

KARMEN ERJAVEC

KORAKI

DO KAKOVOSTNEGA
NOVINARSKEGA PRISPEVKA

Vse pravice pridržane.

Fotokopiranje in vse druge vrste reproduciranja po delih in celoti **ni dovoljeno** brez pisnega dovoljenja založbe.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

070.11

ERJAVEC, Karmen

Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka / Karmen Erjavec.
- Ljubljana : Jutro, 1998

ISBN 961-6006-58-4

79029760

Naročila:

JUTRO d.o.o., Črnuška c. 3, p.p. 4986, 1001 Ljubljana
ali po telefonu (061) 374-334

VSEBINSKO KAZALO

UVOD	5
1. POJEM NOVINARSKE KAKOVOSTI	7
1.1. Različni pristopi raziskovanja novinarske kakovosti	10
2. KAKOVOST KOT PRIMER	
PROFESIONALIZACIJE NOVINARSKEGA POKLICA	15
2.1. Izobraževanje novinarjev	21
2.1.1. Izobraževalne zahteve poklicna kompetentnost	24
2.2. Etične norme kot osnova novinarskega delovanja – normi objektivnosti in ločevanja	27
2.2.1. Norma objektivnosti	33
2.2.2. Ločevalna norma	38
3. NOVINARSKA KAKOVOST	
KOT PRIMER KAKOVOSTI IZDELKA	43
3.1. Izbira teme	46
3.1.1. Tematska pomembnost	47
3.1.2. Aktualnost	55
3.2. Preiskovanje	56
3.2.1. Metodično preiskovanje	61
3.2.2. Viri informacij	64
3.2.3. Preiskovalni pripomočki	66
3.2.4. Preiskovalni intervju	66
3.2.5. Strategije preiskovanja	70
3.2.6. Načela novinarskega preiskovanja	73
3.3. Oblikovanje novinarskega prispevka	74
3.3.1. Točnost	75
3.3.2. Raznolikost	77
3.3.3. Preglednost	78
3.3.4. Stvarnost	79
3.3.5. Uravnoveženost	80
3.3.6. Razumljivost	81

4. KOMUNIKACIJSKO OBLIKOVANJE	89
4.1. Medijski simboli in simbolne tehnike kot del vsebinske razsežnosti	89
4.2. Spremembe v oblikovanosti tiska	90
4.3. Vizualna komunikacija s pomočjo 'slikovnega novinarstva'	92
4.4. Branje je tudi opazovanje in iskanje	94
4.5. Komunikacijsko oblikovanje: <i>interesi, uporabnost in vizualizacija</i>	96
4.5.1. Berljivost	97
4.5.2. Razporeditev in ritmika	98
4.5.3. Kontrast in oblikovanje	99
4.5.4. Slike kot kontrastne točke besedila	99
4.5.5. Ponazoritev prek infografike	100
4.5.6. Vstop in izstop	100
4.5.7. Usmerjenost na ciljno občinstvo: pisati in oblikovati za 'svoje' občinstvo	101
4.5.8. Povezava sporočevalskih funkcij in predstavitvene harmonije: <i>slediti smernicam, toda z okusom</i>	101
4.5.9. Kontinuiteta in konsistenca: ponavljajoče 'ikone' gradijo zaupanje	101
4.5.10. Samostojnost in nezamenljivost	102
4.6. Težnje v komunikacijskem oblikovanju	102
5. POSKUS OPREDELITVE KAKOVOSTI NOVINARSKEGA IZDELKA	103
6. VIRI	108

KAZALO TABEL IN GRAFOV

Tabela 1: Objektivna – subjektivna kakovost (po Wallischu)	8
Tabela 2: Novinarska kompetenca	25
Tabela 3: Novičarski dejavniki (po Keplingerju)	49
Tabela 4: Postopki metodičnega novinarskega preiskovanja (po Hallerju)	63
Graf 1: Nastanek preiskovalnega poročila (po Williamsu)	72
Tabela 5: Optimalna razumljivost – dober jezik (po Schneiderju)	83
Tabela 6: Dolžina stavka in berljivost (po Mencherju)	86
Tabela 7: Odvisne spremenljivke kriterijev novinarske kakovosti	103
Tabela 8: Kriteriji ocenjevanja novinarskega izdelka	105

UVOD

Namen iskanja in postavljanja modela novinarskega dela v novinarski teoriji ni nikoli bil oblikovati enostavne in vseobsegajoče recepte, po katerih bi novinarji tvorili svoje prispevke hitro, enoznačno in stereotipno. Proces novinarskega dela je preveč specifičen in zahteven, da bi ga lahko enostavno ujeli v kalup, ki bi bil uporaben za vse oblike in načine novinarskega sporočanja. Cilj opredelitve ključnih korakov novinarskega dela je pomagati ustvariti višjo kakovost novinarskega prispevka. Zato je namen tega učbenika analiza in odkritje poti ter načinov za nastanek kakovostnega novinarskega prispevka. Poskušali bomo torej ugotoviti, kateri so najpogostejši in nujni koraki novinarskega dela. V knjigi so posamezni koraki novinarjevega delovnega procesa razdeljeni po njihovem najbolj pogostem vrstnem redu in časovnem zaporedju. Vendar pa posamezni koraki ne sestavljajo samostojne in neodvisne celote, ampak se med seboj prepletajo, prehajajo eni v druge. Pogosto jih novinar tudi preskoči (npr. preiskovanje).

Cilj te knjige je predstaviti študentom osnovne kriterije novinarske kakovosti po posameznih korakih novinarskega dela. Opredelitev novinarske kakovosti zahteva dinamičen, diferenciran in fleksibilen pristop. To delo zajema vse ravni novinarskega dela, njegove posamezne norme in dejavnike, ki vplivajo na novinarsko delo.

Prvo poglavje obravnava različne pristope ocenjevanja novinarske kakovosti, ki jih ponuja strokovna literatura. Kakovost kot primer profesionalizacije novinarskega poklica je zaobjeta v drugem poglavju, ki odpira vprašanje o stopnji razvoja novinarskega poklica. Ključni pogoj profesionalizacije novinarskega poklica je dober novinarski izobraževalni sistem, ki mora študentom zagotoviti vsebinsko, strokovno in posredovalno kompetentnost. Pod drobnogled so vzete tudi etične norme, še posebej objektivnost in ločevalna norma.

V tretjem poglavju je novinarsko ustvarjanje razdeljeno na tri korake: *izbira teme, preiskovanje in oblikovanje novinarskega prispevka*, vse te skrivajo še več podfaz novinarjevega delovanja. Vzemimo na primer fazo preiskovanja. Ta skriva v sebi več nepogrešljivih faz, kot na primer preverjanje, dopolnjevanje, obogatitev, izbira informacij itd. Selekcija oz. izbiranje informacij je tudi del osnovne faze izbire teme. Prav tako tudi pisanje prispevka zahteva selekcijo informacij. Tako se različne faze med seboj prepletajo in dopolnjujejo. Vsak od korakov vsebuje svoje kriterije kakovosti.

Ker je komunikacijsko oblikovanje tudi sestavni del novinarskega dela, je predstavljeno v četrtem poglavju. To poglavje osvetljuje aktualne spremembe in osnovna spoznanja vizualne podobe tiska. V zadnjem poglavju je predstavljena definicija novinarske kakovosti in zbrane ugotovitve o kakovosti novinarskega dela.

Od sedemdesetih let naprej je glavno geslo časopisnih urednikov: »Dajmo bralcem to, kar si najbolj želijo!« To geslo je bila glavna motivacija za mnoge spremembe časopisa k t. i. 'bralcu prijaznemu' časopisu. Uredniki so krajšali prispevke in zahtevali personifikacijo sporočil, obilo fotografij, barvni tisk, več športa, kriminala, škandalov, razvedrila in uporabnih novic. Vendar kot pravi Bogart, »uredniki ne smejo bralcem avtomatično dati tistega, kar si želijo« (1989: 255). Želje bralcev mnogokrat nasprotujejo njihovim potrebam po popolnem informiranju o aktualnih novicah in javnih zadevah.

Želje bralcev so mnogokrat v nasprotju z novinarskimi profesionalnimi vrednotami ali tradicionalnimi definicijami novic. Konflikt med profesionalnimi vrednotami in željami bralcev je problematičen tudi zaradi tega, ker uredniki izgubljajo lastno podobo novinarske kakovosti. Bogart je ugotovil, da danes mnogo urednikov zamenjuje novinarsko kakovost s prodajnim uspehom časopisa (1989: 312). Na vprašanje, ali je časopis, ki je kakovosten, tudi vedno popularen, Bogart ni našel pritrdilnega odgovora.

Opredelitev tradicionalnih novinarskih standardov kakovosti je zelo težavno opravilo, ker je osnovano na subjektivni kritiki tiska in kvalitativnih analizah. To je vidno pri različnih standardih opredelitve najboljših svetovnih dnevnikov (npr. Merrill, 1968) in podeljevanju novinarskih nagrad.

Mnoge raziskave so bile narejene, da bi identificirale in izmerile standarde kakovosti pri novinarjih in bralcih. Swanson je analiziral vsebinske pripombe 373 odraslih, ko so odgovarjali na vprašanje, kaj naj bi časopis objavljala (1949: 172–180). Connery je analiziral majhen vzorec novinarjev, da bi opredelil najboljše dnevnike v Združenih državah Amerike (1989: 59–76). V analizi 746 urednikov velikih in malih dnevnikov je Bogart ugotovil, da obe skupini soglašata v prvih treh kriterijih novinarske kakovosti (točnost, nepristranskost in preiskovanje) in v zadnjem (literarni stil). Uredniki manjših dnevnikov so na višje mesto uvrstili naklonjenost državljanov in na nižje mesto specializirane veščine in individualnost časopisa (Bogart, 1989: 260–262).

Bogart je prav tako primerjal 23 uredniških kriterijev kakovosti s preferencami bralcev. Ugotovil je, da najvišji uredniški kriteriji ((1) visok delež novinarskih prispevkov glede na prispevke, napisane na podlagi novic tiskovnih agencij; (2) delež neoglasne vsebine; (3) visok delež komentarjev in analiz) niso visoko uvrščeni na lestvici kriterijev kakovosti pri bralcih. Občinstvo je na najvišje mesto uvrstilo delež komentarjev, ki razlagajo ozadje dogodkov, na drugo mesto visok delež športnih novic glede na vso novinarsko vsebino in na tretje mesto objavo kratkih povzetkov novic (Bogart, 1989: 260).

Novejše raziskave kažejo, da imajo bralci in uredniki podobne kriterije novinarske kakovosti. Gladley je ugotovil (1996: 319–331), da sta obe skupini na najvišje mesto uvrstili velik delež krajevnih novic, točnost in dobro napisan prispevek. Največja razlika je nastala glede kriterijev zaposlovanja novinarjev, dostojnosti, vizualnih apelov in pomanjkanja senzacij. Uredniki so višje kot bralci ocenili kakovost novinarjev (agresivno in izvirno poročanje) in vizualne apele (fotografije, barve, veliki naslovi), nižje pa pomanjkanje senzacij in dostojnost. Bralci so v primerjavi z uredniki (deveto) na višje mesto (sedmo) uvrstili kriterij raznolike vsebine. Gladley je potrdil Bogartovo tezo, da novinarji podcenjujejo interese bralcev in da so bralci bolj diskretni in zadržani pri odločitvah, kaj naj bo objavljeno v časopisu.

Ker so uredniki vizualno privlačnost postavili na četrto mesto, bralci pa na deveto, zadnje mesto, bi se uredniki morali vprašati, ali je bralcem vizualna privlačnost resnično tako pomembna kot to oni predvidevajo. Prav tako bi morali uredniki razmisliti o svojih preferencah senzacionalnega poročanja. Bralci v ospredje postavljajo obsežno, raznoliko poročanje pred senzacijami in kršitvijo moralnih norm. Uredniška politika bi morala upoštevati predvsem tista merila kakovosti, ki so jih kot osnovna izpostavili tako bralci kot uredniki: točnost, nepristranskost, dobro pisanje.

1. POJEM NOVINARSKE KAKOVOSTI

»Opredeliti novinarsko kakovost je podobno kot zabiti pudring na zid.«

(Ruß-Mohl, 1992a: 85)

Navedena Ruß-Mohlova misel opozarja na težavnost, če že ne na nezmožnost opredelitve kakovosti v novinarstvu. Problem določitve kakovosti izhaja iz dejstva, da tako kompleksnega pojma ni mogoče opredeliti na kratko in jasno. Tudi že veljavna pravila, kot je na primer splošno sprejet novinarski kodeks, ne zadostujejo za postavitev meril novinarske kakovosti. Zato Ruß-Mohl pravi:

»Ni enega samega merila kakovosti.«

(Ruß-Mohl, 1994a: 94)

Novinarske kakovosti nikakor ne moremo primerjati z natančno opredeljenimi ISO-normami, ki v gospodarstvu določajo kakovost izdelka. Vzrok za težave pri določanju novinarske kakovosti lahko najdemo tudi v njenem nenehnem spreminjanju, saj je podvržena tako tehnološkemu razvoju kot tudi vsebinskim spremembam, na katere je še posebej v zadnjem času zelo vplival spremenjen pomen aktualnosti.

Področje novinarske kakovosti je v strokovni literaturi relativno pomanjkljivo analizirano. Model novinarske kakovosti je treba še razviti. Vsakokratna nova analiza novinarstva bo vedno znova odkrivala nove kriterije za opredelitev novinarske kakovosti. To kaže na problem spremenljivosti definicije novinarske kakovosti. Spreminja se na podlagi novih meril, ki so odvisna od trenutne sprejemljivosti. To pa tudi pomeni, da se lahko novinarstvo kljub determiniranemu tehničnoprodukcijskemu in družbeno-političnemu okviru delno razvija tudi po lastnih zakonitostih.

Opredelitev kakovosti novinarskega izdelka je otežena tudi zaradi predpostavke, da mora vsak novinarski izdelek doseči čim širši krog občinstva. Zaradi tega je omejena avantgardnost in eksperimentalnost posameznega novinarskega

prispevka. V novinarstvu je, mnogo bolj kot na primer v literaturi, pomemben tržni uspeh. Kljub temu pa si mora novinarstvo, ki se zaveda kakovosti in svojega poslanstva v družbi, prizadevati, da ga tržni interes pri dvigu lastne kakovosti ne omejuje preveč. Kot primer lahko vzamemo preiskovalno novinarstvo, ki svojo kvalitativno nalogo izpolni le takrat, ko zanemari politične interese in deluje v smislu 'četrte veje' oblasti. Vendar je ta cilj v celoti uresničljiv le v idealni situaciji.

Ključni postopki novinarskega dela so izbira teme, preiskovanje, urejanje, oblikovanje in posredovanje informacij. Kje se skriva novinarska kakovost? Ali morda v stilu in jeziku? Če postavimo v ospredje le stil in jezik, se lahko zgodi, da bodo najvišjo oceno glede kakovosti dosegli le literarni žanri. Naslednje možno merilo novinarske kakovosti je preverjanje informacij. Občinstvo lahko prek dobrega preiskovalnega postopka lažje in bolje rekonstruira dogodek, predstavljen v novinarskem prispevku. Bralec meni, da je najbolje informiran takrat, ko je z različnimi viri informacij kompleksno seznanjen s potekom dogodka. Točnost je lahko naslednja spremenljivka. Ta je rezultat različnih dejavnikov, pri čemer ima prav preiskovalno delo največjo težo in od novinarja zahteva, da je zelo učinkovit.

Še večjo zmedo povzroča ugotovitev, da je opredelitev kakovosti odvisna od novinarskih žanrov. Za literarno usmerjene žanre, kot sta na primer reportaža in podlistek, veljajo druga merila kakovosti kot za informativne žanre. Pri prvih je v ospredju predvsem zgradba oz. oblikovanje besedila in ne toliko natančno poročanje.

Wallisch (1995: 100) razlikuje med objektivno in subjektivno kakovostjo so (tabela 1). Vertikalna razdelitev modela glede na način obravnavanja kakovosti – objektivno in subjektivno – omogoča enostavno razporeditev. Wallisch objektivno kakovost razume kot naučene novinarske delovne obrazce in pravila, ki so institucionalno vpeljeni.

Tabela 1: Objektivna – subjektivna kakovost (po Wallischu)

OBJEKTIVNA KAKOVOST	SUBJEKTIVNA KAKOVOST
• Formalna načela	• Vsebinska načela
• Žanr	• Funkcionalnost
• Jezikovna pravilnost	• Literarni stil
• Itd.	• Itd.

Vir: Wallisch, 1995: 100

Subjektivna kakovost ponuja več interpretacijskega prostora in omogoča individualno realizacijo novinarskega izdelka. Wallisch se v svojem modelu omejuje predvsem na novinarsko delo. Toda na opredelitev novinarske kakovosti vplivajo tudi značilnosti posameznih medijev, njihove funkcije, novinarska samopodoba, družbene in politične razmere itd. Okvir novinarskemu delovanju ne postavljajo le mediji sami, ampak vsi procesi v družbi, ki se vedno znova spreminjajo. Konkurenčnost različnih medijev na komunikacijskem trgu spada prav tako v okvir novinarskega delovanja kot politična usmerjenost, osebna motivacija itd.

Iz potrebe po relativizaciji poklicnega talenta in vpeljavi kompetentnih študij, se od konca sedemdesetih let tudi v Evropi propagira nova oblika in vsebina novinarskega izobraževanja: *univerzitetni novinarski izobraževalni sistem*. Naraščajoča motivacija novinarjev po univerzitetni izobrazbi je bila povezana tudi z idejo kakovostnejšega novinarstva.

Vendar pa zamisel o novinarskem izobraževanju ni bila splošno sprejeta. Kunczik (1988: 37) trdi, da bi novinarska izobrazba kot eden od ključnih pogojev zaposlovanja novinarjev omejila številčnost in dostopnost potencialnih novinarjev.

Najpogostejša kritika, ki prihaja iz nenovinarskih vrst, je kritika novinarskega jezika. Da je jezikovna kompetentnost zelo pomemben kriterij ocenjevanja kakovosti novinarskega izdelka, dokazujejo tako kriteriji podeljevanja različnih novinarskih nagrad kot tudi številna strokovna literatura o problematiki jezika novinarskih prispevkov. Vendar kritiki pogosto precenjujejo jezikovni vidik, ko ga obravnavajo kot primarni kriterij novinarske kakovosti. Kljub temu pa jezikovna kritika še vedno ostaja osnovni kriterij vrednotenja novinarskega dela.

Naslednja spremenljivka, ki lahko definira novinarsko kakovost, je razumljivost vsebine novinarskega prispevka. Kriterij razumljivosti je zelo tesno povezan z jezikovnim kriterijem, vendar ga presega. Svojo pozornost usmerja predvsem na sporočanje in ocenjevanje smiselne predstavitve novinarskega izdelka. Kriterij razumljivosti potrebuje ob sebi še orientacijski kriterij, ki omogoča subjektivno vrednotenje smiselnosti novinarskega prispevka glede na strukturo besedila.

Kriterij razumljivosti ima dve ravni: *jezikovno in vsebinsko*. Druga se nanaša na sposobnost novinarja, da informacije razporedi tako, da so občinstvu razumljive. Tesna povezanost z jezikovno kakovostjo je očitna: *le če je sporočilo jezikovno dobro formulirano, je tudi v pričakovanem smislu razumljivo*. Kriterij razumljivosti mnogi avtorji uvrščajo med osnovne pogoje kakovostnega sporočanja.

Naslednji dve spremenljivki sta osebna angažiranost in družbena kompetentnost novinarja. Pri podeljevanju različnih novinarskih nagrad postavljajo žirije

ta dva kriterija na zelo visoko mesto. Osebna angažiranost novinarja ni pomembna le pri pisanju družbenih reportaž, ampak tudi v preiskovalnem novinarstvu, kjer je preiskovanje uspešno le zaradi posebnega odnosa novinarja do predmeta raziskave. Höbel (1989: 29) osebno angažiranost novinarja ne razume kot izražanje novinarjevega mnenja in interesov, ampak ravno nasprotno kot novinarjevo distanco do vsebine sporočanja. Zato priporoča distanciranost novinarja do predmeta sporočanja ravno takrat, ko novinar poroča o surovih in grobih odnosih v družbi.

V strokovni literaturi lahko zasledimo pomanjkanje znanstvenega pristopa do etičnih problemov v novinarstvu. V Sloveniji se z novinarsko etiko ukvarjajo predvsem Manca Košir (1995), Marjan Sedmak (1996) in Melita Poler (1997). Vprašanje etike se v prvi vrsti navezuje na individualno in situacijsko etiko. Pri tem so novinarski etični kodeksi v večini primerov zelo na splošno formulirani in vsebinsko prazni. Konczik (1988: 91) trdi, da se načeloma vsi novinarji in komunikologi strinjajo, da so novinarski kodeksi nujno potrebni za obstoj kakovostnega novinarstva, toda njihova formulacija je zaradi obstoječe strukturne pomanjkljivosti skorajda nemogoča. Zato Konczik novinarskemu kodeksu odvzame vso legitimnost. Kljub temu pa veljavni etični kodeksi še vedno predstavljajo obliko minimalnega skupnega soglasja o novinarski kakovosti.

To nepovezano naštevane različnih kriterijev novinarske kakovosti kaže na številčnost in raznolikost spremenljivk, ki lahko določajo novinarsko kakovost, in še posebej na težavnost same opredelitve novinarske kakovosti. Iz te kratke predstavitve različnih kriterijev novinarske kakovosti lahko tudi ugotovimo, da novinarstva in njegove kakovosti ne moremo obravnavati homogeno in enostavno ter da Ruß-Mohlova trditev, da ni enega samega merila novinarske kakovosti, zagotovo drži. Potrebne bodo večkratne analize, ki bodo v obrazec novinarske kakovosti vključile vso paleto kriterijev novinarskega dela.

1.1. Različni pristopi raziskovanja novinarske kakovosti

V pogovorih z novinarji mnogokrat zasledimo misel, da so kriteriji novinarske kakovosti vsem dobro znani in jasni. Kadar pa se od njih zahteva natančnejša opredelitev teh kriterijev, namesto utemeljenih argumentov običajno navajajo

nejasne pojme, kot so 'poklicna tradicija', 'občutek', 'nenapisana pravila' itd. Bistvena značilnost samopodobe novinarskega poklica je skoraj 'fanatična' uporaba ideologije nadarjenosti: Novinarskega poklica se lahko naučiš samo z učenjem v praksi oziroma kot pravijo ameriški novinarji z '*learning on the job*'. Toda kaj nam ponuja ta miselnost? Ponuja nam definicijo kakovosti, ki se nanaša na 'novinarski občutek' ali 'dober stil', ki je dan samo izbranim osebam in ki se ga ni mogoče naučiti.

Po drugi strani pa znanstveno zasnovane definicije novinarske kakovosti poudarjajo posamezne novinarske predstavitvene oblike, žanre ali metode dela. Tudi večina novinarskih učbenikov nepopolno in/ali le posredno obravnava problem novinarske kakovosti. V nadaljevanju bodo prikazani različni pristopi obravnavanja novinarske kakovosti.

Splichal in Sparks (1994) sta analizirala motivacije, pričakovanja in tendence profesionalizacije študentov prvega letnika novinarstva na univerzah ali podobnih institucijah v 22 državah sveta. Na globalni ravni sta oblikovala šest dimenzij novinarske kakovosti: **znanje, politična usmerjenost novinarjev, komunikacijske veščine, komunikacijska kompetentnost, samozaupanje in dostojanstvo** (1994: 148).

Tudi Donsbach (1990: 414) je analiziral poklicne motive in pričakovanja študentov novinarstva iz 22 držav. Kljub nacionalnim razlikam je večina anketiranih študentov menila, da '**idealen novinar**' **razumljivo in pravilno piše, je ustvarjalen, objektiv in točen, hitro naveže stike, ima dobro splošno izobrazbo in sposobnost kritičnega dojemanja stvarnosti**.

Biere je raziskoval problem novinarske kakovosti z jezikovnega vidika. V zaključku trdi, da opredelitev kakovosti novinarskega besedila ni možna na splošni ravni (1993: 83). Ker različni novinarski žanri izpolnjujejo različne funkcije, potrebujejo tudi različna jezikovna merila kakovosti novinarskega izdelka. Jezikovni kriteriji se ne razlikujejo le glede na razlike v medijih, ampak tudi glede na specifična področja, ki jih mediji tematsko pokrivajo. Znotraj specifičnih področij veljajo ista pravila oblikovanja vsebine. Biere definira naslednje kriterije novinarske kakovosti: **novičarske vrednote, pomembnost/informativnost, resnica/resničnost, razumljivost in razvedrilna vrednost**. Razumljivost je najbolj splošen kriterij, ki je odvisen od različnih ciljnih skupin bralcev. Za vzpostavitev najmanjšega soglasja ocenjevanja novinarskih besedil sta po Bieru (1993: 84–85) potrebni dve ravni analize. Prva vsebuje besedni **zaklad**, tvorbo stavkov in besedil, druga pa jezikovno kompetentnost bralca, splošno **razgledanost**, strokovno znanje, motivacijo in bralne navade.

Nekateri avtorji so v svojih poskusih, kako definirati novinarsko kakovost, poudarili različne kriterije in različne vidike novinarske kakovosti. Tako so eni obravnavali novinarsko kakovost glede na kakovost televizijskih programov, drugim je bila osnova tiskani medij, tretjim tiskovne agencije.

Kriteriji kakovosti, ki sta jih oblikovala Schatz in Schulz, naj bi merili uspešnost javnih in zasebnih televizijskih programov. Namen njunega dela je bil, da z opredelitvijo problemskih vprašanj omogočita operacionalizacijo analize vsebine. S svojimi kriteriji sta postavila merila za empirično raziskovanje. V zaključku sta definirala pet dimenzij novinarske kakovosti: **raznolikost, pomembnost, profesionalnost, sprejemljivost in zakonitost** (1992: 690).

Kakovost televizijskih programov so na pobudo japonskih znanstvenikov (Ishikawa, 1996) analizirali v petih državah (Kanadi, Japonski, Veliki Britaniji, Švedski in Združenih državah Amerike). Kot edini kriterij kakovosti televizijskega programa so upoštevali **programsko raznolikost**.

Raznolikost kot programsko kakovost elektronskih medijev so še posebej podrobno analizirali švedski znanstveniki Hillve, Majanen in Rosengren (1997: 294). Razlikovali so med štirimi vrstami novinarske kakovosti: **opisno** (odnos sporočilo – 'realnost'), **sporočevalsko** (odnos sporočilo – sporočevalec), **naslovnikovo** (odnos sporočilo – naslovnik) in **profesionalno** (odnos sporočilo – profesionalna kompetentnost). Vse štiri vrste so med seboj povezane. Na primer: če se zmanjša opisna kakovost medija (morda zaradi nizke profesionalne kakovosti), se posledično zniža tudi naslovnikova kakovost.

Drugi znanstveniki so iskali merila novinarske kakovosti predvsem v tiskanih medijih. Rager je proučeval kriterije kakovosti v dnevnem časopisju. Analizo je osnoval na prispevku Schatza in Schulza, vendar kritizira njun kriterij raznolikosti, predvsem pa zakonitosti. V raznolikosti vidi Rager poglobitveni cilj uresničevanja kakovosti, vendar sam kriterij raznolikosti ni merilo kakovosti. Tudi zakonitost ni kriterij novinarske kakovosti. Predpostavka o zakonitosti medijske ponudbe mora biti samoumevna. K temu Rager (1994: 193) dodaja: »Programi/sporočila, ki niso zakoniti, niso slabe kakovosti, ampak so prepovedani.« Raznolikost medijske ponudbe Rager razume kot normativno zapoved. Novinarsko kakovost opredeljuje na štirih kriterijih: **aktualnosti, pomembnosti, točnosti in posredovanju informacij** (193–195).

Lacy in Fico (1990: 42–56) sta analizirala kakovost lokalnih in regionalnih ameriških dnevnikov. Pri tem sta postavila osem kriterijev, ki posredno vplivajo na kakovost novinarskega izdelka: **lokalna vsebina, delež neoglasne vsebine, delež oglasnega in neoglasnega prostora, število interpretacijskih in poglobljenih**

prispevkov, grafični obseg, število naročenih tiskovnih agencij, dolžina prispevkov, poglobljenost prispevkov in število zaposlenih novinarjev.

S povsem drugačnega vidika je Göpfert (1993: 99) definiral novinarsko kakovost: »Novinarski izdelek je kakovosten takrat, ko komunikacijski cilj v najkrajšem času doseže najširši krog občinstva, ko je vsebina sporočila tudi zabavna in ko je učinek sporočila dolgotrajen.« Göpfertova definicija novinarske kakovosti se od drugih razlikuje po tem, da v svoji opredelitvi poudarja predvsem vidik sprejemanja komunikacijske vsebine. Tako se njegovi kriteriji novinarske kakovosti predvsem nanašajo na naslovnike:

- a) **Komunikacijski cilj** določa tako obliko kot vsebino komuniciranja.
- b) **Jezik in razumljivost** se nanašata na vsebinsko razumljivost. Jasnost in nazornost predstavitve sporočila sta odvisni od izkušenj občinstva. Na podlagi diferenciacije novinarskih izdelkov je bistvenega pomena poznavanje ciljne skupine in prilagoditev razumljivosti prispevka zmožnostim sprejemanja ciljne skupine.
- c) **Aktualnost in prizadetost** zahtevata od novinarja sposobnost, da izbere takšne komunikacijske teme in žanre, ki odgovarjajo splošnim interesom občinstva in upoštevajo trenutni duh časa. Čim močnejša je osebna prizadetost občinstva, tem trajnejši je komunikacijski cilj.
- č) **Motivacija** opredeljuje različne spodbude (npr. mednaslovi in besedila pod slikami), ki zbudijo občinstvu pozornost in/ali jasno nakažejo koristnost prispevka.
- d) Kriterij **čutnosti** zahteva pritegnitev različnih čutov, predvsem vid (svetlost, kontrast, barve, vzorec itd.) in sluh (hrup, ritem itd.).
- e) **Koristnost** (npr. razložiti vsebino, predstaviti ozadje dogodkov, povezati različne informacije itd.) je komunikacijski cilj, ki je povezan s pričakovanjem naslovnika. Čim večja je uporabna vrednost, tem višje bo ocenjena kakovost izdelka.
- f) **Uporabnost** pomeni dobro oblikovanje informacij v smislu razvrstitve in razporeditve informacij.
- g) **Razvedrilna vrednost** in
- h) **estetika** vključujeta npr. onomatopoiijo, rime in metafore.
- i) Zahteva po **etični drži** se zavzema za upoštevanje etičnih pravil, ki so oblikovana v novinarskih kodeksih.

- j) **Komunikacijsko oblikovanje** mora upoštevati zakonitosti posameznih medijev (tiskovne medije, avdiomedije in audio-vizualne medije). (Göpfert, 1993: 100–105)

Göpfert ne vključuje potreb ciljne skupine samo v seznam kriterijev novinarske kakovosti, ampak jih uvršča v samo definicijo novinarske kakovosti. Tudi Rager zahteva večje upoštevanje potreb občinstva (1994: 190). Časopise bi moral, poleg povečanja števila bralcev, zanimati tudi način sprejemanja in razumevanja vsebine pri bralcih.

Ruß-Mohl (1992a) je združil cilje in kriterije novinarske kakovosti v 'magični štirikotnik', ki ni samo seznam novinarskih kriterijev, ampak tudi povezuje te kriterije med seboj. Poudaril je pet kriterijev novinarske kakovosti: **redukcija kompleksnosti, preglednost/refleksivnost, izvirnost in aktualnost**. Ruß-Mohl trdi, da tako kot v gospodarstvu tudi v novinarstvu ni mogoče uresničiti vseh ciljev hkrati. Nekateri cilji si med seboj konkurirajo, drugi se prekrivajo.

2. KAKOVOST KOT PRIMER PROFESIONALIZACIJE NOVINARSKEGA POKLICA

Kako sta povezani profesionalizacija novinarskega poklica in novinarska kakovost? Najosnovnejši odgovor na to vprašanje se skriva v dejstvu, da se pojem profesionalizacije vedno znova pojavlja v razpravah o novinarski kakovosti in njenem zagotavljanju.

Povezavo novinarske kakovosti s profesionalizacijo lahko razložimo na primeru univerzitetnega študija: *danés univerza svojega znanja ne posreduje več majhnim, zaprtim, elitnim skupinam kot pred stoletjem, temveč veliki, heterogeni populaciji študentov. Z naraščanjem števila študentov narašča tudi nadzor nad univerzitetnim izobraževalnim sistemom. Proces profesionalizacije neke dejavnosti ne temelji na talentu in intuiciji njenih članov, temveč na njihovi izobrazbi, ki pa mora biti dostopna vsem.*

Poskušajmo še slikoviteje orisati razlago: *če mati ne nauči svoje hčerke kuhati, je to njun zasebni problem. Povsem drugačne pa so okoliščine v profesionalni kuhinji. Tu postane pomanjkljivo znanje kuhanja splošen problem, kajti posledice slabo pripravljene hrane čutijo bolj ali manj vsi udeleženci gostinske ponudbe, še posebej pa gosti. Če se posameznik ne more naučiti korektnega opravljanja določene dejavnosti, se mora preusmeriti na drugo področje. Bamme in Kotzmann trdita, da se bo s profesionalizacijo novinarstva v javnosti povečala zahteva po zagotovitvi višje kakovosti (1993: 42).*

Prizadevanje za profesionalizacijo novinarskega poklica je ključna razsežnost, ki bo zagotovila novinarsko kakovost, kajti v kompleksnem družbenem sistemu je kakovost težko doseči s predpisi in strogim nadzorom, mnogo lažje pa s profesionalizacijo novinarstva.

Literatura ponuja le minimalno soglasje o razumevanju pojmov profesija in profesionalizacija ter poklic. Profesija in poklic sta v nekaterih vidikih povsem različna pojava, v drugih pa lahko govorimo tudi o tem, da en pojav zajema drugega.

informacija poleg kapitala in dela postala osnovno načelo družbe. Zaradi tega bo še posebno pomembna novinarjeva sposobnost izbire informacij in izpostavljenost njegova odgovornost. Današnja usmeritev kaže na večanje vsebinsko specializirane ponudbe in upadanje splošno zanimive, ki jo zastopajo predvsem tradicionalni mediji. Tudi tisti mediji, ki so znani ponudniki raznovrstnih informacij, kot so na primer dnevniki in revije s splošno družbeno problematiko, sledijo temu trendu. Zato bo v prihodnosti vedno bolj pomembno obvladovanje specializiranih tematskih sklopov.

Footlick v analizi novinarskih šol trdi, da morajo dobri novinarji

»znati več kot le malo o mnogih stvareh, od matematike do zunanje politike, od delovanja sodišč do zgodovine. Poznati morajo mnogo stvari. Hitro se morajo naučiti. Dobro morajo pisati. Za večino profesionalcev so bile odlične novinarske šole tiste, ki so jih naučile osnovnih novinarskih kvalitete.«

(navedeno po: Shoemaker in Reese, 1996: 76).

V Franciji ima 69 odstotkov novinarjev končano novinarsko fakulteto, v Avstriji od 10 do 35 odstotkov, na Danskem od 30 do 100 odstotkov, od 48 do 85 odstotkov na Finskem, 30 do 65 odstotkov v Nemčiji itd. (Bertrand, 1998: 115). Ameriški statistični podatki kažejo, da se novinarji v prihodnje ne bodo mogli izogniti visokošolskemu študiju. V Združenih državah Amerike je imel v sedemdesetih letih komaj vsak peti novinar končan študij. Danes ga ima več kot 80 odstotkov na novo zaposlenih novinarjev. Takšen trend se bo po vsej verjetnosti uveljavil tudi v Evropi.

Raziskava Sindikata novinarjev Slovenije in Fakultete za družbene vede je pokazala, da ima 60,9 odstotkov anketiranih slovenskih novinarjev končano visoko šolo, 26,4 odstotkov končano višjo šolo oz. dva letnika ali več visoke šole, samo srednjo šolo ima 12,7 odstotkov, nihče od vprašanih pa manj kot srednjo šolo.

Novinarji bi morali biti večstransko usposobljeni. Zato so zahteve po strokovnem izobraževanju upravičene. K profesionalizaciji novinarstva in k izboljšanju novinarske kakovosti lahko odločilno prispeva visoka raven novinarskega izobraževanja, ki ponuja znanje za raznoliko področje novinarske dejavnosti.

2.2. Etične norme kot osnova novinarskega delovanja — normi objektivnosti in ločevanja

Kot smo ugotovili v poglavju o profesionalizaciji novinarskega poklica, je univerzalen etični kodeks za profesionalne dejavnosti nujno potreben. Brez etičnega novinarstva ni kakovostnega novinarstva.

Kritika novinarskih izdelkov posega tudi na etične probleme⁸. V petdesetih letih je iz konzervativnih in cerkvenih krogov izstopala moralistična kritika medijev. V šestdesetih letih je med levimi intelektualci in 'meščanskimi' mediji potekala družbeno politična diskusija.

V sedemdesetih letih je začela pri kritiki medijev sodelovati tudi komunikološka znanost. Takratne raziskave so pokazale nizko stopnjo razumljivosti novinarskih sporočil. Poleg 'zunanjih' kritik so obstajale tudi kritike novinarskih kolegov. Najbolj znan primer je spor med Tomom Wolfom in 'staro šolo', ki sta jo predstavljala Dwight MacDonald in William Shawn.

Veliko pozornost je vzbudil tudi škandal ameriške novinarke Janet Cooke, ki je dobila za svojo družbeno reportažo Pulitzerjevo nagrado. Ko so ugotovili, da si je Cookova reportažo izmislila, je morala nagrado vrniti. Zgled za veliko poneverbo medijske vsebine, gledano tudi z zgodovinskega stališča, je objava domnevnega Hitlerjevega dnevnika v nemški reviji *Stern*. Vsa sporna medijska dejanja so ponovno sprožila razpravo o etičnih normah novinarstva.

Aktualno soočanje s problemi novinarske etike⁹ temelji na številnih novinarskih napakah mlajšega časa. Lahko govorimo celo o kriznih časih novinarstva.

⁸ Vsaka družbena vloga je strukturirana na obvezno, zaželeno in dopustno ravnanje. Obvezna ravnanja praviloma določa država, zaželena in dopustna pa s profesionalnimi standardi in etiko kot sistemom norm omejujejo referenčne skupine, v katere spadajo tudi stanovska združenja in organizacije. Profesionalna etika je lahko normirana eksplicitno v obliki kodeksa ali implicitno prek posebnih vedenjskih vzorcev oziroma neformalnih pravil vedenja. Etične norme so najpomembnejši instrument samonadzora profesionalnega vedenja.

⁹ Pomembno je razlikovanje med novinarsko etiko in novinarsko moralo. Na splošno je »etika disciplina, ki zagotavlja kritično refleksijo moralne odločitve. Etika je diskurz o normah, ki so osnova za moralno obnašanje, in o legitimnosti teh norm v dani situaciji. Morala je preferenca za specifični niz standardov, ki temeljijo na religiozni, filozofski ali politični tradiciji« (Hamelink, 1995: 505). Morala je časovno, krajevno in družbeno pogojena, etika pa je temeljna moralna naravnost (Kovač, navedeno po: Poler, 1996: 26).

Novinarska etika je etika novinarjev in teoretski diskurz o normah, ki so temelj novinarjeve moralne izbire. Novinarska morala pa pomeni konkretno ravnanje novinarjev v določenem kraju in času in je niz določenih moralnih standardov oziroma norm (Poler, 1996).

Po drugem načinu pa je izhodiščnega pomena povezava posameznih informacij s preiskovalnim postopkom.

Novinar običajno sam izbira informacije. Učinkovito sredstvo za iskanje novih informacij, ki niso več dostopne, je 'beg v javnost'. Novinar objavi le osnovne preverjene informacije. S problematizacijo teme v javnosti pa pridejo na dan tudi informacije, ki bi bile drugače nedostopne.

- ♦ **Razumljivost:** Tretja razsežnost metodičnega preiskovanja ne predstavlja jezikovne razumljivosti informacij, temveč vsebinsko razumljivost prispevka. Pred objavo vsakega prispevka, se mora novinar vprašati, ali je njegov informacijski material napisan tako, da so posamezne povezave, zaključki in izjave razumljive (in seveda resnične) ter primerne za ciljno občinstvo.

Za uresničitev te preiskovalne zahteve je potrebna smiselna in učinkovita uporaba novinarskih sredstev. Da bi bili novinarji na tej točki gospodarni, jim tako literatura kot praksa ponuja naslednji recept: *preiskovanje v globino in razumevanje teme*. Metodologija preiskovalnega postopka priporoča, da novinarji preverijo vsebino z preiskovanjem do stopnje, ko lahko posamezne informacije zlahka povežejo med seboj in oblikujejo zaključke.

Pri tej razsežnostii preiskovanja gre za vzpostavitev *smisla*. Občinstvo lahko razume sporočilo samo s pomočjo jasne smiselne povezave informacij. Če novinar dvomi o resničnosti informacij, mora postaviti hipoteze, ki jih med preiskovanjem preveri. Cilj te faze je potrditev ali prilagoditev hipotez. Haller posebej poudarja, da je treba preveriti hipotezo pri nevtralnih virih, smiselno povezati informacije in končati raziskavo (1989: 18). Nevtralna preiskovalna situacija je mogoča šele takrat, ko ima novinar informacije od vseh možnih informacijskih virov.

Po Hallerju lahko novinar preiskuje vsebino po določenem shemi (1989: 172):

- ♦ **Analogija:** Vsak dogodek je ujet v situacijo, ki omogoča vedno novo tematizacijo.
- ♦ **Dogodek/vzrok:** Povezava 'sumljivih okoliščin' z logičnim mišljenjem.
- ♦ **Primerjava:** Primerjava aktualnih dogodkov s podobnimi iz preteklosti.
- ♦ **Hipoteze:** Postavitev kompleksnih zaključkov s pomočjo različnih hipotez.
- ♦ **Razkritje:** Ta postopek se lahko izpelje na dva načina:
 1. Interni dokumenti se objavijo v javnosti, kar povzroči burne odzive občinstva. Novinar aktivno poseže v obravnavo teme.
 2. Če obstaja razlika med uradno predstavitvijo dogodka in preiskovanimi podatki, novinar objavi polarizirano predstavitev.

Tabela 4: Postopki metodičnega novinarskega preiskovanja (po Hallerju)

KAJ NAREDITI?	S KAKŠNIMI SREDSTVI?
1. Opredeliti pomembnost teme: Kako pomemben je dogodek ali tema?	→ Misлити
2. Preveriti informacije: Kontrola virov informacij in podatkov	→ Arhivi, knjižnice, viri informacij, strokovnjaki
3. Razširiti informacije: Povečanje informacijske gostote in raziskava okolja (povezovanje vsebine)	→ Arhivi, knjižnice in intervjuji prič/opazovalcev in rekonstrukcija dogodka na kraju samem
4. Postaviti hipotezo o vzrokih in posledicah, o odgovornosti; oceniti potek dogodka	→ Lastna glava
5. Preveriti hipoteze: potrditev, ovržba ali modifikacija izhodiščne hipoteze	→ Intervjuji udeleženih in prizadetih, ocenitev informacij, splošna ocena
6. Oblikovati hesedilo	→ Postavitev preiskovalnih zaključkov v jasno zvezo, uporaba novinarskih obrtniških zmogljivosti

Vir: Haller, 1989: 304

Ker je trenutno aktualno objavljane kratkih novinarskih prispevkov, je preiskovanje v dnevnem časopisju zelo omejeno. Tako so novinarji predvsem odvisni od sporočil tiskovnih agencij in sporočil za javnost, ki jih zaradi časovnega in finančnega pritiska ne preverjajo.

Drugačen odnos pa vlada med uredništvu in dopisniki. Uredništva ne preverjajo vsebine, ki jim jo pošiljajo dopisniki, saj svoje dopisnike pojmujejo kot zanesljiv vir informacij. Zaradi zelo razširjenega pojmovanja, da preiskovalno delo v novinarstvu ni potrebno, govori Haller o trendu 'tveganega besedilnega upravljanja'. Ta se kaže tako, da uredniki skoraj avtomatično objavljajo sporočila za

4.5.10. Samostojnost in nezamenljivost

Samostojnost časopisa pomeni v prvi vrsti razmejitev izdelka od konkurence. K tej nalogi spada graditev lastne, nezamenljive podobe časopisa, ki mu omogoča, da je zlahka razločljiv od konkurenčnih izdelkov. Lastna vizualna podoba je posebej pomembna, ker omogoča hitro ponovno prepoznavanje in krepi odnos med bralcem in časopisom. Vendar načelo ločljivosti ne sme biti precenjeno, ker lahko želja po prekomerni razpoznavnosti časopis odtuji od bralcev.

4.6. Težnje v komunikacijskem oblikovanju

Spremembe pri oblikovanju tiska kažejo, da je kakovost izdelka povezana z višino stroškov. Časopis naj bi bil v prihodnosti lažji, manjši, jasno vsebinsko razdeljen in tipografsko zanimiv ter oblikovan na osnovi individualnih želja bralcev in oglaševalcev. Upoštevanje tako bralcev kot strank bo pripeljalo do razlikovanja posameznih izdelkov po jeziku, obliki in formatu. Dörner (1996: 22) opisuje sočasne težnje pri oblikovanju tiska:

- ◆ celoten izdelek je privlačen in vabljen — ne predebela pisava, več beline;
- ◆ razpoznavna in zelo jasna razporeditev strani;
- ◆ enostavno oblikovani naslovi (kratek uvod);
- ◆ dolgi prispevki vsebujejo mednaslove in okvirčke;
- ◆ informacije, oblikovane v infografiki;
- ◆ učinek fotografije je povečan s posnetki detajlov, prednost imajo fotografije oseb;
- ◆ večja slika je boljša od dveh manjših.

Z naraščanjem pomembnosti celotne oblikovalne dejavnosti tako na komercialnih kot nekomercialnih področjih se povečuje tudi pomembnost komunikacijskega oblikovanja. Bolj kot kadar koli prej je na področju tiskanih medijev prav danes mogoče zaznati povečano skrb za nezamenljiv profil časopisa, izboljšanje časopisne strukture in s tem povečanje berljivosti, oblikovanje bralcu privlačnega izdelka in povečanje želje po branju z različnimi vizualnimi spodbudami. Mnoge ambicije po vizualni spremembi časopisa ostanejo le površinske ali pa s spremembo razporeditve, z barvnimi fotografijami in infografiko povečajo le razvedrilno vrednost časopisa na račun informacijske.

5. POSKUS OPREDELITVE KAKOVOSTI NOVINARSKEGA IZDELKA

Na tej točki si lahko ponovno zastavimo izhodiščno vprašanje te knjige: *Kako lahko merimo novinarsko kakovost?*

Ključna ugotovitev te knjige je, da na to vprašanje ni kratkega in jasnega odgovora. Novinarske kakovosti ni mogoče povsem objektivno definirati, ker je njen pomen vedno časovno-prostorsko in subjektivno spremenljiv. Kriteriji medijske kakovosti so odvisni od mnogih dejavnikov: *od družbe, ciljne skupine, medija, novinarja, aktualnosti, žanra in od funkcij, ki jih medij mora oz. želi izpolniti.*

Tabela 7: Odvisne spremenljivke kriterijev novinarske kakovosti

KRITERIJI NOVINARSKE KAKOVOSTI SO ODVISNI OD:	
• <i>družbe</i>	→ <i>Politični sistem, medijska zakonodaja, tradicija itd.</i>
• <i>ciljne skupine</i>	→ <i>Starost, izobrazba, dohodek, interesi (splošni, posebni) itd.</i>
• <i>novinarja</i>	→ <i>Prenosnik informacij, odvetnik, kritik, 'četrti veja oblasti' itd.</i>
• <i>medija</i>	→ <i>Dnevnik, časopis, revija, televizija, radio itd.</i>
• <i>funkcij</i>	→ <i>Informacijska, razvedrilna, izobraževalna, orientacijska itd.</i>
• <i>aktualnosti</i>	→ <i>Enourni, dnevna, tedenska, mesečna itd.</i>
• <i>žanra</i>	→ <i>Vest, poročilo, reportaža, komentar itd.</i>

Novinarska kakovost je odvisna od **zakonske ureditve** v posameznih državah. Medijska zakonodaja nekaterih držav vključuje tudi posamezne kriterije in

Dr. Karmen Erjavec
KORAKI
DO KAKOVOSTNEGA
NOVINARSKEGA PRISPEVKA

Recenzentki:
dr. Manca Košir in mag. Monika Kalin Golob

Jezikovni pregled:
mag. Monika Kalin Golob

Oprema in prelom:
ONZ JUTRO

Izdalo in založilo:
ZALOŽNIŠTVO JUTRO, LJUBLJANA

Za založbo:
STANE KODRIČ

Tisk:
TISKARNA LJUBLJANA

*Po mnenju Ministrstva za kulturo št. 415-152/98 mb/sp
z dne 9. 11. 1998 sodi knjiga med izdelke, za katere se plačuje
5-odstotni davek od prometa izdelkov.*