

## Temelji komunikologije, let. 2008/9

študijsko gradivo – prosojnice, samo za interno uporabo

### NOVINARSTVO

Novinarji zbirajo relevantne informacije, jih selekcionirajo, interpretirajo ter oblikujejo v novinarskih prispevkih, ki jih mediji posredujejo občinstvu. Ključne vrednote in norme novinarskega dela:

#### **Zavezanost resničnosti poročanja**

**Preverjanje točnosti informacij:** novinarji naj bi za svoje informacije imeli preverjene vire informacij (najmanj dva) ali pa dokazno gradivo.

**Ločevanje informiranja od interpretiranja:** novice in poročila morajo biti “objektivno”, nepristransko podajanje novic, komentarji pa temeljijo na “subjektivnih” mnenjih in so pristranska.

**Novinarske zavezanost javnemu interesu:** novinarji v svojem zbiranju informacij in novinarskih prispevkih zastopajo javni interes, obče dobro, tj. interes vseh državljanov.

**Novinarska vloga psa čuvaja (watchdog function):** metafora psa čuvaja izraža kritično novinarsko vlogo pri zaščiti javnega interesa, kar pomeni, da preverja delovanje državnih in gospodarskih institucij, če je v skladu ali v nasprotju z družbenimi normami in javnim interesom

#### **Potrebna je jasna ločitev novinarskih prispevkov od oglasov**

Novinarski mediji v zasebni lastni so lahko nazorsko in politično pristranski, ker to spada v okvir pravic svobode govora in svobode tiska.

Novinarski mediji v javni lasti (javni zavodi, npr. BBC, RTVS), morajo biti v poročanju nepristranski, ker služijo vsem državljanom ne glede na njihovo nazorsko prepričanje ali politično pripadnost.

**Viri: Manca Košir – Nastavki za teorijo novinarskih vrst, 1988; Mencher, Basic News Writing, 1992; Lambeth, Časnikarstvo kot zaveza 1997; McQuail, Mass Communication Theory 2000.**

## **NOVINARSKE ZVRSTI**

### **Manca Košir loči med:**

- informativnimi zvrstmi
- interpretativnimi zvrstmi

### **INFORMATIVNA ZVRST**

- **NOVICE** – kratek opis dogodka, ki informira o glavnih elementih dogodka glede na novičarsko vrednost. Model pisanja je obrnjena piramida. Gre za opisovanje od zunaj, z distanco, dogodek le registrira, ga ubesedi.
- Košir: “vest, kaj se je zgodilo, poročilo, kaj se je dogajalo”
- **POROČILO** – poroča o dogajanju, torej o razvoju dogodka; predmet je dogajanje v procesu, v trajanju, v sosledju; zmanjša se distanca, poročilo ubesedi dogodek bližje, bolj od znotraj, Košir poročilo “je v dogajanju samem”.
- **REPORTAŽA** - literarna novinarska zvrst, ki pripoveduje **dramatično zgodbo** (povezan razvoj dogodkov, dramatični lok), subjektivni pogled.
- **POGOVORNE ZVRSTI (spadajo v informativno zvrst)**
  - izjave: vpletenih, strokovnjakov, javnih osebnosti
  - intervju: dialoška forma
  - okrogla miza: pogovor več strokovnjakov ali vpletenih

### **INTEPRETATIVNE ZVRSTI – interpretacije dogodkov in mnenja, ki so subjektivna, lahko tudi nazorsko in politično pristranska**

- **KOMENTARJI**: klasičen komentar, uvodnik (komentira in hkrati vpelje številko), kolumne (je bolj osebni pogled, lahko bolj anekdotičen)
- **STROKOVNI ČLANKI**: razmerjem med dogodki, procesi, pojavi, stanji. Članki naj bi razlagali, in to celovito razlagali. Članki naj bi uporabljali strokovno in analitično metodo.

## DENIS MCQUAIL – raziskave novinarske samozaznave

V zadnjih 30 letih je bilo napravljeno več raziskav, kako novinarji zaznavajo svoje delo. Pri tem se je pokazalo, da so novinarji lahko bolj pasivni ali aktivni pri novinarskem delu.

## McQuailov povzetek rezultatov raziskav novinarske samozaznave oz. samorazumevanje je pokazal na tri tipične novinarske vloge

- **nevtralni razširjevalec informacij:** zbira informacije, pogosto iz rutinskih oz. uradnih virov, jih korektno obdelava in posreduje; informativne zvrsti, dnevniki. Najbolj pogosto.
- **preiskovalni novinar - interpret:** bolj zahtevna vrsta novinarstva – novinar kot pes čuvaj: sam aktivno raziskuje teme kršitve norm in javnega interesa, često anonimni viri, poglobljeni, analitični prispevki v obliki preiskovalnih interpretativnih člankov. Revije in priloge, TV oddaje, npr. Preverjeno. Manj pogosto.
- **aktiven, angažiran novinar (partisanship, advocacy):** politično in/ali nazorsko pristranski novinar, ki zastopa določene nazore, interese, politiko. Mnenjski komentarji in članki, npr. tednik Mladina, Mag, Reporter. Manj pogosto.

## VIRI INFORMACIJ – NOVINARSKI VIRI

Novinarji oblikujejo svoje novinarske prispevek na osnovi različnih virov, ki prinašajo informacije.

**LEON SIGAL 1973** – objavi rezultate 20 letnega raziskovanja novinarskih virov - 1949-1969 – v NYT in WP v političnem poročanju. Novinarske vire razdeli na:

- rutinske: uradni viri, PR
- neformalne: drugi, neuradni in nepolitični viri informacij
- preiskovalne (*enterprising*): novinarjevo lastno raziskovanje

Njegova raziskava pokaže, da so novinarji pri poročanju dnevnika *Washington post* o političnih dogodkih uporabili rutinske vire v 58%, neformalne v 15%, preiskovalne pa v 28%. To kaže, da prevladujejo uradni viri in z njimi povezana dejavnost odnosov z javnostmi, kar kaže na pomen poklica in dejavnosti odnosov z javnostmi. Razmerje med novinarstvom in odnosi z javnostmi prikazuje model Westley McLean, ki ga najdete v Fiske, Uvod v komunikacijske študije.

## KATERI SO NOVINARSKI VIRI?

- Novičarske agencije (news agencies): profesionalno zbiranje in posredovanje informacij, npr. Reuters, UPI, STA, HINA

- Uradni organizirani viri: PR (odnosi z javnostmi) kot uradni vir za vse dogodke in probleme v zvezi z organizacijo, ki jo zastopa
- Priče, očitvidci, prizadeti, udeleženci nekega dogodka ali problema
- Neodvisni strokovnjaki kot poznavalci in razlagalci nekega dogodka ali problema
- Neimenovani viri – spuščanje informacij (*leaks*)
  - posredujejo novinarjem občutljive informacije, novinar jih zaščiti z neimenovanjem, z anonimnostjo
  - *Wistelblowers* (*pisakči, žvižgači*) – tisti člani organizacije, ki novinarjem sporočajo notranje informacije o napakah v lastni organizaciji
  - Novinarsko lastno raziskovanje: novinar uporabi javno dostopne vire informacij, npr. podatke statističnega urada, znanstvenih raziskav, pisanje drugih medijev

## **ODNOSI Z JAVNOSTMI - PUBLIC RELATIONS**

V javnosti ne nastopajo samo novinarji in mediji, temveč tudi druge organizacije oz. družbene institucije. Odnosi z javnostmi so poklic (in znanstvena disciplina), ki je specializiran za **“advokatsko komuniciranje”; PR je sodobna institucionalna retorika.**

Odnosi z javnostmi (PR) spadajo v organizacijsko komuniciranje oz. komuniciranje organizacij oz. institucionalno komuniciranje. Politične, državne, gospodarske, civilno-družbene, nevladne, neprofitne, kulture itd. organizacije nastopajo kot kolektivni akterji, ki komunicirajo. Za komuniciranje organizacij z javnostjo skrbi poklic/slужba odnosov z javnostmi.

**James Grunig: Odnosi z javnostmi so “upravljaljska funkcija komuniciranja organizacije z njenimi javnostmi”.**

Komuniciranje organizacij prek odnosov z javnostmi ima osnovni namen, da organizacija:

- informira o stvareh, ki so pomembni za organizacijo in/ali za javnost
- prepričuje javnost (interpretira in vrednoti)
- v javnosti ustvarja in ohranja dober “imidž” in ugled,
- ustvari zaupanje
- promovira svoje interese,

- razvija dobre odnose s tistimi družbenimi skupinami, s katerimi organizacija sodeluje in je zato od njih posredno tudi odvisna (npr. potrošniki, lokalna skupnost, državne institucije).

Strokovnjak za odnose z javnostmi **ni nevtralen komunikator**, temveč je **advokat organizacije**, pri sporočanju v imenu organizacije posreduje javnosti in zastopa tudi organizacijske interese.

Javni in posebni interesi: če **novinarji** preiskujejo, oblikujejo in sporočajo informacije v imenu **javnega interesa**, tako se vsaj samorazumejo, pa profesionalci za **odnose z javnostmi** oblikujejo in sporočajo informacije v **funkciji posebnega interesa** organizacije, ki jo zastopajo.

Čeprav so profesionalci za odnose z javnostmi v svojem komuniciranju advokati organizacije, pa **ne smejo manipulirati** z informacijami. Profesionalci za odnose z javnostmi so prek **kodeksa svoje profesionalne etike** zavezani, da govorijo resnico, posredujejo točne informacije, spoštujejo dostojanstvo vseh udeleženih itd.

Komuniciranja odnosov z javnostmi **lahko poteka prek neodvisnih množičnih medijev** in je posredovano širokemu medijskemu občinstvu. Odnosi z javnostmi **ne nadzorujejo** neodvisnih množičnih medijev.

- Če odnosi z javnostmi komunicirajo prek **neodvisnih množičnih medijev**, jim posredujejo svoja sporočila; mediji sporočila OzJ objavijo ali ne objavijo po svoji presoji; če jih objavijo, jih lahko tudi bistveno predelajo in dopolnijo z drugimi viri.

Imajo pa odnosi z javnostmi na razpolago tudi **svoje, nadzorovane kanale komuniciranja** z javnostmi.

### **Komunikacijske tehnike OzJ so nadzorovane komunikacijske zvrsti in kanali OzJ:**

- izjave, govorništvo, javno nastopanje, nastopanje v medijih
- sporočila za javnost
- novinarske konference
- tiskana gradiva – plakati, brošure, prospekti
- oglasi
- spletne strani in druge nove digitalne medije, npr. e-mail, blogi, forumi
- na interpersonalni ravni medosebni stiki, srečanja

- ustvarjanje dogodkov (*event management*): sejmi, razstave, seminarji, banketi, natečaji, klubi, in nekateri posebni spektakularni dogodki
- video

Prek teh zvrsti oz. kanalov se naslavljajo neposredno na javnost ali pa na novinarje oz. medije, ki potem posredujejo ta sporočila naprej.

Odnosi z javnostmi nastopajo kot **uradni vir informacij o organizaciji** za vse zainteresirane, še posebej za novinarje.

### **Odnosi z javnostmi komunicirajo predvsem z naslednjimi javnostmi:**

- novinarji, uredniki in mediji
- zaposlenimi
- potrošniki
- lokalno skupnostjo
- državnimi in političnimi institucijami
- lastniki, delničarji in finančnimi javnostmi
- aktivističnimi javnostmi
- Prek komuniciranja z vsemi temi javnostmi poskušajo odnosi z javnostmi razviti dobre odnose s tistimi elementi družbe, brez katerih organizacija, ki jo zastopajo, ne more dobro izvajati svojega dela.

### **GATEKEEPERS - VRATARSKA FUNKCIJA - ODBIRATELJSTVO**

V družbi obstaja mnogo informacij, vendar vse ne pridejo v javnost, ker novinarsko in uredniško delo (Wright – korelacijska funkcija) nastopa kot filter oz. **vratar** (*gatekeeper*), oz. v slovenskem prevodu – **odibratelj**.

**Kurt Lewin** - avstrijski socialni psiholog, ki je opredelil je pojme, kot so *vratar*, *vratarstvo*, *kanal*, *oddelek* (angl. section) in *vrata*. *Gl. Psihološka ekologija*. 1943. gl. Hresomatija 2.

Kurt Lewin, utemeljitelj koncepta vratarstva, pravi, »da so vratarji posamezniki ali skupine ljudi, ki upravljajo potovanje informacij po komunikacijskih kanalih«. Koncept vratarstva oz.

odbirateljstva pa je »proces, v katerem se milijoni sporočil, ki so nam na voljo v svetu, izberejo in preoblikujejo«.

- **METAFORA:** Za primer je vzel spreminjanje prehranjevalnih navad neke populacije. Prikazal je, kako živila potujejo od svoje prvotne oblike (domači pridelki ali zaloge v trgovini) po različnih kanalih (vrt ali trgovina) do cilja - družinske mize, kjer se jih v končni fazi pripravljena poje.
- Kanali so razdeljeni v oddelke oziroma stopnje na poti do cilja. Na vsaki stopnji se lahko živilo ali njegov del izloči ali sprejme. Vrata so na vhodu v kanal in v vsak oddelek, kjer premike živil nadzoruje vratar. Na vratarjeve odločitve o selekciji vplivajo pozitivne in negativne *silnice*.
- Metaforo prenesel na potovanje informacij po informacijskih kanalih v množičnih medijih. Informacije tečejo od vrat do vrat po *kanalih*, znotraj njih pa po posameznih *oddelkih*. *Vrata* so točka odločitve enega ali več *vratarjev*, kjer se presodi, katere informacije bodo spustili naprej. Odločajo se po svoji izbiri ali po vnaprej določenih pravilih.

**David Manning White** je prvi empirično raziskal Lewinov koncept; preučeval vedenje časopisnega urednika pri selekciji agencijskih novic. Vprašanje, zakaj urednik 'Mr. Gates' določene zgodbe objavi, drugih pa ne. Odgovor: vratarjeva presoja osebne narave in visoko subjektivna.

Raziskave **W. Gieberja** pa so nasprotno pokazale, da je v vratarstvu bolj pomembna organizacija in njene rutine kot individualni vratarji, ki se odločajo subjektivno. Po njegovem mnenju je časopisni urednik v osnovi pasiven, proces selekcije pa je mehaničen.

**Bass** 'dvostopenjski notranji tok informacij' (Berger, 1995: 65): - razdeli proces v dve fazi oziroma dve skupini vratarjev. V prvi so *zbiralci* informacij, ki so bližje viru informacij in oblikujejo sporočila, prispela v neobdelani obliki. V drugi skupini so *predelovalci* informacij, ki preoblikujejo in združujejo sporočila v končno obliko, kakršna doseže javnost. Model se imenuje.

Nadaljnji modeli so začeli temeljiteje obravnavati vlogo virov v procesu vratarstva. Po mnenju **Chibnalla** je »zveza novinar - vir najpomembnejša arena vratarstva« (v Shoemaker, 1991: 15). Zato posvečam virom več pozornosti v naslednjem poglavju.

## **SKLEPNA MISEL O VRATARSTVU/ODBIRATELJSTVU:**

### **Bittner navaja štiri funkcije novinarjev in urednikov kot vratarjev:**

- *PRENOS* - medij sprejema in prenaša informacije;
- *SELEKCIJA* - zmanjšuje ali omejuje količino informacij - oblikuje besedilo, tako da izpusti dele, ki se mu zdijo nepomembni;

- *RAZŠIRITEV* - širi količino informacij, tako da jih dopolni - z dodatnimi dejstvi, pogledi ali stališči;
- *INTERPRETACIJA* - interpretira informacije. Zgodbo pokaže z novega vidika.