in kulture«, razvijamo »oblike razumevanja samega sebe in specifične naravnosti in strategije, s katerimi si pomagamo v vsakdanjem socialnem življenju. Tako razvijamo bolj ali manj povezano celoto predstav in občutkov o sebi, o svojih tipičnih socialnih naravnostih in strategijah. To celoto psihologi največkrat imenujejo *sebstvo (self)*, tudi *identiteta*« (Ule 2009, 465). Torej ima sebstvo in identiteto za širši koncept, na drugi strani pa Frey in Hauser (v Hozjan 2006, 126) menita, da identiteta »nastane iz situacijskih izkustev, ki jih je treba pred njihovo integracijo v subjektovo samopodobo še predelati in posplošiti«. Zato sama uporabljam izraz samopodoba, a ohranjam izvirne pojme, ki jih uporabljajo raziskovalci, saj tudi če so si definicije teh pojmov podobne, obstajajo nianse, ki jih razlikujejo in jih ne morem ignorirati.

Samopodobo razumem kot presek med definicijama, ki sta ju oblikovali Darja Kobal in Mirjana Ule. Samopodoba je tako opredeljena kot »celota lastnosti, potez, občutij,

podob, stališč in sposobnosti posameznika« (Kobal 2000, 25). Po Mirjani Ule (2009, 497) pa je samopodoba »predstava posamezne osebe o sami sebi, o svojih sposobnostih, uspehih in neuspehih, zadolžitvah, ki jo vodi v njenem delovanju v določeni situaciji.« Podobno jo opredeli Alenka Kobolt (1998, 82), torej kot »posameznikovo zavedanja sebe in odnos do samega sebe, ki se ne nanaša le na zaznavanje in odnos do svojega telesnega videza, temveč na vse vidike doživljanja samega sebe skozi celoten življenjski razvoj in različne socialne situacije.« Samopodoba tako zajema posameznikovo občutenje, odnos in stališča do samega sebe in o samem sebi skozi vse vidike lastnega delovanja, hkrati pa tudi vodi človekovo delovanje.

Samopodoba je torej posamezniku lastna, a ker človek ni izoliran od zunanjega sveta njega samega, je hkrati tudi odraz zunanjih vplivov, recimo družine, poklicne skupine, družbe. V to vstopa pojem socialni kontekst, ki ga delimo na dva vidika. Prvi je širina socialnega konteksta, ki zajema »družbeno okolje posameznika ali posameznice v različnih situacijah; medosebne odnose, komunikacijo z drugimi ljudmi, vplivne skupine in institucije« (Ule 2009, 28). Drugi vidik, to je vsebina socialnega konteksta, »predstavlja družbeni okvir delovanja. Družbeni okvir zajema celoto idej, spoznanj, družbenih in kulturnih norm in vrednot, ki določajo tipične vzorce prepoznavanja, tolmačenja in razumevanja situacij in človekovega doživljanja stvarnosti« (Ule 2009, 28). Poleg osebne samopodobe novinarjev me namreč tudi zanima širši okvir na ravni organizacije in družbe, ker je samopodoba neločljivo povezana z družbenim vidikom. Pomembno je namreč opozoriti, da »posameznik ni nikoli sam in ni 'prosto lebdeč', ampak vedno vpet v mrežo raznovrstnih družbenih odnosov, kjer z večjim ali manjšim poudarjanjem nosi v sebi več skupinskih identifikacij« (Praprotnik 1999, 20).

Ugotovili smo že, da konsenz o definiciji novinarstva ne obstaja. Prav tako smo ugotovili, da so elementi novinarske ideologije sicer globalno prisotni, a so odvisni od ekonomskih, družbenih, političnih in drugih dejavnikov v posamezni državi, tudi organizaciji. Je torej ugotavljanje samopodobe enako izmuzljivo? Zygmunt Bauman (Vecchi 2008) trdi, da so bile identitete nekdanj jasno in nedvoumno opredeljene, a so poglavitni razlogi za to »izginili ali vsaj izgubili večino svoje privlačnosti. Identitete imajo prosto pot; posameznim moškim in ženskam je zdaj prepuščeno, da jih lovijo, kot se jim zdi, in da pri tem uporabljajo lastno bistrost in lastna sredstva« (Vecchi 2008, 31). Bauman je tako razvil teorijo tekoče moderne, s katero ugotavlja »tekočnost« družbenih okvirov in ustanov, »ker ne morejo obdržati svoje oblike« (Vecchi 2008, 50–51). So torej konstantno spremenljive. »Kohezivna, dobro pritrjena in trdno postavljena identiteta bi bila pravzaprav

breme, prisila in omejitve pravice do izbire. /... / Bila bi navodilo za neprožnost, se pravi za stanje, ki se mu posmehujejo, ga obrekujejo ali obsojajo tako rekoč vse avtoritete sedanosti, pristne ali navidezne: množični mediji, strokovnjaki za človeške probleme, politični voditelji» (Vecchi 2008, 53). Ob proučevanju se moramo torej zavedati, da samopodoba ni nespremenljiva, je fluidna, a vendar raziskovalci ugotavljajo, da za poklicno samopodobo velja, da si posamezniki, ki opravljajo isti poklic delijo skupne vrednote, norme, delovanje poklica oziroma se posamezniki vsaj približujejo poklicni samopodobi skupnosti.

Ko se posameznik odloči za poklic, se v sistem samopodobe doda še poklicna samopodoba. Poklicno delovanje posameznika predstavlja velik del življenja odrasle osebe. Zato je eden izmed dejavnikov oblikovanja samopodobe, poleg izkušenj iz otroštva (družine) in vplivov šolanja, poklicno polje, »ki oblikuje, širi in ohranja našo samopodobo oziroma identiteto. Nekateri menijo, da poklic tako izrazito vpliva na samopodobo, da govorijo celo o poklicni identiteti oziroma o poklicni samopodobi« (Kobolt 1998, 81). Poklicna samopodoba, Hozjan uporablja izraz poklicna identiteta, je rezultat poklicne socializacije (2006, 142). Hozjan (2006, 144) trdi, da je poklicna samopodoba (oziroma identiteta) »eksistenčnega pomena za posameznika. /.../ Vendar je potrebno ob tem opozoriti, da je identifikacija in pripadnost poklicni skupini od posameznika do posameznika različna.« Za vprašanje novinarstva je samopodoba pomembna, ker je vrednostni vidik samopodobe prva, »ki ima motivacijsko vrednost in vpliva na posameznikovo ravnanje. /.../ Pomemben element posameznikove družbene umeščenosti v odraslosti predstavlja njegova poklicna vloga in značilnosti interakcij, ki iz nje izhajajo« (Kobolt 1998, 81). Ravno zato je, kot sta ugotavljala Splichal in Sparks, »pomanjkanje posvečanja pozornosti novinarjem resna pomanjkljivost. Ljudje, ki opravljajo nalogo procesiranja novic, njihovo poreklo in družbeni položaj, njihova prepričanja in vrednote, so povezave v verigi okoliščin, ki prinašajo novice, ki so nam na koncu posredovane« (Splichal in Sparks 1994, 1).

Raziskave o poklicni samopodobi novinarjev v Sloveniji so se posvečale posameznim skupinam novinarjev. Vobič (2013) je pri raziskovanju spletnega novinarstva in spletnih novinarjev ugotovil, da so se ti v uredništvih na začetku oblikovanja te veje novinarstva počutili izrazito odrinjene na obrobje, bili so odrinjeni tudi fizično (prostorsko), kar je za sabo potegnilo tudi socialno odrinjenost. Na negativno samopodobo vplivajo še prekarna delovna razmerja, ki ne nudijo socialne varnosti, ter občutek, da to, kar počnejo ni pravo novinarstvo (Vobič 2013). Govorimo tudi o pavperizaciji spletnega

novinarstva ne samo na ekonomski ravni, ampak tudi glede novinarske identitete in politične relevantnosti njihovega dela (Vobič 2013, 110–111). Obstoječa literatura o novinarski samopodobi pa se osredotoča na teoretično podlago pomena samopodobe za novinarje (glej npr. Donsbach 2012), na definiranje samopodobe prek novinarskega kodeksa (Poler Kovačič 2004), se osredotoča samo na del novinarske populacije (Heyd 2009; Vobič 2012) ali pa še ne upošteva produkcijskih in gospodarskih sprememb (Splichal in Sparks 1994). Na mednarodni ravni je poskus oblikovanja mednarodnih profilov novinarjev temeljil na proučevanju demografskih profilov (spola, starosti, izobrazbe, etničnosti) in profesionalnih vrednot (vloge, etike, profesionalnih organizacij, vidikov dela, predstav o občinstvu) (Weaver 2008, Balaban in Meyen 2011). Raziskave so pokazale, da se novinarji bolj identificirajo z novinarstvom kot poklicem, kot pa z organizacijo, v kateri delajo (glej npr. Russo v Deuze 2005). Ugotovljen je bil tudi vedno večji prepad med uradno prezentacijo novinarstva in med tem, kar novinarji pri svojem delu počnejo (glej npr. Dahlgren 2000, 7). Raziskovalci trdijo, da na novinarjevo samopodobo vpliva predvsem izobraževanje (Nolan v Poler Kovačič in drugi 2013, 399), pa tudi pomanjkanje disciplinarnega dialoga in konsenza, kaj novinarstvo sploh je (Deuze 2005) in dejstvo, da »novinarstvo nima razvitih objektivnih meril delovanja, ki bi ga uvrščali med 'prave' profesije« (Splichal 2000, 47). Prav to, poleg pomanjkanja konsenza, kaj novinarstvo sploh je, otežuje proučevanje novinarske samopodobe. Na eni strani obstaja težnja k popolni profesionalizaciji novinarstva in novinarjev, predvsem s strani akademskih struktur, (Zelizer 2004, 7) prav zaradi tega pa druga stran (torej stran novinarjev) meni, da novinarji sploh ne potrebujejo posebnih veščin, in gredo v skrajnost, ko menijo, da je v demokraciji vsak posameznik novinar, kot je izjavil nekdanji urednik *The Independenta* Ian Hargreaves (v Zelizer 2004, 7). James Cameron (v Zelizer 2004, 34) se prav tako ne strinja s profesionalizacijo novinarstva:

Novinarstvo ni in nikoli ne bo profesija; je obrt, je poklicanost, ki jo lahko opravljamo na različne načine, ampak nikoli ne more biti profesija, ker prakse novinarstva nimajo ne standardov in ne sankcij ... To je lahko tudi dobra stvar, saj medtem ko ta prožnost in permisivnost daje vstop številnim dvomljivim netipičnim novinarjem, v enaki meri ne izključuje številnih koristnih in originalnih ljudi. A je noro, da kompenziramo zaradi naših negotovosti, da sami sebe označujemo za člane profesije; to je domišljavo in onemogočujoče; v najboljšem primeru smo dobri obrtniki in to nikakor ni neplemenito.

Hargreaves (2007, 12) trdi, da je zaupanje s strani občinstva, zaradi tračarskega senzacionalizma v »novinarje manjše in da so manj spoštovani, kot so bili nekoč.« Novinarji se zaradi sprememb na področju lastništva medijev in novih tehnologij bojijo konca novinarstva (Hargreaves 2007, 17). Spet drugi menijo, da je kriza novinarstva večna, celo nujna (Hargreaves 2007, 18), da mora biti novinar tudi malo sleparski (Malcolm v Hargreaves 2007, 18), da mora za uspeh v novinarstvu imeti lastnosti »podganje prekanjenosti, sladkobesednega nastopa in malo sposobnosti za pisanje« (Tomalin v Hargreaves 2007, 18). Novinarji imajo zelo različna mnenja o tem, v kaj verjamejo, kakšni so njihovi etični okvirji, kakšna je njihova vloga analitikov, kako dojemajo objektivnost (Hargreaves 207, 148). A takšno zavračanje novinarstva kot profesije še ne pomeni, da ne obstaja novinarska samopodoba. Tudi če predpostavimo, da se novinarji čutijo samo kot del novinarske skupnosti, to še vedno pomeni, da s to skupnostjo delijo ključne vrednote in načine delovanja.

Za nadaljevanje proučevanja novinarske samopodobe se od raziskovalcev novinarstva obračam k raziskovalcem, ki jih poklicna samopodoba in njene implikacije zanimajo v osnovah in ne na točno določenem primeru poklica. Hozjan (2006, 145–152) opredeljuje dva vidika poklicne identitete (samopodobe, op. a.), in sicer interpersonalni in intrapersonalni: »Emocionalna in kognitivna navezava posameznika na določeno poklicno skupino se v prvi vrsti odvija skozi mehanizme, ki označujejo določeno skupinsko pripadnost. Poklicna skupina pa prek socialnih vplivov in socialne moči usmerja posameznikovo vedenje in oblikuje njegovo poklicno identiteto« (Hozjan 2006, 145). Torej ta dva vidika delujeta skupaj, vplivata eden na drugega in soustvarjata samopodobo. Pomembno je, »da člani poklicne skupine ponotranjijo tiste lastnosti poklicne kulture, ki so v določenem smislu temeljne pri razumevanju, zakaj poklic obstaja oziroma kakšen je njegov namen ali poslanstvo« (Brown v Hozjan 2006, 146). To je razpoznavni sklop značilnosti poklicne identitete. Poslanstvo in namen poklica pa se »prvenstveno odražata v njegovi poklicni kulturi oziroma, če smo bolj natančni, na ideološki in normativni ravni poklicne kulture« (Hozjan 2006, 146). Tako pride do favoriziranja lastne poklicne skupine. »Poudarjanje znotrajgrupinskih podobnosti in medskupinskih razlik naj bi se izražalo v posameznikovi percepciji, vedenju in stališčih,« meni Turner (v Hozjan 2006, 149). In tako se spet kaže problem dinamike med novinarsko samopodobo in novinarsko ideologijo, ki jo bodo razkrili intervjuji z novinarji. Posameznik se identificira s skupino preko dveh ločenih socialnih motivacij. Preko vključevanja in diferenciacije, ki skrbita za optimalno razlikovanje in vključevanje skupine. Posameznik je tako povezan s skupino, ta pa mu nudi

osnovno varnost in kooperativno medsebojno odvisnost z drugimi člani (Brewer in Pickett 2002). Posameznik se identificira s skupino, skupina tako postane del posameznika zaradi lastnega samoizboljšanja (ker imamo osnovno željo po pozitivni samopodobi, priključitev in identifikacija s skupino pa to omogoča (Rubin in Hewstone v Wright in drugi 2002, 348)) in hkrati razlikovanja (iščemo skupine, ki nam priskrbijo ustrezen kontrast s zunanjimi skupinami, s katerimi se primerjamo). Hkrati to tudi pomeni, da si posameznik ustvari lastno razumevanje razmerij v skupini, producira pristranskost in delovanja, ki povečujejo medskupinske razlike (Wright in drugi 2002, 348–349).

Drugi ključni vidik oblikovanja poklicne samopodobe (Hozjan pravi identitete) je intrapersonalni. Vsak član poklicne skupine oziroma vsak posameznik informacije »predela in vrne v okolje v specifični, individualni obliki. Posameznik ni le pasivno zrcalo za integriranje poklicne kulture iz zunanjega sveta, ampak le-to posameznik sam aktivno preoblikuje; podobo o poklicni kulturi samostojno razvija« (Hozjan 2006, 151). Hozjan (2006, 152) sklene, da se »poklicna identiteta oblikuje v odnosu posameznika do lastne in do drugih skupin, ki mu predstavljajo na eni strani model za ponotranjanje poklicne kulture in mu na drugi služijo kot zrcalo za interpretiranje lastne identitete.« Zato bom v analizi poglobljenih intervjujev z novinarji še posebej pozorna na individualna stališča novinarjev. Hozjan (2006, 143) meni, da se »poklicna identiteta nanaša na to, kako člani poklicne skupine zaznavajo in razumejo, kdo so in kakšna je njihova vloga v poklicni skupini.« Poklicna samopodoba je torej povezana tako s »posameznikom in na drugi strani s skupino, ki poseduje skupne izkušnje, vrednote, norme itd. Poklicna skupina ne vpliva na posameznikovo identiteto zgolj z oblikovanjem poklicne kulture, ampak prvenstveno vpliva nanj z določanjem njegovega položaja v skupini in s percepcijo posameznika o lastnem položaju v skupini« (Hozjan 2006, 143). Prav zato me bo med drugim v pogovorih z novinarji zanimalo, kakšni so odnosi v novinarski skupnosti (širši in ožji na področju posameznega medija), kako so jih kot mlade novinarje vključevali v delovni proces, katere vrednote in norme so jim prenesli, kaj so je v delovnem procesu spremenilo od takrat, ko so začeli svojo kariero itd.

Kot smo že ugotovili, je samopodoba odvisna tudi od tega, kako novinarji mislijo, da jih dojemajo drugi. Ena od razlag, ki skušajo opredeliti medsebojni odnos in prepletenost samopodobe s povratnimi informacijami, ki nam jih posreduje naše socialno okolje je, da »zavedno ali nezavedno nenehno primerjamo samopodobo s tem, kar nam o nas sporočajo za nas pomembni drugi. Njihovi odzivi na naše vedenje, so kompas, ki nas v samozavesti potrjuje, nam povečuje in utrjuje občutek samovrednosti, če so v skladu s tem,

kar o sebi mislimo sami. Kadar so odzivi okolja do nas v nasprotju z našo sliko o sebi in so te razlike usmerjene zlasti na vrednostni del samopodobe, potem se počutimo manjvredni, nesprejeti, odklonjeni« (Kobolt 1998, 85). Na lastno samozavest močno vpliva lastno prepričanje, kako jih drugi ljudje dojemajo in ocenjujejo (Cooley; James v Leary 2002, 143), je pa stvar debate razmerje med medosebno potrditvijo in samozavestjo. Če predpostavljamo, da je sebstvo (self) inherentno družbeno, lahko razložimo, zakaj so občutki posameznika o sebi tako močno zaznamovani s tem, kaj sami mislijo o tem, kako jih drugi ocenjujejo (Leary 2002, 143–144).

Osnova poklicne identitete (samopodobe – op. a.) je proces poklicne socializacije, ki je v tem primeru razumljena kot »proces, skozi katerega posameznik prejme večino svoje vsebine, oziroma kot proces, skozi katerega je izgrajen personalni sistem. Po drugi strani pa nas ta definicija navaja na dejstvo, da se s procesom socializacije izpostavlja prenos kulturne tradicije določene skupine« Hozjan (2006, 127). Ta prenos tradicije v novinarstvu pomeni prenos oblik in načinov dela ter ideologije novinarstva. Proces poklicne socializacije Olsen in Whittaker (v Hozjan 2006, 128) z družbenega vidika interpretirata kot »proces, ki posameznike uvaja v družbo; proces, ki vodi iz ene skupinske kulture v drugo (iz kulture laika v kulturo 'profesionalca'); proces razvoja ene od družbenih vlog posameznika in kot poseben proces znotraj vzgoje in izobraževanja.« Posameznik, torej novinar, tako preko izobraževanja (če se je na primer izobraževal na področju novinarstva) in opravljanja poklica. Kot bo ugotovljeno v analizi pogovorov z novinarji, lahko tudi samo prek uvajanja v poklic, pri katerem gre prav tako za proces učenja.

Poklicna samopodoba se tako po procesu poklicne socializacije (ki ni nikoli popolnoma zaključen) naloži oziroma vključi v sestavljanko posameznikove samopodobe. Kobal (2000, 25) opiše kompleksnost oblikovanja, spreminjanja in delovanja samopodobe:

Samopodoba je organizirana celota lastnosti, potez, občutij, podob, stališč, sposobnosti in drugih psihičnih vsebin, za katere je značilno, da:

1. jih posameznik – v različnih stopnjah razvoja in v različnih situacijah – pripisuje samemu sebi,
2. tvorijo referenčni okvir (Musek 1985), s katerim posameznik uravnava in usmerja svoje ravnanje,
3. so v tesni povezavi z obstoječim vrednostnim sistemom posameznika ter z vrednostnim sistemom ožjega in širšega družbenega okolja,

4. so pod nenehnim vplivom delovanja obrambnih mehanizmov – nekakšne membrane med nezavednim in zavestnim, ki prepušča le tiste vsebine, ki so sprejemljive za posameznikov jaz.

Podobo o sebi lahko razumemo tudi kot sistem hierarhično urejenih konceptualiziranih in povezanih posameznikovih izkušenj. Posameznik konceptualizira zlasti emocionalno pomembne izkušnje in ti koncepti organizirajo in usmerjajo njegovo vedenje (Epstein v Kobolt 1998, 86). Musek (1985) razlaga referenčno funkcijo samopodobe, poudari pomen, ki ga ima predstava o sebi za človekovo vedenje. Samopodobo opredeli kot notranji standard, kot »tisto instanco, ki upravlja z našim ravnanjem« (Musek 1985, 8). Samopodoba je tako pomembni mehanizem, s katerim se identificiramo, nadziramo samega sebe in svoje vedenje (Musek 1985). Alenka Kobolt (1998, 86) povzame: »Dejstvo je, da se pojmovanje sebe in samovrednotenje spreminjata. Konstantno je tudi dejstvo, da ostaja jedrno zavedanje sebe kot enkratnega in od drugih ločenega in hkrati drugim podobnega. Šele takšna obravnava nam omogoči v vsej celovitosti razumeti mnogodimenzionalnost in hkratno konsistentnost ob variabilnosti samovrednotenja.«

Mead (v Kobolt 1998, 82) ločuje dva pola samopodobe, ki sta vezana na eni strani na samodoživljanje, na drugi pa na doživljanje sebe skozi mnenja in stališča drugih o nas samih. »Človek se tako vidi skozi lastna in tuja očala hrati« (Kobolt 1998, 82). Ali drugače: gre za »intimno doživljanje lastne identitete in 'socialni plašč', ki to identiteto močno soopredeljuje. V resnici ne gre za razcepljenost, ampak gre za stopljenost obeh podob v eno« (Kobolt 1998, 83). Sedikides (2002, 366) pa ločuje tri vidike sebstva: individualen, relacijski in kolektivno reprezentacijski. Individualni predstavlja osebni niz značilnosti, ki izhajajo iz medosebne primerjave in procesa diferenciacije. Relacijski predstavlja značilnosti, ki jih posameznik deli s pomembnimi drugimi in se oblikujejo prek procesov asimilacije in oblikovanja medsebojnih vezi. Kolektivni del sebstva pa se nanaša na značilnosti, ki jih posameznik deli s skupino (ingroup), ki pa so nasprotne antagonistični skupini (outgroup), in se oblikujejo prek procesov skupinske primerjave. Koncept samopodobe je tako izjemno kompleksen, saj se samopodoba oblikuje na različnih ravneh in proces oblikovanja ni nikoli zaključen. Teoretiki osebnostni in skupinski vidik zelo močno povezujejo, zato ju je težko popolnoma ločiti. A vseeno lahko iz zapisanega sklepamo, da zaradi dela samopodobe, ki mu pravimo poklicna samopodoba, obstajajo v samopodobah novinarjev skupne značilnosti.

Na tem mestu je potrebno opozoriti na to, da je del človekove samopodobe tudi tisto, česar se ne zavedamo. To tudi težko raziskujemo, metoda poglobljenih intervjujev namreč tega ne more razkriti, a pomembno dopolnjuje koncept samopodobe. To hkrati kaže, kako zelo različne dejavnike združuje samopodoba. Darja Kobal (2000, 139) trdi (z vpeljavo Andersonovega modela kognicije, ki vključuje tudi nezavedne razsežnosti osebnosti (v Kobal 2000, 133)), da je del samopodobe tudi nezavedna razsežnost in ga vpelje v shemo samopodobe kot kognitivne sheme: »Na ta način se končno znebimo okostenelega pojmovanja samopodobe kot samozastopstva v zavestnem sistemu posameznika, saj je danes povsem jasno, da niti kognitivnega ni mogoče zreducirati le na raven gole zavesti.« Tako so »informacije, ki jih posameznikov jaz selekcionira, predeluje, z njimi oblikuje nove izkušnje in usmerja svoje ravnanje, so torej dvojnega tipa: (1) tiste, ki se jih zaveda in z njihovo pomočjo oblikuje zavestni del samopodobe, in (2) tiste, ki se jih ne zaveda in iz njih tvori nezavedni del samopodobe« (Kobal 2000, 137). Tako bo v raziskavi en del samopodobe, in sicer nezavedni, ostal neraziskan.

Ker je torej poklicna samopodoba novinarjev pomembna za delovanje novinarja in je rezultat poklicne socializacije, katere del je novinarska ideologija, je ključni problem, kakšna je dinamika med novinarsko ideologijo in novinarsko samopodobo. Ker me je pri prvem raziskovalnem vprašanju glede novinarske ideologije zanimalo, kako se vrednote in ideologija novinarstva artikulirajo prek dokumentov novinarskih institucij, je drugo raziskovalno vprašanje, ki bo dalo odgovor glede artikulacije novinarske samopodobe:

***RV2:** Kako se novinarska samopodoba – z interpersonalnega in intrapersonalnega vidika – izraža v naracijah novinarjev tradicionalnih medijskih institucij?*

4 METODOLOGIJA

Na prvo raziskovalno vprašanje (Kako se vrednote in ideologija novinarstva artikulirajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij?) bom skušala odgovoriti s pomočjo dveh metod, in sicer z analizo ključnih dokumentov in diskurzivno analizo teh dokumentov. Analiza ključnih dokumentov lahko da zelo specifičen in omejen dostop do izkušenj in procesov, kar je ključno za razumevanje družbene realnosti v institucionalnih okvirih (Flick 2009, 261–262). Analizirani dokumenti tvorijo okvir dela v izbranih medijskih hišah (Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija 2000, Programski standardi 2006) in veljajo za novinarsko skupnost (Kodeks novinarjev

Slovenije 2010, Münchenska deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev 1971, Etični kodeks, ki ga je sprejelo Združenje novinarjev in publicistov, Pravilnik Častnega razsodišča ZNP). V analizo nisem vključila Pravilnika o delu Novinarskega častnega razsodišča (Društvo novinarjev Slovenije 2015), ker vsebuje postopkovne elemente delovanja: »določa sestavo, konstituiranje ter način dela in odločanja Novinarskega častnega razsodišča« in ni pomemben za glavni raziskovalni del te naloge. Analizirala sem tudi letna poročila RTV Slovenija (od 2012 do 2016) in družbe Delo, d. o. o. v zadnjih petih letih (od 2012 do 2016). V dokumentih se kažejo poklicne norme in usmeritve, ki postanejo del osebnih norm posameznika in tako del njegovih vrednostnih usmeritev (Kobolt 1998, 88). Organizacije producirajo dokumente iz praktičnih razlogov in za uporabo ljudi, ki delajo v tej organizaciji (kar vključuje to, kdo ima dostop do teh dokumentov). V obzir je treba vzeti tudi, kdo je te dokumente ustvaril, zakaj in za koga (Flick 2009, 257).

Druga uporabljena metoda je diskurzivna analiza, ki mi bo omogočila analizo artikulacij poklicne ideologije novinarstva v teh dokumentih. Za Fairclougha (2007, 2) »diskurzivna analiza (verzija kritične diskurzivne analize) temelji na predpostavki, da je jezik nedeljiv (angl. *irreducible*) del družbenega sveta, dialektično povezan z drugimi družbenimi elementi, tako da mora analiza in raziskovanje družbe vedno upoštevati tudi jezik.« Fairclough opozarja, da je »analiza teksta bistven del diskurzivne analize, a diskurzivna analiza ni samo lingvistična analiza teksta. Diskurzivno analizo vidim kot 'nihanje' med fokusom na specifičen tekst in fokusom na to, čemur pravim 'red diskurza', relativno trajno strukturiranje in mreženje družbenih praks« (Fairclough 2007, 3). Diskurzivna analiza »proučuje tekst in govor oziroma rabo jezika iz vseh možnih perspektiv« (van Dijk 2013, 24). Van Dijk (2013, 25) še opozarja, da je »glavni cilj diskurzivne analize produkcija eksplicitnega in sistematičnega opisa enot jezika, ki smo ga poimenovali diskurz. Taki opisi imajo dve glavni dimenziji, ki ju lahko enostavno poimenujemo tekstovna (tekstualna) in kontekstualna.« Analiza tako ne bo posvečena samo temu, kakšne so naracije o novinarstvu v tekstu, ampak kakšen je kontekst teh naracij in tudi česa v tekstu ni. Van Dijk (2011, 387) nadalje poveže ideologijo z diskurzom: »Ker ideološki diskurz po definiciji temelji na predpostavljanih ideologijah, tak diskurz pogosto razkriva del strukture teh ideologij.« Van Dijk trdi, da je le malokateri zbor podatkov boljši za raziskovanje ideologij kot prav tekst in govor, ker »je predvsem prek diskurza in drugih semiotičnih sporočil, bolj kot drugih ideoloških praks, vsebina ideologij eksplicitno artikulirana, upravičena ali pojasnjena, na primer z argumentacijo, naracijo ali

izpostavljenjem (angl. *exposition*)« (van Dijk 2011, 387). Analiza diskurza v dokumentih razkriva ideologijo novinarstva. Ker gre pri analizi kodeksov za specifično artikulacijo poklicne ideologije, sem analizo dopolnila z mnenji novinarjev in tako uporabila tudi metodo polstrukturiranih poglobljenih intervjujev, ki sem jih opravila z istimi osebami, kot pri drugem raziskovalnem vprašanju, saj to omogoča celovitejši pogled na novinarsko ideologijo.

Na drugo raziskovalno vprašanje (Kako se novinarska samopodoba – z interpersonalnega in intrapersonalnega vidika – izraža v naracijah novinarjev tradicionalnih medijskih institucij?) bom skušala odgovoriti z metodo poglobljenih intervjujev, ki omogoča pridobitev lastnih perspektiv družbenih akterjev, ki jih proučujemo (Lindlof in Taylor 2010). Prednost polstrukturiranega intervjuja je prav v tem, da ponuja vpogled v svet mnenj intervjuvanca (Bryman 2008, 438). Predmet diskurzivne analize intervjujev bodo naracije o novinarstvu novinarjev javnega zavoda RTV Slovenija in osrednjega slovenskega časopisa Delo o lastni samopodobi. Vprašanja v intervjuju so razdeljena v več sklopov. Prek prvega sklopa novinar opisuje svoje novinarske začetke, uvajanje v novinarsko delo znotraj medija, delovno okolje, odnose znotraj medijske institucije. Drugi del vprašanj je namenjen povezavam izven medijske hiše v kateri novinar dela, torej vključenost v novinarske organizacije, novinarjevo percepcijo o odnosu drugih do njegovega poklica in dela. Tretji sklop je namenjen dojetju novinarskih dokumentov (kodeksov, itd.) in prek tega pridemo do odkrivanja novinarjevih vrednot in ciljev. V zadnjem vprašanju sem novinarje prosila naj opišejo, kdo je zanje novinar.

RTV Slovenija in Delo sem izbrala, ker je prva javni zavod in pokriva vse tri digitalne različice (radio, televizija, splet), druga pa pokriva tisk in ima spletno različico. Hkrati sta to medija, ki sta splošno prepoznavna kot vplivna slovenska medija (Milosavljević 2012, 117). Začetki časopisa Delo segajo v leto 1955, ko je bilo ustanovljeno podjetje Slovenski poročevalec, od leta 1959 pa je izšel prvi izvod časopisa z imenom Delo. V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je imel časopis naklado več kot 100.000 izvodov (Delo.si 2013c). Začetki RTV Slovenija se začnejo z radijskim oddajanjem Radia Ljubljana (1928), leta 1958 se z rednim programom začne doba TV Ljubljana, leta 2001 pa je bil ustanovljen Multimedijski center (Radiotelevizija Slovenija a). RTV Slovenija je »javni zavod posebnega kulturnega in nacionalnega pomena, ki opravlja javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti, z namenom zagotavljanja demokratičnih, socialnih in kulturnih potreb državljanov Republike Slovenije in Slovencev po svetu, pripadnikov slovenskih narodnih manjšin v Italiji, Avstriji in na

Madžarskem, italijanske in madžarske narodne skupnosti v Republiki Sloveniji ter druge dejavnosti v skladu z zakonom o RTV Slovenija« (Radiotelevizija Slovenija b). Multimedijski center je definiran kot »stičišče radijskih in televizijskih vsebin na spletu« in v okviru katerega »nastajajo teletekst, internetne strani multimedijskega portala (www.rtv slo.si) ter WAP portala (wap.rtv slo.si)« (Radiotelevizija Slovenija b). Spletna stran www.rtv slo.si je imela marca 2017 doseg 491.583, Delo.si pa 310.382 (Moss – merjenje obiskanosti spletnih strani 2017). Tiskana naklada časopisa Delo je manj kot 35.000 tisoč izvodov, podatki so za obdobje oktober-december 2016 (Slovenska oglaševalska zbornica 2016). Leta 2016 je Val 202 vsak dan poslušalo 186.000 Slovencev, Prvi program Radia Slovenija pa 133.00 (Radiotelevizija Slovenija 2017, 32). V letu 2016 je imel 1. program TV Slovenija doseg 710.700 različnih gledalcev (Radiotelevizija Slovenija 2017, 53).

Poglobljene intervjuje sem opravila z novinarji in novinarkami, in sicer tako z mlajšimi kot starejšimi, z različnimi zaposlitvenimi statusi in iz različnih področij dela (glej Tabela 4.1). Pri tem sem upoštevala, da je novinarjev Dela manj kot novinarjev RTV Slovenija, zato sem opravila 9 intervjujev z novinarji RTV Slovenija (s po tremi radijskimi, televizijskimi in spletnimi) in 6 z novinarji Dela (od tega tremi spletnimi). Starost intervjuvancev je bila od 26 do 58 let, kar pomeni, da so bili v raziskavo vključeni tako manj izkušeni novinarji kot tisti, ki delajo kot novinarji že desetletja (od 5 do 31 let dela v novinarstvu). Prav tako je raznolika njihova izobrazba. 3 imajo srednješolsko izobrazbo, 4 so diplomirani novinarji (bolonjska stopnja), 4 imajo 7. stopnjo izobrazbe iz novinarske smeri, 4 pa so diplomanti nenovinarske smeri. Intervjuvanci imajo različne zaposlitvene statuse. 8 novinarjev, ki so bili vključeni v raziskavo, je zaposlenih za nedoločen čas, ena za nedoločen čas prek agencije Adecco, ostali delajo prek avtorske pogodbe, s. p.-ja ali pa so samostojni novinarji. Večina novinarjev je želela ostati anonimna, tako so tudi lažje povedali več, kot bi sicer, zato nihče od intervjuvancev v magistrski nalogi ni zabeležen z imenom in priimkom. Intervjuji so bili opravljeni v maju in juniju 2016.

Tabela 4.1: Osnovni podatki o intervjuvancih

	Spol	Starost	Oblika zaposlitve	Izobrazba	Število let dela	Delovno mesto / redakcija
Delo A	Ž	37 let	Honorarno	Uni. dipl. novinarka	12 let	Panorama, Kult, Nedelo, Zeleno delo

Delo B	Ž	29 let	Prek agencije Adecco	Diplomirana novinarka (bolonjska)	9 let	Šport, Nedelo, Kult
Delo C	M	55 let	Redno zaposlen	Srednješolska	24 let	Kultura
Splet Delo A	Ž	26 let	Zaposlena prek s. p. -ja	Gimn. Maturant	5 let	Notranja politika in gospodarstvo
Splet Delo B	Ž	30 let	Samostojna novinarka	Dipl. novinarka (bolonjska)	7 let	Zunanja politika in web specialist
Splet Delo C	Ž	29 let	Samostojna novinarka	Dipl. novinarka (bolonjska)	9 let	Web specialist in zunanja politika
Radio A	Ž	26 let	Avtorska pogodba	Magistrica novinarskih študij	6 let	Otroški program
Radio B	Ž	44 let	Redno zaposlena	Un. dipl. novinarka	24 let	Notranja politika
Radio C	M	57 let	Redno zaposlen	Visoka izobrazba	20 let	Šport
Televizija Slovenija A (TV SLO A)	M	58 let	Redno zaposlen	Visokošolska izobrazba (politologija)	31 let	Gospodarstvo, notranja politika
Televizija Slovenija B (TV SLO B)	Ž	37 let	Samostojna novinarka	Srednješolska	17 let	Zunanja politika
Televizija Slovenija C (TV SLO C)	M	30 let	Redno zaposlen	Prva bolonjska stopnja	9 let	Poročevalec, infrastruktura, »deklica za vse«
MMC RTVSLO A	M	32 let	Redno zaposlen	Sedma stopnja (kadrovski menedžment)	8 let	Notranja politika, gospodarstvo, okolje, znanost

MMC RTVSLO B	M	35 let	Redno zaposlen	Inženir matematike, dipl. psiholog	16 let	Šport
MMC RTVSLO C	Ž	34 let	Redno zaposlena	Diplomirana novinarka	9 let	Zunanja politika, rubrika Lepota bivanja

Odgovori intervjuvancev v besedilu so knjiženi. Zaradi množstva definicij novinarstva in novinarjev ter zaradi lažje obdelave podatkov, sem morala tudi sama za izhodišče vzeti ozko definicijo novinarja. V raziskavo bom tako zajela samo tiste novinarje, ki delajo v množičnih medijih in ki svoje delo posvečajo ustvarjanju novinarskih besedil (časopisnih, radijskih, televizijskih in spletnih).

Naslednje poglavje je namenjeno analizi rezultatov. Najprej se posvečam analizi dokumentov, saj v teh iščem artikulacije novinarskih vrednot in ideologije. Gledam jih skozi prizmo Deuzove (2005) teorije o petih idealno-tipskih novinarskih vrednotah. Zanimalo me je, kakšen je koncept vrednot v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij.

5 REZULTATI

Teoretični del raziskave je bil vodilo pri analizi relevantnih novinarskih dokumentov in poglobljenih intervjujev, ki so bili opravljeni z novinarji. Rezultati analize, ki so navedeni v naslednjih podpoglavjih, dajejo odgovore na postavljeni raziskovalni vprašanji, torej kako se vrednote in ideologija novinarstva artikulirajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij ter kako se novinarska samopodoba – z interpersonalnega in intrapersonalnega vidika – izraža v naracijah novinarjev tradicionalnih medijskih institucij. Deuzeva teorija petih idealno-tipskih novinarskih vrednot je bila izhodišče raziskovanja, a sem ugotovila, je treba ob tem kritično razmisliti tudi o posebnostih slovenskega novinarskega prostora in se ne omejevati pri prepoznavanju ne samo teh petih vrednot, ampak tudi morebitnih drugih. Prek odgovorov novinarjev sem poleg tega iskala elemente samopodobe novinarske skupnosti in elemente posameznikove samopodobe.

5.1 ANALIZA SAMOREGULATIVNIH DOKUMENTOV

Ideologija razkriva, kako novinarji dajejo pomen svojemu poročevalskemu delu, ideološke vrednote pa oblikujejo konsenz, kdo je novinar in kaj je pravo novinarstvo (Deuze 2005, 442). Diskurzivno analizo dokumentov začnjam z analizo dokumentov, ki jih oblikujejo in sprejemajo novinarji sami. Barbie Zelizer (1993) meni, da diskurz oblikuje skupne interpretacije vrednot, Jontes (2010,77) opozarja, da koncept interpretativne skupnosti kaže na to, da novinarsko skupnost »združujejo zgodbe in skupna retorika.« Kot je bilo razloženo v orisu metodologije, se diskurzivna analiza nanaša na tekstovno in kontekstualno (van Dijk 2011). V teh dokumentih se torej kažejo vrednote, smernice, načini dela, ki naj bi bili novinarjem skupni. Poglobljeni intervjuji pa bodo razkrili, ali novinarji te dokumente sploh vzamejo za svoje in so jim smernica za novinarsko delovanje. Tu gre za specifično artikulacijo novinarske ideologije. Kodeksi namreč spadajo v domeno novinarske samoregulacije kot prvine novinarske profesionalizacije (Elliott-Boyle v Poler Kovačič 2014, 117). Novinarski etični kodeksi so odraz deontologije, nauka o dolžnostih: »Deontologija je predvsem v Franciji dobila še bolj praktičen in celo aplikativen – uporaben npravstveni pomen: ustvarili so posebne kodekse poklicnih dolžnosti in moralnih norm – posamične 'etike'« (Poler 1997, 44). Deontološka etika (*deon* v grščini pomeni dolžnost) je ena od usmeritev normativne etike, ki se predvsem ukvarja »z zahtevo izpolnjevanja dolžnosti« in pojmom »norma«. Druga usmeritev, teleološka etika (*telos* v grščini pomeni namen, cilj), pa se osredotoča predvsem na kategoriji »dobro« in »vrednota«, ki opredeljujeta smer in cilj človekovega delovanja. Ta dva vidika se povezujeta (Sruk 1986, 318). »Kako novinar uresničuje svojo odgovornost? Tako, da spoštuje dolžnosti, ki jih ima do sebe in do drugih. Novinarska etika odgovornosti je etika dolžnosti« (Poler 1997, 107).

5.1.1 SLUŽENJE JAVNOSTI

Prva izmed idealnotipskih vrednot novinarske ideologije je služenje javnosti. V Kodeksu novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010) ta vrednota ni neposredno izražena, je pa iz kodeksa razbrati, da je pravica javnosti, da ve, postavljena v ospredje. V Preambuli je tako v prvem stavku navedeno: »Izhajajoč iz svobode izražanja in pravice do informacij javnega značaja kot temeljnih človekovih pravic in svoboščin, ki jih zagotavljajo ustava in mednarodni dokumenti s področja varstva človekovih pravic, ter iz načel Münchenske deklaracije, novinarji Slovenije, združeni v Društvu novinarjev

Slovenije in Sindikatu novinarjev Slovenije, sprejemamo ta kodeks.« V tem kodeksu je izpostavljena besedna zveza javni interes in ni izrecno izpostavljena vrednota služenja javnosti. 8., 12., 13. in 14. člen izpostavljajo javni interes (v povezavi z anonimnim virom informacij oziroma, če informacij novinar »ne more pridobiti drugače kot na nedovoljen način«). V Kodeksu novinarjev Slovenije je javni interes omenjan v členih, ki prepovedujejo nepošteno zbiranje informacij. Primer je 14. člen Kodeksa: »Izjemoma sme novinar snemati, fotografirati brez privolitve, kadar utemeljeno meni, da bo na ta način razkril informacije, ki so v interesu javnosti. Razloge za svojo odločitev mora pojasniti v prispevku.« Iz tega izhaja, da je javni interes (služenje javnosti) za novinarje pomembna vrednota, saj legitimira novinarjevo delovanje.

Tudi v Preambuli Münchenske deklaracije o dolžnostih in pravicah novinarjev (1971) je koncept služenja javnosti izražen s pravico javnosti, da je seznanjena z informacijami:

Pravica do informacije, svobode izražanja in kritike je ena od temeljnih človekovih pravic. Iz te pravice javnosti, da je seznanjena z dejstvi in mnenji, izhaja tudi celota obveznosti in pravic novinarja. Odgovornost novinarja do javnosti je nad katero koli drugo odgovornostjo, zlasti nad odgovornostjo do delodajalca ali oblasti. Poslanstvo informiranja pa vendar vsebuje določene omejitve, ki si jih novinarji nalagajo po svoji svobodni volji. To je vsebina dela deklaracije, ki govori o dolžnostih. Te dolžnosti pa je v novinarski praksi mogoče popolnoma spoštovati le, če so dani tudi oprijemljivi pogoji za neodvisnost in za profesionalno dostojanstvo. To je vsebina dela deklaracije, ki govori o pravicah.

Najpomembnejša je odgovornost novinarja do javnosti, a v tem mednarodnem dokumentu je jasno nakazano, da so pravice omejene tudi z dolžnostmi novinarja. Je pa vrednota služenja javnosti hkrati povezana z avtonomijo novinarja, saj: »Novinarji zahtevajo pravico svobodnega pristopa do vseh virov informacij in pravico, da svobodno raziskujejo vse dogodke, ki pogojujejo javno življenje. Proglašanje kakšne informacije o javnih ali zasebnih zadevah za tajnost je lahko izjema, katere motivi morajo biti jasno obrazloženi« (Münchenska deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev 1971).

Združenje novinarjev in publicistov je za svoj kodeks prevzelo etični kodeks Code of Ethics (Society of Professional Journalists 1996) ameriškega Združenja poklicnih novinarjev. Tako je v Kodeksu Združenja poklicnih novinarjev (1999) v preambuli izražena

vrednota služenja javnosti kot najpomembnejša. Izpostavljena je kot glavna naloga novinarja, na kateri temelji demokracija: »Člani Združenja poklicnih novinarjev verjamejo, da je obveščенost javnosti predhodnica pravice in osnova demokracije. Naloga novinarjev je, da podpirajo ta dva cilja tako, da iščejo resnico in podajajo pošteno in celotno sliko dogodkov in zadev. Vestni novinarji vseh vrst medijev in področij streme za tem, da služijo javnosti z natančnostjo in poštenostjo.« V tem odstavku lahko prepoznamo več idealno-tipskih vrednot, tudi objektivnost, ki je tu koncipirana prek diskurza iskanja resnice in poštenosti pri poročanju. Ta kodeks dopolnjuje Pravilnik Častnega razsodišča ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 2011), na podlagi katerega presojuje o delu svojih članov. Že v Izhodišču se opredelijo do večine glavnih novinarskih vrednot: »Združenje novinarjev in publicistov (ZNP) deluje v prepričanju, da je medijska svoboda nujna in ključna sestavina demokratično organizirane družbe, ki izhaja iz pravice javnosti, da je resnično obveščena. ZNP zato medijsko svobodo neločljivo povezuje z odgovornostjo in spoštovanjem pravil profesionalnega novinarstva, ki je nezdržljivo z zlorabami medijskega poročanja za katere koli namene, ki niso v interesu objektivnega obveščanja javnosti.« Tu je služenje javnosti za avtonomijo (svobodo) in tudi koncipirano prek pravice javnosti do obveščенosti. Besedna zveza »resnično obveščena« pa izraža objektivnost. Resnica je ideološko močnejša beseda kot objektivnost, ki pa je omenjena v zadnjem stavku, ki jo poveže z izpostavljanjem služenja javnosti. Povezovanje podobnih vrednot v istih delih pravilnika se nadaljuje tudi naprej: »Član ZNP je zavezan resnicoljubnosti, pravičnosti in humanosti. Dolžan je braniti svobodo in pravico do neoviranega zbiranja in sporočanja informacij, za katere presodi, da so pomembne za javnost.«

5.1.2 OBJEKTIVNOST

Objektivnost je v kodeksih izrecno redko omenjena. V Kodeksu novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010) je ni. Izogibanje besedi objektivnost potrjuje Deuzevo (2005, 448) tezo, da novinarji to zamenjujejo z drugimi sopomenkami (recimo pravičnost, nepristranskost), da bi s tem še vedno legitimirali svoje delo. A v tem kodeksu ni niti teh. Ta koncept je posredno izražen z napotki, kako naj novinar zbira in predstavlja informacije. V drugem členu je navedeno, da se »novinar mora izogibati nekorektnemu, osebno žaljivemu predstavljanju informacij in dejstev.« V 3. členu je zapisano: »Novinar mora pri objavljanju informacij, ki vsebujejo hude obtožbe, pridobiti odziv tistih, ki jih te informacije zadevajo, praviloma v istem prispevku, sicer pa takoj, ko je mogoče. Enako mora storiti tudi, ko povzema hude obtožbe iz drugih medijev ali arhivov. Če novinar

odziva ni mogel pridobiti, mora to javnosti pojasniti.« V 4. členu je podobno: »Novinar ne sme zamolčati informacij, ključnih za razumevanje obravnavane teme.« V kodeksu se tako izrazi deontološka etika, saj posameznik prepozna dolžnost, da je pošten glede dejstev. Od petega do sedmega člena lahko prepoznamo transparentnost, ki preseka javni interes in objektivnost. »Ko novinar objavlja nepotrjene informacije, govornice ali ugibanja, mora na to opozoriti.«

Tudi v Münchenski deklaraciji (1971) ni izrecno zapisana objektivnost. Opisane pa so dolžnosti novinarja, ki mora biti med drugim resnicoljuben (»da spoštuje resnico in pravico občinstva, da jo izve, ne glede na to, kakšne bi bile možne posledice zanj osebno« in da »objavlja samo informacije, katerih vir pozna, da ne prikriva bistvenih informacij ter da ne spreminja vsebine besedil in dokumentov«) in pošten (»da se ne poslužuje nepoštenih metod za to, da bi prišel do informacij, fotografij ali dokumentov«).

Čeprav se novinarji v diskurzu velikokrat izogibajo besedi resnica, se pojavi v Kodeksu Združenja poklicnih novinarjev (Združenje novinarjev in publicistov 1999), in sicer poleg poštenosti, ki je tudi redko v kodeksih, in spada pod sklop vrednot, ki jih združuje objektivnost. V prvem delu z naslovom Iskanje resnice in poročanje o njej, je tako navedeno, da morajo biti novinarji »pošteni, pravični in pogumni pri zbiranju, poročanju in interpretaciji informacij.«

V Pravilniku Častnega razsodišča ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 2011) je v Izhodišču objektivno obveščanje javnosti ključno za novinarsko delo. V drugi točki to še dodatno utrjujejo s sopomenkami: »Objave v medijih morajo biti natančne, poštene in celovite. Objave ne smejo namerno zavajati ali dezinformirati bralcev, gledalcev in poslušalcev (v nadaljevanju uporabnikov) niti s prikrivanjem dejstev niti s pretiravanjem.« Podobno je v 4. točki, kjer je v koncept dodana še beseda uravnoteženost, ki v zadnjem času v novinarskem diskurzu nadomešča objektivnost: »Ko so poglavitni predmet poročanja ali komentarja posamezniki ali skupine z različnimi nazorskimi ali drugimi izhodišči, mora medij zagotoviti poštenost in uravnoteženost poročanja oziroma možnost za celovit odgovor na primerne mestu.«

5.1.3 AVTONOMIJA

Poleg preambule je v Münchenski deklaraciji (1971) avtonomija novinarstva v dveh delih dokumenta koncipirana prek zavračanja pritiskov, »da zavrača vse pritiske in da navodila sprejema samo od za to pristojnih oseb v uredništvu«. Podoben stavek je v drugem delu deklaracije: »Novinarja se ne sme siliti v delovanje ali v izražanje mnenja, ki bi bilo

nasprotno njegovi vesti in prepričanju.« Podobno je avtonomija koncipirana v Kodeksu novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010), v 28. členu: »Novinar ima pravico zavrniti delo, ki je v nasprotju s tem kodeksom ali z njegovim profesionalnim prepričanjem.« V delu z naslovom Konflikti interesov je avtonomija koncipirana prek prepovedovanja dela, če pride do konflikta. Tako recimo 26. člen: »Da bi se novinar izognil dejanskim ali navideznim konfliktom interesov, se mora odreči darilom, uslugam, nagradam in drugim ugodnostim. Izogniti se mora delu zunaj novinarskega poklica, ki zmanjšuje njegovo verodostojnost ali verodostojnost novinarske skupnosti.«

V Kodeksu Združenja poklicnih novinarjev (Združenje novinarjev in publicistov 1999) je tretji del naslovljen Neodvisno delo. Spodaj je stavek »Edini interes novinarjev mora biti pravica javnosti do obveščенosti«, a v nadaljevanju je besedilo namenjeno izogibanju konflikta interesov, kar pomeni, da neodvisnost razumejo predvsem prek tega koncepta. V Pravilniku Častnega rabsodišča ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 2011) je poleg že omenjenega navedka v Izhodišču (»svoboda nujna in ključna sestavina demokratično organizirane družbe«) svoboda, ki je sopomenka avtonomije, tudi v 1. točki: »Dolžan je braniti svobodo in pravico do neoviranega zbiranja in sporočanja informacij, za katere presodi, da so pomembne za javnost.« Tu gre ponovno za povezavo med novinarskimi vrednotami. Novinarska avtonomija omogoča učinkovito služenje javnosti.

5.1.4 TAKOJŠNJOST

Takojšnjost je idealnotipska vrednota, ki v kodeksih ni omenjena. Je pa del dokumentov medijskih institucij, ki so analizirani v naslednjem poglavju in, kot razkrivajo intervjuji z novinarji, del vsakodnevnega novinarskega vsakdanjika.

5.1.5 ETIČNOST

Etičnost je tista idealnotipska vrednota, ki prežema kodekse v celoti. Tako kodeksi predstavljajo vrednoto etičnosti, tudi če ni izrecno omenjena. Zato se v tem podpoglavju posvečam artikulacijam pravice do zasebnosti, pazljivosti pri poročanju o mladoletnih, izogibanju stereotipov, dolžnostim ob poročanju o nasilju itd. V Kodeksu novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010) so tako v poglavju Splošne etične norme (členih od 17. do 23.) jasno navedene dolžnosti novinarja. Novinar se je tako dolžan spoštovati »pravico posameznika do zasebnosti in se izogiba senzacionalističnemu in neupravičenemu razkrivanju njegove zasebnosti v javnosti. Poseg v posameznikovo

zasebnost je upravičen le, če javni interes pretehta nad spoštovanjem njegove zasebnosti.« V teh členih se spremeni diskurz, saj se izpostavi glagol morati, recimo v 18. členu: »Novinar mora biti pazljiv pri omembi imen in objavi fotografij in posnetkov storilcev, žrtev in njihovih svojcev v poročilih o nesrečah in predkazenskih postopkih«. Najbolj izrecen je 21. člen, ki ne dopušča tehtanja: »Spodbujanje k nasilju, širjenje sovraštva in nestrpnosti ter druge oblike sovražnega govora so nedopustni. Novinar jih ne sme dopustiti, če pa to ni mogoče, se mora nanje nemudoma odzvati oziroma jih obsoditi.«

V 20. členu Kodeksa novinarjev Slovenije je zapisano, da se mora »izogibati narodnostnim, rasnim, spolnim, starostnim, verskim, geografskim in drugim stereotipom ter podrobnostim, ki so povezane s spolnimi nagnjenji, invalidnostjo, fizičnim videzom, socialnim položajem ali drugimi osebnimi okoliščinami posameznikov in skupin.« Pravidnik Častnega razsodišča ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 2011) se tega vprašanja loti malo drugače: »Pri poročanju naj se po nepotrebem ne poudarja rase, religije, nacionalnosti, barve kože, izvorne države, spola, spolne usmerjenosti, bolezni, starosti ali invalidnosti posameznikov ali skupin. Ko pa to prispeva k celovitejši informaciji ali komentarju, ki je v javnem interesu, lahko mediji poročajo in izražajo mnenja tudi o tem.« V tem dokumentu je tako javni interes postavljen nad stereotipiziranje posameznikov, ga opravičuje, saj je tu dana možnost, da novinar to utemeljuje z javnim interesom.

V Münchenski deklaraciji (1971) je pravica do zasebnosti omenjena na kratko: »Da spoštuje zasebno življenje oseb.« V Kodeksu ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 1999) je v drugem delu, z naslovom Minimiziranje škode, poudarek na etičnosti poročanja (čeprav ta beseda razen v naslovu v kodeksu ni omenjena). »Moralni novinarji obravnavajo vire, subjekte in kolege kot človeška bitja, ki so vredna spoštovanja.« Tako je v kodeksu med drugim zapisano, da mora novinar: »Pokazati sočutje s tistimi, ki jih lahko prizadene neugodno medijsko poročanje. Posebno rahločuten mora biti z otroci in neizkušenimi viri informacij in osebami, o katerih poroča.« Etičnost mora novinar izkazati tudi pri vprašanju varovanja in vdora v zasebnost: »Samo izjemna javna potreba lahko opraviči vdor v zasebnost neke osebe.« Diskurz je v obeh kodeksih glede teh vprašanj podoben: »Novinar mora biti pazljiv,« je zapisano v 18. členu Kodeksa novinarjev Slovenije (Društvo novinarjev Slovenije 2010), poleg tega pa tudi »pokazati sočutje«. Tudi tu je iz diskurza razvidno, da mora v določenih situacijah novinar pretehtati med pravico do zasebnosti in javnim interesom. Zelo podobno je to vprašanje artikulirano v Pravidniku Častnega razsodišča ZNP (Združenje novinarjev in publicistov 2011): »Novice in komentarji naj

bodo iskreni in pošteni s spoštovanjem zasebnosti posameznika. Vendar pravice do zasebnosti ni mogoče interpretirati kot norme, ki bi lahko preprečila objavo zadev, ki so zelo pomembne za javni interes.«

5.2 ANALIZA DOKUMENTOV RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA IN DELA

Kodeks Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija (Radiotelevizija Slovenija 2000) je daljši in zato veliko bolj podroben. Tu so smernice, dolžnosti in pravice novinarjev široko opredeljene. Ima kar 22 delov, ki so še dodatno razdeljeni v podčlene. Leta 2000 ga je sprejel Svet RTV Slovenija. Pri tem je potrebno opozoriti, da je v programskem svetu RTV Slovenija 29 svetnikov. Trije so predstavniki zaposlenih, od tega je eden iz informativne dejavnosti (torej novinar). V nadzornem svetu RTV Slovenija pa sta od 11 članov dva predstavnika zaposlenih (Zakon o Radioteleviziji Slovenija 2005).

V tem dokumentu je za ključno (v delu dokumenta z naslovom Poklicna merila) vrednoto opredeljena nepristranskost: »Nepristranskost je temeljna vrednota v vseh programih RTV Slovenija, ki ji je kot javnemu zavodu zaupano poslanstvo objektivnega obveščanja javnosti. Sporočilo ne sme zavajati poslušalcev in gledalcev.« Nepristranskost je povezana z objektivnostjo (deloma se ta dva pojma tudi prekrivata), ki je artikulirana kot *poslanstvo* pri obveščanju javnosti. Poleg tega so posebej opredeljene še natančnost, preverjanje dejstev, verodostojnost, odgovornost, javnost dela in pravičnost, ki vse tvorijo ideološki krog objektivnosti. Vrednota služenja javnosti je tu artikulirana posredno. V drugem delu dokumenta pa je poudarjen pomen uravnoteženosti za RTV Slovenija. Zanimivo, da uporabijo besedo uravnoteženost in ne objektivnost, ki je pogostejša v novinarskem diskurzu. Čeprav se pomensko besedi ne pokrivata v celoti. Uravnotežen naj bi tako bil že razpon tem in obseg mnenj (»Da bi dosegla uravnoteženost in nepristranskost, mora RTV Slovenija zagotoviti najširši možen obseg izražanja različnih stališč in mnenj.«), zelo podoben je naslednji člen, ki zahteva uravnoteženost sporočanja (v posamezni oddaji, nizu oddaj, dnevnoinformativnih programih, dokumentarno-igranih programih). Iz dokumenta ni natančno jasno, zakaj so ti deli ločeni, saj so razlage v posameznih podčlenih zelo podobne.

V razlagah in napotkih za delo veliko zgoraj navedenih vrednot pomešanih. V različnih členih so namreč navedene vrednote, ki spadajo k drugim členom ali pa se razlage pojavljajo večkrat. Tako je npr. v členu 1.4 Verodostojnost poleg ostalega zapisano:

»Novinarji in drugi ustvarjalci radijskih in televizijskih programov RTV Slovenija morajo biti pri svojem delu neodvisni in ohranjati avtonomijo novinarskega poklica in drugih poklicev, ki bistveno prispevajo k vsebini in podobi radijskih in televizijskih programov.« Ta del opredeljuje novinarsko avtonomijo, ki pa ji je posebej namenjen člen 1.7. Vrednota avtonomije novinarja v 14. delu dokumenta z naslovom Posegi v program: »Če so bile zahteve po umiku gradiva iz programa postavljene potem, ko je bilo to prostovoljno posneto, morajo uredniki presoditi, ali dogovor, ki je bil sklenjen med snemanjem, to dovoljuje ali ne. Če je načrtovana uporaba gradiva v skladu s tem dogovorom in ne obstajajo nobeni drugi tehtni zadržki, zahtevi po umiku gradiva iz programa ni mogoče ugoditi.« Poleg tega, da je pomen avtonomije natančno opredeljen (kar kaže na pomembnost le-te), se v kodeksu opredelijo tudi do pritiskov. »RTV Slovenija *ne sme dopustiti*, da bi bili njeni novinarji izpostavljeni pritisku enega ali več sodelujočih. S popuščanjem pritiskom bi bili ogroženi nepristranskost in uravnoteženost oddaj.« Zanimiv je tudi del, ki govori o cenzuri, saj se pojavi rahla sprememba v diskurzu: »Uredniki in novinarji RTV Slovenija zato *ne bodo podlegali* nikakršnim posrednim ali neposrednim pritiskom, naj cenzurirajo svoje prispevke in oddaje. Novinarji RTV Slovenija se prav tako *ne bodo zatekali* k raznim oblikam konformistične samocenzure, saj je konformizem tuj neodvisnemu in avtonomnemu novinarstvu« (poudarila avtorica, op. a.).

V delu Merila za pripravo in izvedbo programa je v točki 5. 2. 1. opredeljen odnos do spoštovanja zasebnosti posameznika: »Novinarji se lahko znajdejo v položaju, da posegajo v posameznikovo zasebnost. To je upravičeno, ko posameznik krši zakon in njegovo nezakonito početje zadeva tudi njegovo javno življenje ali pa postane predmet upravičenega zanimanja javnosti.« Tudi tu javni interes v določenih primerih prevlada. V tem delu so tudi napotki o nerazkrivanju identitete osumljenih in žrtev kaznivih dejanj. Navodilo je, da se novinarji izogibajo senzacionalizmu, so previdni pri uporabi slikovnega gradiva itd. V 12. delu je zapisano: »Ko obstajajo predsodki in pomanjkljivosti, je treba o njih poročati in jih predstaviti v programih. Vendar pa jih ne smemo gojiti in podžigati.« Predsodkom naj se torej ne bi izogibali, prav tako je v tem primeru nenavadna, publicistična raba besed gojenje in podžiganje.

V členu 10.7 z naslovom Prekinjanje programa je zapisano: »O izrednih dogodkih RTV Slovenija takoj obvesti javnost, ne da bi čakala na prvo informativno oddajo.« Gre za vrednoto takojšnjosti (ažurnosti), ki običajno v dokumentih ni zapisana, je pa del idealnotipskih vrednot, ki jih raziskovalci prepoznavajo kot ključne v novinarstvu (glej npr. Deuze 2005).

Programski svet RTV Slovenija je leta 2006 sprejel še dodatni dokument – Programske standarde (Radiotelevizija Slovenija: Programski svet RTV Slovenija 2006). V tem dokumentu se prav tako kažejo novinarske vrednote. Bolj natančno kot v Poklicnih merilih in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija je opredeljeno, kako RTV Slovenija deluje v interesu javnosti, med drugim: »je zavezan poklicnim in drugim etičnim standardom in v skladu z njimi posreduje neodvisne, zanesljive, nepristranske, profesionalno pripravljene informacije; v programih zagotavlja raznolikost mnenj in stališč, spoštuje različnost, politična in verska prepričanja ljudi in prispeva k strpnosti, posreduje vrednote, ki pomagajo – ob spoštovanju razlik – ustvarjati soglasje o temeljnih vprašanjih slovenske družbe s poudarjanjem solidarnosti med ljudmi.« V tem odstavku so poskušali zajeti skoraj vse dolžnosti novinarjev. Gredo še dlje, saj naj bi RTV Slovenija vplivala na družbo in ustvarjala v njej soglasje. Dokument je zelo podoben prvemu, saj se koncepti in artikulacija vrednot ter norm ponavljajo. Drugi del je posvečen neodvisnosti, avtonomnosti in profesionalnosti ustvarjalcev, med drugim: »zagotavljajo spoštovanje človekovega dostojanstva ter osebne integritete posameznika in njegove pravice do zasebnosti.« Diskurz tega dokumenta je podoben kot pri prejšnjih. Vrednote so artikulirane kot nekaj, k čemur je RTV Slovenija (oziroma njeni zaposleni) *zavezana*. Našteti so pridevniki, ki naj bi opredeljevali, kakšne naj bi bile informacije (neodvisne, zanesljive, nepristranske, profesionalno pripravljene) namesto novinarske vrednote. Vse to bi lahko združili v klasične novinarske vrednote, zadnji del pa se spet posveča *raznolikosti*, ki se v teorijah novinarske poklicne ideologije ne pojavlja. Tu se pojavlja vprašanje, komu so ti dokumenti pravzaprav namenjeni? Novinarjem javnega zavoda, po katerih bi se ravnali ali pa javnosti, da RTV Slovenija preko dokumentov predstavi v dobri luči. Delno dobimo odgovor v tem delu dokumenta: »Vodilni delavci RTV in uredniki so dolžni ob neupoštevanju programskih standardov, kar predstavlja težko kršitev delovnih obveznosti, ukrepati v skladu z zakonodajo, ki ureja delovne odnose. Spoštovanje programskih standardov mora biti tudi obvezno določilo vsake individualne pogodbe, ki jo sklene RTV Slovenija« (Radiotelevizija Slovenija: Programski svet RTV Slovenija 2006).

Javno objavljenega kodeksa časopisna hiša Delo nima. Tudi novinarji trdijo, da posebnih dokumentov s smernicami o novinarskem delu v tej medijski organizaciji ni: »Glede lektorskih zadev imamo interne napotke. V pogodbi so konkretno stvari iz Zakona o medijih, tam niso nobene specifične zahteve za delo. Da bi vedela za kakšen poseben Delov dokument? Jaz v vseh teh letih svojega dela nisem na nič takega naletela« (Delo A).

Osnovne smernice časopisa so nakazane v predstavitvenem sporočilu z naslovom Poslanstvo in vizija (Delo.si 2013b), kjer je zapisano tudi: »Naše temeljno poslanstvo je javnosti posredovati čim širši spekter medijskih vsebin. Namen torej ni njihova homogenizacija, ampak prilagajanje različnim sociokulturnim skupinam ter zadovoljevanje najrazličnejših interesov medijskih potrošnikov.« To besedilo ima obliko sporočila za javnost in je namenjeno pozitivni predstavitvi podjetja v javnosti in ne novinarjem. Diskurz, ki omenja vseobsegajoče vključevanje različnih vsebin, je izrazito piarovski. K čemu stremi Delo kot medijska organizacija, je navedeno na strani z naslovom Kdo smo (Delo.si 2013a): »Že več kot 55 let smo vodilno in najvplivnejše podjetje na slovenskem medijskem trgu ter pomemben oblikovalec javnega mnenja. Slovenskim bralcem vsak dan posredujemo kakovostne in ažurne informacije, spodbujamo bralno kulturo in ozaveščenost prebivalstva ter med prvimi odpiramo pomembne družbene teme.« Tudi to besedilo je podobno sporočilom za javnost. Po teh besedilih, ki jih ne smemo jemati za prave novinarske dokumente, naj bi povzeli, da se posvečajo raznolikosti medijskih vsebin, ki sicer ni klasična novinarska vrednota. Veliko bolj poveden je drugi odstavek: »S tem odgovorno prispevamo k demokratizaciji slovenske družbe in njenemu usposabljanju za kakovosten in ozaveščen razvoj v širšem okolju« (Delo.si 2013a). Zanimiva je beseda vpliv, ki nakazuje na to, da so novinarji akterji, da lahko vplivajo na družbeno dogajanje. Kar je še korak dlje od ideološkega psa čuvaja. Ne samo nadzor, ampak celo vpliv. Ponovno je tu beseda kakovost (informacij). Zdi se, da tudi ta beseda zamenjuje besedo objektivnost, ki se ji v dokumentih izogibajo, tudi če je del novinarske ideologije, a zaradi kritike do tega koncepta ostane izven novinarskih dokumentov. Izpostavljena je tudi vrednota ažurnosti (hitrosti). Zadnji stavek spet izpostavlja koncept novinarja kot branilca demokracije, kot nekoga, ki dela v korist bralca in družbe, ki mu je torej glavni cilj javni interes. Tudi v dokumentih Dela je torej ideologija novinarstva, kot jo razume Deuze (2005), artikulirana posredno. Delo ne izrecno izpostavlja vrednot in norm, ki naj bi veljale za njihove delavce. Predvidevam, tudi po pogovorih z novinarji Dela, da se jim to ob drugih dokumentih, predvsem Kodeksu novinarjev Slovenije, ne zdi potrebno.

5.3 ANALIZA LETNIH POROČIL RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO

Letna poročila RTV Slovenija objavlja vsako leto. Zaradi kompleksnosti javnega zavoda je v teh poročilih več prostora namenjenim drugim vidikom institucije (finančnim, organizacijskim, gledanosti/poslušanosti/branosti) kot pa novinarskemu vidiku. Poročila so

sestavljena iz poročil posameznih oddelkov oziroma uredništev RTV Slovenija oziroma njihovih predstavnikov in so si kljub različnim letom zelo podobna. Kljub temu pa lahko v njih prepoznamo novinarske vrednote. Naj ob tem še opozorim, da sem se pri analizi osredotočila na Radio Slovenija, Televizijo Slovenija in na MMC in izpustila druge enote (recimo Televizijo Maribor ali Radio Si).

Izpostavlja se predvsem kakovost in raznovrstnost, recimo s takimi stavki: »Radio Slovenija za svojih osem radijskih programov, vključno z regionalnimi, pripravlja raznovrstne, relevantne, predvsem pa kakovostne in verodostojne vsebine« (RTV Slovenija 2013, 11). »Ne glede na finančne težave smo vztrajali pri kakovosti, raznovrstnosti vsebin in žanrov /.../. Ohranili smo informativno razsežnost in temeljno funkcijo naših programov (tu gre za Radio Slovenija, op. a.) (RTV Slovenija 2014, 19). Kakovost je artikulirana kot cilj h kateremu naj bi stremeli. Poleg tega je to beseda, pri kateri je ocena, kaj je kakovostno, subjektivna. Katera so merila kakovosti dela, oddaj ali programa v teh dokumentih ni natančno opredeljeno. Zdi se, da se tudi v teh poročilih izogibajo besedi objektivnost in jo zamenjujejo z verodostojnost. Razen v tistih delih, kjer predstavljajo svoje delo uredništva: »Poročila in informativne oddaje odlikujejo ažurnost in natančnost, predvsem pa objektivnost. V UDIO učinkovito zasledujejo cilje, kot so hitrost poročanja, jasnost sporočil in izražanja, pestra zastopanost različnih vsebin, tako političnih, gospodarskih, kulturnih, športnih, skrb za visoko raven govorne in jezikovne kulture.« (RTV Slovenija 2014, 31). Povedno je tudi, da so besede namenjene novinarskemu delu v veliki večini primerov na koncu sklopov besedil.

V Letnem poročilu za leto 2016 prav veliko sprememb glede ocen novinarskega dela ni. Tako so predstavniki UPE Uredništvo Prvega – Informativnega programa zapisali: »Delo naših programskih ustvarjalcev odlikujejo hitrost, natančnost, aktualnost in spoštovanje novinarskih standardov« (Radiotelevizija Slovenija 2017, 34). Beseda »odlikuje« nakazuje, da menijo, da so v tem dobri. V poročilih je sicer zapisano, o čem so novinarji poročali in katerim večjim projektom so se uredništva posvečala. Zapisi o novinarskem delu so skopi. Tako predstavniki radia zapišejo: »Na Prvem smo sledili temeljnemu programskemu cilju, ki je realizacija informativno-svetovalnoizobraževalnega programa, priprava raznovrstnih kakovostnih in ažurnih novinarskih vsebin s posebnim poudarkom na socialno-družbenih temah« (Radiotelevizija Slovenija 2015, 24).

V delu, ki se posveča Multimedijškemu centru, so za razliko od drugih postavljajo v ospredje poglobljenost poročanja (»Priprava poglobljenih zgodb različnih tematik«) in sodelovanje z drugimi uredništvi tako radia kot televizije (Radiotelevizija Slovenija 2017).

Podobno tudi v Letnem poročilu 2015 (Radiotelevizija Slovenija 2016, 77): »Multimedijski center je tudi leta 2015 skrbel za dnevno informiranje uporabnikov /.../ Dnevne vsebine nadgrajujemo s poglobljenimi vsebinami s pomembnejših področij doma in po svetu.« Artikulacije vrednot imajo v letnih poročilih skupne točke (cilji so kakovost, ažurnost, nepristranskost), a manjša odstopanja med uredništvi, predvsem kaj postavljajo na prvo mesto oziroma kaj poudarijo, obstajajo in kažejo na to, da so kljub skupnim dokumentom v uredništvih razlike glede percepcije novinarskega dela.

Letna poročila Dela so dostopna preko portala AJPES. V analizi sem se osredotočila na dele poročil, ki se nanašajo na časopis Delo in spletno stran Delo.si. V poročilih je malo prostora namenjenega novinarskemu delu (v ospredju je organizacijski in finančni vidik podjetja). V Letnem poročilu 2012 (Delo, d. d. 2013, 5) je v poglavju Nagovor uprave, zapisano: »Poslanstvo družbe Delo je priprava preverjenih in kakovostnih vsebin, ki so namenjene informiranju in zabavi.« V poglavju Predstavitve skupine Delo in lastništvo so orisani cilji medijske institucije: »Delovi mediji so najpomembnejši oblikovalec javnega mnenja v državi« in še »Po svojih edicijah bralcem vsak dan posredujemo kakovostne in sprotne informacije, spodbujamo bralno kulturo in ozaveščenost prebivalstva. Delo tako odgovorno opravlja svoje temeljno poslanstvo in ljudem omogoča lažje razumevanje sveta, saj s svojo vsebino sporoča, razlaga, izobražuje, sooča stališča in razvija dialog, hkrati pa zagotavlja sprostitev in razvedrilo« (Delo, d. d. 2013, 9). Ista citata sta navedena tudi v Letnem poročilu 2013 (Delo, d. d. 2014, 10), Letnem poročilu 2014 (Delo, d. d. 2015, 8), Letnem poročilu 2015 (Delo, d. o. o. 2016, 10) in Letnem poročilu 2016 (Delo, d. o. o. 2017, 8). V teh dveh citatih je posredno izražena vrednota služenja javnosti. Celo do te mere, da se mediji, ki spadajo pod okrilje družbe Delo, izpostavljajo kot najpomembnejši oblikovalci javnega mnenja. Kar je zanimiva trditev, glede na to, da razen Slovenskih novic, njihove edicije ne dosegajo številke občinstva televizije ali nekaterih drugih spletnih medijev (glej poglavje Metodologija). Izpostavljanje novinarskega dela kot poslanstva potrjuje del novinarske ideologije, da služijo javnosti.

V Letnem poročilu 2013 je v poglavju Odnos do družbenega okolja napisano: »S podajanjem kakovostnih, objektivnih in vsestranskih informacij različnim sociokulturnim skupinam omogočamo bralcem boljše razumevanje sveta in procesov, s tem pa tudi kakovostnejše odločanje in sobivanje. S tem pripomoremo k demokratizaciji slovenske družbe in njenemu usposabljanju za kakovosten in ozaveščen razvoj v širšem okolju.« (Delo, d. d. 2014, 36). Tudi v tem odstavku je izražena vrednota služenja javnosti. Delo

meni, da ima vpliv na bralce in družbo. Kot v dokumentih RTV Slovenija, se tudi v dokumentih Dela ne opredelijo natančno, kaj naj bi bile kakovostne informacije. Je pa v tem odstavku tudi beseda objektivnost, po Deuzeu ena od ključnih vrednot novinarske ideologije. Precej pomena daje Delo ideji o lastni vplivnosti v družbi in medijskem prostoru. Tako je v Letnem poročilu 2014 (Delo, d. d. 2015, 4) zapisano: »Iskali smo dobre ekskluzivne zgodbe, za katere smo raziskali ozadja, in velikokrat prvi objavili novice, ki so jih povzemali tudi drugi mediji. S tem dokazujemo, da smo še vedno vodilna medijska hiša, ki jo povzemajo drugi slovenski mediji. Številne zgodbe, ki smo jih raziskali in zapisali, so v slovenskem prostoru postale odmevne.« Tu se pojavi vrednota takojšnjosti. Pomembno je, da nekaj objavijo pred drugimi mediji, ne toliko, da pride informacija hitro do občinstva.

Najnovejše letno poročilo, Letno poročilo 2016 (Delo, d. o. o 2017, 27), je podobno prejšnjim, kjer novinarskemu delu ni namenjenega veliko prostora. V delu Nagovor uprave (Delo, d. o. o. 2017, 7) izpostavljajo: »Zanesljivi, avtonomni mediji in kvalitetno novinarstvo so osnovno vodilo tudi vnaprej.« Vrednota avtonomije je samo omenjena in to v delu, ki ga napiše uprava družbe. Če je spoštovana, bodo razkrili intervjuji z novinarji. V tem poročilu je je novinarskemu delu delno namenjeno 13. poglavje: »Nove tehnologije, brisanje meja med uredništvi, vitka organizacija ter multidisciplinarno obravnavanje zgodb in družbenih fenomenov so področja, na katera bodo uredniki usmerjali svojo pozornost in si jih prizadevali uresničevati. Vedno z mislijo na naše bralce, ki morajo dobiti kredibilne, poglobljene in kreativne Delove zgodbe.« V letnih poročilih o delu so samo našteje novosti (priloge, podstrani, digitalne aplikacije), a ni podrobneje zapisano, zakaj so se odločili, da bodo te dodatne vsebine ustvarjali.

5.4 ARTIKULACIJA VREDNOT IN IDEOLOGIJE NOVINARJEV RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO

Poleg tega, kako se novinarske vrednote in ideologija artikulirajo v dokumentih, je tudi pomembno, kot trdi Deuze (2005), kako se ta ideologija oblikuje na osebni ravni, torej kako jo opisujejo novinarji sami. Za poklicno ideologijo je namreč ključno, da pripadniki poklica ključne sestavine poklicne ideologije doživljajo kot »tehnične«, »nevtralne« okoliščine poklicnega življenja, pravila in rutine ravnanja pa kot enako »tehnične«, »nevtralne« načine, kako se »pač« dela (Vogrinc 2007, 150–151). Zato me je zanimalo, kako te vrednote dojemajo novinarji. Vprašala sem jih, katere vrednote so zanje

pomembne. Odgovori so bili različni, čeprav so izpostavili podobne. Recimo resnicoljubnost, poštenost, kredibilnost (verodostojnost), uravnoteženost, nepristranskost, profesionalnost, korektnost (»Da si korekten pri navajanju virov, zbiranju informacij« (MMC RTVSLO C)). Te spadajo v kontekst tako vrednote etičnosti kot tudi objektivnosti. Nadalje spoštovanje različnosti, neobsojanje (»Jaz novinarja ne vidim kot nekoga, ki bi obsojal, ampak človeka informiraj in mu dodatno pojasni, zakaj gre« (Radio B)), zaščita sogovornikov, kolegialnost, etičnost, natančnost. Omenijo tudi objektivnost, a vedno s pojasnilom: »Objektivnost, poštenost. Pač objektivnost je seveda neka mistična žival, ampak poskušaj no. Poleg tega pa čim bolj plastično predstaviti zadevo, se pravi dejstva, da temeljiš na številkah, na uradnih podatkih, na nečem zanesljivem, o čemer ni mogoče veliko diskutirati« (MMC RTVSLO A). Ali pa: »Objektivnost mi je v bistvu najbolj važna /... / Žalostno je to, da so v novinarstvu novinarji, ki so zelo na eni strani ali na drugi. Ja, objektivnost mi je najbolj pomembna« (Delo splet A).

Ker so bili ob vprašanju vrednot nezgovorni, me je zanimalo še, kakšne so njihove osebne smernice pri delu: »Da si korekten, predstaviš neko zadevo in da je ta slogovno kolikor toliko zanimiva, da pritegne k branju. Da nisi pristranski, da resnično stanje podajaš ali komentiraš, to se mi zdi bistveno« (Delo C). Tudi tu so novinarji opisovali podobne koncepte, a le z drugimi besedami. Novinarjeve smernice so odvisne tudi od medija. Odgovor novinarke Radio B izraža vrednoti služenja javnosti in objektivnost:

Najbolj me skrbi, da bom kaj zamudila. Druga zadeva je ta, da skušam dobiti čim več izjav. Tretja zadeva pa je dobiti čim več informacij z izjavami. Seveda so to uradne informacije, potem poskušam še neuradne dobiti, da vidim, kaj stoji za temi izjavami. Ker šele potem jih lahko umestiš v nek pameten kontekst. Potem pa poskušam to povedati na način, da ljudje razumejo. Zdi se mi zelo pomembno, da je jasno, kakšno informacijo daš od sebe.

Cilj novinarskega dela je za novinarje predvsem informiranost državljanov (torej ponovno vrednota služenja javnosti): »Cilj je ozaveščena družba. Razmišljujoča družba. Danes se hitro sliši 'ta pa je aktivist'. Zakaj mora biti takoj aktivist, kaj pa če je samo aktiven državljan. Da ljudje razmišljajo tudi o nečem, kar ne vidijo vsak dan. In da hkrati razumejo stvari, ker živimo v povezanem svetu, vse nas mora zanimati« (TV SLO B). »Da dobijo točne informacije. Informiranost in izpostavitve določenih težav, ki se jih potem reši. Če prihaja do nekorektnosti, da to mogoče osvetlimo« (MMC RTVSLO C).

»Poskušam biti čim bolj natančen, nepristranski in jasen. Moj cilj je predvsem predstaviti tematiko, ki jo pokrivam, čim bolj poglobljeno in čim bolj verodostojno« (Radio C). Starejši novinar (TV SLO A) je širše obrazložil:

Cilj mojega novinarskega dela je, da je informacija v interesu javnosti. To mi je osnovno vodilo. Če je stvar, ki jo mora javnost izvedeti, potem je to osnovno vodilo, ker nenazadnje smo mi samo podajalci nekih informacij od vira do končnega porabnika. Jaz sem samo neka vmesna postaja. In zato moram to informacijo čim bolj neposredno prenesti do uporabnika. Brez filtrov, olepšav, seveda s pravo, verodostojno informacijo.

Novinarji Dela so povedali, da posebnih notranjih dokumentov, kodeksov ali smernic nimajo, kaj in kako objavijo je del uredniške politike: »Da bi se mi šli posebno regulativo, to ne. Je pa res, da je s tem povezana uredniška politika. Nek način, po katerem so ene stvari v Delu, ene pa v Slovenskih novicah. Velikokrat je to tudi s Kodeksom povezano« (Delo B).

Novinarji RTV Slovenija pa pravijo, da kljub temu da imajo notranje dokumente javnega zavoda, ti ostajajo v ozadju: »Imamo tudi kodeks na RTV-ju. In so kakšne stvari, ki bi jih bilo treba izboljšati. Mislim, da odraslemu človeku ni treba dajati navodil, kako naj se obnaša. So nam hoteli dati celo v kodeks, kako naj se oblačimo. Drugače pa o kodeksu ne razmišljaš, ker ponotranjiš, razmišljaš o vsebini. Kako čim bolje uporabiti material, ki ga imaš« (TV SLO B). In tako pridemo do mnenja večine izprašanih novinarjev, ki pravijo da kodeks ponotranjijo: »To delam tako, kot delam, zaradi sebe, ne zaradi kodeksa. Menim, da moraš to imeti v sebi« (Radio B). »To je isto kot vozniki izpit,« meni drugi, »morate ga imeti, drugače ne morete na cesto, potem pa na cesti tudi kakšne znak spregledate. Načeloma se tega objektivnega, nepristranskega poročanja, poročanja v interesu javnosti, vse kar je preverjeno. Teh načel novinarskega kodeksa in etike se držimo bolj kot ne vsi novinarji« (TVSLO A). Drugi ta del novinarskega dela opisujejo kot ravnanje »po zdravi pameti«, recimo TV SLO C: »Mislim, da sem kodeks enkrat prebral. Nekje pač seveda veš, poznaš zakon o medijih, poznaš kodeks, to ti je nekako jasno. Ampak mislim, da če se ravnaš po zdravi pameti, saj z leti potem pride, ko moraš kake popravke pisati in imaš neke izkušnje, kjer si *zajebal*. Ampak jaz tega nič ne uporabljam. Jaz delam po zdravi pameti.« Pri svojem delu se redko nanašajo na kodeks: »Sem pa gledala že kodeks, ko je bilo treba z argumentom podkrepiti, zakaj nočem objaviti neke fotografije. Sem rekla 'jaz tega ne bom naredila zaradi tega in tega.' Sem morala to

prejšnjemu uredniku argumentirati« (Delo splet C). Drug novinar izpostavlja resnicoljubnost, se pa ne strinja z uravnoveženostjo (ki je zapisana v Poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija, ne pa v kodeksu): »Ta naša uravnoveženost, to pa mene ne zanima. Jaz zaradi tega, če je nekdo naredil napake, da ga bom uravnovežil, ne bom pri drugem iskal napak. Mogoče je to v športu lažje« (Radio C). Novinarka izpostavlja še en vidik, poleg moralno-etičnega, ki je pomemben. In sicer strah pred posledicami: »Če sem bila kdaj v kakšni zagati, kakšno fotografijo objaviti, potem razpravljamo med sabo. Itak je potem jasno, ne? Saj konec koncev imaš lahko pravne posledice« (MMC RTVSLO C).

Novinarje sem prosila, naj opišejo, kdo je zanje novinar:

Novinarski poklic je v veliki meri to, da se za nek dogodek, ki se zgodi in ga ocenimo, da je zanimiv za širšo javnost, da sem jaz tisto sito, ki izbere vse informacije in jih skozi sito spravi v eno tako obliko, da je njemu (gledalcu op. a.) razumljivo in da on lahko to pogleda in prebere. To je v osnovi gledano tako tehnično. Novinar je po drugi strani tudi nek varuh razmer v neki družbi, za katere smo se pač mi dogovorili, da so in držijo, nekih vrednot. Enkrat sem se z nekom pogovarjal, pa mi je rekel: 'Če vas ne bi bilo, če ne bi poročali, kaj bi pa mi vedeli, kaj se dogaja?' Saj ne morejo vedeti ljudje, hodijo v službe, imajo druge zadeve in zvečer pogledajo informativno oddajo ali pa gredo na internet. Mi smo tisti, ki jim povemo, kaj se dogaja (TV SLO C).

Novinar v tem primeru opisuje idealiziran koncept novinarstva, ki služi javnosti. Radijski novinar (Radio C) meni, da je dobro da: »zelo pozna svoje področje in ki mu ni za malo, da tudi če ima prakso, da gre vedno na novo stvari prebrati, preštudirati, pogledati. Da je kompetenten. In da zna to šarmantno napisati. Prodati naprej te zgodbe« (Delo C). Dober novinar mora torej poleg tega, da deluje v službi javnosti, svoj izdelek oblikovati tudi tako, da bo bran, gledan in poslušan.

Novinarji menijo, da je kakovostno novinarstvo tisto: »ki poskuša raziskati obe plati zgodbe, problema, česar koli. Ki preverja izjave virov. Nekvalitetno je pa pač populistično novinarstvo, ki vidi nek problem, ga napihne in brez pogleda v ozadja, kaj šele pogled na drugo stran. To je senzacionalistično novinarstvo, kjer napihnemo nek problem, kažemo samo neke delčke zgodbe. To je zelo slabo novinarstvo, ki negativno vpliva na družbo« (Delo splet A). In še: »Nekakovostno novinarstvo ti ne da nobenega novega vedenja oziroma problema ne osvetli. Zame je to novinarstvo. Se pravi, da da glas temam, ki bi bile drugače prezrte, bodisi ker niso profitabilne, bodisi ker ljudje ne vedo

zanje. To se mi zdi bistveno« (MMC RTVSLO A). Drugi menijo, da je takšno ločevanje nesmiselno: »Novinarstvo je ali pa ni. Nekakovostno novinarstvo so oglasi, prikrito oglaševanje, politično oglaševanje. To pač ni novinarstvo. Treba je vedeti, kaj je novinarstvo. Sporočanje, analize, komentiranje. Kar je nekakovostno, zame pač ni novinarstvo. Ali pa zabava, reality šov pač ni novinarstvo. Pa lahko nekdo, ki je bil včeraj politični novinar, danes to počne. Da dajo večjo kredibilnost temu, ampak to ni to.« (TV SLO B).

5.5 SAMOPODOBA NOVINARJEV RTV SLOVENIJA IN ČASOPISA DELO

V tem delu naloge se posvečam proučevanju samopodobe novinarjev, ki delajo na RTV Slovenija in časopisu Delo prek analize poglobljenih intervjujev. Zanimajo me posameznikova občutenja, odnos in stališča do samega sebe in o samem sebi skozi vse vidike lastnega delovanja in na kakšen način ti elementi vodijo človekovo delovanje (glej npr. Kobolt 1998; Kobal 2000; Ule 2009). A samopodoba ne deluje samo na osebni ravni, zato je v nadaljevanju predstavljen tako interpersonalni kot intrapersonalni vidik poklicne identitete oziroma samopodobe (Hozjan 2006, 145–152). Med sabo sta močno povezana in ju je težko ločiti.

5.5.1 INTERPERSONALNI VIDIK

Poklicno samopodobo oblikuje poklicna socializacija (Kobolt 1998; Hozjan 2006). Povezujem jo z interpersonalnim vidikom, ker se ta kaže pri povezavi posameznika na poklicno skupino. Zato me je zanimalo, kako so novinarji vstopali v novinarsko polje, kako je potekalo učenje in prenos znanj. Precej se jih je z osnovnimi oblikami novinarstva srečalo že v času osnovnega ali srednješolskega izobraževanja, nekateri pa so se za novinarstvo odločili naključno. To velja predvsem za tiste, ki novinarstva niso študirali: »Je bilo tako, da s prevajanjem premalo zaslužiš in je bila tukaj možnost oziroma razpis in sem se tukaj prijavil. Po naključju. Čeprav sem si od nekdaj predstavljal, da mi je novinarstvo všeč« (Delo C).

5.5.1.1 Mentorstvo: od »vrženosti v vodo« do systemskega uvajanja

Večina novinarjev, ki so bili udeleženi v raziskavo, na začetku novinarske poti ni imela formalnega mentorja. »Dolgoletni kolega je bil takrat urednik in me je v bistvu kar poslal na tiskovno konferenco, povedal približno dolžino in se kaj dosti niti ni s temi članki

ukvarjal. Je kaj pokrajšal, kaj spremenil ali pa rekel 'glej tole pa ...' kakšne hujše šole, zelo stroge, pa nisem doživel« (Delo C), podobno je povedal novinar MMC RTVSLO: »To je bil *as you go* proces. Pač, če si kaj slabo naredil, vsaj tako je bilo na Financah, so ti povedali, to je slabo, ampak bolj si bil vržen v vodo – zdaj pa pač delaj. Ok, potem ko sem prišel na Žurnal sem že nekaj znal, ko sem prišel sem, sem bil pa tudi že ulaufan in ni bilo tako težko« (MMC RTVSLO A).

Pri spletnih novinarjih je bilo uvajanje v specifične medija pomanjkljivo: »Nihče te ni uvajal, dejansko so pokazali, kako se stvari noter vnašajo, kaj se kaj da in kako je treba. Na radiu je bilo več tega. Kako narediti uvod, kako delati napovedi, kaj zmontirati, več je bilo tega uredniškega pristopa. Tukaj ga pa ne čutim, da bi mi kdo povedal, če sem dobro napisala ali ne. V bistvu mi več bralci ali komentatorji dajo odziva, kot pa sodelavci« (MMC RTVSLO C). Več mentorstva je bilo, kot razkriva novinarka, na radiu: »Mentorji so te vedno z enim očesom gledali. Na drugi strani pa so te postavili v zahtevne trenutke, ko so ti dali poročila narediti ob pol enajstih, kar pomeni, da je bilo relativno malo časa, ker je moral še lektor pogledati in sprintati.« (Radio B). Starejši novinar (Radio C), ki dela na radiu, je bil vključen v sistemski mentorski sistem. Poleg tega, da je imel mentorja, so bili tudi drugi novinarji zainteresirani za prenos znanja: »Stane Urek je bil precej močna persona na tem radiu. On je radio obvladal in nas je naučil vse. Naučil nas je pisati kratke vesti, skratka vse te žanre novinarske. In tisto kar je najbolj pomembno, naučil nas je ravnanja in uporabe radijske tehnike. Pa kolegi Rajko Dolinšek, Boris Ljubič, pokojni Aleš Varoga so bili zelo zavzeti za to, da bi nas tukaj nekaj ostalo.«

Radijski novinar Radio C meni, da morda ravno zaradi pomanjkanja mentorstva prihaja do osipa mladih novinarjev:

Mentorstvo mlajšim je pri nas v redakciji malo zastalo. Nekaj časa je bilo tako, da je precej mladih prihajalo in odhajalo, ker pri nas na javnem zavodu ni bilo zaposlovanja. Mladi pa pač morajo od nečesa živeti, od nečesa stalnega, tako kot mi. In potem so odšli, ena generacija zelo dobrih, nadarjenih novinarjev je pred enim letom odšla. Zdaj se je pokazalo, da mogoče tudi zaradi tega, ker ni bilo pravega mentorstva. Zdaj so ti, ki so jih nadomestili, deležni tega, kar naj bi se reklo mentorstvo. Ni pa to klasično, kot ga poznamo novinarji, ko delaš z nekim novinarjem, ko hodiš z njim na teren, ko te on ne samo uvaja, ampak tudi popravlja.

Mlajši novinarji sicer izrecno ne povedo, da mentorstvo pogrešajo, povedali pa so, da so bolj ali manj vrženi v vodo in se morajo znajti sami:

Ko sem začela voditi oddaje, ko sem šla prvič v živo in sem svojo oddajo pripravila, mislim, da sem se največ naučila, kako ravnati v določenih situacijah, kako odreagirati, kako naslavljati otroško občinstvo iz različnih raziskovalnih nalog in magistrske, ki sem jo za faks naredila. Nihče ni šel z mano konkretno poslušat določene oddaje in razlagat, zakaj je določeno besedo uporabil, zakaj je tukaj ta posnetek, ta glasba, zakaj je to rekel. Iz prakse se učiš, pa ko veš, da si kaj slabo naredil (Radio A).

Novinarka Dela je izpostavila še eno pomembno stvar: »Mi je bil pa zelo dober mentor Vito Divac, ki se je ubadal z mojimi teksti, ampak ne toliko slovnično, ampak bolj to koga poklicati, kam iti, tudi da je razložil kakšno ozadje. To se mi zdi celo bolj pomembno kot pa tekst. Da te predstavi ljudem« (Delo B). Ko novinarji začnejo delati v medijski instituciji se prek mentorskega sistema (ali pomanjkanja le-tega) oblikuje njihova vloga v skupini. S tem, ko se določi njihov položaj v skupini, kot pravi Hozjan (2006), to vpliva na njihovo poklicno identiteto.

Poleg tega gre pri poklicni socializaciji tudi za prenos norm in vrednot. Katere so tiste najpomembnejše, se kaže v odgovorih na vprašanje, kaj so se najprej naučili po prihodu v uredništvo ter katera znanja in smernice so jim starejši kolegi prenesli. Večina jih je odgovorila, da so to predvsem tehnične zahteve in znanja: »Ko si nov, itak delaš vesti, se najprej naučiš podajati informacije, ki so ključne« (Delo B) ali pa »Pomembno je bilo, da si bil čim hitrejši, natančen, kratek, jedrnat« (MMC RTVSLO B) ter »Pridobivati odzive. Pa to, da moraš vedno poskrbeti, da sta obe strani predstavljeni« (MMC RTVSLO A). Poleg tehničnega dela, so nekateri bili deležni več pozornosti: »Vsebinski del je bilo tako, da se je ali redaktor ali urednik tudi usedel zraven in sva šla čez moj tekst. Pa pri kakšnih temah sem se z urednikom ali pa s kom, ki je vodil temo, se pogovarjaš, kaj bi še lahko naredil. To v bistvu še zdaj delamo, ampak zdaj je to bolj enakovredno. Prej je bilo pa 'to maš'.« (Delo splet C).

5.5.1.2 Novinarjevo mesto v poklicni skupini in odnosi znotraj nje

Morda je zaradi pomanjkanja mentorskega sistema tudi odnos med generacijami včasih napet. Nekateri novinarji so prej delali na drugih medijih in zdaj primerjajo odnose: »Ni metanja polen pod kolena, na Valu 202 ga je bilo ful. Ker so bile različne generacije. In so

generacije skupaj držale. In nisem občutila, ker sem bila dolga leta na avtorski pogodbi, nisem čutila te solidarnosti, niti empatije, bilo je metanje polen pod noge: 'Kva boš ti tamau, lej kaj sem jaz'. Na ta način« (MMC RTVSLO C). Izkušnje so seveda različne: »Mislim, da me dojemajo kot samostojno novinarko, ki zna pripraviti stvari, ki so ji naložene. Ne kot nekoga ... da bi manj obvladala kot oni. Seveda imajo starejši več kilometrine z vodenjem, ampak ne da bi te podcenjevali, to se mi ne zdi, da bi me. Tudi mi ne nalagajo 'Ti pa naredi to, pa na ta način'. No, večinoma« (Radio A). Trk med mlajšo in starejšo generacijo obstaja: »Starejši se počutijo ogrožene, ker mlajši več vedo. Ali pa obvladajo nove tehnologije. Saj tudi zame je to novo. Druga stvar je, da tudi živimo na nek drug način. Ki je morda bolj svetovljanski, kot so starejše generacije. In je to naša prednost, da imamo prijatelje tako rekoč po celem svetu, iz različnih kultur. In jih je tega strah in to težko včasih razumejo. Poleg tega je to tudi umetno ustvarjeno, če mene vprašaš« (TV SLO B).

Kakšno mesto v poklicni skupini imajo novinarji znotraj uredništva se zrcali tudi v odgovorih o odnosih v uredništvih. Novinarji večinoma pravijo, da se na delovnem mestu dobro počutijo. »Odnos kot tak imamo dober. Ali pa tudi ne, odvisno s kom. Jaz imam srečo, da imam z vsemi korekten odnos. Saj ne, da ti ne bi nekdo nekaj pomagal, saj ti pomaga, nekateri bolj, nekateri manj, ampak delamo vsak svojo stvar, eden mimo drugega, ali eden z drugim« (TV SLO C). A ne vsi. Kot je omenila televizijska novinarka: »Kako se počutim? Mislim, borim se ves čas, ravno proti temu individualizmu. Ker je televizija timsko delo. Nenazadnje televizijski prispevek nastane s pomočjo snemalca, ki je soavtor prispevka, tonski mojster je soavtor prispevka, če je lučkar, je tudi on soavtor, tudi montažer in tudi zadnji človek, ki klikne gumb, da gre to ven.«

Oblikovanje poklicne samopodobe je odvisno tudi od odnosov na delovnem mestu, kakšna je komunikacija in povratnih informacij (Kobolt 1998; Leary 2002; Brown v Hozjan 2006). Predvsem novinarji Dela opisujejo, da se med sodelavci sicer dobro počutijo, so pa zunanji dejavniki tisti, ki jih motijo: »Jaz imam to delo še vedno rada. In je to super. Vsake toliko časa so pa objektivne okoliščine in ta drug vidik, ki me motijo. Pogoji dela, statusi, take stvari« (Delo splet C). Novinarji priznavajo, da ti dejavniki vplivajo na njihovo počutje in posledično na njihovo delo:

Vedno si med nakovalom in kladivom. Uživaš v svojem delu, zato vztrajaš, in tudi kolektiv je super. Ko pa si bi rad nekaj ustvaril, ko bi potreboval malo več stabilnosti oziroma ko se zaveš, da lahko tudi kdaj zbolíš, ko se zaveš, da rabiš tudi dopust, ko veš,

da boš potreboval tudi proste vikende, ko veš, da bi moral tudi kaj *prišparati*, da ne moreš živeti iz rok v usta, in veš, da ne boš nikoli imel redne zaposlitve, niti boljših pogojev dela, da gredo razmere vedno lahko samo še na slabše (Delo splet B).

Zaradi odpuščanj in finančnega stanja se rahlja podpora med novinarji: »Je zelo pomembno, da imaš podporo znotraj ozke skupnosti, v kateri delaš. Se je pa v obdobju zadnjega leta zelo spremenilo vzdušje. Po odpuščanjih na Delu je vzdušje katastrofalno. Vsak je po malem invalid« (Delo A). Slabo vzdušje vpliva tudi na končni izdelek: »Malo sem izpregla oziroma znižala standarde tudi zato, ker se mi zdi, da se delo sploh ne ceni več. Se mi zdi, da je tvoja naloga, da tam polniš te prazne strani in se ne komentira več ali je nekaj dobro ali slabo, samo da je stvar narejena. Zdaj sem res na tej točki, ko se bojujem, da bi poskušala delat dobro in da imam neke svoje teme, ki jih furam. Se pa občasno predajam« (Delo A). Tu gre za vrednostni vidik samopodobe in če se odzivi iz okolja ne skladajo z našo sliko o sebi, pride do občutkov manjvrednosti, pojasnjuje Alenka Kobolt (1998, 85).

Motivacija je pri delu novinarja zelo pomembna: »Mogoče, da pri kolegih in pri meni, ni več kakšne posebne volje, če si obsojen samo na izpolnjevanje norme 1350 vrstic na mesec. In seveda nimaš tistega zaleta, da bi tiste ne vem kakšne zapletene ali vsaj dolgotrajne raziskave delal. Ali nekaj, kar bi ti prineslo lušten članek. Mogoča ja, malo tega spida ni« (Delo C). Mlajše demotivira negotov zaposlitveni položaj, ki hkrati ne zagotavlja pravne varnosti: »Vedno se lahko motiviraš do neke točke, ampak ne moreš se toliko zmotivirati, ko ti nekdo pove, da ti bo spet plačo znižal ali pa dopust vzel. Sej vedno je tako, da se na koncu sprjazniš. Ampak eno obdobje vmes te sigurno tudi demotivira. In takrat si misliš, da boš vse skupaj pustil, greš iskat druge službe, potem pa spet naletiš na zgodbo, ki te zanima ali na projekt, ki ti da zalet in greš naprej« (Delo splet B).

5.5.1.3 Odnosi z nadrejenimi: »Vsak redno zaposleni nam je nadrejen.«

Interpersonalni vidik novinarske samopodobe se kaže tudi v opisovanju odnosov z nadrejenimi, saj ti določajo njihov položaj znotraj poklicne skupine. Zelo različno novinarji opisujejo odnos nadrejenih. Če začnemo pri urednikih: »Sami uredniki dejansko ne opravljajo najbolje svoje naloge, ker delajo v funkciji ščitenja lastnega vrtička. Res se to pozna, da hočejo zaščititi svoj položaj na Delu in položaj tistih, s katerimi so povezani, čeprav to se počasi spreminja, ker se je začelo odpuščati tudi urednike« (Delo A). Podoben je bil komentar starejšega novinarja: »V zadnjem desetletju in pol se je dogajalo, da so

uredniška mesta dobili ljudje, ki nimajo neke kredibilnosti pri kolegih, nimajo za pokazat svojega minulega dela, da so kakšni grozni hiper novinarji.« (Delo C). Novinarji izražajo v odgovorih veliko nezadovoljstva: »Uredniki se obnašajo kot eni diktatorji, jaz sem tako rekel in tako bo. Ni tako, da smo mi tim.« (TV SLO B). Druga težava je ta, da se ne ukvarjajo z vsebino, ampak s financami in organizacijo (Delo splet A). Novinarje tudi moti, da uredniki niso dovolj odločni, kot se je izrazil MMC RTVSLO A, je »preveč brezjajčnosti« in to obrazložil z naslednjo izjavo: »Meni je to brez veze, če hočeš nekaj doseči, je jasno, da se boš nekaterim zameril, nekateri te bodo podpirali, nekateri te ne bodo prenesli in to je to. Preveč servilni so. Recimo odnos televizije je, da smo opice, ki samo vnašamo novice brez lastne pameti, lastnega znanja, lastnih sposobnosti. Mi smo popolnoma enako kredibilni kot oni, smo na profesionalno povsem isti ravni. Da se pač predajajo temu videnju, da smo manjvredni.«

A hkrati novinarji izpostavljajo, da je vloga urednika pomembna: »V smislu, da bi bil urednik neke vrste mentor ali da bi pregledoval vse tvoje delo, da bi ti pomagal pri odgovarjanju na dileme, tega pri nas skoraj ni, ker hkrati smo tudi učenci in učitelji. Po drugi strani pa je pomemben, saj mi stoji ob strani. Enako velja za odgovornega urednika, tudi ve kaj nameravam v prihodnosti početi« (MMC RTVSLO B). Druga novinarka je povedala, da je pomembno, da ti urednik krije hrbet: »Je zelo aktivna, zelo dinamična in tudi tisto, kar je zelo pomembno, ko si novinar, da se zavzame zate, ko pride do raznih zahtev po popravku, da si kaj narobe rekel. In recimo to, da od urednika pričakuješ, da bo jasno povedal, kaj danes delamo in to, da ko nekaj naredimo, da potem stoji za tabo« (Radio B).

Višje kot je na poklicni lestvici nadrejeni, manj je stika, kar nekatere moti: »Mene moti, ker aktualni odgovorni urednik skoraj nima stika z mano osebno. Srečala sva se prvič, ko sem mu predstavila, kakšne ideje imam, malo sva se pogovorila, zdaj se pa srečujeva samo, ko se o zaposlitvi pogovarjamo. Ne pa o nekih vsebinah« (Radio A). S tistimi, ki so na najvišjih funkcijah v mediju pa stika skoraj ni: »Direktor je pa tako samo oseba, ki jo trikrat na leto vidiš na hodniku, pojma nimaš ali sploh ve, kaj delaš. Ker na primer delam več kot štiri leta na radiu, pa sva se z direktorjem pred pol leta prvič rokovala. Generalni direktor pa sploh, je samo ime, ki ti izplačilo plačuje.« (Radio A). Novinarjem se zato zdi, da nadrejeni ne poznajo njihovega dela: »Ne poznajo našega dela, na kakšen način mi funkcioniramo, na kakšen način delo poteka. Ne morem pa reči, da smo v kakršnemkoli, sej smo v odnosu, samo nimamo toliko stika z njimi« (Delo B). Tu razlik med RTV Slovenija in Delom ni.

Spletna novinarka dela (Delo splet B) je opozorila še na eno plat podrejenosti honorarcev, in sicer, da je »vsak redno zaposleni nam nadrejen.« Podala je tudi primer: »Ko je dežurstvo za vikend in ko so potrebovali dnevne urednike za dežurstva, mi ki delamo na spletu, poznamo sistem dela, se zelo dobro orientiramo na naslovki in vse. In bo izrecno redno zaposleni urednik, honorarec je pa podrejen. Kljub temu da praksa je, da ti za vikende narediš osemdeset odstotkov od njega, pa še svoje delo. Na papirju pa je ta oseba napisana kot odgovorna« (Delo splet B). Poleg samocenzure zaradi strahu, se dogaja tudi cenzura: »Urednik mi je grozil, da naj ne tako napišem, če hočem normalno delovati. Ok, tega jaz ne bom počela. Raje delam Afriko, ki jo lahko delam svobodno, mi nihče ne teži. Lahko rečem karkoli. To sicer govorim v prvi osebi, a to se dogaja veliko ljudem« (TV SLO B). Avtonomija novinarja, ki je v dokumentih RTV Slovenija poudarjena kot temelj dela, se torej v praksi ne upošteva vedno.

5.5.1.4 Odnos s širšo novinarsko skupnostjo: »Ne spoštujejo našega dela.«

Percepcije novinarjev o lastnem položaju znotraj poklicne skupine so torej zelo različne. Tisti novinarji, ki so v slabšem zaposlitvenem položaju o tem z novinarskimi kolegi ne govorijo: »Pač te aktualne zadeve. Slabo poslovanje, smo generacija, ki smo večinoma nezaposleni, mislim, delamo prekarno in pol to ... se sicer malo izogibamo, ampak se pogovarjamo, kakšen status ima kdo, kakšne težave ima zaradi tega. Ko gremo na teren, se tudi kaj konkretno glede na temo, o novinarstvu na splošno pa ... saj znotraj redakcije se pogovarjamo, kako bomo kakšno stvar obdelali, pa katero stvar bomo obdelali.« (Delo B). Spletni novinarji, ki po izjavah hodijo najmanj na teren, imajo malo stikov z novinarskimi kolegi, kar kaže na to, da so še vedno delno odrinjeni na rob novinarske skupnosti: »Mi smo zelo izločeni od preostalih recimo novinarjev, recimo časopisnih. Se držijo bolj zase. Tako da mislim, da sploh nimamo tega stika, ker tudi nismo toliko na terenu. Ker če kličemo, kličemo po telefonu, na radiu si ga moral iti tja posnet, ker si moral imeti izjavo v etru« (MMC RTVSLO C).

Kljub temu da je za poklicno samopodobo ključen vidik prepoznavanja s poklicno skupino, po odgovorih sklepam, da vsi novinarji ne čutijo, da so del novinarske skupnosti: »Te širše novinarske združbe v Sloveniji ne. Pa ne zaradi tega, ker bi v Društvu novinarjev nekako izločil to, ampak sam ne čutim hude potrebe oziroma imam toliko drugih stvari, da zanje si pa ne morem vzeti časa. Sem pa pripravljen, če bi bila kakšna solidarnostna zadeva, če bi reagirali, ampak morajo najprej ljudje, ki so tam, recimo od odpuščajih na Delu, sem pripravljen bit solidaren z njimi, ampak pač oni morajo to začeti« (Radio C).

Tako nekateri novinarji novinarsko skupnost enačijo z Društvom novinarjev Slovenije. »Zdi se mi, da to širšo novinarsko skupnost velikokrat enačimo z Društvom novinarjev, s katerim se pač jaz ne čutim povezano« (Radio A). Tudi v tem primeru so po odgovorih sodeč najbolj odrinjeni spletni novinarji, ki čutijo, da jih novinarska skupnost ne spoštuje: »Ker so podcenjujoči do nas. Ne spoštujejo našega dela« (MMC RTVSLO C). Podobno velja za športno novinarstvo: »Večkrat sem zasledil, da je politika ali gospodarstvo, da je to bolj vredno, bolje tretirano, kot pa športno novinarstvo ali pa zabava, ki je pač drugotnega pomena. In vzporedno s tem vidim enak tretma tiskanega novinarstva, pa na televiziji in odnosa do spleta, ki je tukaj nek kobajagi deseti brat in pogrešam ta občutek enotnosti. Na eni strani do spleta, na drugi pa do športa, da je to resno novinarstvo, ki se ga da dobro delati« (MMC RTVSLO B).

Tisti, ki pa menijo, da pripadajo slovenski novinarski skupnosti, teh je malo, z nezadovoljstvom opažajo, da se krha: »Še posebej mi je v spominu ostal en komentar gospoda Vežjaka, ki je že od prvih odpuščanjih na Delu rekel 'Aha, ste videli ta molk'. Ni več solidarnosti med novinarji. Nobeden novinar, ko se bo kolegom dogajalo kaj čudnega, tišina in gremo naprej. Mislim, da je bila ta povezanost takrat (v preteklosti, op. a.), ali je bila to bolj kolegialnost, da je bila večja, kot v zadnjih desetih letih« (Delo C). V Društvu novinarjev Slovenije so štirje od 15 intervjuvancev, 3 so bili nekoč člani. Tako pojasnjujejo svojo odločitev: »Sem ugotovil, da to društvo ne dela nekaj za novinarje oziroma bolj pobirajo članarino« (TV SLO A) in »Sem se protestno izključila, ker enostavno nisem imela občutka, da naredi kaj zame. Mislim, da ne govori v mojem imenu ta organizacija, ker dejansko se je zelo dolgo časa ukvarjala samo z redno zaposlenimi« (Delo A). Tisti, ki so včlanjeni, pa mu ne pripisujejo velikega pomena: »Vseeno je neka stanovska organizacija, ki konec koncev ima novinarsko častno razsodišče, ki je nek brezzobi tiger, ampak vseeno vsaj na neki bazi tega novinarskega kodeksa in etike, da neka mnenja, koliko se novinarja dotaknejo je vprašanje.« Tisti, ki so pojasnili, zakaj niso včlanjeni v DNS, pravijo: »Pri Društvu novinarjev se pač ne morem poistovetiti prav z vsemi njihovimi sporočili. V bistvu nimam nobene zamere, ampak ne čutim tako« (Radio B) ali pa »Morda iz zgodovinskega ločevanja na športne novinarje in ostale novinarje. Če pogledava celoten kolektiv MMC-ja, mislim, da nihče sploh ni član kakšnih novinarskih organizacij. Mogoče to kaže tudi na nek pogled na splet, da nihče nas ne tretira tako, hkrati pa tudi, da se mi ne tretiramo kot resni, pravi novinarji« (MMC RTVSLO A).

Več jih je vključenih v sindikate, trije pa niso člani nobene od organizacij, sta pa dva člana aktiva novinarjev. A tudi v sindikatih prihaja do razhajanj, saj so vanje vključeni

tudi honorarni sodelavci, ki pa niso v enakem položaju kot redno zaposleni: »Sindikati se ukvarjajo s tem ali bodo še imeli počitniške hiške in rekreativni dopust, mi se pa ukvarjamo s tem ali nam plačajo članke ali ne. Tako da tukaj je taka razlika med interesi, da težko skupaj pridemo« (Delo splet A). V sindikate so vključeni predvsem zaradi varnosti: »Ker se je izkazalo za potrebo. Poskušajo narediti kar lahko, pa brezplačna odvetniška pomoč je bila glavni motiv, da sem se včlanila« (Radio A). Vsi izprašani športni novinarji so vključeni v Društvo športnih novinarjev, predvsem zaradi novinarske izkaznice, ki omogoča lažji dostop do akreditacij (MMC RTVSLO A, Radio C).

5.5.1.5 Včasih »O, novinarka si«, danes pa »nas imajo za revčke.«

Ker se, kot pravi Koboltova (1998, 82), človek vidi tudi skozi tuja očala, pogled drugih na posameznika pa je prav tako element samopodobe, me je zanimalo, kako novinarji ocenjujejo, da jih dojemajo nenovinarji. Trdijo, da dobivajo različne odzive, ko povedo, da so novinarji, a vendar čutijo, da se je mnenje ljudi o novinarjih v zadnjih letih močno spremenilo: »Se mi zdi, da je pred kakšnimi sedmimi, osmimi leti, ko smo praznovali obletnico mature in ko sem rekla, da sem novinarka, je bilo 'O, novinarka si'. Pač spoštljivo. Zdaj se mi zdi, da nas imajo za revčke, brez nekih dejanskih sposobnosti, razpaslo se je prepričanje, da lahko vsak nekaj napiše.« (Delo A). Tudi novinar Delo C opaža, da nekateri izrazito odklonilno gledajo na njegov poklic: »V zadnjih letih sem naletel na ljudi, ki kot novinarja na časopisu, te uvrstijo v neke nižje sfere, med ali paparace ali pa še kaj bolj sumljivega, na pol kriminalnega.« Novinar MMC RTVSLO A meni, da je del krivde o takih predstavah tudi zaradi novinarjev: »Tako kot je v življenju je tudi naše delo 80 procentov je povprečnega, pol imaš par izdelkov, ki so res en kup dreka, pa ene par, ki so bleščeč primer, kako bi morala biti star narejena.« Nekateri čutijo tudi posmehovanje: »Ker itak pravijo, da ne potrebujejo diplome za to, da to delaš. Itak delajo isto kot jaz. Tako da še prej tarča posmeha, če si to študiral« (MMC RTVSLO C).

Nekateri novinarji čutijo tudi pozitiven odnos nenovinarjev: »Ful mi je zabavno, ko sem na radiu, pa me kdo osebno pozna in me posluša, pa mi reče 'sem te poslušal, si fajn' in ne vem ali sem res fajn ali si nihče ne upa reči, da sem neumna, ker sem kaj bednega rekla, samo zato, ker me poznajo. Tako da očitno je novinarstvo, ne vem, nek prestižen poklic vseeno. Ker se v javnosti pojavljaš in te veliko ljudi pozna.« (Radio A). Čutijo, da občinstvo tudi prepozna pomembno funkcijo novinarstva: »Drugi pa dojemajo kot vzpodbudno, kot še ena močna veja oblasti. Dobro, da so sploh novinarji, drugače bi se še

več šlampařij dogajalo. Še tisto se ne bi razkrilo, kar se sicer že tako težko razkrije«, je povedal TV SLO A.

5.5.1.6 Pomanjkanje dela na terenu: »Živimo v okrnjenem novinarstvu.«

Glede novinarskega poklica so najbolj nezadovoljni s tem, da ne hodijo dovolj na teren. Hkrati bi to tudi najprej spremenili pri svojem delu: »Zgodbe se dogajajo na terenu, a se varčuje na terenu. Se pravi živimo v okrnjenem novinarstvu. Sploh jaz, ki delam v zunanje-politični redakciji, večino časa sedim za računalnikom v pisarni in delam prek sekundarnih virov« (TV SLO B). Kot je izpostavil televizijski novinar (TV SLO C), bi morali nadrejeni »prepoznati, kje je kdo najboljši in da dela to. Nekateri so dobri pri vklopih, nekateri pri reportažah, pri vsebinskih prispevkih, nekatere zanima gospodarstvo, drugi tega ne marajo in raje gredo poročat o tem, kakšne so cene mleka in jim je kul, da gredo v štaló. Nekdo je pa rojen za voditelja.«

5.5.2 INTRAPERSONALNI VIDIK

Intrapersonalni vidik poklicne samopodobe je težje zaznati. Zanimalo me je, če se je odnos novinarjev do poklica od njihovih začetkov do danes spremenil. In se je, kar kaže na fluidnost dojemanja novinarskega poklica in na to, da posameznik lahko samopodobo aktivno preoblikuje. Kar je značilno za intrapersonalni vidik.

5.5.2.1 Spremembe v novinarskem delu: »Se mi je zdelo, da sem del privilegirane kaste.«

Podrli so se ideali, zgodila se je kriza, spremenil se je način, kako občinstva dostopajo do medijev. »Jaz sem tako kot vsak mladenič, živel v nekem romantičnem svetu, kjer so dobri beli in slabi črni. Ravno to spoznanje, ker vidiš, da stvari niso take, da je veliko stvari nekje vmes« (Radio C). Podobno je doživela tudi spletna novinarka dela (Delo splet B): »Ideali so tam nekje ostali, počasi se zaveš, da prideš z nekimi ideali, s katerimi se kar nekaj ljudi ne strinja. Tvoji ideali niso ideali drugih. Mogoče je bil to tisti največji šok. Ko si prepričan, da delaš prav in stojiš za svojimi stališči in potem, ko si bolj v stiku z bralci in komentatorji, se vedno bolj zaveš, koliko je različnih mnenj in stališč in kako je vse sivo in ne črno-belo.« Novinarka Dela (Delo A) je z metaforo reza opisala dogajanje po krizi:

Prvi dan, ko sem sem vstopila dejansko v svojo redakcijo, se mi je zdelo, da sem del privilegirane poklicne kaste ali kako bi rekla. To je še kar nekaj časa trajalo. Do reza. Mogoče leto in pol po krizi, ki je udarila v Ameriki, se je v bistvu začelo tudi tukaj rušiti. Začeli so padati oglaševalski prihodki, rezati stroški za poti, za honorarje. V tistih mojih začetnih časih je bilo biti honorarec stvar lastne izbire, ker si imel veliko več svobode, hkrati pa si vseeno dobro zaslužil. Bilo je veliko novinarjev, vzdušje je bilo sproščeno.

Na preoblikovanje samopodobe vplivajo tudi spremembe novinarskega dela, ki jih opažajo: »Mislim, da je trend samo pisanje k površnosti. Že starejši kolegi so govorili o tem, da so imeli čas za temo delat in so jo pripravljali po en teden. Danes si tega ne moreš predstavljati, ker dnevno produciraš tekste in že dva dni bi si težko privoščil za eno temo« (Delo C). V tem odgovoru se sicer kaže, da je takojšnjost pri delu pomembna, a novinar je do te idealnotipske vrednote kritičen in je ne dojema kot nekaj pozitivnega. Zavedajo se, da se nekatere novinarske vrednote in norme krhajo. A novinarji to sprejemajo: »V bistvu pomisliš eh, saj gremo naprej, sprejememo, kar je. Kar se zahteva. Je pa res, da ni bilo cenzurnih ali kakšnih takih vplivov ali pritiskov, da bi pomislil ali bom sploh še to poček« (Delo C). In vztrajajo v tem poklicu kljub negativnim elementom: »Se mi zdi, da še vedno želim stvari napisati poglobljeno, da odkrijem vse vidike. Se v temo popolnoma vržem. To se mi zdi zelo pomembno, ampak sem hkrati frustrirana, ker nimam dovolj časa. Res je to težko. Tisto, kar bi moral urednik ceniti, se dejansko zdaj ne ceni več« (Delo A). Precejšnjo razliko pa občuti novinar, ki je začel delati v nekdanji Jugoslaviji: »Takrat so bile informacije strogo nadzorovane in tudi če niso bile, skoraj nisi smel objaviti kakšne informacije, če si jo ti dobil. To je šlo vse skozi uredniške kolegije, skozi predpostavljene« (TV SLO A). Danes je drugače:

Zdaj je novinar dokaj svoboden. Je obratno, da pravi viri informacij prave informacije skrivajo in se mora sam človek potruditi. Ali pa so filtrirane, popačene. Zdaj pa razen na klasičnih tiskovnih težko prideš, klasična tiskovna je samo za to, da naj bi jo imel novinar samo za osnovno informacijo, potem pa mora naprej raziskovati. Čeprav pri nas je še vedno tako, da večina novinarjev povzema tiskovne konference in to je to. Kar je pa napaka (TV SLO A).

5.5.2.2 Opredelitve novinarskega poklica s strani novinarjev

Intrapersonalni vidik pride še najbolj do izraza pri opredelitvah novinarskega poklica, iz česar je vidno, da novinarji novinarstvo kot poklic tudi različno dojemajo. Na eni strani je

izjava, ki odraža koncept novinarstva kot poslanstva: »Mislim, da je biti novinar privilegij. Jaz sem hvaležna, da to počnem. Ne bom rekla, da je to najlepši poklic na svetu, jih je več. Človek pač rad dela, kar počne in dela to s srcem. Novinarstvo ni samo služba, to je nenazadnje tudi življenjski stil« (TV SLO B), na drugi pa izjava novinarja, ki meni, da poklic novinarja ni nič posebnega: »Jaz tega ne dojemam kot nekega poklica ali pa poslanstva. To je pač služba, tako kot vsaka« (MMC RTVSLO A). Mlajšim novinarjem, tistim, ki delajo manj kot 10 let, se odnos do novinarstva ni spremenil (»Ker sem imela realna pričakovanja« (Radio A)), mlajši tudi veliko bolj poudarjajo, da jim je novinarstvo všeč: »Meni je v bistvu vedno bolj všeč to, kar delam. Veliko novih stvari spoznaš, veliko novih ljudi srečaš, tvoje razumevanje se poglobi, da razumeš kako kaj funkcionira. Pri novinarstvu se stalno učiš, kot sem že rekla, mi je to vedno bolj všeč« (Delo splet A). Poklicna samopodoba se stika z novinarsko ideologijo in to najbolj ponazorijo odgovori na vprašanja, kako bi opisali novinarsko delo. Tudi tu gledajo na novinarstvo z različnih vidikov. Recimo izrazito pesimistično, a hkrati da mora obvladati veliko stvari:

Nehvaležno, ki ponavadi nima kakšnih hvalospevov. Ki je pač bolj kot ne kritizirano oziroma dokaj slabo ocenjeno. /.../ pravi novinar mora upoštevati vse vidike in družbene in sociološke in psihološke. Mora imeti pravi vpogled, mora biti sam zelo dobro informiran, da potem lahko informacijo naprej podaja. Mora biti razgledan. Mora biti tudi malo psihologa, mora izbrati pravi pristop, imeti dobre veze, poznanstva na vseh področjih, tudi v politiki, če je treba. In si potem na podlagi vsega tega ustvariti svoje mnenje (TV SLO A).

Drugi sicer ne govorijo direktno o novinarju kot o psu čuvaju, a ga posredno opišejo: »To je človek, ki bi moral nadzirat vlado in oblast, čeprav je to ob poplavi stvari spet nek ideal, ampak vsaj da opozori na ključne spremembe, ki se bodo zgodile, o katerih je treba razpravljati in ki jih ne moremo potihlo sprejemati« (Delo splet B). »Vidiš druge stvari, kot jih povprečen človek. In če si pravi novinar, imaš več vprašanj kot pa odgovorov. Vsaj meni se to dogaja« (TV SLO B). Druga novinarka je odgovorila, kakšen bi moral biti novinar tako: »Idealen novinar bi bil nekdo, ki ima veliko energije, ki ga zanima tisoč in ena stvar, ki je pošten, resnicoljuben. Ki ga zanimajo težave ljudi, ki ga zanimajo težave drugih, ki dostikrat pogleda iz več zornih kotov« (Delo splet A). In kakšen meni, da tipičen novinar je: »Neko zelo zdlgočaseno osebo, večina novinarjev, vsaj tukaj na Delu.

Zdolgočasene osebe, ki jih prav veliko ne zanima, ki so v službi od osmih do štirih. Tako bi ga nekako opisala. Ne vsi, ampak večina starejše generacije je taka« (Delo splet A).

5.5.2.3 Podrejeni položaj honorarnih sodelavcev: »Ne vem, če bi redno zaposleni to naredil.«

Česar sicer nisem izrecno spraševala, je pa prišlo na površje, je razlika med mlajšimi in starejšimi novinarji ter razlika med redno zaposlenimi in novinarji, ki so prekarci. Tu se kaže razdor, hkrati pa to odraža teorijo Uletove (2009, 497), da obstaja idealna in nezaželena, normativna in aktualna, predvsem pa pozitivna in negativna samopodoba. Kar je vidno tudi v narecijah novinarjev v izjavah novinarjev v prejšnjih podpoglavjih. Vsak si čimbolj prizadeva za čimbolj ugodno samopodobo. In tu prihaja, kot je razbrati iz odgovorov, do nezadovoljstva, tudi frustracije, ki deluje negativno. Honorarno zaposleni delajo enako kot redno zaposleni, a razlike v delovnih pogojih so velike (Radio A):

Delam 180 ur plus mesečno, nimam bolniške, nimam dopusta, nimam drugih ugodnosti, ki jih imajo redno zaposleni, nimam prevoza plačanega, pa se kar od daleč vozim. To bi spremenila. Da bi bili bolj sigurni pogoji, večja varnost. Nekako par let še tako delaš, potem pa kak sodelavec zboli, ima raka, celo življenje dela na s.p. -ju. Prvi mesec si mora sam kriti stroške, potem mu jih sicer zavarovalnica, ampak nima nobenega zaslužka. Ko slišiš take zgodbe, ki se dogajajo pred tabo, te to kar precej zaskrbi.

Ko urednik dodeljuje delo, razlike ni, redno zaposleni imajo predvsem možnost izbire terminov: »Je neko nenapisano pravilo, da ona izbere prve datume, ki jih želi delati. Pa seveda, da ima pravico do tega, da pove, kdaj bo na dopustu, pa da jaz takrat delam« (Radio A). Ker so honorarci v strahu za pogodbe, nikoli ne rečejo ne: »Ko ti ponudijo neko delo, ga moraš v bistvu vedno vzeti, ker ne veš, ali boš naslednji dan dobil za delati ali bo to edina stvar, ki jo boš v tem mesecu naredil. Zanimivo se mi zdi tudi to, recimo imeli smo primer kolega, ki ureja splet, bilo je v nedeljo in urednik hoče imeti nekaj objavljeno na spletu in on v nedeljo, na praznik dela, prileti na radio in to uredi. Ne vem, če bi redno zaposleni to naredil« (Radio A). Pomembno je tudi, da tisti, ki delajo prek prekarnih oblik dela, nimajo pravne zaščite: »Mi nimamo pravne zaščite, ker nam je ne garantirajo, kar pomeni, da če mene nekdo toži zaradi klevetanja ali karkoli, to tožbo dobi, lahko jaz samo še kredit najamem in začnem odplačevati. Vsekakor dokler mi pravne varnosti Delo ne garantira, jaz bom hudo pazila kaj pišem. Mislim, se bom izogibala kakršnihkoli

kontroverznih tem. Ampak novinar je pa zato, da posega tja, kamor stvari ne štimajo« (Delo splet B). Razmere na Delu so že nekaj let slabe: »Z velikim veseljem sem vedno hodila na Delo, zdaj pridem s cmokom v grlu, celo razmišljam, da bi delala od doma« (Delo A). Mlajši novinarji so običajno honorarno zaposleni in včasih čutijo negativen odnos starejših: »Od marsikaterega urednika ali urednice se sliši 'Kaj pa honorarci delajo? Saj nič ne delajo.' Čisto odvisno, se mi pa zdi, da je odnos do honorarcev vsekakor malo drugačen. Tudi vidi se po tem, kakšen je bil trušč po tem, ko so odpustili nekoga, no zdaj ni več, ker smo se tega navadili, redno zaposlenega ali če se je honorarцем to zgodilo. Ker je čisto normalno za honorarca, da danes si, jutri te ni.« (Delo splet B).

Ker delajo pod drugačnimi pogoji, se tudi zaradi ekonomskih in delovnih razmer težje identificirajo z delom novinarske skupnosti. Sprejemajo, da morda včasih ne bodo postavili v ospredje vrednote služenja javnosti, ampak bodo pazili, kaj bodo pisali. In to je v neskladju s poklicno samopodobo novinarstva, a hkrati kaže na še en element intrapersonalnega vidika poklicne samopodobe.

Iz narecij novinarjev tradicionalnih slovenskih medijskih institucij torej lahko prepoznamo skupne vidike novinarske samopodobe. Tako prepoznavajo idealnotipske vrednote služenja javnosti, objektivnost (do katere so tudi kritični), etičnosti, avtonomije in takojšnjosti. Iz odgovorov pa je razvidno, da kljub temu, da posameznik samopodobo preizprašuje na lasten način, hkrati pa je samopodoba tudi fluidna, novinarji vseeno ponotranjijo temeljne lastnosti poklicne kulture. Poleg idealnotipskih vrednot, so tu še načini dela, predvsem pa dojemanje poslanstva in namen poklica kar je bilo natančneje opisano v prejšnjem poglavju o ideologiji. Interpersonalni vidik poklicne po Hozjanu (2006) se torej kaže preko teh mehanizmov skupinske pripadnosti. V narecijah o odnosih znotraj skupnosti pa odseva vpliv skupine, za katerega Hozjan meni, da vpliva na posameznikovo delovanje. Ko govorimo o odnosih do drugih skupin, pa se diferenciacija dogaja znotraj novinarske skupnosti, in sicer v odnosu (oziroma percepciji odnosa) do spletnih ali športnih novinarjev. Intrapersonalni vidik poklicne samopodobe pa je, da posameznik informacije iz skupine predela in poklicno kulturo aktivno preoblikuje. Ni nujno, da lastnosti poklicne samopodobe, ki jih do njega poskuša prenesti skupina, v popolnosti prevzame. Iz intervjujev je razvidno, da novinarji pri svojem delu preizprašujejo vrednote in načine dela. Še najbolj se intrapersonalni vidik odrazi v narecijah o odnosih na delovnem mestu, saj se ob tem določa posameznikov položaj znotraj skupine, hkrati pa so se v teh narecijah odrazili položaji, ki jih imajo novinarji znotraj skupine.

6 RAZPRAVA – DINAMIKA MED IDEOLOGIJO NOVINARSTVA IN SAMOPODOBO SLOVENSКИH NOVINARJEV

Poklicna samopodoba novinarjev je pomembna za delovanje novinarja in je rezultat poklicne socializacije, katere del je novinarska ideologija, zato me je zanimala dinamika med novinarsko ideologijo in novinarsko samopodobo. V dokumentih novinarskih organizacij so v ospredju vrednote, ki jih je Deuze (2005) opredelil kot idealnotipske vrednote. Glede na to, kje v dokumentih se pojavijo, je najpomembnejša služenje javnosti (javni interes namreč lahko pretehta tudi nepoštene prakse zbiranja informacij), nato objektivnost (ki pa je v večini primerov poimenovana kot nepristranskost in verodostojnost), šele nato etičnost, avtonomija in takojšnjost. Poglobljeni intervjuji z novinarji so razkrili, da novinarji na prvo mesto večkrat postavljajo objektivnost, ostale vrednote postavljajo v podobno zaporedje. To pomeni, da se novinarska ideologija in samopodoba stikata prav v teh postavkah in ena drugo potrjujeta.

V dokumentih je objektivnost izražena prek sopomenk, kar je ugotavljal tudi Deuze (2005). Sopomenke se pomensko ne prekrivajo v celoti (objektivnost zamenjuje nepristranskost, poštenost, uravnoteženost). Spet druge izražajo več idealnotipskih vrednot. Takšna je recimo pravičnost, ki hkrati odraža etičnost in objektivnost. A kljub temu je ta koncept v analiziranih dokumentih prisoten in se ohranja kot del novinarske poklicne ideologije. Tudi intervjuji so razkrili, da novinarji objektivnost omenjajo (tudi s sopomenkami), a hkrati dodajajo, da je nedosegljiva, da je neka idealistična točka, ki pa jih vseeno pri delu spremlja.

Iz diskurzivne analize dokumentov je vidno tudi novinarsko poslanstvo, ki je »osnova novinarske poklicne ideologije« (Golding 1994, 461). Ta koncept se oblikuje predvsem prek predstavljanja novinarja kot tistega, ki služi javnosti. Kar v dokumentih lahko prepoznamo, manj pa iz odgovorov novinarjev. Nekateri svojega dela namreč ne opredeljujejo kot poslanstvo, ampak kot navadno službo. Po pogovoru z novinarji sem ugotovila, da novinarji Kodeks novinarjev Slovenije poznajo, a ga pri svojem delu redko uporabljajo. S tem mislim, da bi ga vzeli v roke in prebrali, kar potrjuje trditev Splichala in Sparksa (1994), da kodeksi ne vplivajo neposredno na delo in odločitve novinarjev (oziroma vplivajo v zelo majhni meri). To se zgodi le takrat, ko morajo argumentirati, zakaj nečesa ne bodo objavili, ali ko so v dilemi. Večina novinarjev trdi, da so smernice kodeksa ponotranjili. Pri delu se bolj posvečajo vsebini novinarskih prispevkov, smernice delujejo kot avtomatizem, v ozadju, tudi kot opornica. Poznajo osnovne smernice

dokumenta (spoštovanje človekovega dostojanstva, resnicoljubnost). Vprašanje etičnosti se, kot lahko razberemo tudi iz odgovorov novinarjev, pne od natančnega in poštenega poročanja do pravice do zasebnosti in spoštovanja različnosti.

Prav koncept ponotranjanja kaže na to, da je ideologija novinarstva sistem verovanj (Nerone 2013), sistem primernih praks, ki se odražajo tako v dokumentih kot naracijah novinarjev pri opisovanju dela, hkrati pa kaže na to, da člani poklicne skupine ponotranjijo tiste temeljne lastnosti poklicne kulture, ki pomembno določajo razumevanje poslanstva poklica in se s tem reproducirajo tako na normativni kot ideološki ravni poklicne kulture (glej Hozjan 2006, 146–151).

Novinarji imajo občutek, da so se ideali o novinarju kot psu čuvaju, ki nadzira oblast, skrhal. Ker nekateri čutijo, da za spremembe ne morejo poskrbeti, da samo prenašajo (sicer odbirajo, filtrirajo in poskušajo prepoznati) pomembna sporočila do javnosti. Zaradi velike količine sprotnega dela (hiperprodukcije), se ne morejo posvečati preiskovalnemu novinarstvu, ki ga sicer dojemajo kot najvišjo stopnjo novinarstva. Le redki se lahko poglobljeno posvetijo temi, ki jo želijo predstaviti občinstvu. In to pri njih povzroča negativne občutke. Kar hkrati potrjuje, da je vrednota novinarja, ki dela v dobro javnosti, še vedno ključna za ideologijo novinarstva. Pri opisu smernic, ki se jih držijo in cilje svojega dela, ni razlik med tistimi, ki so novinarstvo študirali in tistimi, ki niso. Kar pomeni, da poklicno ideologijo, kaj novinar je, kaj dela in zakaj prav tako prevzamejo. Kar potrjuje Bourdiejevo teorijo polja in Bensonovo trditev, da so tisti, ki vstopajo v poklic, bolj nagnjeni h konformizmu (2008).

Ker lahko ugotovimo, kako ideologija deluje iz proučevanega diskurza (Praprotnik 1999), sem novinarje izprašala o tem, kaj je zanje novinarstvo in kdo je novinar. Novinarje opisujejo kot ljudi, ki zbirajo in prenašajo informacije do občinstva. Mnenja o poklicu so zelo različna. Od tega, da je to samo služba, do tega, da je to poslanstvo. Ideologijo »pravega« novinarstva razkrivajo tudi odgovori na vprašanje, če in na kakšen način razlikujejo kakovostno in nekakovostno novinarstvo. Za nekakovostno so označili senzacionalistično poročanje, slabo novinarstvo je površno, v katerem se ne preverja informacij, ki problema ne osvetli. Drugi na nek način tega ne ločujejo, ker zanje obstaja samo eno novinarstvo: »Kar je nekakovostno, zame pač ni novinarstvo« (TV SLO B). V tem se kažejo temelji novinarske interpretativne skupnosti, prav to so te zgodbe in skupna retorika, o kateri piše Jontes (2010, 77). Ločevanje na pravo in nepravo novinarstvo Jontes (2010, 91), kot sem že razložila v teoretskem delu naloge, vidi kot »najpomembnejši vidik boja za kulturno avtoriteto.« Poleg ločevanja na resno in tabloidno novinarstvo,

intervjuvanci čutijo tudi razliko znotraj zvrsti novinarstva. Saj športni novinarji čutijo, da niso dovolj cenjeni, spletni, da jih ne jemljejo resno, itd. Razlika med nekdanj in danes pa je, da novinarji opažajo, da se profesionalizacija krha, predvsem pa se zmanjšuje spoštovanje novinarstva v družbi.

Poklicna ideologija novinarstva se tako v dokumentih še vedno artikulira prek petih idealnotipskih vrednot (služenja javnosti, objektivnosti, avtonomije, takojšnjosti in etike). Te so v kodeksih koncipirane kot dolžnosti, prav tako pa jih kot dolžnosti prepoznajo tudi novinarji sami. Kljub zgodovinskim, ekonomskim in družbenim posebnostim slovenskega novinarskega prostora, so elementi ideologije podobni globalnim. Tako recimo kodeksi sledijo mednarodnim kodeksom. Čeprav novinarji ugotavljajo, da se standardi novinarskega dela krhajo (predvsem zaradi ekonomskih dejavnikov), še vedno prepoznavajo, kako bi moral novinar delati. In sicer z upoštevanjem vrednot učinkovito prenašati informacije do občinstva. To kaže na profesionalne standarde, hkrati pa tudi dogovorjene primerne prakse, ki so spet eden od elementov, ki razkrivajo poklicno ideologijo novinarstva. Kakovost definirajo delno kot objektivnost, pa tudi jasnost in zanimivost. Ko novinar vstopi v novinarsko polje se prek poklicne socializacije nauči in ponotranji poklicno novinarsko ideologijo. Zaradi podobnih interpretacij novinarstva v odgovorih novinarjev, lahko govorimo o pojavu interpretativne skupnosti, ki še utrjuje novinarsko ideologijo.

Vrednote in norme povezujejo poklicno ideologijo in poklicno samopodobo, ki je prav tako rezultat poklicne socializacije. Ta se oblikuje preko medosebnih odnosov in v tem sklopu se oblikujejo poklicne vrednote, ki so slovenskim novinarjem v večini skupne. To pomeni (po Brown v Hozjan 2006, 146), da so ponotranjili temeljne lastnosti poklicne kulture. Gre za skupinsko samopodobo, ki nastane preko vključevanja in diferenciacije, kot menita Brewer in Pickett (2002), a iz intervjujev je razvidno, da novinarji niso vsi močno povezani s skupino (skupnostjo), in zato je vprašanje, če jim ta skupina nudi osnovno varnost in kooperativno medsebojno odvisnost z drugimi člani, kar trdita Brewer in Pickett (2002). V tem kontekstu pride do odmika in oblikovanja lastne, individualne poklicne identitete, kar omenja Brown (v Hozjan 2006, 143). Intrapersonalni vidik novinarske samopodobe razkriva, da so novinarji ponotranjili večino idealnotipskih vrednot (tu pride do osebnih posameznikovih odstopanj, glede na to, katera mu je pomembnejša), predvsem pa poslanstvo poklica, ki ga večina prepozna kot informiranje javnosti o pomembnih temah. V poglobljenih intervjujih intrapersonalni vidik vseeno ni bil tako v ospredju. Malo je bilo naracij, ki bi nakazovale, da novinarji na lasten način preoblikujejo podobo o

novinarski samopodobi. Na sploh so novinarji v manjši meri kritični do ustaljenih novinarskih praks, razen ko gre za pomanjkanje dela na terenu, odnosov znotraj uredništva in delovnih pogojev. A v večini primerov novinarstva ne idealizirajo. Še vedno imajo spletni, tudi športni novinarji, občutek, da jih ostali novinarji ne spoštujejo. Novinarji pravijo, da se je njihovo stališče do novinarstva v zadnjih letih tudi spremenilo, kar kaže na fluidnost poklicne samopodobe. Kljub temu, da ne moremo združiti vseh odgovorov novinarjev, kaj je zanje novinarstvo, se vseeno kažejo obrisi skupnih elementov, ki so skupne vrednote in postopki dela. Recimo poštenost pri poročanju, občutek, da služijo javnosti, pa tudi jasnost in zanimivost prenašanja informacij.

Alenko Kobolt (1998) meni, da je samopotrjevanje iz stani sodelavcev in tudi družbe zelo pomembno, saj se tako posameznik potrdi kot subjekt. A zakaj potem tisti, ki čutijo negativen odnos sodelavcev, še kar vztrajajo med »kladivom in nakovalom«, kot se je izrazila ena od novinark? Kot trdijo, je njihova motivacija še vedno odkrivanje zgodb, delanje v dobro javnosti, ker jim je to delo še vedno všeč, in da so dobri dnevi, ko se jim zdi, da dobro opravijo, tisti, ki jih ženejo naprej.

7 ZAKLJUČEK

V magistrski nalogi me je torej zanimalo, kako se vrednote in ideologija novinarstva artikulirajo v dokumentih novinarskih organizacij in medijskih institucij ter kako se novinarska samopodoba – z interpersonalnega in intrapersonalnega vidika – izraža v naracijah novinarjev tradicionalnih medijskih institucij. Novinarska ideologija in poklicna samopodoba sta med seboj povezani prek vrednot.

S pomočjo diskurzivne analize kodeksov in dokumentov novinarskih organizacij sem ugotovila, da se idealnotipske vrednote, kot jih beleži Deuze, pojavljajo tudi v slovenskih novinarskih dokumentih. Le da je služenje javnosti upovedeno kot javni interes, objektivnost pa z veliko sopomenkami, avtonomijo poleg osnovnega koncepta razumejo tudi kot svobodo, etičnost pa prežema celoten kodeks. Najmanj izpostavljena vrednota je takojšnjost, ki je redko omenjena v novinarskih dokumentih, prav tako jo izpuščajo novinarji sami. Poglobljeni intervjuji so razkrili, da novinarji kodeksa ne uporabljajo, oziroma ga redko, če pri svojem delu naletijo na problem. Trdijo pa, da so vrednote v kodeksih ponotranjili. Sledijo jim iz notranjega vzgiba, dolžnosti. Novinarsko ideologijo tako sestavljajo vrednote in norme, ki jih lahko razberemo iz teh dokumentov, hkrati pa stališča novinarjev do teh elementov prav tako predstavljajo ključni del novinarske ideologije. Naracije novinarjev o teh vrednotah so podobne tistim v novinarskih dokumentih, le da vsak posameznik postavlja druge v ospredje. Se pa potrjuje, da se ta del novinarske ideologije ne spreminja, saj je tako, kot je teoretikom pri razpravah, to vsaj izhodišče za delo, saj je so do njih v manjši meri kritični (predvsem do objektivnosti, ki pa ga zamenjujejo z drugimi vrednotami).

Novinarska poklicna samopodoba načeloma velja za skupino, a posameznik jo lahko preoblikuje. Novinarji, pa naj bodo mlajši ali starejši, naj delajo v tem ali onem mediju, imajo izobrazbo s področja novinarstva ali ne, prek pogovorov izražajo podobna stališča, imajo skupne vrednote in se ravnaajo pri svojem delu po podobnih načelih. Ker vsako samopodobo sestavlja tudi osebna, vsakemu lastna, samopodoba, seveda obstajajo določena odstopanja, nestrinjanja, neujemanja posameznih novinarjev z drugimi, kar se sklada s teorijo o samopodobi, predvsem pa z intrapersonalnim vidikom. Reinterpretacija se v manjši meri zgodi pri vprašanju vrednot, ampak predvsem ekonomskih in delovnih pogojev, za katere novinarji čutijo, da jim delno onemogočajo opravljanje novinarske vloge. Sprijaznjeni s tem, dopuščajo, da se določenih tem ne lotevajo, ker se bojijo

posledic. Novinarska poklicna samopodoba se oblikuje znotraj poklicne skupine. A novinarji se čutijo povezane z včasih res ozko skupino. Nekateri se ne čutijo povezani z novinarskimi organizacijami, drugi niti s kolegi, ki so del iste medijske hiše. Tu je še nerazumevanje med redno in honorarno zaposlenimi, kar otežuje vključevanje, ki je del novinarske poklicne samopodobe.

Procesov, ki vplivajo na oblikovanje samopodobe ne moremo v celoti ločiti. Je pa iz intervjujev razbrati, da se morda novinarji v celoti ne strinjajo z elementi samopodobe, s katerimi se srečujejo, in jih preinterpretirajo (z nestrinjanjem ali iskanjem lastnih utemeljitev delovanja). Vseh teh vplivov na samopodobo posameznika ne moremo v celoti ločiti, saj so medsebojno zelo povezani. Poklicna samopodoba se kreira pred odnosov na delovnem mestu z novinarji. Mlajše starejši, sicer ne tako pogosto kot nekoč, učijo, če ne drugega z zgledom, novinarskih veščin, postopkov in postulatov. Novinarji opisujejo prenos gradnikov samopodobe kot ponotranjanje, kot nekaj, kar je samoumevno. A prav na ta način deluje ideologija novinarstva. To namreč ni samoumevno, saj so ti gradniki preneseni iz novinarskih dokumentov, ki so jih oblikovali novinarji sami, prek učenja (tako formalnega, kot tistega znotraj organizacije, torej prek mentorstva).

Na tem mestu je treba omeniti, da se povezave med ideologijo in samopodobo prenašajo z ene na drugo stran, ta dva koncepta sta v medsebojnem odnosu. Tako ideologija kot samopodoba sta za novinarje pomembni, ker jim dajeta okvir delovanja, hkrati pa vplivata na njihovo delo.

Koncept novinarske ideologije se zdi zaradi oblikovanih dokumentov precej bolj trden od novinarske poklicne samopodobe, ki je bolj fluidna, ker lahko posameznik dele reinterpreтира po svoje. Konstantno spreminjanje ekonomskih, političnih in tehnoloških vidikov družbe tako za novinarje pomeni nov izziv in morda bo slika tako ideologije kot samopodobe čez nekaj let že precej drugačna. Vprašanje je, kako se bo novinarstvo spremenilo pod ekonomskimi pritiski, ki jih slovenski novinarji čutijo že dolgo časa, kako se bo odzvalo na vedno večji vpliv spleta, ki pomeni drugačen dostop občinstva do informacij, ter kaj bo za novinarstvo pomenil pojav tako imenovanih lažnih novic. Morda je zdaj pravi čas, da novinarska skupnost ponovno premisli o svoji vlogi v družbi.

8 LITERATURA

- Amon, Smilja. 2004. Obdobja razvoja slovenskega novinarstva V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 53–68. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Balaban, Delia Cristina in Michael Meyen. 2011. The Role Perception of Eastern European Journalists. *Romanian Journal of Communication and Public Relations 4*: 87–98.
- Benson, Rodney. 2008. Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies V *Journalism: Critical concepts in media and cultural studies: Part 4, Volume 2*, ur. Howard Tumber, 147–177. London and New York: Routledge.
- Bourdieu, Pierre. 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
- Boyd-Barrett, Oliver. 1996. The analysis of media occupations and professionals V *Approaches to media: a reader*, ur. Oliver Boyd-Barrett in Chris Newbold, 270–276. London: Arnold.
- Brewer, Marilyn B. in Cynthia L. Pickett. 2002. The Social Self and Group Identification: Inclusion and Distinctiveness Motives in Interpersonal and Collective Identities V *The Social Self: Cognitive, Interpersonal, and Intergroup Perspectives*, ur. Joseph P. Forgas in Kipling D. Williams, 255–272. New York: Psychology Press.
- Bryman, Alan. 2008. *Social research methods*. Oxford in New York: Oxford University Press.
- Carpentier, Nico. 2005. Identity, contingency and rigidity: The (counter-)hegemonic constructions of the identity of the media professional. *Journalism 6* (2): 199–219.
- Dahlgren, Peter. 2000. Introduction V *Journalism and popular culture*, ur. Peter Dahlgren in Colin Sparks, 1–23 London: Sage.
- Delo.si. 2013a. *Kdo smo*. Dostopno prek: <http://dd.delo.si/kdosmo> (28. maj 2017).
- 2013b. *Poslanstvo in vizija*. Dostopno prek: <http://dd.delo.si/poslanstvo> (2. april 2016).
- 2013c. *Zgodovina*. Dostopno prek: <http://dd.delo.si/zgodovina> (22. april 2017).
- Delo, d. d. 2013. *Letno poročilo 2012*. Dostopno prek: <https://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5096049000> (10. avgust 2017).
- 2014. *Letno poročilo 2013*. Dostopno prek: <https://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5096049000> (10. avgust 2017)

- 2015. *Letno poročilo 2014*. Dostopno prek:
<https://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5096049000> (11. avgust 2017).
- Delo d. o. o. 2016. *Letno poročilo 2015*. Dostopno prek:
<https://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5096049000> (14. avgust 2017).
- 2017. *Letno poročilo 2016*. Dostopno prek:
<https://www.ajpes.si/jolp/podjetje.asp?maticna=5096049000> (19. avgust 2017).
- Deuze, Mark. 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4): 442–464.
- 2008. Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5 (2): 4–23. London: University of Westminster.
- Donsbach, Wolfgang. 2012. Journalists and Their Professional Identities V *The Routledge Companion to News and Journalism*, ur. Stuart Allan, 38–48. London, New York: Routledge.
- Društvo novinarjev Slovenije. *Kako postati član*. Dostopno prek:
<http://novinar.com/drustvo/clanstvo/kako-postati-clan/> (18. februar 2015).
- 2006. *Statut Društva novinarjev Slovenije*. Dostopno prek:
<http://novinar.com/drustvo/o-nas/dokumenti/statut/> (18. februar 2015).
- 2010. *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/drustvo/o-nas/dokumenti/kodeks/> (3. maj 2017).
- 2015. *Pravilnik o delu Novinarskega častnega razsodišča*. Dostopno prek:
<http://razsodisce.org/wp-content/uploads/2016/02/Pravilnik-o-delu-N%C4%8CR-2015.pdf>
(4. september 2017).
- Fairclough, Norman. 2007. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London in New York: Routledge.
- Fenton, Natalie. 2010. Drowning or Waving? New Media and Democracy V *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*, ur. Natalie Fenton, 3–16. Los Angeles in drugi: Sage.
- Flick, Uwe. 2009. *An introduction to qualitative research: Edition 4*. Los Angeles in drugi: Sage.
- Gans, Herbert J. 1979. *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon Books.
- Golding, Peter. 1994. Telling Stories: Sociology, Journalism and the Informed Citizen. *European Journal of Communication* 9(4): 461–484.

- Hafez, Kai. 2002. Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. *Political Communication* 19 (2): 225–250.
- Hargreaves, Ian. 2007. *Novinarstvo: zelo kratek uvod*. Ljubljana: Krtina.
- Heyd, Uriel. 2009. New Hacks, Old Hands: Newspapers' Self-perceptions—a Historical Perspective. *Journalism studies* 10 (4): 522–535.
- Hozjan, Dejan. 2006. *Poklicna identiteta pod lupo strukturalnega funkcionalizma*. Ljubljana: Državni izpitni center.
- International Federation of Journalists (IFJ). 2016. *Constitution 2016-2019*. Dostopno prek: <http://www.ifj.org/about-ifj/statutes/constitution/> (16. avgust 2017).
- Jontes, Dejan. 2010. *Novinarstvo kot kultura: miti in vrednote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Kobal, Darja. 2000. *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Kobolt, Alenka. 1998. Poklicna samopodoba in zdravstvenovzgojno delo V *Zbornik predavanj, strokovni seminar*, ur. Milena Bohnec, 81–93. Ljubljana: Klinični center, Klinični oddelek za endokrinologijo, diabetes in presnovne bolezni.
- Kovach, Bill in Tom Rosenstiel. 2001. *The elements of Journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Three rivers.
- Leary, Mark. 2002. The Interpersonal Basis of Self-Esteem: Death, Devaluation, or Defence? V *The Social Self: Cognitive, Interpersonal, and Intergroup Perspectives*, ur. Joseph P. Forgas in Kipling D. Williams, 143–160. New York, London, Hove: Psychology Press.
- Lindlof, Thomas R. in Brian C. Taylor. 2010. *Qualitative communication research methods*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- McNair, Brian. 2005. What is journalism? V *Making journalists: diverse models, global issues*, ur. Hugo de Burgh, 25–43. London in New York: Routledge.
- Meyers, Oren in Jonathan Cohen. 2011. *A Self-portrait of Israeli Journalists: Characteristics, Values, and Attitudes*. The Joseph and Alma Gildenhorn Institute for Israeli Studies: University of Maryland. Dostopno prek: <http://israelstudies.umd.edu/pdf/Oren%20Research%20Paper%204.pdf> (3. januar 2014).
- Milosavljević, Marko. 2012. Regulacija in percepcija sovražnega govora: Analiza dokumentov in odnosa urednikov spletnih portalov. *Teorija in praksa* 49 (1): 112–130.
- Moss – merjenje obiskanosti spletnih strani. 2017. *Marec 2017*. Dostopno prek: http://www.moss-soz.si/si/rezultati_moss/obdobje/default.html (1. maj 2017)

Musek, Janek. 1985. *Model referenčnega delovanja jaza*. Ljubljana: Društvo psihologov Slovenije.

Münchenska deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev. 1971. Dostopno prek: <http://www.znp.si/znp/statut-znp/115-deklaracija-o-dolznostih-in-pravicah-novinarjev> (5. april 2016).

Nerone, John. 2013. The historical roots of the normative model of journalism. *Journalism* 14 (4): 446–458.

Peters, Chris. 2013. 'Even better than being informed': satirical news and media literacy V *Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*, ur. Chris Peters in Marcel Broersma, 173–188. London, New York: Routledge.

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

Poler Kovačič, Melita. 2003. Sprema beseda: Iz surovega časa medijev v čas odgovornih medijev V *Surovi čas medijev*, ur. Manca Košir, 7–28. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2004. Podobe (slovenskega) novinarstva: o krizi novinarske identitete V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 85–112. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2011. Kaj je novinarstvo, kdo je novinar? V *Uvod v novinarstvo: učbenik za študente prvega letnika študijskega programa novinarstvo na FDV*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 15–84. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2014. Etične dileme slovenskih spletnih novinarjev in urednikov. *Javnost – The Public* 21: 113–130.

Praprotnik, Tadej. 1999. *Ideološki mehanizmi produkcije identitet: od identitete k identifikaciji*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij in ŠOU, Študentka založba.

Preston, Paschal. 2009. Where's Europe?: Emergent post-national news cultures V *Making the news: Journalism and news cultures in Europe*, ur. Paschal Preston, 144–166. London in New York: Routledge.

Radiotelevizija Slovenija. 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno prek: [http://www.rtvlo.si/strani/pravilnik-o-poklicnih-standardih/9_\(2.april.2017\)](http://www.rtvlo.si/strani/pravilnik-o-poklicnih-standardih/9_(2.april.2017)).

--- 2007. *Estetska in etična merila ter navodila glede predvajanja programskih vsebin, ki vključujejo prizore nasilja ali seksualnosti*. Dostopno prek: <http://www.rtvlo.si/eticnamerila> (3. april 2016).

--- 2013. *Letno poročilo 2012*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/letno-porocilo-2012/4478> (29. maj 2017).

--- 2014. *Letno poročilo 2013*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/letno-porocilo-2013/4690> (29. maj 2017)

--- 2015. *Letno poročilo 2014*. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/letno_porocilo/letno_porocilo_2014_lektorirano.pdf (30. maj 2017).

--- 2016. *Letno poročilo 2015*. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/letno_porocilo/letno_porocilo_2015_lektorirano.pdf (30. maj 2017).

--- 2017. *Letno poročilo 2016*. Dostopno prek: http://www.rtv slo.si/files/letno_porocilo/2017_03_21-letno_porocilo_2016_lektorirano.pdf (30. maj 2017).

Radiotelevizija Slovenija. a. *Zgodovina RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/zgodovina-rtv-slovenija/14> (25. april 2017).

--- b. *O RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/o-rtv-slovenija/2> (25. april 2017).

Radiotelevizija Slovenija: Programski svet RTV Slovenija. 2006. *Programski standardi*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/programskistandardi> (4. april 2016).

Schlesinger, Philip. 1977. Newsmen and their time-machine. *The British Journal of Sociology* 8 (3): 336 – 350.

Schudson, Michael. 2013. Would journalism please hold still! V *Rethinking Journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*, ur. Chris Peters in Marcel Broersma, 191–199. London, New York: Routledge.

Sedikides, Constantine. 2002. Putting Our Selves Together: Integrative Themes and Lingering Questions V *The Social Self: Cognitive, Interpersonal, and Intergroup Perspectives*, ur. Joseph P. Forgas in Kipling D. Williams, 365–379. New York: Psychology Press.

Skovsgaard, Morten, Erik Albæk, Peter Bro in Claes de Vreese. 2013. A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. *Journalism* 14 (1): 22–42.

Skovsgaard, Morten. 2014. Watchdogs on a leash? The impact of organisational constraints' perceived professional autonomy and their relationship with superiors. *Journalism: theory, practice and criticism* 15 (3): 344–363.

- Slovenska oglaševalska zbornica. 2016. *Preglednica revidiranih prodanih naklad*. Dostopno prek: http://www.soz.si/projekti_soz/rpn_revidiranje_prodanih_naklad/preglednica_revidiranih_prodanih_naklad?field_distribucija%5B%5D=1&field_perioda_iz_hajanja%5B%5D=2&field_zaloznik%5B%5D=39&field_obdobje%5B%5D=10-12-2016&edition_type%5B%5D=field_tiskana_naklada#results (1. maj 2017).
- Society of Professional Journalists. 1996. *Code of Ethics*. Dostopno prek: <http://www.spj.org/pdf/ethicscode.pdf> (6. april 2016).
- Splichal, Slavko in Colin Sparks. 1994. *Journalists for the 21st century: tendencies of professionalization among first-year journalism students in 22 countries*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo V *Vregov zbornik (Javnost–The Public, VII (2000): supplement)*, ur. Slavko Splichal, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede.
- 2014. Konec koncev – novinarstvo V *50 let študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Karmen Erjavec in Melita Poler Kovačič, 43–68. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Sruk, Vlado. 1986. *Morala in etika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Tapsall, Suellen in Carolyn Varley. 2001. What is a journalist? V *Journalism: theory and practice*, ur. Suellen Tapsall in Carolyn Varley, 3–20. Melbourne: Oxford University Press.
- Ule, Mirjana. 2009. *Socialna psihologija: Analitični pristop k življenju v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Unesco. 2015a. *Fostering freedom of expression*. Dostopno prek: http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/unesco_calls_for_proposals_research_on_the_safety_of_online_media_actors_doing_journalism/back/18256/#.VFuI5_mG_yQ (20. april 2015).
- 2015b. *Professional journalistic standards and Code of Ethics: Key Concepts*. Dostopno prek: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/professional-journalistic-standards-and-code-of-ethics/key-concepts/> (15. april 2015).
- Van Dijk, Teun A. 2011. Discourse and Ideology V *Discourse studies: a multidisciplinary introduction*, ur. Teun A. Van Dijk, 379–407. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage Publications.
- 2013. *News as discourse*. New York in London: Routledge.
- Vecchi, Benedetto. 2008. *Zygmunt Bauman: Identiteta: pogovori z Benedettom Vecchijem*. Ljubljana: Založba /*cf.

- Vobič, Igor. 2012. *Globalni trendi spletnega novinarstva v slovenskih tiskanih medijih: Global Trends of Online Journalism in Slovenian Print Media: Doktorska disertacija*. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/doktorska_dela/pdfs/dr_vobic-igor.PDF (5. februar 2014).
- 2013. *Journalism and the web: Continuities and transformations at slovenian newspapers*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Vobič, Igor in Ana Milojević. 2014. »What we do is not actually journalism«: Role negotiations in online departments of two newspapers in Slovenia and Serbia. *Journalism* 15 (8): 1023–1040.
- Vogrinc, Jože. 2007. Poklicna ideologija novinarjev ter cenzura in samocenzura. *Dialogi* 43 (7–8): 149–164.
- Weaver, David H. in G. Cleveland Wilhoit. 1986. *The American Journalist: A Portrait of U. S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weaver, David H. 2008. Journalists: International profiles V *Journalism: Critical concepts in media and cultural studies IV*, ur. Howard Tumber, 132–141. London, New York: Routledge.
- Wiik, Jenny. 2009. Identities under construction: professional journalism in a phase of destabilization. *International Review of Sociology – Revue Internationale de Sociologie* 19 (2): 351–365.
- Wright, Stephen C., Art Aron in Linda R. Tropp. 2002. Including Others (and Groups) in the Self: Self Expansion and Intergroup Relations v *The Social Self: Cognitive, Interpersonal, and Intergroup Perspectives*, ur. Joseph P. Forgas in Kipling D. Williams, 343–363. New York: Psychology Press.
- Zakon o medijih* (ZMed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2006110&stevilka=4666> (3. april 2016).
- Zakon o Radioteleviziji Slovenija* (ZRTVS-1). Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (3. april 2016).
- Združenje novinarjev in publicistov. 1999. *Kodeks Združenja poklicnih novinarjev*. Dostopno prek: <http://www.znp.si/castno-razsodisce/kodeks-zdruzenja-poklicnih-novinarjev> (4. april 2016).
- 2011. *Pravilnik o delovanju Častnega razsodišča ZNP*. Dostopno prek: <http://www.znp.si/castno-razsodisce/pravilnik-castnega-razsodisca> (12. avgust 2017).
- Zelizer, Barbie, 1993. Has communication explained journalism? *Journal of Communication* 43 (4): 80 – 86.

--- 2004. *Taking journalism seriously: News and the Academy*. Thousand Oaks, London in New Delhi: Sage Publications.

--- 2005. Definitions of journalism V *The Press*, ur. Geneva Overholser in Kathleen Hall Jamieson, 66–80.