

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 naslavlja 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.