

MOJCA LORENČIČ

Objektivnost novinarskega sporočanja in stilistika poročevalstva

Slovenija, poletje 1991: spopad Jugoslovanske armade in Teritorialne obrambe. To je bilo nenavadno, nepričakovano in na neki način izjemno obdobje slovenskega novinarstva. Obdobje, ko se je slovenski novinar iz vsakdanjega in običajnega opravljavca svojega »poslanstva« nenadoma prelevil v vojnega dopisnika. Vendar z bistveno determinanto: bil je slovenski novinar, pripadnik naroda, udeleženega v vojaškem spopadu. Kako je to vplivalo na njegovo poročanje? Po mojem mnenju, ustvarjenem na podlagi spremljanja (slovenskih in drugih) medijev v tistem obdobju, odločujoče.

S čigavimi očmi naj torej novinar spremlja, ubeseduje ali vrednoti taka ali podobna izjemna in kritična stanja, dogodke? Naj bo to on sam, pripadnik napadenega in ogroženega naroda, udeleženec v dogajanju, ali naj bo nevtralen opazovalec (kar koli naj že pač to pomeni)? Naj bo domoljub ali profesionallec? Kako naj doseže eno ali se znebi drugega?

Dileme sem v diplomski nalogi osredotočila okoli vprašanja objektivnosti novinarskega sporočanja. Kaj torej pomeni pisati objektivno? Je novinar (subjektivni) interpret stvarnosti ali (objektivni) posrednik oziroma prinašalec informacij? Kako in koliko naj bo oziroma je s svojo osebnostjo, s svojim vrednostnim sistemom, z vsemi svojimi različnimi pripadnostmi navzoč v novinarskem sporočilu? Kako se novinarjeva (ne)navzočnost v njegovem delu kaže in kako jo ugotavljati?

Umestitev

Koncept objektivnosti novinarskega sporočanja se je oblikoval v ZDA ob prelomu 19. stoletja. Njegov nastanek povezujejo z naraščanjem znanstvenih spoznanj in izpopolnjevanjem metod raziskovanja (Nelkin, 1987: 19) ter razvojem nove tehnologije – predvsem telegrafa (Shaw, v McQuail, 1983: 108). Ta je vplival na nastanek tiskovnih agencij, uporaba njihovih storitev pa je poenotila vsebine časopisov in jih usmerila tudi na nelokalne dogodke in področja življenja. Ker so agencije z novicami oskrbovale časopise različnih političnih usmeritev, so morale služiti vsem, zato je objektivno poročanje, ki so ga razumeli kot poročanje o dejstvih in brez vrednostnih opredelitev, sčasoma postalo konvencija. Na uveljavitev koncepta objektivnosti je torej predvsem vplivala komercialna zahteva služiti čim širšemu, politično raznovrstnemu občinstvu, ne da bi kakemu delu javnosti izkazovali posebno naklonjenost (McQuail, 1983: 108). Ta strategija je počasi prerasla v kanon profesionalne pristojnosti in ideologijo profesionalne odgovornosti.

Razvojno gledano, obstajata dve različni pojmovanji novinarjeve objektivno-

sti. Po prvi, ki temelji na opisanih predpostavkah, se objektivnost kaže predvsem kot metoda in slog predstavitve informacij s tremi bistvenimi zahtevami:

- ločiti je treba dejstva od mnenj,
- predstavitev mora biti čustveno neprizadeta,
- novinar doseže nepristranskost in ravnotežje tako, da da vsem v dogajanje vpletenim stranem enake možnosti za obveščanje javnosti.

K tej konceptiji objektivnosti, ki jo bom imenovala klasična, sodijo še značilnosti, da mora novinarsko sporočilo v svoji praobliki vsebovati odgovore na 5K, dejstva oziroma informacije pa morajo biti nanizane na način »obrnjene piramide«.

Premik od takšnega pojmovanja objektivnosti pomeni novi žurnalizem, ki na pragu 60. let vnese v novinarstvo interpretacijo in preiskovanje, subjektivizem.

Če bi klasično pojmovanje objektivnosti lahko opredelili kot novinarjevo prizadevanje, da bi na poročanje o dogodku čim manj vplivala njegova subjektivnost (pri čemer so mu v pomoč določene standardizirane konvencije strukturiranja novinarskega sporočila), tega za »razširjeni« pojem, kot ga razume novi žurnalizem, katerega določene smeri celo podpirajo avtorjev subjektivizem, ne moremo storiti. Gre torej za dve diametralno nasprotni pojmovanji oziroma za dve različni poti do skupnega cilja: predstaviti čim manj potvorjeno sliko realnosti. Naj torej za objektivnost novinarskega sporočanja velja, da je to prizadevanje novinarja, da bi naslovniku s pomočjo novinarskega sporočila predstavil verzijo realnosti, ki bi kar najbolj ustrezala dejanski oziroma se čim manj razlikovala od nje.

Razmišljanja o medijih in objektivnosti

Objektivnost velja kot ena od razsežnosti resnice. Resnico mnogi novinarji definirajo zgolj po še eni izmed njenih razsežnosti – resnicoljubnosti, ki pa pomeni le natančnost, točnost pri navajanju podatkov ali dejstev. O resnici v absolutnem, splošnem pomenu ne moremo govoriti, saj nimamo nobenih objektivnih (zunanjih) meril, kaj naj bi resnica sploh bila. Podobno menim o objektivnosti: popolne objektivnosti, objektivnosti v absolutnem pomenu, ni mogoče doseči. Govorimo lahko le o resnici (resnicah) in objektivnosti subjektivnih realnosti, ki sta lastni vsakemu posamezniku posebej in se skladata z njegovimi izkušnjami, interesi, pomenskim svetom, njegovo definicijo in zaznavanjem realnosti. Objektivna resnica je pravzaprav izraz subjektivnih doživetij resničnosti, je zapisala M. Poler (1989: 1580).

Posameznik namreč okolja, realnosti ne zaznava neposredno. Občutja, ki mu jih okolje vzbuja, izvirajo iz njegove duševne slike o tem okolju. Posameznik realnost preoblikuje, vanjo projicira svoje lastne izkušnje, vedenje, naučene in pridobljene reakcije. Vloga opazovalca je vedno selektivna in pogosto tudi ustvarjalna. Iz kaosa zunanjega sveta opazimo to, kar nam je lastna kultura že definirala in kar smo v procesu socializacije ponotranjili. Realnost torej dojemamo stereotipno, meni W. Lippman (1960: 3 in naprej), kar pa ne velja le za narode ali različne družbene skupine, ampak tudi in predvsem za posameznike.

Ena takih subjektivnih realnosti je tudi novinarsko poročilo o kakem dogodku, novica. Realnost je tako celovita, da lahko posamezne izseke dojemajo le posamezniki s skupnim izkustvenim poljem (pa še ti prek lastnih interpretacij). Novinarji seveda niso vedno neposredno udeleženi v vsakem družbenem dogajanju.

Pri nastajanju novice novinar dogodek izloči iz njegovega lastnega konteksta in

ga zakoliči v novinarsko sporočilo – dogodek torej najprej dekontekstualizira in ga nato v skladu z nameni, potrebami, željami ali konvencijami rekontekstualizira v novico oziroma novinarsko sporočilo. Dogodek vidi iz posebne novinarske perspektive, institucionaliziranega pogleda na svet (Altheide, 1974: 9), ki dogodek poenostavi, razstavi (umesti med vprašanja 5K) in poda v predpisanem slogu ubeseditve (na primer na način dramskega zapleta ali obrnjene piramide). Medijska sporočila naredijo prizorišče za dogodek, prek njih se dogodki prepoznava, selekcionirajo in vrednotijo.

Eden izmed vzrokov za takšen novinarski pogled na realnost je tudi v rutini produkcije novic. Tako naj bi bila po prepričanju nekaterih (Schlesinger, Altheide, Epstein) novica predvsem odsev zahtev, vodil, omejitev in koordinacij v delovnem procesu, ki jo je ustvaril. Rutine, ki iz tega izhajajo, nujno naravnajo slike realnosti v določene smeri in proizvajajo posebne, morda unikatne verzije realnosti.

Eden pomembnih dejavnikov medijskega oblikovanja realnosti je tudi izbor. Pri tem ne gre le za izbor, kateri dogodki so vredni objave in kateri ne (torej izbora sporočane stvarnosti), gre tudi za izbor delov spoznane stvarnosti, izbor žanra, jezikovnih sredstev, primernih za ubeseditve, in za dokončni izbor za objavo in mesto objave. Te izbore bi lahko opredelili kot »dimenzije« objektivnosti (Košir, 1988: 12), saj kažejo, do kod vse sega objektivnost oziroma čemu vsemu mora biti zadovoljeno, da bi lahko kako novinarsko sporočilo potrdili kot objektivno, da bi bila novica »ogledalo, ki reflektira dogodek«. Menim, da to nikoli v celoti ni mogoče.

Praktični poizkus

Hipotezo sem skušala potrditi z raziskavo, v kateri sem odnos novinarskega sporočila do stvarnosti proučevala prek ene izmed »dimenzij« objektivnosti – jezikovne predstavitve sporočila. Kot raziskovalno enoto sem uporabila časopisni naslov, ki je eden najpomembnejših delov sporočila. V raziskavo sem zajela glavne naslove časopisov Delo in Dnevnik med 28. 6. in 9. 7. 1991 (čas desetdnevne vojne v Sloveniji, torej od začetka spopadov med TO in JA pa do Brionske deklaracije, s katero so se formalno končali). Pri ugotavljanju stilnih značilnosti sem sledila tipologiji T. Korošca, kot jo je uporabil v raziskavi 1000 uvodniških naslovov v časopisu Delo v letih 1969–1974 (1976: 499).

Glavne naslove sem najprej sistematizirala, tako da sem naslove ene številke posamičnega dnevnika najprej uvrstila v eno izmed naslovnih funkcij (poimenovalno-informativno-stališčno ali pozivno-pridobivalno (Korošec, 1977: 21)) in jim nato določila tudi vrsto ekspresije oziroma nevtralnost. Ekspresivnost sem po Koroščevem vzoru (1976: 302) razvrstila tako:

- XO: ekspresivnost iz obnovitve vzorca;
- XA: ekspresivnost iz členitve po aktualnosti;
- XL: ekspresivnost naslova, ki izhaja iz ekspresivne besede ali njenega ekspresivnega pomena;
- XBI: ekspresivnost, nastala z uporabo besedne igre;
- X: ekspresivnost v širokem smislu. V to skupino sem uvrstila trope, opazno rabo ločil, opazne (tujejezične) besede in besedne zveze in izpuste naklonskih izrazov. To šifro imajo tudi naslovi, pri katerih se ni bilo mogoče zanesljivo odločiti za eno od zgornjih možnosti.

V raziskavo sem zajela 672 naslovov iz Dnevnika in 1020 iz Dela. Pri Dnevniku je bilo v skupino naslovov s poimenovalno-informativno naslovno funkcijo uvrščenih 70,1% (471) naslovov, z informativno-stališčno 17,6% (118) naslovov in s pozivno-pridobivalno 12,4% (83) naslovov ter pri Delu 72,5% (740), 16,6% (169) in 120,9% (111). Med vsemi naslovi v Dnevniku je bilo nevtralnih 73,8% (496) in ekspresivnih 26,2% (176). Tudi pri Delu so rezultati podobni: nevtralnih je bilo 76,3% (778), ekspresivnih 23,7% (242) naslovov. (Tabela 1)

Tabela 1

	DNEVNIK:		DELO:			
	NEVT.	EKS.	NEVT.	EKS.		
POIM.-INF.	392	79	471	648	92	740
INF.-STAL.	80	38	118	108	61	169
POZIV.-PRID.	24	59	83	22	89	111
	496	176	672	778	242	1020

Pri porazdelitvi ekspresivnosti naslovov glede na naslovno funkcijo je bilo pričakovati, da bo odstotek ekspresivnosti najvišji pri tretji, pozivno-pridobivalni funkciji in najnižji pri prvi, poimenovalno-informativni funkciji. Pričakovanja so bila pravilna, saj se je ekspresivnost pri naslovih v Dnevniku glede na naslovne funkcije porazdelila takole: poimenovalno-informativna 16,8% (79), informativno-stališčna 32,2% (38) in pozivno-pridobivalna 71,1% (59). Podobno, a bolj izrazito je pri Delu: 12,4% (92), 36,1% (61) in 80,2% (89) (Tabela 1). Že Korošec ugotavlja, da ekspresivnost naslova ni nujno vezana na njegovo funkcijo, da so ekspresivni torej tudi naslovi s poimenovalno funkcijo, zato poimenovalne funkcije naslova ne smemo nujno povezovati z nevtralnostjo jezikovnih sredstev (Korošec, 1976: 500). Popolnoma objektivnih naslovov, če mednje štejemo tiste, ki so poimenovalno-informativni in nevtralni hkrati, je bilo pri Dnevniku 58,3% (329) in 63,5% (648) pri Delu. (Tabela 1)

Če primerjamo porazdelitev različnih vrst ekspresij med tri naslovne funkcije, dobimo pri obeh dnevniki podobno sliko: v poimenovalno-informativni funkciji daleč prevladuje skupina X, sledi ji XA (ki pa smo jo našli le pri Delu in še to le tri primere), vse druge vrste ekspresij pa so večinsko zastopane v pozivno-pridobivalni naslovni funkciji. (Pri Delu ima XL v tej in pa poimenovalno-informativni skupini enako vrednost). Najmanj ekspresivna je informativno-stališčna funkcija, kjer se avtorjevo mnenje uresniči predvsem z modalnostjo, prislovi in samo strukturo povedi. Rezultati so pravzaprav smiselni, saj zajema skupina X predvsem ekspresijo iz najširše metaforike, ki pa je včasih komaj še zaznamovana ali opazna. Sem spadajo tudi besede, ki jih je kot ekspresivne opredelil SSKJ, pa niso bile zadosti krepke, da bi jih lahko uvrstili v samostojno skupino XL. Zelo močna podskupina v skupini X je tudi stilna raba ločil, ki je včasih tudi na samem robu jezikovne stilistike. (Tabeli 2 in 3)

Kot rečeno, najvidnejše mesto v skupini X zavzemajo tropi: metafore (Prevladali armadni jastrebi, Vrata v Evropo spet odprta, Slovenski diplomati so pospra-

Tabela 2

DNEVNIK:	N	X	XA	XBI	XL	XO	
POIMF.-INF.	392	77		1		1	471
INF.-STAL.	80	35			1	2	118
POZIV.-PRID.	24	46		2	7	4	83
	496	158		3	8	7	672

Tabela 3

DELO:	N	X	XA	XBI	XL	XO	
POIM.-INF.	648	86	3		2	1	740
INF.-STAL.	108	58			1	2	168
POZIV.-PRID.	22	67		3	2	17	111
	778	211	3	3	5	20	1020

vili kovčke), metonimije (Mesto bdi nad dogajanjem, Praga se je ponovila, Po Zagrebu), personifikacije (Gospodarstvo pognalo stroje, Vojna predčasno zaprla Zadnikovo razstavo v Slovenj Gradcu), parafraze (Konec povesti o ponižnem narodu, Bogovi nas ljubijo), ponovitve (Pogovarjati se, pogovarjati . . . , Matere, matere!), primere (JLA kot dvorni norec Rigoletto), aposiopeze, apostrofe (Za božjo voljo, gospod Bush!), oksimoroni (Dan napetega »oddih«), litote. Učinkovite so tudi opazne (tujejezične) besede (Pax slovenica) in besedne zveze, ki so ekspresivne zaradi pojmovne nezdržljivosti, ki pride v zvezi do izraza (Topovi in civilisti, boj za mrtvo idejo). Poleg metaforičnosti so v tej skupini najpogostejše ekspresije, ki izhajajo iz nastopanja ločil.

Vrsta aktualizacije s stilno zaznamovanim besednim redom (XA) strukturno in pojmovno ni zapletena. Od bralca ne zahteva dobrega poznavanja tematike, saj gre le za zamenjani oziroma zaznamovani besedni red. To je pogosto posledica želje postaviti na prvo mesto v povedi (oziroma vsaj na začetek) privlačno, znano ali »udarno« besedo, ki jo zaradi začetnega položaja bralec takoj zagleda – beseda ga požgečka in privabi k temeljitejšemu branju ne samo celotnega naslova, temveč tudi novinarskega sestavka. (Tako je na primer učinkovitejši naslov Za Koželja tudi poziv, naj se vrne iz ZDA, kot pa bi bil Tudi za Koželja poziv, naj se vrne iz ZDA.) Skupina je zelo redka in tudi na skrajnem robu jezikovne stilistike.

Tudi skupina XBI (ekspresija iz besedne igre) je redka, saj sem med 1692 naslovi našla le pet primerov. Ne gre ji odrekati učinkovitosti (Moč in nemoč tankov, Dobri stari znanci in novi neznanci), od bralca pa zahteva dobro poznavanje problematike. Ima nizko informativno vrednost, zato je ustrežnejša v naslovih komentarjev in uvodnikov.

Nekoliko pogostejša je skupina XL, v kateri je naslov ekspresiven zaradi ekspresivne besede ali njenega pomena. Zanj je značilno, da lahko naslov zaradi ene same ekspresivne besede ohrani informativno vrednost, saj beseda prispeva le k njegovi duhovitejši podobi, v večini primerov pa vseeno deluje izrazito pozivno ali stališčno (Operacija ohranjanja srbokracije, Mrhovinarji).

Za skupino X je najmočnejša vrsta ekspresivnosti obnovitev vzorca (XO). Pri Delu so taki naslovi zelo priljubljeni, saj sem jih našla kar 20 (2%), pri Dnevniku nekoliko manj – 7 primerov (1%). Vzrok za pogosto uporabo pri Delu je najbrž

njihova učinkovitost, saj so parafraza splošno znanih pregovorov, izrekov ali naslovov literarnih in drugih del. Čeprav so splošno znani, pa je vendarle njihova informativna vrednost nizka – zato so najbolj učinkoviti v naslovih avtorskih člankov, predvsem komentarjev ali uvodnikov. Še posebej priljubljeni so v Delovi Sobotni prilogi. Morda bi lahko pojasnili nižji odstotek zastopanosti te skupine pri Dnevniku s tem, da ta časopis ne pozna sobotne priloge kot posebnega časopisa, temveč le v obliki dveh dodatno priloženih časopisnih listov, torej nima niti priložnosti izraziti posebnih ubesedovalnih situacij z uporabo stilema obnovitve vzorca. Primeri: Oster boj za severno mejo, Nič več ne bo, kot je bilo, Prvič enotni v razlikah, Somrak generalov, Na svidenje – upajmo, da ne v naslednji vojni...

Zanimiva je tudi podskupina v skupini nevtralnih naslovov – to so dobesedni navedki izjav. Med vsemi nevtralnimi v Dnevniku jih je 4% (27), pri Delu pa 2,8% (29). Dobesedno navajanje je označeno kot neekspresivno, saj novinar z uporabo narekovajev pokaže, da je avtor navedka nekdo drug, da je novinar le posrednik oziroma prenašalec (dela) njegove avtentične izjave. V tem se kaže težnja k objektivnosti novinarskega sporočanja – česar pa ne moremo več trditi, če proučimo vsebino takih naslovov. Večinoma vsi (tako pri Dnevnikovih kot pri Delovih naslovih sem lahko v poimenovalno-informativno funkcijo uvrstila le po enega teh naslovov) namreč izražajo stališče, včasih pa tudi poziv, ki pa je izrazito »slovensko« ali »protislovensko« naravnani (»Umika ni!«, »Svojega sina za tako vojsko ne dam!«, »Jugoslavijo braniti tudi z dinamitom«, »Pravice narodov ni mogoče udušiti« ipd.). Tako se izkaže, da je dobesedno navajanje lahko tudi način skritega vplivanja na bralce pod krinko objektivnosti. Kleč je ravno v vsebini izbranega citata. Novinar namreč z izborom čisto konkretnega citata z besedami oziroma skozi usta njegovega avtorja pove to, kar in kaj ustreza njemu, uredniški politiki njegove hiše ali njegovemu »narodu« v celoti (seveda to ne velja nujno za vse podobne naslove). Mediji s takšnimi naslovi širijo zelene vzorce vedenja, mišljenja in reakcij ljudi – naslovi z dobesednimi izjavami imajo lahko torej v določeni situaciji izrazito mobilizacijsko vlogo. Zanimivo je tudi to, da jih več najdemo pri Dnevniku kot pa Delu. To se lahko pojasni z uredniško politiko obeh hiš – pri Delu težijo k »objektivnejšim«, »hladnejšim«, nevtralnejšim naslovom, pri Dnevniku ravno nasprotno k udarnim, privlačnim, ekspresivnejšim naslovom – in s sistemom naslovja, ki ga časopisa gojita. Pri Delu ni zaslediti veliko nadnaslovov, saj bolj gojijo tako imenovano polno naslovje, ki vsebuje veliki naslov, podnaslov in sinopsis. Ker ni na voljo veliko prostora, mora glavni naslov vsebovati zadostno mero informativnosti (in ne predvsem pozivnosti), da bralca opozori na vsebino novinarskega besedila. Nasprotno pa pri Dnevniku gojijo t. i. veliko naslovje, ki poleg naštetih prvin vsebuje še nadnaslov (tipologija po Korošec, 1990: 210). Ta je nosilec informativnosti oziroma imenuje osebo, ki je avtor izjave, veliki naslov pa prinaša zgolj vsebinski poudarek v nadnaslovu napovedanega dogodka. Vsebinski poudarek je lahko tudi citirana izjava, torej stališče koga do česa ali poziv k čemu.

Pri interpretaciji rezultatov sem naletela na oviro, in sicer da ni ustrezne primerjave – ni podobne raziskave, s katero bi lahko ustrezno primerjala rezultate in ugotavljala večjo ali manjšo objektivnost. Prav tako ne obstaja (natančneje – ne more obstajati) merilo ali merska lestvica, s katero bi lahko merili stopnjo dosežene objektivnosti (novinarskih sporočil).

Pustimo torej primerjanje in vrednotenje rezultatov in si oglejmo podrobneje skupino naslovov, ki sem jih označila kot »popolnoma objektivne«, torej tiste, ki

so po naslovni funkciji poimenovalno-informativni in sestavljeni iz nevtralnih jezikovnih sredstev. Pri Dnevniku jih je bilo 58,3% (392), pri Delu 63,5% (648) – slabi dve tretjini torej. To bi torej morali biti popolnoma nevtralni naslovi. Pa so res?

Oglejmo si na primer naslednje naslove: Vse stražnice v Pomurju so naše, Srbske matere gredo po otroke in Srbi zahtevajo vrnitev svojih sinov iz Slovenije (to je le nekaj izmed mnogih primerov).

V prvem se novinar niti ne trudi skriti svoje narodne, domoljubne in vrednostne opredeljenosti. To bi naredil, če bi oblikoval naslov, na primer, tako: Vse stražnice v Pomurju so slovenske (ali metaforično Vse stražnice v Pomurju so v slovenskih rokah, s čimer pa izraz ni več jezikovno nevtralen). Toda občutek njegove narodne pripadnosti je bil očitno močnejši od zahtev po profesionalnosti, pisec novinarskega sporočila se je (bolj) identificiral s pripadnikom napadene skupine kot pa s profesionalno hladnim in nevtralnim novinarjem. Uklonil in podredil se je kolektivnemu pogledu na realnost.

Zanimiv je tudi naslov Srbske matere gredo po otroke. Tudi ta je z jezikovnega vidika nevtralen, vendar izrazito konotativen. (Brez konotacije bi morda lahko rekli Srbski starši gredo po svoje sinove vojake). Zvezo mati-otrok razumemo izrazito čustveno: kot izraz čustvenosti, povezanosti, zaščite, varstva, skrbi, odgovornosti. V vojakih je novinar videl za svoja dejanja neodgovorne, nič krive in zavedene mlade ljudi, otroke torej, ne pa vojake. Simpatiziral je s srbskimi ženskami oziroma starši, ki so prišli v Slovenijo, da bi jih odtegnili moriji. Predvidevam, da če bi se vojaški spopad nadaljeval, bi to sočutenje in spoštovanje materinskih čustev srbskih mater slovenske novinarje verjetno prav kmalu minili, saj so lahko prav taki mladci še kako fanatični borci.

Podoben je tretji primer, le da manj izrazit: Srbi zahtevajo vrnitev svojih sinov iz Slovenije. Tudi tukaj je novinar pristal na to, da vidi v eni izmed vojskujočih strani sinove nekega naroda, ne pa vojake.

Kot je razbrati iz teh primerov in pa nekoliko prej opisanega »nevtralnega« citiranja izjav avtorjev, jezikovna nevtralnost oziroma jezikovno nevtralno ubesedenje stvarnosti ne pomeni vedno tudi dejanske, totalne nevtralnosti in objektivnosti. Totalna objektivnost je, kot kaže, tako vseobsegajoč in večpomenski pojem, da ga »delne«, »ožje« objektivnosti (torej posamezne »dimenzije« objektivnosti) ne morejo v celoti zajeti – tudi če bi za posamezne od njih lahko rekli, da v popolnosti izpolnjujejo zahteve, ki jih (po raziskovalčevi definiciji) delajo objektivne.

Tako gre pri obravnavani »dimenziji« objektivnosti le za jezikovno, stilistično nevtralnost, denotativnost, ki pa ne zajame, na primer, konotativne sestavine jezikovnih znakov. Ti vsebujejo poleg funkcije nošenja objektivnega, intersubjektivnega pomena tudi funkcijo nošenja subjektivnega pomena, smisla, ki pa je lasten vsakemu posamezniku (ali pripadnikom enotnega pomenskega sveta) posebej in ki precej vpliva na njegovo interpretacijo stvarnosti, umeščanje dogodkov in podeljevanje pomenov. Teh subjektivnih smislov jezikovni slovarji (ki sem jih v raziskavi uporabila kot enega izmed meril za presojanje stilistične nevtralnosti novinarskih sporočil), seveda ne morejo standardizirati in v tem je tudi eden izmed razlogov, da popolna objektivnost na način njene stilistične »dimenzije« ni možna.

Dileme, ali naj bo novinar objektivni prenašalec informacij ali njihov subjektivni interpret, torej ni več. Novinar je vedno interpret, četudi svoje interpretacije skriva za konvencijami »objektivnega poročanja«. Naj se novinar pri oblikovanju novinarskega sporočila še tako trudi zmanjšati vlogo svoje subjektivnosti v dojetju stvarnosti, do konca izničiti je ne more nikoli. Objektivnost kot rezultat tako vedno ostane nedoseženi ideal, objektivnost kot metodološko načelo ali privi-

na pa neustrezno ime za konvencije oblikovanja in strukturiranja novinarskega sporočila.

CITIRANA LITERATURA

- ALTHEIDE, D. L. (1974), *Creating reality (How TV News distorts events)*, Beverly Hills, London
- KOROŠEC, T. (1976), Poglavlja iz strukturalne analize slovenskega časopisnega stila, disertacija, Ljubljana
- (1977–1), K tipologiji časopisnih nadnaslovov, *Slavistična revija*, letnik 25/1977, št. 1
- (1990–1), Časopisni nadnaslovi v sodobnih slovenskih dnevnikih, *Slavistična revija*, letnik 38/1990, št. 3
- KOŠIR, M. (1988), *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*, Ljubljana
- LIPPMANN, W. (1961), *Public opinion*, New York
- McQUAIL, D. (1983), *Mass communication theory (An introduction)*, London, Beverly Hills, . . .
- NELKIN, D. (1987), The culture of science journalism, v *Society*, September, October
- POLER, M. (1989), Medijska konstrukcija realnosti, *TIP*, let. 26, št. 11–12