

INES DRAME*

Odnosno strukturirana medijska realnost kot posebna realnost

I. Poskus pojmovne opredelitve medijske konstrukcije realnosti in konstrukcije medijske realnosti

V razpravah o medijski vpletenosti v konstrukcijo realnosti ni jasnih pojmovnih poimenovanj tega procesa. Menim pa, da ni vseeno, ali uporabljamo pojem konstrukcija medijske realnosti ali pojem medijska konstrukcija realnosti.

V prvem primeru gre namreč za konstruiranje neke »medijske realnosti«, v drugem gre za neko »splošnejšo« oziroma pač neko drugo »realnost«. Od tega, ali in koliko se ta dva pojma razlikujeta, je tudi odvisna razlika med pojmom konstrukcija medijske realnosti in medijske konstrukcije realnosti.

Tako »medijska realnost« kot »realnost« sta družbeno konstruirani in sta tudi družbeni realnosti. Prav iz naslova knjige Družbena konstrukcija realnosti (The Social Construction of Reality, Berger, Luckmann; 1966), ki je bistveno vplivala na razprave o medijski vpletenosti v konstruiranje družbene realnosti, pa verjetno tudi izhaja pojmovna nejasnost. V pojmu družbena konstrukcija realnosti je zamenjava besed v pojem konstrukcija družbene realnosti irelevantna. Vsaka realnost je družbena in je hkrati družbeno konstruirana. Težo pa bi rekli, da je vsaka realnost medijsko konstruirana ali da je vsaka realnost tudi medijska realnost.

Sama uporaba pojma »medijska realnost« je za nekatere avtorje sporna, ker naj bi na drugi strani predpostavljala obstoj »realne« realnosti oziroma naj bi vodila k paradigmi objektivne realnosti in »izkrivljene« realnosti, ki jo producirajo mediji. Čeprav je takšno izpeljevanje pojma medijska realnost možno zaslediti,¹ to še ni argument proti uporabi pojma in še manj proti obstoju medijske realnosti. Pri tem pa menim, da na njeni »drugi strani« ni »prave« realnosti, pač pa množica drugih bolj ali manj enako relevantnih, upoštevanja vrednih realnosti, ki jih posamezniki sicer spremenljivo rangirajo, a s teoretične pozicije ni mogoče reči, da katera koli obstoječa realnost ni »prava«. Vsaka od teh »v glavah obstoječih« realnosti vključuje namreč tudi že vrednostno interpretacijo in nemogoče je interpretacije (in s tem tudi realnosti) označevati kot »prave« ali »izkrivljene.« Poleg tega pa ne gre samo za različnost interpretacij »istega«, ampak tudi za to, da to »isto« ne le različno interpretiramo, ampak dejansko tudi vidimo na različne načine (glej Radman; 1988:70).

* Ines Drame, asistentka na FDV

¹ Primer takšne obravnave je na primer delo *Creating Reality*, ki na to izhodišče opozarja že v podnaslovu – *How TV News Distorts Event* (poudarila I.D.). (Glej Altheide, 1974).

»Dvojnost« medijska realnost/objektivna realnost se pogosto utemeljuje z dejstvom popačenja in dekontekstualizacije dogodkov. Toda: novinarji sicer res zajemajo svoje predmete »zunaj« in jih s prenosom v medijsko realnost dekontekstualizirajo. A v medijski realnosti jih tudi »rekontekstualizirajo«, postavljajo v nove forme, kontekste, odnose in jih tako na novo vzpostavljajo. Pri tem ni mogoče govoriti o tem, kateri kontekst je »pravi« (nobenega ni mogoče preprosto ukiniti ali odmisлити, oba obstajata) – različen kontekst pač pogojuje tudi različne realnosti, ki jih ne sestavljajo le različne »vsebine«.

Ob upoštevanju Pecheuxove teze, da družbene institucije, kot so recimo mediji, niso samo točke konkurenčnih diskurzivnih praks, ampak so agencije za proizvodnjo realnosti in subjektov, ki tej realnosti pripadajo (Pecheux, 1982, Language, Semantics and Ideology; povzeto po Bašič, 1990:50), torej trdim, da obstaja posebna medijska realnost.

Kako njen obstoj argumentirati in kako jo definirati?

Na podlagi – resda predvsem hevristične – distinkcije med tremi tipi realnosti – objektivno, simbolno in subjektivno,² bi medijsko realnost lahko opredelili kot simbolno realnost. Vendar pa je takšna opredelitev preozka. Kot simbolna realnost deluje predvsem v odnosu do naslovnikov, medtem ko ima zlasti za novinarje atribute tako objektivne kot simbolne in subjektivne realnosti hkrati. Poleg tega pa opredelitev medijske realnosti kot simbolne realnosti pozornost usmeri predvsem na medijske vsebine, ki pa so že proizvod nekih prejšnjih procesov, ki tako spet izpadejo iz obravnava.

Ta pogosto prisoten problem uravnoteženja obravnave procesov konstruiranja realnosti pri nastajanju medijskih vsebin in potem pri vpletanju teh vsebin v posameznikovo percepcijo/konstrukcijo/interpretacijo realnosti bi morda lahko rešili s celovitejšim pogledom na proces novinarskega dela, ki bi temeljil na novinarju (kot posamezniku, kot človeku) kot središnji točki tega pogleda. Na tej podlagi bi lahko tudi opredelili razliko med »medijsko realnostjo« in »realnostjo«, ne da bi zapadli v arbitrarne sodbe o pravi in izkrivljeni realnosti. S tem bi lahko tudi definirali pojma konstrukcija medijske realnosti in medijska konstrukcija realnosti.

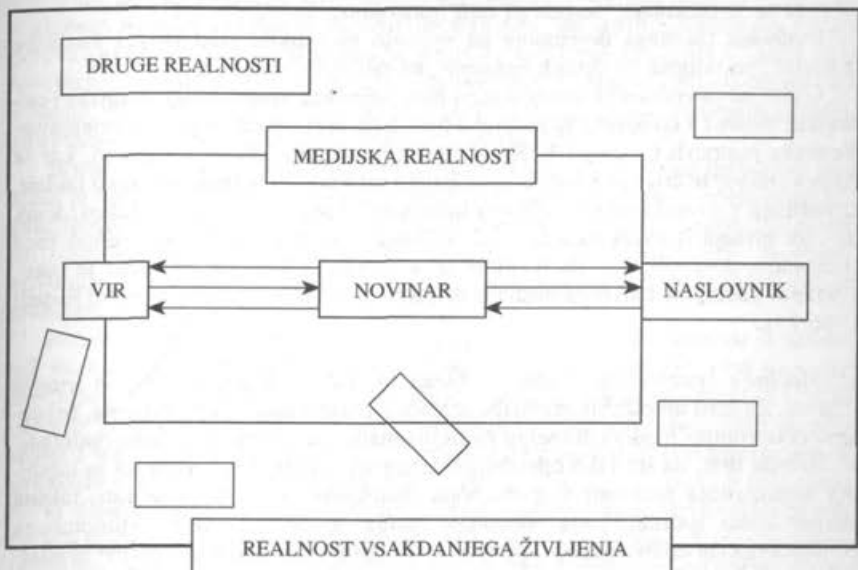
Novinar je torej postavljen v središče medijske realnosti, a pri tem prehaja tudi v druge realnosti in v svet vsakdanjega življenja – v njem in v medijski realnosti soobstaja. To velja tudi za naslovnika in vir informacij, ki pa sta na dveh nasprotnih robovih zamejene medijske realnosti:

Pri tem je medijska realnost:

1) del družbene realnosti kot spleta objektivnih, simbolnih in subjektivnih realnosti kot realnosti, ki izhaja(jo) iz sveta vsakdanjega življenja kot intersubjektivnega sveta in kot sistema,³ in hkrati

² Povzeto po Adoni, Mane; 1984: 325–327. *Objektivno* družbeno realnost opredelujeta kot tisto, ki se posamezniku kaže kot objektivni svet zunaj njega in kot dejstvo. To je realnost par excellence, ki ne potrebuje nobene nadaljnje verifikacije. *Simbolno* družbeno realnost opredelujeta kot tisto, ki jo sestavlja katera koli oblika simbolnega izražanja objektivne realnosti – na primer umetnost, literatura, medijske vsebine. *Subjektivno* družbeno realnost pa definirata kot tisto, v kateri objektivna in simbolna služita kot input za konstrukcijo posameznikove lastne subjektivne realnosti.

³ Da primerjava med svetom vsakdanjega življenja in sistemom ni tako neumestna, kot bi se to lahko zdelo zaradi različne teoretične podlage obeh pojmov, dokazuje tudi naslednja misel: Med svetom življenja in sistemom ni nobene ostre demarkacije. Nasprotno, izkušnje v sodobni družbi nas pripeljejo do različnih načinov umevanja družbe in do eksperimentalnega intelektualnega razcepa med svetom življenja in sistemom (ali v vsakdanjem jeziku, med »ljudmi« in »sistemom«, med »vsakdanjim stvarnim življenjem« in »veliko sliko« itd.). Ta pogled je lažje obdržati, če vpeljemo razlikovanje med neposredno medosebnimi družbenimi razmerji (bodisi primarnimi bodisi sekundarnimi v Cooleyjevem smislu) in posrednimi



2) *posebna realnost* (ta je hkrati podsvet in podsistem),⁴ ki je za njene nosilce⁵ prav tako skupek objektivnih, simbolnih in subjektivnih realnosti. Vendar so te realnosti v okviru medijskega delovanja glede na okvir družbenega delovanja drugače »vzorčene«. Konkretni posamezniki, ki jo oblikujejo, so sicer tudi del družbene realnosti, iz nje izhajajo in vanjo se vračajo, vendar pa ima prehod v posebno realnost, ki je hkrati tudi podsvet, svoje posledice.

Posebnost in pomembnost teh posledic nista v tem, da se pojavijo (kajti pojavijo se ob prehodu v vsako posamično realnost), pač pa v njihovem dojetanju in obsegu. Oboje se navezuje na pomembno značilnost medijske realnosti – da se namreč postavlja prav v svet vsakdanjega življenja.

Prehodi so zato po eni strani zabrisani. Na primer – ni treba, da se »naslovnik« medijskih vsebin posebej izpostavlja medijem, da bi ga ti s svojim delovanjem dosegli. Po drugi strani pa so prehodi razumljeni kot dejanski. Na primer novinarji prav tako »gredo v službo« kot vsi drugi, gredo od doma v drug svet. Vendar pa ta

razmerji, ki se formirajo takrat, kadar se družbeno delovanje dotakne drugih le preko posredovanja kompleksnih organizacij, brezosebni trgov ali komunikacijske tehnologije« (Calhoun, 1990:96, podčrtala I. D.).

⁴ Kot *realnost* pomeni – izpeljano po Bergerju in Luckmannu – določeno kvaliteto pojavov, katerih obstoj je za nosilce te realnosti nevrprašljiv, kot *podsvet* pomeni – upošteva Alfreda Schutza – določeno pomensko zamejeno področje, ki ima po Williamu Jamesu poseben in razločen stil eksistence, in kot *podsistem* – glede na sistemsko teorijo – področje, ki v okviru sistema opravlja specifične za sistem vitalne funkcije in se pri tem povezuje z drugimi podsistemi. Pri tem je vendarle nujna še ena distinkcija – reflektivna sociologija Bergerja in Luckmanna ne sistematizira oz. hierarhizira podsvetov in »vsakdanja realnost« ni zadnja instanca, temveč bolj izhodiščna točka. Sistemsko teorijo pa realnost razume kot hierarhično integrirano sistemov. Drugače povedano: Vsakdanja realnost oz. svet vsakdanjega življenja je prav tako podsvet v smislu zamejenega pomenskega področja, sistem pa ni tudi podsistem.

⁵ Nobena realnost ne obstaja sama po sebi. Njena konstrukcija je vselej odvisna od njenih nosilcev, ki oblikujejo pomene, posebejajo definicijo realnosti in jo na tej osnovi interpretirajo, realnost je vselej stvar interpretacije.

svet razumejo predvsem neproblematično. Umeščenosti svojega delovanja v vsakdanje življenje, če se je sploh zavedajo, ne pripisujejo posebnega pomena. V skladu s tem pojmovanjem normalnosti prehoda, s tem »odhajanjem v službo«, svojega dela ne le razumejo, ampak ga tudi opravljajo.

Posledice takšnega dojetja pa vplivajo na odnose med nosilci medijske realnosti, na odnose do drugih realnosti, na definicije realnosti...

Glede na povedano bi lahko razliko med pojmom konstrukcija medijske realnosti in medijska konstrukcija realnosti opredelili prav po črti pogojne zamejenosti medijske realnosti na shemi 1. *Konstrukcija medijske realnosti* zajema to, kar se dogaja *znotraj* te črte: procese, ki se dogajajo med nosilci te realnosti, med ljudmi, ki vstopajo v to realnost v vlogi virov informacij, novinarjev in naslovnikov. Vsak od njih prihaja iz sveta vsakdanjega življenja in se vanj vrača. Ta prehod med podsvetovi povzroči, »... da o isti stvari različno mislimo, in da kadar je tako, izbiramo način, na katerega mislimo oziroma določeno stvar prezremo« (Rupel; 1986:74).

Medijska konstrukcija realnosti obsega to, kar se dogaja na relaciji *znotraj* – *zunaj*. Zadeva umeščanje medijske realnosti v svet vsakdanjega življenja, procese »učinkovanja« medijskih vsebin na individualno percepcijo družbene realnosti.

Seveda drži, da sta tako opredeljeni konstrukcija medijske realnosti in medijska konstrukcija realnosti v medsebojni dialektični zvezi in da je zato takšna ločitev lahko sporna. Toda odcepitev znanja, ki doseže raven avtonomnega pomenskega (in delovanskega) podsveta, od lastnih eksistenčnih izvorov⁶ vendarle opravičuje tudi posebno analizo delovanja posebnega podsveta, ki ga v tem primeru imenujem medijska realnost. Poleg tega pa menim, da vsak podsvet slej ko prej razvije lasten kognitivni stil, ki vpliva na odnos do drugih podsvetov oziroma do družbene realnosti, in ga je kot takega tudi možno proučevati.

Obstajajo torej procesi, ki vzdržujejo medijsko realnost kot posebno realnost (= konstrukcija medijske realnosti). Tudi od teh procesov in od konstrukcije medijske realnosti pa je odvisno, kako se mediji vpletajo v konstruiranje družbene realnosti kot skupka najrazličnejših realnosti (= medijska konstrukcija realnosti). Proučevanja medijskega delovanja se je torej mogoče lotiti tako, da najprej pojasnimo medijsko realnost in potem ob izhajanju iz teh spoznanj naprej odkrivamo, kako, s kakšnimi procesi se mediji na pomemben način vpletajo v konstruiranje družbene realnosti, v posameznikove definicije te realnosti, v konstrukcijo sveta vsakdanjega življenja. Ne nazadnje tudi, zakaj na takšen način – menim, da je odgovor na to vprašanje zelo odvisen od razumevanja procesov, ki konstruirajo medijsko realnost.

II. Novinar kot središče oziroma konstruirane medijske realnosti

Če je medijska realnost posebna realnost, se je smiselno vprašati, kaj jo kot takšno vzpostavlja in vzdržuje. Menim, da so to odnosi med nosilci te realnosti.

Središčna točka procesov, ki vzdržujejo lastna pravila, lasten kognitivni stil⁷

⁶ Več o tem na primer v Berger, Luckmann; 1988 : 82–85.

⁷ Po Schutzu imajo vsa zamejena območja pomena (torej vsi podsvetovi) poseben kognitivni stil, ki ga označujejo specifična napetost zavesti, specifična epoha, prevladujoča oblika spontanosti, specifična oblika izkustva samega sebe, specifična oblika socialnosti in specifična časovna perspektiva. Nekatere značilnosti se med podsvetovi ujemajo, druge

medijske realnosti, je – kot je razvidno tudi iz sheme 1 – pozicija novinarja. Novinarji vstopajo v medijsko realnost kot v obstoječo objektivno realnost in se večinoma ne zavedajo možnosti njenega spreminjanja. Rutine, delovni procesi so v grobem fiksirani, novinarji, ki vstopijo v ta svet, pa obstoječe vzorce s svojim delovanjem še utrjujejo. Medijska realnost se jim kaže kot dana – deluje kot institucija, za institucije pa je značilno, da »postavljajo vnaprej definirane modele vedenja, ki kažejo v določeno smer, s tem pa nasprotujejo številnim drugim, teoretično možnim usmeritvam« (Berger, Luckmann; 1988: 58).

Seveda novinarji soobstajajo v različnih realnostih. Izhodišče prehodov med njimi je »preusmerjanje« pozornosti.⁸ Prav drugačna pozornost je pogoj posebnih značilnosti kognitivnega stila, ki posebno realnost kot tako vzdržujejo. Pri medijski realnosti je najpomembnejša, čeprav še zdaleč ne zadostna, prav *pozornost novinarja*, in to je tudi razlog za opredelitev novinarja kot središčne točke te realnosti.

Potrebno preusmerjanje pozornosti opravijo vir informacij, novinar in naslovnik vsak na svoj – drugačen – način, vsak z drugačnimi razlogi, vsak v svojem kontekstu. Če jih primerjam, menim, da je – dokaj posplošeno označeno – novinarjevo preusmerjanje najbolj stalno, kontinuirano, najbolj rutinizirano in avtomatsko ter »službeno« motivirano. V primerjavi z njegovim preusmerjanjem je preusmerjanje pozornosti vira informacij v medijsko realnost običajno bolj občasno in situacijsko ali interesno pogojeno. Naslovnikovo preusmerjanje pozornosti pa je v primerjavi z novinarjem in virom običajno bolj naključno, manj specifično-interesno, selektivno zaznamovano ter mnogo bolj kontekstualno spremenljivo. V okviru teh preusmerjanj pozornosti pa ljudje tudi vstopajo v vloge vira, novinarja in naslovnika. Z zamenjavo vloge večinoma tudi prilagodijo pozornost.

Navedene pozornosti se v medijski realnosti križajo prav prek novinarja. Ta je edini, ki se v področju medijske realnosti neposredno usmerja k viru in k naslovniku. Ta dva se lahko na tem področju drug k drugemu usmerjata le preko novinarja. Takšna tipizirana in splošno priznana pozicija vlog utemeljuje »središčnost« novinarja v medijski realnosti, skozi katero »gredo« vsi procesi v medijski realnosti. Zato je tudi smiselno izhajati prav iz te točke.

In kateri so ti procesi, ki jih novinar osredišča in temelj katerih so vselej odnosi med ljudmi? Analitično poenostavljeno bi jih lahko označili za zbiranje (sprejemanje ali iskanje) informacij, selekcioniranje dogodkov in potem dejstev ter oblikovanje sporočila (izbor žanra, jezikovnih sredstev). Navedene procese bistveno označuje dejstvo, da novinarji vstopajo vanje »ne kot lebdeči abstraktumi, temveč kot (samo)reflektirajoči subjekti že posredovane, strukturirane stvarnosti« (Košir; 1988: 12) s posebljenimi interpretacijami realnosti⁹, ki vključujejo vnaprejšnje definiranje,¹⁰ kaj lahko vstopi v medijsko realnost in kaj ne, in se bolj konkretno izražajo v naravnostih. Te skupaj z novinarsko perspektivo bistveno označujejo

razlikujejo. Pri tem je svet vsakdanjega življenja arhetip našega izkustva in vsi drugi svetovi so v tem smislu njegove modifikacije (povzeto po Rupel; 1986: 72–76).

⁸ Vse podsvetove – vsakega posebej – je »mogoče imeti za resničnost, če se jim posebej posvetimo oziroma če nanje osredotočimo svojo pozornost« (prav tam).

⁹ Koširjeva navaja, da je interpretacija stvarnosti »povzročila, da smo:

a) o določenem dogodku, pojavu poročali oziroma nismo in

b) da smo o tem dogodku, pojavu poročali to, kar smo, in tako, kot smo« (Košir; 1988: 11).

¹⁰ S pojavom vnaprejšnjega definiranja se ukvarja tudi Altheide, ki pa ga pripisuje predvsem pritisku medija in programa. Zgled: »Interes organizacije, da bi predvidela in splanirala novice v naslednjih poročilih, ter oblika poročil, ki zahteva pol ducata kratkih in zabavnih sporočil, sta poseben problem za novinarja. Delno ga rešuje z vnaprejšnjo definicijo in jo uporabi kot vodilo za zgodbo« (Altheide, 1974: 73).

vsakega od navedenih procesov, ki naj jih ob upoštevanju njihovega »ozadja« zelo na kratko orišem:

1) *Zbiranje (iskanje in sprejemanje) informacij* – Raziskava v redakciji enega od slovenskih regionalnih medijev je pokazala, da je zbiranju in iskanju informacij namenjena približno polovica novinarjevega delovnega časa (Drame, 1991: 72–74). Osnova tega procesa je vselej *odnos* (običajno medosebni)¹¹ in komunikacija med virom informacij in novinarjem.

Oba vstopata v ta odnos in v ta proces s svojimi naravnostmi in vnaprejšnjim definiranjem partnerja, možne situacije in »koristi«. Na tem temelju presojata pomembnost, zanesljivost drug drugega in informacije, ki je predmet njunega odnosa. Njun odnos pomembno opredeljuje pozicija v družbeni in medijski realnosti, (ne)skladnost njunih interpretacij informacije, lastnih pozicij in odnosa ter tihi sporazum, kdo je sporočevalec. Ta običajno temelji na podatku, kdo je pobudnik odnosa, in na že omenjeni poziciji.

2) *Selekcija dogodkov* – Selektivni procesi so v medijski realnosti nenehno prisotni in so ena temeljnih značilnosti oziroma pravil, ki jo tudi vzdržujejo. Odvisni so od posameznikove omejene informacijske zmogljivosti, ki ni le fiziološka, temveč je tudi družbeno pogojena in odvisna od socialnega konteksta, ter z omejenostjo zmogljivosti komunikacijskega »kanala«, ki je lahko tudi posledica neenake distribucije komunikacijske moči (glej npr. Splichal, 1984: 117). Seveda so selektivni procesi bistveno povezani s kriteriji selekcije.

Ti so delno odvisni od tega, »ali je viden dogodek skladen s predstavo družbene reda, ki je definiran kot dober, in z identiteto, pripisano skupinam, vlogam, osebam, ki nastopajo v dogodkih, ki naj bi jih sporočili,« in »v bistvu ni neideološkega, apolitičnega, nepristranskega sistema zbiranja in sporočanja novic; vsi vzorci uredniškega izbiranja, kaj objaviti in česa ne (in v kakšnem razmerju in s kakšnim poudarkom itd.), imajo ideološko osnovo in politično razsežnost« (Gebner; 1964, *Ideological Perspectives and Political Tendencies in News Reporting* – citirano po Splichal; 1984: 117).

Številni raziskovalci so poskušali selekcijska merila konkretnije opredeliti – na primer s frekvenco dogodka, mejnimi amplitudami velikosti, števila, nasilja, nejasnosti, s kulturno relevantnostjo, bližino, nepričakovanostjo ... (Galtung in Ruge, povzeto po Tunstall, 1974: 20–21), s statusom pošiljalca sporočil, simptomi politične uspešnosti, novostjo dogodka, določenimi vrednotami, simptomi kriz (Luckmann, povzeto po Splichal, 1984: 118), s pritiskom medija in programskih shem (npr. Epstein, 1974: 144–151). Vendar pa merila, kot ugotavlja Splichal, niso splošna, so spremenljiva, podvržena tudi naključnim dejavnikom, ki jih ni mogoče zanesljivo napovedovati (Splichal; 1984: 139).

Kakršna koli merila že so – nedvomno so povezana z ideologijo in percepcijo zakonitosti delovanja medijev. Predvsem pa delujejo na individualni ravni. Menim namreč, da jih imajo novinarji – na ideološki osnovi vzpostavljene in modificirane glede na percepcijo pritiska medija in programa oziroma razpoložljivega prostora – vključene v svoje naravnosti (zlasti ideološko dimenzijo) in v novinarsko perspektivo (zlasti pritisk delovnih rutin). Zato ne gre toliko za to, da »vratarji« (gatekeepers) izbirajo med že oblikovanimi sporočili, temveč so selekcijski mehanizmi v večini primerov tako ponotranjeni, da dogodki, ki jih selekcijski mehaniz-

¹¹ Medosebni odnos temelji na percepciji sebe, partnerja in odnosa; gre za »dvakrat trojno« perspektivo (kaj mislim o sebi, kaj mislim o njem, kaj mislim, da on misli o meni), za atribucijske procese in procese inference (načine ustvarjanja sodb o dispozicijah in značaju drugih ljudi), za faktorje privlačnosti in podobno ... (glej npr. v Gahagen; 1978).

mi izključujejo iz medijske realnosti, sploh ne postanejo predmet novinarjeve pozornosti in obdelave. Praktično povedano: sporočila, ki pristanejo na uredniškovi mizi, so glede na ta merila že vnaprej »primerna« za objavo. Urednikov izbor temelji na tem, kaj »mora« biti objavljeno (kar je pogosto utemeljeno na vprašanju, kdo je vpleten), pri čemer pa se mu pojavi »presežek«, ki je sicer primeren za objavo, ni sporen glede na selekcijska merila, a lahko »počaka«.

V te selektivne sheme spada tudi definiranje in odnos do tako imenovanih psevdodogodkov in nedogodkov. Selektivni mehanizmi, merila, procesi opredeljujejo nekatere dogodke a priori kot vredne pozornosti, pa četudi so na nek način »sami sebi namenjeni« (pogosto navajan primer takih dogodkov so tiskovne konference). Po drugi strani pa – tudi zaradi stika na takšnih psevdodogodkih, predvsem pa zaradi nekakšnega neproblematičnega razumevanja posegov sistema v medijsko realnost – se novinarjeve sheme interpretacije in relevantnosti zelo izenačujejo s shemami »pooblaščenih virov«. Kot je zapisal Fishman: »Medtem ko ta podobnost perspektiv omogoča novinarjem, da vidijo določene zadeve kot dogodke, pa po drugi strani naredi celo kategorijo dogodkov nevidno v smislu »novice vrednih« dogajanj. To postanejo nedogodki« (Fishman, 1982: 236). Zato ima »novica«, ki bi lahko resno ogrozila »uradne« interpretacije »kaj se dogaja«, zelo majhne možnosti, da postane del medijske realnosti. Po drugi strani določenosti selekcijskih mehanizmov ne gre razumeti tako fatalistično. Njihovo delovanje je odvisno od tega, kako jih ljudje razumejo in koliko se zavedajo možnosti njihove »raztegljivosti«.

Selekcijski mehanizmi delujejo v vseh procesih medijske realnosti, tudi v prej obravnavanem zbiranju informacij in v vseh naslednjih procesih. Vzrok, da jih omenjam v povezavi s selekcijo dogodkov, je v tem, da prav tu bistveno vplivajo na proizvod, s katerim medijska realnost najboljše posega v družbeno realnost – torej na medijske vsebine.

3) *Selekcija dejstev* – Pogosto se zdi, da so dejstva lastnost dogodka samega (takšen vtis na primer ustvarjajo praktično vsi učbeniki novinarstva), zanemareno pa ostane, da je razvrščanje dejstev posledica novinarjevega pogleda in interpretacije, da so dejstva prej stvar perspektive kot dogodka samega.

Če se osredotočimo na novinarja, temelji njegov odnos do dejstev na naravnosti in novinarski perspektivi. Slednja se kaže zlasti v razumevanju »profesionalizma« v novinarstvu – obdelati vse s standardnimi novinarskimi vprašanji kdo, kaj, kje, kdaj, zakaj... Na ta vprašanja pa niso možni nevtralni odgovori, kar najpogosteje novinarsko sporočilo »odigra«.

Altheide opozarja, da je o dogodku pravzaprav možno reči kar koli in da je vsak dogodek lahko »novice vreden«, če je »prav« obdelan, kar se dogodi predvsem z uporabo standardnih novinarskih vprašanj (Altheide; 1974: 97, 169–195). Opozarja torej, da je proces ustvarjanja novic s stališča novinarja oz. urednika lahko povsem arbitraren. Zakaj se potem vsilijo običajno samo ena točka pogleda, samo določena dejstva? Komu ta dejstva »pripadajo«?

Selekcija dejstev je vselej vnaprej določena – z naravnostmi novinarja in vira, z novinarjevo pespektivo, z delovnimi rutinami ipd. Ustvarja implicitne zveze med viri in novinarji, iz katerih novinarji težko izstopijo. Ne le zaradi družbeno, ideološko, politično... pogojenih naravnosti, ampak tudi zaradi narave njihovega dela. Ta zahteva produciranje številnih sporočil in s tem povezanost z določenimi stalnimi viri informacij, ki pa v sporočana dejstva vpletejo lastne »filtre«, interese in naravnosti. Že sama standardna vprašanja oz. odgovori nanje običajno predstavljajo prav določene osebe, organizacije, institu-

cije in s tem tudi njihove interese. Osredotočanje na določen subjekt pa soustvarja pomen sporočila.

4) *Izbor žanra in uporaba jezikovnih sredstev* – Na podlagi križanj odnosov (do sebe, do drugih ljudi, do predmeta – dogodka, pojava...) in interpretacij teh odnosov se novinar loti praktičnega oblikovanja sporočila. Tudi pri tem se obnaša kot interpret,¹² kajti »ne le selekcija dogodkov, novic, tudi izbira novinarskih žanrov je stvar razumevanja (dogodkov, sveta)« (Košir; 1988: 36).

Četudi se zdi, da je določeno vrsto dogodka mogoče upovedovati samo v določnem žanru,¹³ ta določenost ne izhaja iz dogodka samega, ampak iz novinarjevega razumevanja žanrskih shem in iz novinarjeve perspektive, pogleda na dogodek, pojav. Menim, da je izbor žanra utemeljen na primer tudi na takšnih postavkah, kot so pripisovanje določenega statusa viru informacij, osebne vpletenosti (lahko tudi prizadetosti), ocenjevanja virove in lastne pristojnosti govora o predmetu in podobno. Da žanr ni »določen« (razen če je rubriciran), ampak ga novinar izbira, dokazuje na primer tudi priznavanje nekaterih novinarjev, da določenih žanrov »ne marajo« in jih tudi ne uporabljajo. Ali da so nameravali narediti kaj v enem žanru, pa so se kasneje odločili za drugega. Slednje kaže tudi na to, da novinarji vnaprej definirajo ne le, kaj je vredno njihove pozornosti in kaj je pri tem pomembno, ampak tudi, kaj lahko od tega pričakujejo. Glede na to preddefiniranost tudi osredotočajo svoj pogled. In ker imajo običajno žanrske sheme »ponotranjene«, vnaprejšnja odločitev za žanr običajno povratno vpliva tudi na selekcijo dejstev.

Izbor žanra običajno v grobem tudi že določa obseg pozornosti, prostora, programa, mesto uvrstitve v časopisu ali programu... in s tem tudi vpliva na naslovnikovo sprejemanje sporočila.

Čeprav žanr izbira novinar (ali ga »naroča« urednik), pa ne gre za povsem samovoljno in subjektivno početje. Tudi tu se v ozadju skrivajo družbeni mehanizmi, na kar opozarja na primer možnost analize žanrov kot interpretantov in indikatorjev družbene stvarnosti, v kateri poteka množično komuniciranje.¹⁴

Z žanrom se povezuje tudi uporaba jezikovnih sredstev. Če je pri zbiranju informacij in pri selekciji novinar v veliki meri usmerjen k viru informacij, pa se zdi, da je pri uporabi jezika običajno mnogo bolj usmerjen k naslovniku. To se najbolje kaže v praktičnih nasvetih, ki jih novinarji dajejo drug drugemu in sami sebi – pri tem je najpogostejše načelo »piši razumljivo«, ki pa je spet od medija do medija drugače razumljeno – glede na domnevo, kdo so (fiktivni) naslovniki.

Sicer pa je za probleme konstruiranja realnosti mnogo pomembnejše, da, kot pravi Luckmann (1991: 801–803), »jeziki utelešajo specifične poglede na svet« in da »notranja struktura jezika objektivizira temeljni sklop taksanomij realnosti, usmeritev in vrednot« ter da je tako definiran jezik »osrednji medij socialne konstrukcije realnosti« ter hkrati »najpomembnejši medij transmisije takšnih realnosti« in tudi »najpomembnejše orodje legitimizacije simbolnih svetov«. Kot družbe-

¹² Novinar ima (že pod vplivom interpretacij vira in bolj ali manj upoštevanih predpostavk o interpretacijskih mehanizmihih naslovnika) vlogo tistega interpretata, ki ga Koširjeva v svojem delu Nastavki za teorijo novinarskih vrst zavestno opušča:

»V navezi dogodek – interpret – sporočilo vezni člen opuščamo zaradi lažje preglednosti in na tem mestu podčrtujemo, da kadar govorimo o dogodku, govorimo vedno o razumevanju, interpretaciji dogodka in ne (le) o njem samem« (Košir, 1988: 36).

¹³ Koširjeva opredeljuje novinarski žanr kot tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi (Košir, 1988: 31).

¹⁴ Na to opozarja Koširjeva in navaja, da obstajajo obdobja, ko prevladujejo interpretativni, in obdobja, ko so v ospredju informativni žanri in da se da iz tega sklepati na »duh časa«. Več o tem glej Košir; 1991: 630.

ni produkt pa ima tudi subjektivno razsežnost, kajti »jezik in pogled na svet nista abstraktna, temveč zgodovinsko in družbeno specifična elementa *posameznikove* življenjske situacije« (podčrtala I. D.).

Zatorej novinar tako kot vsak drug posameznik iz »obzorja« svojega družbeno določenega jezikovnega znanja ne more izstopiti. Vendar pa pri delu svoje jezikovno znanje prilagaja – odnosu do naslovnika in odnosu do vira. Tako se tudi jezikovna sredstva uporabljajo na temelju križanj odnosov, interpretacij, konstrukcij...¹⁵

To je le nekaj najpomembnejših odnosnih procesov v medijski realnosti, ki so na eni strani pogojeni tudi s poseganjem družbene realnosti v medijski prostor, po drugi pa bistveno določajo posege medijske realnosti v družbeno realnost oziroma v druge realnosti.

III. Segmenti medijske konstrukcije realnosti

Družba ima po Bergerju in Luckmannu objektivno dejanskost in se konstruira z dejavnostjo, ki izraža subjektivni pomen. Ta dvojna narava družbe – kot objektivne dejanskosti in subjektivnega pomena hkrati, pa ustvarja »realnost sui generis« (Berger, Luckmann; 1988: 25).

Mediji so del njene objektivne dejanskosti – ker jih zaznamo, da so v tej (družbeni) realnosti in da si ne moremo predstavljati njihovega izginotja. Bistveno pa se vpletajo tudi v njeno naravo subjektivnega pomena. S svojim obstojem in s svojimi vsebinami so del dejavnosti, ki izraža subjektivni pomen. S tem sodelujejo v »procesih, s pomočjo katerih se za človeka z ulice utrdi neka realnost« (Berger, Luckmann; 1988: 13).

Tu se vpletajo v njegove procese interpretacij, sodelujejo pri ustvarjanju tipizacij (zlasti tistih najbolj anonimnih) in pri oblikovanju posameznikovega »relativno naravnega pogleda na svet«. Na ta način tudi *utrjujejo kohezivnost vsakdanjega sveta* in so zato na temeljni način funkcionalni za obstoj in delovanje družbe.

Mediji *razširjajo območje posameznikove realnosti* (z medijsko simbolno realnostjo), saj vse tisto, kar ni dostopno njegovemu lastnemu neposrednemu izkustvu, lahko dobi le preko komunikacije. Ta pa posredovanemu vselej doda tudi že smisel, pomen, vrednost. Gre za tako imenovano realnost drugega reda, ki je utemeljena na komunikaciji – v primerjavi z realnostjo prvega reda, ki je opredeljena na možnosti preverljivega dokazovanja (več o teh realnostih glej v Watzlawick, 1977: 140–142).

S svojim obstojem in prisotnostjo lahko *sprožijo dogodke*, ki se zdijo izvorno zgolj del družbene realnosti (seja kakšne organizacije, ki jo je povzročilo določeno medijsko sporočilo) *ali spremenijo potek dogodkov*, ki bi sicer obstajali tudi brez njih (vpliv prisotnosti zlasti televizije na razvoj demonstracij).

S svojo družbeno priznano oz. tipizirano pozicijo poznavalcev pomembno *posredujejo institucionalni svet* in ga legitimizirajo. Ta svet je bistveni del družbene realnosti, in to v njeni naravi objektivne dejanskosti. Kadar se rekonstruira, mu to tudi mediji pomembno omogočajo, saj so tudi sami vanj vpleteni. Lahko pa delne rekonstrukcije tudi sami sprožijo.

¹⁵ Zgled spreminjanja uporabljenih jezikovnih sredstev na osnovi križanj interpretacij je jezik uporabljan v vojni v Sloveniji. Spremembo JLA v JA in slednjič v okupatorsko vojsko bi verjetno lahko razložili prav s križanjem interpretacij dogodkov vseh tistih, ki so vstopali v medijsko realnost – zlasti pa virov informacij.

Na ta način mediji *konstruirajo* nekatere izseke realnosti – s posredovanjem potencialnih območij delovanja in stvarnosti drugega reda. S svojim obstojem in z vplivom prisotnosti *sokonstruirajo* družbeno realnost. Na pomemben način lahko tudi *rekonstruirajo* izseke družbene realnosti.¹⁶

To so nekateri najsplošnejši procesi (nikakor niso edini), ki v opredelitvi medijske konstrukcije realnosti kot relacijske kategorije »znotraj – zunaj« pripadajo predvsem členu »zunaj«, torej kako se medijska realnost vpleta v družbeno.

Gre torej za to, kar mediji s svojimi vsebinami in delovanjem lahko povzročijo v družbeni realnosti, pri čemer menim, da so vsi ti proučevani »učinki« v bistvu posledica navedenih – posplošeno označenih – procesov konstruiranja, sokonstruiranja in rekonstruiranja. S pomočjo prav teh procesov pa mediji tudi opravljajo svoje funkcije.

Na drugi strani, na strani člena »znotraj«, se družbena realnost vpleta v medijsko. To se dogaja na različnih ravneh in na različne načine. Lahko je neposredno (odvisnost razvoja komuniciranja od vladajočih interesov) ali posredno (odvisnost komuniciranja od materialnih možnosti), eksplicitno (preko zakonodaje in drugih oblik institucionalizirane in legalne regulacije) in transparentno (npr. »parlament« imenuje televizijske urednike), lahko je prikrito (ideologija, finančni pogoj delovanja) in implicitno (posamezniki, socializacijski procesi v družbi...).

Vsi ti načini in ravni so – vsaka zase – dokaj pogost predmet komunikoloških teorij in raziskav. Le zadnji, implicitni, je pogosto razumljen kot neproblematičen, samoumeven in zato redko v središču pozornosti. Menim, da je pa prav *ta vidik* eden najpomembnejših. Koliko bo družba na drugih ravneh lahko posegala v medije, je namreč odvisno od tega, *kako bodo posamezniki te posege razumeli, koliko in kako bodo v skladu z njimi ravnali*. Bistven pogoj za to pa je, da jih ponotranjijo ali da jih razumejo na način »formul«, »znanja na recept« – v smislu »vem, kako moram ravnati« in se zato ne sprašujem, zakaj. Drugače povedano: zahteve družbene realnosti bodo v medijski realnosti upoštevane natanko toliko, kolikor jih bodo posamezniki, ki vstopajo v to realnost, razumeli kot svoje ali kot objektivizirane oz. kot dane, brez možnosti spreminjanja. Posegi družbe so namreč vselej učinkovitejši, kadar niso jasno razumljeni in opredeljeni kot nekaj zunanega, kadar se ne razumejo kot »družbeni«, ampak kot posamezniku lastni.

Posamezniki, ki vstopajo v medijsko realnost, so družbeno določeni; vse, kar v »njihovi« družbi obstaja (od jezika, različnih institucij, tipizacij, ...), jih družbeno določa. Prav tako jih družbeno določajo njihova individualna izkustva. Torej ljudje, ki vstopajo v medijsko realnost, vstopajo vanjo kot družbeno določene oziroma strukturirane osebnosti.¹⁷

Iz družbene realnosti, iz sveta vsakdanjega življenja in iz svojega lastnega soobstajanja v različnih realnostih prinašajo v medijsko realnost »sledi«. Na tej podlagi opredelijo in interpretirajo medijsko realnost, vzpostavljajo odnose v njej, vstopajo v njene procese. Na tej podlagi se vzpostavljajo njihove naravnosti, pri

¹⁶ Zgled teh procesov je lahko černobilska katastrofa. S tem, da so dogodek posredovali, so konstruirali del realnosti vsakega posameznika, za katerega se je potem potencialna realnost nevarnosti radiacije spremenila v dejansko realnost. Z vrednotenjem, dajanjem smisla, podeljevanjem pomena temu dogodku so sprožili dogajanja v družbeni realnosti (zborovanja ipd.) in tako družbeno realnost sokonstruirali. S tem da dogodek analizirajo, aktualizirajo ipd., pa lahko sprožijo rekonstrukcijo realnosti (ne)nevarnosti radioaktivnosti.

Na ta primer opozarja tudi Žižek, ko razlaga, da je realno hkrati izhodišče procesa simbolizacije in produkt samega procesa simbolizacije in da so radioaktivni žarki na eni strani realno, na drugi strani pa simbolni status radiacije sproži dogajanje – paniko (Žižek; 1987: 184–91).

¹⁷ O odnosih strukturiranosti posameznikov glej na primer Mirjana Ule, 1986, *Od krize psihologije h kritični psihologiji*, Delavska enotnost, Ljubljana.

katerih gre za – posplošeno povedano – osebne preference v okviru razumevanja lastne vloge v tej realnosti. Pri novinarjih se naravnost pomembno povezuje s tako imenovano novinarsko perspektivo (news perspective), ki bi jo lahko označili kot neke vrste »poklicen« pogled na dogodke, ki vstopajo v medijsko realnost, ali kot poenostavljanje dogodkov (v smislu vedno in za vse situacije enakih »novinarskih« vprašanj) zaradi praktičnih razlogov in pod vplivom komercializma, pritiska programskih shem, tehnologije in podobnega.¹⁸ Pri virih se naravnost povezuje na primer s postavljanjem v pozicijo poznavalca in z interesi, pri naslovniki na tipizacije dejanj iz navade, na izbirne procese in podobno.

Pri vprašanju, kako se družbena realnost vmešča v medijsko, gre torej za to, kar družba »pušča« v posamezniku, ki vstopa v medijsko realnost, in kako se na te »sledí« navežejo posebnosti, ki jih producira medijska realnost v svojih okvirih,¹⁹ ter za to, kako družba z eksplicitnim ali implicitnim, transparentnim ali prikritim poseganjem definira meje medijske realnosti. Od tega pa je povratno odvisno, kako se medijska realnost vpleta nazaj v družbeno. Prav na tej podlagi moramo medijsko konstrukcijo realnosti opredeliti kot relacijsko kategorijo.

¹⁸ ... Skleпам, da organizacija (televizijskih – op. I. D.) poročil zaradi praktičnih razlogov spodbuja sprejemanje posebnega načina poenostavljanja dogodkov. Tako pogojen pogled imenujem novinarska perspektiva (»news perspective«). Temejše te vplivne naravnosti (»bias«) vidim v komercializmu, programskih shemah, tehnologiji in tekmovalnosti« (Altheide; 1974: 9).

¹⁹ Vedno gre torej za nekakšne modifikacije vzorcev interpretiranja, ki smo jih poznali že v drugih svetovih oziroma v družbeni realnosti oziroma v svetu vsakdanjega življenja. Ali: Kot ugotavlja Hall v *The Determination of New Photographs* za tekst in fotografijo v časopisu, velja za koncept javnih občil nasploh. Ta »ne daje novega znanja o svetu. Producira prepoznavanje sveta, kakor smo se ga že naučili prilajati.« (v MacQuail; Mass Communication Theory, 1983: 141; – navedeno po Košir; 1988: 14). To ne zanika prej opisanih procesov konstruiranja, ampak opozarja na družbeno (nekakšno »predmedijsko«) pogojenost odnosa do teh konstruktov.

NAVEDENA LITERATURA:

1. ADONI, Hanna; MANE, Sherill (1984): Media and the social construction of reality, *Toward an Integration of Theory and Research. Communication research II* (3), str. 323–340.
2. ALTHEIDE, David L. (1974): *Creating reality: How TV News distorts events*, Sage Publications, Beverly Hills, London
3. BAŠIČ, Sandra (1990): *Konstrukcija realnosti v medijih*, magistrsko delo, Univerza Edvarda Kardelja v Ljubljani, FSPN, Ljubljana
4. BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas (1988): *Družbena konstrukcija realnosti*, Razprava iz sociologije znanja, Cankarjeva založba, Ljubljana
5. CALHOUN, Craig (1990): Javni diskurz, komunikacijski mediji in globalna družbena integracija. *Teorija in praksa XVII* (1–2), str. 95–111
6. DRAME, Ines (1991): *Konstrukcija medijske realnosti – Kdo je sporočevalec*, diplomsko delo, FDV, Ljubljana
7. EPSTEIN, Edvard Jay (1974): *News from nowhere*, Vintage Books, A Division of Random House, New York
8. GAHAGEN, Judy (1978): *Interpersonalno i grupno ponašanje*, Nolit, Beograd
9. KOŠIR, Manca (1991): Intervju v sodobnem slovenskem tisku. *Teorija in praksa XXVII* (5–6), str. 627–632
10. KOŠIR, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*, Državna založba Slovenije, Ljubljana
11. LUCKMANN, Thomas (1991): *Jezik in osebna identiteta*. *Teorija in praksa XXVII* (7), str. 796–803
12. RADMAN, Zdravko (1988): *Simbol, stvarnost, stvaralaštvo, Ogled o percepciji*, Biblioteka Filozofska istraživanja, Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb
13. RUPEL, Dimitrij (1986): *Sociologija kulture in umetnosti*, Izbrana poglavja, Državna založba Slovenije, Ljubljana
14. SPLICAL, Slavko (1984): *Mlini na eter*, Partizanska knjiga, Znanstveni tisk, Ljubljana
15. TUNSTALL, Jeremy (1974): *Journalists at work, specialist correspondents: their news organizations, news sources and competitor-colleagues*, Constable, London, Sage Publications, Beverly Hills
16. WATZLAWICK, Paul (1977): *How real is real?*, Vintage Books, A Division of Random House, New York
17. ŽIŽEK, Slavoj (1987): *Jezik, ideologija, Slovenci, Delavska enotnost*, Ljubljana