
Osnove oblikovanja kratkega novinarskega besedila za potrebe informativnih oddaj javnega radia

Polona Pivec

Umestitev kratkega informativnega radijskega besedila v nabor stalnih oblik novinarskega poročanja je pokazala, da sta v praksi najpogosteje uporabljani obliki, ki ju novinarska stroka imenuje *vest* in *poročilo*. Gre za informativni obliki radijskega govora (za razliko od interpretativnih), ki sta povezani na poseben način. Zunanja struktura poročila (sestavljata jo *napoved* in *telo besedila*) se prekriva z notranjo tako, da je *uvod* praviloma *napoved*, *telo besedila* pa sta *jedro* in *zaključek* besedila.

Basic Formatting of Short Media Texts for Public Radio News Broadcasts

The inclusion of short radio news texts in the selection of standard forms of media reports indicates that in practice the most frequently used forms are what journalists refer to as a *news item* and *report*. These are informative forms of radio communication (as distinguished from interpretive) that are linked in a special way. The external structure of a report (consisting of a *lead* and *package*) is covered by the internal structure such that the *introduction* is generally the lead, and the package comprises the *main body* and *conclusion* of the text.

1 Uvod

Kot vsako drugo posameznikovo dejanje je tudi komunikacijsko dejanje rutinsko in se kot ostale oblike družbene interakcije lahko institucionalizira (Berger – Luckmann 1966, v Luckmann 2001: 323).¹ Temeljni namen rutinizacije družbene interakcije je v zagotavljanju navidezno avtomatičnih rešitev, pri čemer so oblike, da bi lahko bile izbrane, osvobojene individualnega. Tako posamezniku ni treba vedno znova »kreirati« komunikacijskih obrazcev, ampak so mu v vsaki družbeni interakciji zagotovljeni že znani (»familiar frames«).

»Obrazci« za kratko radijsko besedilo so del žanrske tipologije, pri čemer jih ne moremo obravnavati z ločenih vidikov lingvistične ali semantične koncepcije komuniciranja, ampak so v prvi vrsti povezani s splošno teorijo družbene interakcije. V primeru radia gre za institucionalizirane oblike prenosa informacij od vira

¹ Članek prinaša za objavo prirejeni del ugotovitev iz doktorskega dela z naslovom *Novi jezikovni in pragmatični model kratkih radijskih informativnih besedil*, ki je bilo izdelano pod mentorstvom red. prof. dr. Irene Stramljič Breznik in somentorstvom red. prof. dr. Maria Plenkovića.

do naslovnika. Če sprejmemo trditev, da »mora posameznik, ki ima v družbi status ‚normalnega člana skupnosti‘, obvladati določena praktična znanja, če naj uspe v vsakdanjem življenju« (Luckmann 2001: 319), velja, da je praktično znanje, ki ga mora obvladati novinar, med drugim izdelava kratkega besedila za potrebe radijskih informativnih oddaj in njihovih poslušalcev. To pomeni, da mora obvladati zbiranje, obdelovanje in posredovanje podatkov, ki so pomembni za življenje posameznika v družbi.

Žanri kot komunikacijska interakcija imajo svojo notranjo, tekstualno, in zunanjo strukturo. Prvo opredeljujejo uporabljeni sistem znakov, morfološki, sintaktični, semantični in prozodični vidiki jezika, drugo pa predvsem družbena pomembnost, sprejemljivost in odmevnost obravnavane tematike.

Komunikacijski obrazci s prepoznavno notranjo in zunanjo strukturo zagotavljajo napredovanje komunikacijske interakcije v smislu »dialoške dinamičnosti«. V primeru takšne sekvenčne urejenosti Luckmann že govori o žanrih. Primerja jih z otoki v toku komunikacijskega procesa, ko »posameznik, da bi dosegel cilj, lahko sam izbira, kako bo sledil sekvencam komunikacijskih korakov« (Luckmann 2001: 324). Njegova izbira je pogojena z morfološko-fonetično, sintaktično in leksikalno izbiro in seveda z okoljem, spolom, leti in komunikacijsko situacijo: uporaba žanrov se razlikuje zaradi različnosti okolja, družbe in zgodovinskega časa.

Zbiranje in analiziranje govornih žanrov, na katerih temelji radijska komunikacija, je s sodobno avdio- in videotehnologijo postalo lažje. Raziskovanje procesa prenosa in vsebine prenesenega je bilo pred tem mogoče le direktno, medtem ko je sodobna tehnologija prinesla možnost ponovne reprodukcije.

Osnovni kratki radijski besedili sta vest in poročilo, slednje lahko ob večji prisotnosti novinarjevega mnenja dobi obliko komentiranega poročila ali celo komentarja.² Vest velja za »osnovni novinarski žanr« (Plenkovič 1989: 86), pri čemer Manca Košir (1988: 67–73) razlikuje osnovno obliko vestičarske vrste, ki »informira o dogodku«, in variacije: kratko in razširjeno vest, vest v nadaljevanju in naznanila (obvestila in vabila). Pri tem je nujno razlikovati med novico in vestjo. Monika Kalin Golob (2003: 69) ugotavlja, da je »teorija novinarskih žanrov za poimenovanje enega izmed njih sprejela strokovni izraz vest in za vsebino vesti uporabila izraz novica«.

Drugi temeljni monološki žanr in poleg vesti najpogostejši novinarski žanr (Plenkovič 1989: 99) je poročilo. Manca Košir (1988: 73–77) govori o poročevalski vrsti, v katero spadajo običajno, komentatorsko in reportersko poročilo, nekrolog in prikaz.

Kot kratko radijsko informativno besedilo lahko opredelimo tudi rapórt s sogovornikom, izjavo, anketo, biografijo. Rapórt s sogovornikom je oblika živega poročila, v katerem je v ospredju dvogovornost; v izjavi kot izjavitelj ne nastopa novinar, ampak vir; anketa je večgovorna oblika, v kateri se več izjaviteljev izjavlja o eni temi; biografija je neoseben popis življenjske poti.

² Objektivno poročanje, poročanje o dejstvih brez vrednostnih sodb je postalo koncept v ZDA na prelomu stoletja. Na njegovo uveljavitev je vplivala predvsem komercialna zahteva služiti širokemu, politično raznovrstnemu občinstvu, ne da bi kakemu delu javnosti izkazovali posebno naklonjenost (McQuail 1983: 108).

Kratka radijska informativna besedila so namenjena širokemu občinstvu. To pomeni, da je zanje nujna skladdenjska enostavnost, čim manj zapletenega strokovnega izrazja in nizka stopnja abstraktnosti. Najbolj splošno merilo kakovosti obravnavanih besedil je razumljivost, ki pa ne more obstajati kot besedilna značilnost sama na sebi, ampak le v interakciji med besedilom in bralci. To pomeni, da mora biti besedilo vedno prilagojeno znanju naslovnikov (Erjavec 1999: 77).

2 Temeljne postavke nastajanja kratkega radijskega besedila

Nastanek slehernega besedila zahteva čas in določeno tvorčevo aktivnost. Večina raziskovalcev loči tri stopnje v nastajanju besedila. Pri nas se je s tem problemom prva podrobneje ukvarjala Silva Trdina (1958: 8), ki našteva faze (obdobja) v nastajanju besedila: iznajdbo ali invencijo, razporedbo in gradnjo ali elokucijo. Te stopnje bolj ali manj povzemajo tudi ostali jezikoslovci. Tako Toporišič (1993: 10) govori o iznajdbi ali invenciji, urejanju ali dispoziciji in gradnji ali kompoziciji. Komunikologi ohranjajo tri stopnje, le da sta druga in tretja stopnja, kot jih razlagajo jezikoslovci, združeni v »oblikovanju novinarskega sporočila«. Melita Poler Kovačič (2001: 41) na primer govori o novinarskem sporočanjem procesu, ki obsega naslednje med seboj povezane faze: 1. zbiranje informacij, 3. izbor dogodkov in dejstev, 3. sporočanje oziroma oblikovanje novinarskega sporočila.

Prvi konkretni korak v izdelavi posameznega novinarskega prispevka je določitev teme. »Z izbiro teme novinar določi del stvarnosti, ki ga bo obdelal – razgrnil problem, dogodek ali stanje, analiziral in pojasnil – v svojem prispevku« (Erjavec 1999: 52). Zbiranju informacij in izboru dejstev sledi pomembna faza – oblikovanje novinarskega sporočila. Kratko radijsko besedilo nastaja:

- po določenem vrstnem redu,
- sledeč kriterijem besedilnosti,
- upoštevajoč maksime (načela).

Po Van Dijkovem (1992: 84) vsebina potrebuje specifično organiziranje, da bi jo opazili, razumeli, si jo predstavljali, zapomnili in ji verjeli. Za krepitev videza resničnosti in verjetnosti novinarski diskurz uporablja posebna sredstva in standardne strategije.

Toporišič (1993: 9) navaja, da besedilo nastaja kot rezultat besedovanja (diskurza), obravnavamo pa ga lahko glede na to:

- kako nastaja (tvorbni vidik) in
- glede na to, kakšne značilnosti ima, ko je gotovo (tj. kot rezultat besedovanja).

Zelo natančno sta postopek nastajanja kratkega radijskega besedila opisala Rosenbaum in Dignes (1992: 65–89). Potem ko si novinar pridobi snov, vključno s terenskim posnetkom, Rosenbaum in Dignes priporočata naslednji vrstni red pri izdelavi besedila:

1. Pogovor z urednikom (ker ta ne pozna tematike podrobno, so njegova vprašanja smerokaz za novinarja pri izbiri poudarkov).
2. Izbira glasovnih vložkov – posnetkov (novinar si označi začetke in iztočnice ali samo sledi spominu in temam, o katerih je govoril s sogovornikom). Izbira navedkov oz. citatov je najpomembnejši del priprave radijskega prispevka. Za razliko od tiska, kjer citat podpira smisel, vsebino, povednost članka, imajo citati (glasovni vložki) v radijskem besedilu vlogo »navezovalnega člana, ki skrbi za to, da se besedilo vsebinsko premakne naprej« (Rosenbaum 1992: 67).
3. Priprava veznih besedil. Po Rosenbaumu (1992: 68) so citati »motor reporter-skega vozila, vezna besedila pa njegova transmisija«. Vsako dobro radijsko besedilo bo vsebovalo tudi glasovne ilustracije, organizirano bo z izmenjevanjem posnetkov in novinarjevega besedila, pri čemer je, kot rečeno, dobro najprej izbrati terenske zvočne posnetke in jih šele potem povezati v končno besedilo. Drugačen časovni potek (najprej se napiše besedilo in kasneje vanj vključujejo tonske izjave) je zamudnejši, zaradi preobilja informacij, ki jih je novinar dobil na terenu, pa je lahko končni prispevek tudi predolg.

Besedilo definiramo kot komunikacijsko pojavitev (angl. *communicative occurrence*), ki izpolnjuje sedem kriterijev besedilnosti. Če ocenimo, da kateremu koli izmed teh kriterijev ni bilo zadoščeno, potem velja, da besedilo ni komunikativno (Beaugrande 1992: 12). Avtor radijskega besedila mora pri tvorbi omenjene kriterije upoštevati in pri vsakem od njih oceniti, kakšna je možnost izpolnitve v slušnem prenosniku. Od dobrega (za poslušalce zanimivega) radijskega besedila se zato pričakuje predvsem:

- aktualnost,
- informativnost,
- vsebini in poslušalcem prilagojen način ubeseditve s primernim obsegom besedila,
- prenosniku primerna zgradba besedila in upoštevanje načel dobrega sloga v ubeseditvi.

Tvorjenje besedil poteka po določenih načelih, ki kasneje, ko besedilo zaživi svoje življenje, postanejo njegova komunikacijska energija. Grice (1995: 24–27) razlikuje 4 osnovna načela (maksime):

- načelo kvantitete oziroma količnosti (količina informacij mora biti ravno pravih, preobilje naslovnika lahko odbije),
- načelo kvalitete (se navezuje na resničnost informacije, pri čemer avtor nikoli ne sme govoriti tega, v kar sam ne verjame in za kar mu manjka dokazov),
- načelo relevantnosti,
- načelo načina (zahteva po jasnosti, nedvoumnosti, jedrnatosti in urejenosti).

3 Vsebinska strukturiranost kratkega radijskega besedila

Plenković (1991: 65) ugotavlja, da je tudi osnovni monološki žanr, to je govor, sestavljen iz stalnih delov: **uvoda, jedra** (razlage) **in zaključka**. Tako zgradbo potrjujejo tudi drugi raziskovalci in jo utemeljujejo na različnih besedilih. Velja jo sprejeti in utemeljiti tudi na primeru kratkega radijskega besedila. Vsak novinarjev informativni nastop je strukturiran iz uvoda, jedra in zaključka, le da imajo omenjeni deli besedila v radijski govorici svoje specifične vloge. Uvod se imenuje napoved, prebere pa jo voditelj informativne oddaje. Jedro in zaključek sta dela, ki ju prebere novinar. Posebej v uvodu, katerega osnovni namen je motivacija naslovnika in pritegnitev k poslušanju, novinar upošteva teorijo postavitve *teme* in *reme*. Informacija, ki je manj pomembna, se imenuje tema ali izhodišče, rema ali jedro pa je informacija, ki je na koncu in je pomembnejša. Rema nosi težo sporočila. V jezikoslovju so se izoblikovali še drugi pari tega istega: topik (tema), fokus (žarišče, rema), stara informacija, nova informacija.

Primer: Vlada je na današnji seji med drugim sprejela predlog Zakona o lastninskem preoblikovanju deleža zavarovalnic, do katerega so upravičene fizične osebe. Gre za 34 odstotkov Zavarovalnice Triglav, do katerega so upravičeni njeni nekdanji zavarovanci. Vlada predlaga, da se ta sredstva zdaj namesto na KAD, kar so državljani na referendumu pred nekaj meseci zavrnili, prenese na SPIZ. Zelo podoben predlog so oblikovali v Državnem svetu, vendar so ga na današnji seji odbora za finance zavrnili. (Dogodki in odmevi, 6. 3. 2008)

Zgornji primer kratkega besedila (šlo je za napoved prvega prispevka v informativni oddaji, kar pomeni, da je v praksi sledilo telo besedila) je v marsikaterem pogledu neustrezen. Posebej očitno je kršeno načelo načina oz. zahteva po jasnosti in jedrnatosti. Čeprav so državljani o lastninskem preoblikovanju zavarovalnic v pripravah na referendum veliko slišali, ne gre precenjevati njihove pripravljenosti na sprejemanje povzetrov zapletenih procesov. Bolj ali manj znano je le to, da se mnenja razhajajo pri vprašanju, ali naj država deleže, ki bi pripadali prebivalcem, prenese na državni KAD ali pa naj jih prepusti v upravljanje pokojninski blagajni. S tega vidika je morda primernejši in lažje razumljiv naslednji uvod:

S predlogom zakona je vlada na današnji seji 34-odstotni državni delež Zavarovalnice Triglav namesto na KAD, kar so državljani na referendumu zavrnili, prenesla na SPIZ.

Napoved je mogoče še nadaljevati (na primer s podatkom, da bo o tem zdaj odločal državni zbor) ali pa jo tako končati, saj ustreza tudi zahtevi po postavitvi teme in reme. Poslušalci, ki jih problematika zanima, zdaj gotovo že vedo, da gre za 34-odstotni delež, zato podatek postavimo v izhodišče (temo), nasprotno pa je tisto, kar je novo, prenos deleža na SPIZ, postavljeno v jedro (remo). Uvod bi se lahko glasil tudi tako:

Vlada je na današnji seji potrdila predlog zakona, po katerem bi 34-odstotni delež Zavarovalnice Triglav prenesli na SPIZ.

Tudi tako oblikovano napoved je mogoče razširiti z ostalimi podatki: da so se za takšno rešitev pred meseci na referendumu že izrekli državljani, da je odločitev sedaj na državnem zboru ...

3.1 Pritegnitev pozornosti naslovnika (oblikovanje napovedi)

Logična namera vsakega novinarja je zbuditi zanimanje pri naslovniku. To mu uspeva z izbiro vsebinskih poudarkov in s pomočjo jezikovne izbire. Na slednjo po mnenju Monike Kalin Golob (2003: 231) vplivajo tudi širše sporočanje okolice in konvencije, ki sodijo med objektivne stiloformne dejavnike. Omenja dve okoliščini: sodobni potrošnik medijskih vsebin nima veliko časa, hkrati pa se »nekateri bralci zadovoljijo samo s prebranim naslovom, v samo besedilo pa ne vstopijo«. Razmišljanje, ki se nanaša na časopisna besedila, je mogoče prenesti tudi na radio – vsaj v delu, ki govori o racionalni rabi časa. Posledica tega so vse krajša radijska informativna besedila. Pred desetimi leti je bilo dveminutno poročilo novinarja (govorim o besedilu brez napovedi) običajno, danes urednik postavi zgornjo mejo pri poldrugih minuti. Daljše besedilo je v informativnih oddajah dovoljeno le izjemoma.

Bistvena razlika med časopisnim člankom in radijskim besedilom (predpostavljamo, da oba obravnavata isto tematiko) pa je v dejstvu, da bralec lahko preneha brati takoj, ko ima dovolj informacij. Časopisni novinar, ki se tega zaveda, vsa pomembna dejstva strne v glavi, ki se »sestoji iz naslova, podnaslova in zelo pogosto še vodila« (Košir 1988: 75). Cilj radijskega novinarja je drugačen. Poslušalca mora v uvodu (z napovedjo ali z začetnimi stavki) motivirati do te mere, da bo z nespremenjeno (celo naraščajočo) pozornostjo prispevku sledil do konca.

Osnovo radijske napovedi vidimo v razmišljanju, »da se ne bi smelo javno govoriti, tako kot se to počne po kuloarjih in stanovanjih – iz samega govornega razpoloženja«, ampak »v središču zavesti imejmo, da mora retorično govorjenje povedati nekaj novega« (Škarić 1999: 27). Sleherno radijsko besedilo je tudi retorično dejanje in kot takšno samo po sebi teži k prinašanju novega, naslovniku neznanega in zato zanimivega. Da bi novinar pritegnil poslušalčevo pozornost, mora premišljeno oblikovati napoved svojega prispevka, če prispevek nima napovedi, pa prvih nekaj stavkov besedila. Gre namreč za odločilne trenutke pritegnitve pozornosti, trenutke, ko poslušalec ugotovi, da bo izvedel nekaj novega, ali pa pomisli: »Oh, to sem pa že slišal, to pa že vem.« Neprimerna napoved lahko naslovnika tudi odvrne od nadaljnjega poslušanja.

Vsako novinarsko besedilo, ki bo posredovano prek radia, je nastalo z namenom v najkrajšem času poslušalca seznaniti z dogodkom, informacijo, novico. Katerega od elementov vsebine bo novinar postavil na začetek prispevka oziroma kateri so tisti vsebinski poudarki, ki jih bo izbral za napoved, je odvisno od njegove ocene možnosti, ki jih imajo posamezni elementi, da pritegnejo pozornost poslušalca. Ta si mora ob poslušanju napovedi zaželeli več informacij, kar ga bo zadržalo pred radijskim sprejemnikom.

3.2 Dogodek in novica

Prvi je o dogodku in njegovem pomenu spregovoril Aristotel. Imenoval ga je mitos in ga kot dogodek ali dogajanje obravnaval kot najvišji smoter tragedije.

»Dogodek je vedno na nekak način imanentni celotnemu novinarskemu diskurzu in potemtakem vsem njegovim tipom«, »je prostorska časovna entiteta dinamičnega značaja, ki ni vezana na prostorsko časovno točko, temveč je intervalne narave« (Košir 1988: 37–38). Tomo Korošec (1986: 150) dogodek definira kot »vse, kar se je zgodilo neodvisno od nas, od našega vedenja, ali tako obstaja v naši zavesti [...] je zaključena zaokrožena uresničitev naravnega ali družbenega zakona (ali zakonov)«. Posamezne novinarske vrste upovedujejo dogodke obstoječe stvarnosti in so praktična realizacija novice. To velja zlasti za vest in poročilo, ki sta podvrženi iskanju odgovorov na temeljna novinarska vprašanja, ne pa tudi za komentar ali recimo pogovor. Najbolj splošna in enostavna definicija pravi, da je **dogodek**:

- vse, kar se zgodi,
- vse, o čemer vemo, da se je zgodilo (bilo je opaženo),
- vse, kar ni bilo načrtovano in se je zgodilo kot presenečenje,
- vse, kar je zares pomembno.

Po mnenju Mance Košir (1988: 39–40) je za dogodek, ker se »zgodí v določenem času in prostoru«, značilna tudi neponovljivost, dogodka pa razvršča po tehle znakih:

- Velikost dogodka: veliki dogodki se zapišejo v družbeni spomin, majhne si naslovnik zapomni zelo kratek čas.
- Obseg dogodka: dogodek obsega različno število prvin (športna tekma malo, volitve v Ameriki veliko).
- (Ne)predvidljivost dogodka: dogodki segajo od popolne nepredvidljivosti do popolne predvidljivosti (kmečka ohceta, občni zbor ...).
- Razumljivost.

Izbira dogodka je, pravi Karmen Erjavec (1999: 52) tesno povezana z namenom novinarskega prispevka. Novinar mora imeti jasno predstavo o tem, kaj hoče s svojim prispevkom pri občinstvu doseči. Izhodiščni namen novinarja je informirati občinstvo, usmeriti njegovo pozornost na določene probleme ali še posebej opozoriti na posledice določenih problemov. Z določitvijo namena pa novinar tudi določi okvirno zgradbo in obliko prispevka.

Izbiranje dogodkov, njihovo razvrščanje, oblikovanje in posredovanje torej poteka v interesu javnosti. Pri tem radio zaradi narave svojega dela še posebej poudarja **elemente novice** (lat. *novum* 'novo, novost'):

- nekaj drugačnega in novega,
- nekaj, kar se dogaja oz. se je zgodilo pred kratkim (danes, včeraj),
- nekaj, kar temelji na resničnih dejstvih,
- nekaj, kar je pomembno za večjo skupino ljudi (več javnosti),
- nekaj, kar je dovolj zanimivo.

Sigal (1986: 15) trdi, da novica ni, kar se je zgodilo, ampak kar je nekdo rekel, da se je ali se bo zgodilo. Dejstvo je, da so novinarji le redko sami priča do-

godka. Po navadi zvedo zanj iz druge roke. Tudi če so na mestu dogodka, se raje odločijo za pričo in njen glas, ki dviguje stopnjo verodostojnosti in dokazuje avtentičnost povedanega. Novinar bo vedno raje poiskal človeški vir: raje bo intervjuval ljudi osebno kot po telefonu in raje bo spraševal kot zbiral in analiziral podatke iz knjig in dokumentov v knjižnicah (Sigal 1986: 17). Če je poročilo ali kakšna druga oblika novinarskega sporočila »opremljena« z avtentičnim zvokom, je verodostojnejša in s tem vrednejša.

In kako lahko v odnosu do dogodka vsebinsko utemeljimo novico?

Razlikovanje med dogodkom in novico povezujemo s časom. V novinarstvu lahko govorimo o dogodku izpred tedna, meseca, leta ... za razliko od novice, ki je vezana na danes, v redkih primerih na včeraj (ko iz objektivnih razlogov o novih dejstvih, morda zaradi pozne ure, v mediju nismo mogli več poročati).

Primer: Pred letom dni se je zgodil umor (ki je bil kot dogodek nekaj časa pomembna medijska vsebina). Danes so bila javnosti predstavljena nova dejstva, ki so, čeprav vezana na leto dni star dogodek, postala novica dneva.

Dogodek je torej določena (zaključena) vsebinska entiteta, ki se lahko v novinarsko poročanje vključuje z različnimi časovnimi oznakami (danes, včeraj, jutri, te dni, prejšnji teden, v minulem ali prihajajočem letu itd.), novica pa je njen aktualni vsebinski del. Novico lahko vsak trenutek prekvalificiramo v dogodek, obratno pa ni mogoče. Ko smo določeno vsebinsko zaokroženo celoto enkrat poimenovali dogodek, je ne moremo več opredeljevati kot novico. Kot novico pa lahko vsak trenutek opredelimo nova dejstva, ugotovitve itd. nekega že znanega dogodka.

Harcup (2004: 30–31) razloge, zaradi katerih se novica obdela in objavi, povzema po norveških znanstvenikih Johanu Galtungu in Merie Ruge. Našteje jih 12:

- *pogostnost pojavljanja* (novice morajo biti eksplozivne, hitre, ki z vsakim dnevom prinašajo novosti in zanimivosti);
- *prestop praga* (meje), nekateri dogodki, ki so »pod pragom« objavljalivosti, nimajo možnosti, da bi bili objavljeni;
- *nedvoumnost* (bolj ko je dogodek jasen in nedvoumen, lažje bo razumljen in večjo možnost ima, da bo izbran);
- *razumljivost* (kulturna sorodnost – kot primer navede, da je Angležem bližje dogajanje v Ameriki, kot v neki oddaljeni, kulturno manj sorodni državi);
- *predvidevanje* (novinar *lahko* predvideva, da se bo zgodilo nekaj, kar lahko postane novica);
- *nepričakovanost* (naslovnike pritegnejo predvsem nenadne, nepričakovane novice, če pa je neka novica že objavljena oz. vnaprej predvidena, mora vsebovati elemente nepričakovanosti);
- *kontinuiteta* (ko se novica prebije v naslove ali na prva mesta, ima vsako nadaljevanje veliko možnost objave);
- *uravnotežena sestava* (gre za uravnoteženost širše oddaje, dnevnika itd.);
- *sklicevanje na »narodne elite«* (akcije nekaterih narodov se zdijo pomembnejše od drugih; definicija elitnega naroda je lahko determinirana politično, kulturno ali gospodarsko);

- *sklicevanje na elite ljudi* (dejavnost pomembnih ljudi se zdi, da ima večji vpliv, poleg tega se občinstvo z njimi lažje identificira);
- *referenca osebe, sklicevanje na osebo* (novica teži k predstavljanju dogodkov, katerih akterji so imenovani posamezniki in ne neke neimenovane družbene sile);
- *referenca negativnega* (za javnost so negativni dogodki njevečkrat bolj zanimivi).

3.3 Opisno (deskriptivno) razvijanje teme v telesu besedila

»Če sporočamo predvsem o tem, da kaj obstaja ali da se je kaj pripetilo, je to poročanje (raportiranje); če smo pri poročanju pozorni predvsem na lastnosti pojavov, je to opisovanje (deskripcija); sporočanje z naravno pozornosti na nastanek ali razvoj pojavov imenujemo pripovedovanje (naracija), sporočanju z naravno pozornosti na razmerja med pojavi oziroma dogodki (ali njihovimi deli) pa pravimo razlaganje (eksplikacija).« (Dular, Korošec 1995: 63). Omenjeni ubeseditveni načini (slogovni postopki) imajo v kratkem radijskem besedilu svoje značilnosti.

Deskriptivno razvijanje teme je posebej uporabno v besedilih, ki imajo informativno funkcijo. Gre za besedila, ki so običajno sestavljena iz delnih tem, komponent, ta pa umeščajo in razvrščajo glavno temo. Delne teme odgovarjajo na znana k-vprašanja: *kdo, kdaj, kje, kaj, kako* in včasih tudi na vprašanje *zakaj*.

Primer 1

DATUM OBJAVE: 20. december 2005

ODDAJA: Poročila Radia Maribor

TERMIN: 8.00

TRAJANJE: 1,30 min

Mariborski mestni svetniki so sinoči po petih urah decembrskega zasedanja sprejeli le enega od dveh zelo pomembnih dokumentov, ob tem, da so pri cenah komunalnih proizvodov in storitev v prihodnjem letu izpustili najbolj pe-reče vprašanje odvoza odpadkov. Medtem ko bodo o proračunu za leto 2006 in o odvozu gospodinjstvih odpadkov v Dogoše ali v Celje odločali na nadaljevanju seje, so včeraj kljub glasnemu negodovanju direktorjev mariborske plinarne in vodovoda sprejeli sklepa, da bo od novega leta naprej nižja cena plina v prvem tarifnem razredu, s prvim januarjem 2006 pa bodo pravne osebe v gospodarstvu in negospodrastvu plačevale pet tolarjev manj za kubični meter porabljene vode. Ne glede na predlog mestne uprave pa bo cena vode za gospodinjstva ostala nespremenjena, na drugi strani pa bodo Mariborčani segli globje v žep pri odstranjevanju blata iz čistilne naprave, ali drugače, namesto 25 bodo odslej plačevali dobrih 43 tolarjev za kubični meter porabljene vode. Za dobrih pet odstotkov bo s prvim januarjem dražji tudi odvoz nepravilno parkiranih vozil in odstranitev lisic, parkiranje v modri coni pa bo dražje le na Slomškovem trgu, kjer bo za uro parkiranja treba odšteti 200 tolarjev. Kot že rečeno, še vedno ostaja neznanka odvoz odpadkov, zaradi nesoglasij med mestno upravo in pogrebnim podjetjem Maribor pa bodo tudi o upepeljevanju, najemninah in vzdrževanju grobov mestni svetniki odločali še na nadaljevanju seje v četrtek, 22. decembra.

Delne teme, na katere prispevek odgovarja:

- KDO: mariborski mestni svetniki
- KDAJ: na sinočnji seji mestnega sveta (KJE ni eksplicitno izraženo, ker se predvideva, da poslušalec ve, kje potekajo seje mestnega sveta, poleg tega za koherentnost besedila eksplicitnost te »kontrolne točke«³ (delne teme) ni pomembna.
- KAJ: pomembna dokumenta:
 1. o proračunu občine za leto 2006;
 2. o cenah komunalnih proizvodov in storitev plina; pristojbini za delovanje čistilne naprave, ceni odvoza napačno parkiranih vozil in plačilu parkirnine (o odvozu odpadkov niso govorili, ker gre očino za težavno temo, in so jo, kot odločanje o proračunu, prestavili na naslednjo sejo).
- KAKO: podrobnosti o cenah komunalnih proizvodov in storitev (nižje cene plina, nespremenjene cene vode, višje cene čiščenja odpadnih voda, dražji odvoz napačno parkiranih vozil in višje parkirnine).

Vsebinska zgradba in zastopanost delnih tem:

- UVOD: kdo – kdaj – kaj
- JEDRO: kako
- ZAKLJUČEK: napoved dogajanja v nadaljevanju seje (1. točka = proračun 2006, ostanek 2. točke = odvoz odpadkov)

Teorija pisanja za časopis najpogosteje uporablja pojem »obrnjene piramide (inverted pyramid). To pomeni, da je najpomembnejša informacija zapisana na začetku (v glavi besedila), sledijo manj pomembne podrobnosti, tiste najmanj pomembne pa besedilo zaključujejo. Tovrstna strukturiranost je razlog, da je časopišno vest težko uporabiti za potrebe radia.

Besedila, ki so namenjena v prvi vrsti poslušanju, sledijo t. i. *linerani zgradbi*. Sledijo notranji logiki in tečejo od točke A prek točke B do točke C. Pogosto vsebinsko najpomembnejši del besedila ni na začetku, ampak na koncu besedila (Rosenbaum 1992: 68), kar pa še ne pomeni, da začetki niso pomembni. Dober začetek je tisti, ki zastavi nadaljnji razvoj besedila in pripravi poslušalca, da kar najbolj pozorno sledi povedanemu.

Primer 2

DATUM OBJAVE: 21. december 2005

ODDAJA: Dnevnik Radia Maribor

VIR: STA

TRAJANJE: 0,20 min

Računsko sodišče je danes na svojih spletnih straneh objavilo revizijsko poročilo o pravilnosti izvajanja javnih naročil in doseganja gospodarnosti pri na-

³ Beaugrande in Dressler (1992: 72) uporabljata sintagmo kontrolna točka (angl. *control centres*) za osnovne pojme: predmete, situacije, dogodke, dejanja; gre za točke, »iz katerih lahko dostop in obdelavo strateško vodimo«.

kupu blaga in storitev v Elektru Maribor in v Elektru Celje v lanskem letu. Pri postopkih so bile ugotovljene nepravilnosti pri izvajanju javnih naročil, ki jih je Računsko sodišče pri mariborskem podjetju ocenilo na skupaj več kot 430 milijonov tolarjev, pri celjskem pa na 470 milijonov tolarjev.

- KDO: računsko sodišče
- KDAJ: danes
- KAJ: objava revizijskega poročila (vključno z njegovo vsebino)
- KJE: na spletnih straneh

Na vprašanji *kako* in *zakaj* objavljena vest ne daje eksplicitnega odgovora. Odgovor na vprašanje, kako se je zgodil dogodek (v tem primeru objava), je deloma vsebovan v odgovoru na vprašanje »kje«. Odgovor na vprašanje »zakaj« ali »s kakšnim namenom« pa prav tako ne potrebuje eksplicitnega odgovora. Avtor se zanaša na naše poznavanje konteksta – metabesedilnosti: med naloge računskega sodišča spada tudi preverjanje izvedbe postopkov javnih naročil in odkrivanje tistih, ki se ne držijo predpisov.

3.4 Razvijanje teme s pomočjo razlage in argumentov

Znano je, da večina radijskega govora poteka kot enosmerna, monološka komunikacija, še posebej pa ugotovitev velja za kratka informativna besedila. Novinar motivacijo izpelje v napovedi svojega prispevka in pri tem upošteva dejstvo, da ga občinstvo ne vidi.⁴ To pomeni, da ne more uporabljati kretenj, grimas, prepovedana je raba klimaksa (v smislu stopnjevanja oz. sprememb jakosti glasu), enako so prepovedane retorične figure, s katerimi se govorec sicer običajno obrača na prisotno občinstvo. Radijski novinar si lahko pomaga na dva načina:

1. Z doziranjem informacij in njihovim povezovanjem z razlago, ki jo izpelje sam ali pa prepusti poslušalcu.
Dular in Korošec (1995: 73) ugotavljata, da je treba pri razlaganju za razliko od pripovedovanja, kjer igra glavno vlogo časovno zaporedje, upoštevati logična razmerja med pojavi in njihovimi deli (vzročnost, nasprotnost, istost, hierarhičnost, pogojnost itd.).
2. Z argumentacijo. Pri tem se *argumentativno razvijanje teme* nanaša na logično zvezo med argumentom in sklepom. Avtor mora najti dovolj prepričljive argumente, da bodo sprejemljivi tudi za naslovnika.

Ločimo dve vrsti argumentacije:

1. Prva temelji na vednosti, na velikokrat potrjenih dejstvih in ima obliko logičnega sklepanja. Gre za razumsko utemeljevanje (argumentiranje).
2. Druga temelji na verovanju v načela, vrednote, ki smo jih v procesu socializacije sprejeli. Pri tem gre za čustvenoprepričevalni namen argumentov.

⁴ Večina učbenikov retorike ob motivaciji navaja neverbalne načine komuniciranja.

Obe vrsti argumentacije je »mogoče prepoznati le s pomočjo skladijsko-pomensko-pragmatične analize besedil, ki sloni na raziskavi okoliščinskih dejavnikov, propozicijske vsebine in tvorčevega namena« (Hudej 2001: 205).⁵

Primer 3

DATUM OBJAVE: 3. marec 2008

ODDAJA: Druga jutranja kronika Radia Slovenija

TERMIN: 7.00

TRAJANJE: 2,11 min

Napoved (bere voditelj):

Danes bo dokončno znano, ali bo državi le uspelo prodati nekaj več kot 40-odstotni delež Telekoma. V petek se je namreč iztekel rok, ki ga je obema ponudnikoma, islandskemu finančnemu holdingu Skipti in britansko-nemškemu konzorciju Bain&Axos Capital, postavila vladna privatizacijska komisija, da lahko še izboljšata svoji ponudbi zlasti v finančnem delu, s katerim komisija ni zadovoljna. Konzorcij Bain&Axos je že pred dnevi sporočil, da ne bo popravil ponudbe, utegne pa se zgoditi, da tega ne bo storil niti Skipti. Jože Bonča.

Telo besedila (bere novinar):

NOVINAR: Napočil je torej dan D za dokončno streznitev privatizacijske komisije. Njen član Matjaž Janša je že minuli teden pripravil teren z izjavo:

SOGOVERNİK (IZJAVA): Vse je možno.

NOVINAR: Torej tudi umik obeh interesentov. Da sta oba že dodobra utrujena in naveličana dolgotrajnih pogajanj brez konca, potrjuje dejstvo, da sta že napovedala umik svojih ponudb. Ali se bo to tudi zares zgodilo oziroma ali svojih ponudb res nista pomembno izboljšala, bo torej znano danes. Že dolgo je namreč znano, da finančni plati ponudb, kakršnikoli že sta, vsaj uradno ni znano, nista pogodbo privatizacijski komisiji oziroma vladi, ki bo sprejela dokončno odločitev. Za vladno stran je razumljivo nesprejemljivo, da bi konzorcij B&A kupil slovenski Telekom z dolgom, ki bi ga potem kratkomalo prenesli na Telekom, država, ki bi ostala 40 % lastnica podjetja, pa bi ga posredno odplačevala. Očitno pa v privatizacijski komisiji tudi nimajo srečne roke v pogajanjih z drugim ponudnikom Skiptijem, ki naj bi ga Telekom v celoti kupil, potem pa bi lastniki in partnerji Skiptija kupili Telekom: kamen spotike naj bi bila očitno cena Skiptija, ki bi jo zanj odštel slovenski Telekom. Kakorkoli že, današnji dan bo končno vsem nalil čistega vina. Tudi tistim, ki nočejo razumeti, da je zakon iz nuje, pa če gre za Skipti ali B&A, nikakor ne bi bil posrečena rešitev za Telekom, še bolj pa tistim, ki nočejo razumeti, da koalicijska zaveza o prodaji skoraj polovice državnega deleža v Telekomu z realnostjo nima nobene zveze. Tudi zato ne, ker prodaji ostro nasprotujeta koalicijska Ljuska stranka in Desus, da o opoziciji niti ne govorimo.

⁵ »Argumentacija je pojmovana kot proces, v katerem tvorcu uspe ali ne uspe pridobiti naslovnika, da sprejme argumente; če namreč sprejme argumente, posledično sprejme tudi sklepe in vse, kar iz predpostavljene izhaja. S stališča besediloslova so argumenti sredstva racionalnega prepričevanja, po drugi strani pa so argumenti lahko tudi sredstva za manipulacijo, in kot taki niso izpostavljeni, pač pa predpostavljeni s stilistično izbiro izrazja ter z retoričnimi taktikami in strategijami« (Hudej 2001: 205).

Razprava ob primeru 3: Dogajanje v zvezi s prodajo Telekomoma se odvija že nekaj časa. Novinar ga spretno povzame in tako spomni poslušalca na pomembnejše vsebinske mejnike v procesu prodaje, pri tem pa poslušalcu naniza vrsto dejstev in argumentov.

4 Zaključek

Radijska informativna oddaja je del sicer institucionaliziranega prenosa informacij od vira do naslovnika. Komunikacijski obrazci, ki jih pri tem uporablja novinar, so namenjeni širokemu občinstvu in imajo prepoznavno notranjo in zunanjo strukturo. Ker velja radio za najhitrejši medij, ki lahko informacijo prenese do naslovnika celo v trenutku dogajanja, je za informativna besedila nujna skladišna enostavnost, čim manj zapletenega strokovnega izrazja in nizka stopnja abstraktnosti. Najbolj splošen kriterij kakovosti obravnavanih besedil je razumljivost, ki pa ne more obstajati kot besedična značilnost sama na sebi, ampak le v interakciji med besedilom in bralci. To pomeni, da mora biti besedilo vedno prilagojeno znanju naslovnikov.

Radijsko besedilo nastaja v treh stopnjah. Govorimo (1) o zbiranju informacij, (2) o izboru dogodkov in dejstev in (3) o sporočanju oziroma oblikovanju novinarskega sporočila.

Vsebinsko je novinarjev informativni nastop sestavljen iz uvoda, jedra in zaključka, le da imajo omenjeni deli besedila v radijski govorici svoje specifične vloge. Uvod se imenuje *napoved*, prebere jo voditelj informativne oddaje, jedro in zaključek smo imenovali *telu besedila* in ju prebere novinar. V besedilih s pretežno informativno funkcijo sta najbolj uporabna postopka deskriptivno in argumentacijsko razvijanje teme.

Literatura

- Beaugrande – Dressler 1992 = Robert Beaugrande – Wolfgang Dressler, *Uvod v besediloslovje*, Ljubljana, 1992.
- Dijk 1992 = Teun Adrianus van Dijk, *Text and Context: Explorations in the Semantics and the pragmatics of discourse*, London, 1992.
- Dular – Korošec 1995 = Janez Dular – Tomo Korošec, *Slovenski jezik 3*, Maribor, 1995.
- Erjavec 1999 = Karmen Erjavec, *Novinarska kakovost*, Ljubljana, 1999.
- Grice 1995 = Paul Grice, *Studies in the way of Words*, Cambridge – London, 1995.
- Harcup 2004 = Tony Harcup, *Journalism: Principles and Practice*, London – Thousand Oaks – New Delhi, 2004.
- Hudej 2001 = Sonja Hudej, Argumentacijski procesi in prepričevalna sredstva, *Slavistična revija* 49 (2001), št. 3, 205–222.
- Kalin Golob 2003 = Monika Kalin Golob, *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*, Ljubljana, 2003.
- Kalin Golob 2003a = Monika Kalin Golob, Stil in novinarski škandal, *Teorija in praksa* 40 (2003), št. 2, 229–244.

- Korošec 1986 = Tomo Korošec, O stilističnih in pragmatičnih prvinah radijskega poročevalstva, v: *Sistemi, vsebine in učinki množičnega komuniciranja*, Ljubljana, 1986.
- Košir 1988 = Manca Košir, *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana, 1988.
- Luckmann 2001 = Thomas Luckmann, On the Methodology of (Oral) Genres, v: *Keynote Lecture, Symposium on Genres*, Oslo, 2001.
- McQuail 1983 = Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, London – Beverly Hills – New Delhi, 1983.
- Plenković 1989 = Mario Plenković, *Suvremena radio televizijska retorika*, Zagreb, 1989.
- Plenković 1991 = Mario Plenković, *Poslovna komunikologija*, Zagreb, 1991.
- Poler Kovačič 2001 = Melita Poler Kovačič, *Mesto subjekta v sodobni novinarski etiki*, Ljubljana, 2001.
- Rosenbaum – Dinges 1992 = Marcus D. Rosenbaum – John Dinges, *Sound reporting: Guide to radio journalism and production*, Iowa, 1992.
- Sigal 1986 = Leon V. Sigal, Sources Make the News, v: *Reading the News*, New York, 1986, 9–38.
- Škarič 1999 = Ivo Škarič, *V iskanju izgubljenega govora*, Ljubljana, 1999.
- Toporišič 1993 = Jože Toporišič, Pojmovanja in izrazje slovenskega besediloslovja, *Seminar slovenskega jezika, literature in kulture* (Ljubljana) 39 (1993), 5–14.

Basic Formatting of Short Media Texts for Public Radio News Broadcasts

Summary

A radio news broadcast is part of the institutionalized transfer of information from the source to the addressee. The communication forms that journalists use in this process are intended for the general public and have a recognizable internal and external structure. Because radio is one of the fastest media and can even transmit information to the addressee at the moment it is happening, news texts must be syntactically simple, contain as little complicated technical jargon as possible, and have a low level of abstraction. The most general criterion of the quality of these texts is understandability, which cannot exist as a textual characteristic in and of itself, but only in interaction between the text and its readers. This means that the text must always be adapted to the addressee's level of knowledge.

A radio text is created through three stages. These are (1) collecting information, (2) selecting events and facts, and (3) reporting or designing the news message.

With regard to content, a journalist's informative presentation is comprised of an introduction, main body, and conclusion; however, these parts of the text have a specific role in radio language. The introduction is called the *lead* and is read by the news anchor, whereas the main body and conclusion are called the *package* and are read by the reporter. In texts with a predominantly informative function, the most applicable methods are description and argumentation to develop the topic.