

Utjecaj službi za odnose s javnošću na (ne)transparentnost izvora informacija u televizijskim novinarskim tekstovima

Vesna Laban *

SAŽETAK

Službe za odnose s javnostima pojavile su se kao odgovor na sve veće potrebe za "kultiviranjem" odnosa među različitim društvenim akterima i medijima zbog specifičnih okolnosti suvremenoga kapitalizma. Razvile su se u uvijek dostupne, jeftine i zato neizostavne partnere u procesu medijske produkcije. Novinari njihovim priopćenjima za javnost i konferencijama za novinstvo posvećuju veliku pozornost, a s time je povezan i sve veći utjecaj tih službi na suvremeni novinarski diskurs. Analiza televizijskih novinarskih tekstova i usporedba s informacijama koje svaki dan dolaze u uredništva otkriva visoki stupanj posve netransparentnih izvora informacija, a prevladavaju materijali službi za odnose s javnostima. Takve rutinski dobivene informacije, potpuno su pripremljene i često neizmijenjene dolaze do publike. Daleko najčešći, i u novinarskim tekstovima najočiti, su "pravi" službeni izvori informacija – nositelji društvene, gospodarske i političke moći i vlasti. Informacija tako nije više pravo, nego privilegij, što negativno utječe – ne samo na novinarstvo kao profesiju – nego i na društvo općenito.

Ključne riječi: službe za odnose s javnošću, transparentnost izvora informacija, izvori informacija, televizijsko novinarstvo

* Vesna Laban, mlada istraživačica Fakulteta za društvene znanosti, Centar za istraživanje društvenoga komuniciranja, Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana, Slovenija.
E-mail: vesna.laban@fdv.uni-lj.si

Uvod

“PR-službe su se, umjesto da olakšaju novinarima pristup informacijama, počele baviti poliranjem medijske slike svojih nadređenih, pa tako planski onemogućuju istraživačko novinarstvo i zavode javnost. PR-ovci postaju majstori u okolišanju i odugovlačenju, a ne osobe koje bi poboljšale i olakšale komunikaciju između novinara i vlasti.” (Stepišnik, 2002.)

Kritične riječi novinara objavljene u slovenskim novinama *Večer* otkrivaju sve veće značenje službi i predstavnika za odnose s javnostima u oblikovanju suvremenoga medijskog diskursa, te istodobno upozoravaju na nesimetričan, često neprijateljski odnos između novinara i predstavnika za odnose s javnostima. Pritom obje strane zaboravljaju da je u njihovu radu riječ o odnosima od uzajamne koristi i da, takoreći, jedni bez drugih više ne mogu.

Početak svakoga novinarskog teksta jest informacija o događaju o kojemu novinar želi izvjestiti svoje čitatelje, slušatelje ili gledatelje. Izvori informacija zbog toga su ključni za novinarsku praksu, budući da je riječ o ljudima ili organizacijama od kojih mogu potjecati novinarske priče, odnosno o ljudima ili organizacijama kod kojih novinari provjeravaju informacije. Unatoč velikome broju potencijalnih izvora informacija, mnogobrojna strana istraživanja (Mc Manus, 1994; Fröhlich, 1992; Schröter, 1992) pokazuju sve veću nekritičnost i jednoličnost u novinarskim sadržajima te pad transparentnosti u priložima.

Sve veću netransparentnost u navođenju izvora informacija i oslanjanje novinara na službe za odnose s javnostima i druge institucionalizirane izvore informacija, potvrdila su i istraživanja u slovenskim medijima (Erjavec i Poler Kovačič, 2004; Drame, 1994; Knez, 2000).

Kako su ta istraživanja bila usredotočena na izvore informacija u tiskanim medijima i djelomice na radiju, u članku ćemo se posvetiti televiziji, jer tamo upotreba izvora informacija još nije detaljno istražena. Na temelju teoretskih pretpostavki koje ćemo predstaviti u nastavku i rezultata, većinom stranih empirijskih istraživanja, pretpostavljamo da će analiza televizijskih novinarskih tekstova pokazati velik udio netransparentnih izvora informacija i potvrditi statistički važnu povezanost između transparentnosti izvora informacija u televizijskim novinarskim tekstovima sa službenim izvorima, što se pripisuje važnosti izvora i kanalima skupljanja informacija.

Zbog višeslojnosti postavljenih hipoteza, odabranu smo tematiku proučavali interdisciplinarno i to na dvjema razinama. Kvantitativnu metodu analize tekstova upotrijebili smo za analizu informacija koje novinari dobivaju iz različitih izvora i za raščlambu priloga predstavljenih javnosti. Budući da smo

predvidjeli da se izvori informacija u novinarskim tekstovima pojavljuju i prikriveno, tu smo metodu kombinirali s metodom neposrednoga praćenja novinara kao kreatora dnevno-informativnih televizijskih tekstova. Tako smo imali uvid u kanale prikupljanja informacija, ali i u informacije koje svaki dan dolaze u uredništvo.¹

Rutina odabira i prikupljanja informacija i netransparentnost izvora informacija

U članku polazimo od tradicije *sociologije izvora*, koja problematizira autonomiju novinara i njegovu moć odlučivanja te se temelji na činjenici da njegova profesionalna nastojanja često ograničava svakodnevna rutina i specifične vrijednosti organizacije u kojoj radi (Schudson, 1989: 265). Novinarski diskurs, osim profesionalne novinarske etike i organizacijskih medijskih ograničenja, suoblikuju mnogi društveni čimbenici poput: rutine, utjecaja političkih elita, ekonomskih pritisaka, tehnoloških mogućnosti i ograničenja te najrazličitijih strategija izvora informacija (McNair, 1998; Bennett, 2003). Upravo zbog sve većeg utjecaja različitih društvenih aktera koji se u posljednjem desetljeću sve očitije natječu za što pozitivniju medijsku sliku, unutar sociologije novinarstva razvila se tradicija sociologije izvora – ona problematizira utjecaj izvora informacija na suvremeno novinarstvo. Najproblematičnije posljedice su – prema mišljenju pristaša toga pristupa – sve veća rutina i netransparentnost novinarstva i to u svim fazama izvješćivanja: od prikupljanja informacija i izbora događaja do činjenica i njihova predstavljanja.

Sve veća konkurencija i natjecateljski tržišni pritisci s kojima se suočavaju novinari i urednici, zahtijevaju sistematizaciju novinarskoga posla s kojom se štedi vrijeme i suvišan rad. “Bez standardizacije, bez stereotipa, bez rutinskih prosudbi, bez izrazito gruboga zanemarivanja nijansi, urednik bi od uzrujavanja brzo umro” – tako problem vrlo jasno opisuje Lippmann (1992/1999: 222). Da bi pravodobno ispunila dnevni plan i pritom potrošila što manje novca, organizacija mora zaključiti kako iz spontanoga stvoriti predvidljivo. To je povezano s upotrebom samo određenih izvora informacija – prednost imaju događaji i stvari o kojima organizacija redovito dobiva obavijesti. Novinari se često oslanjaju na *pseudodogađaje*² i rutinske kanale obavještavanja i zato što oni osiguravaju stalnost i cjelovitost informacija, mogućnost predviđanja i rasporeda radnog vremena te najlakši pristup informacijama (Drame, 1994; Bennett, 2003). Na novinarski izbor izvora informacija utječu raspoloživost i prikladnost izvora, smatra Gans (1980: 81–82, 128), jer novinar pokušava u kratko vrijeme koje ima na raspolaganju najbrže i najlakše prikupiti što više dobrih informacija.

Unatoč mnogim potencijalnim izvorima informacija, brojna istraživanja (McManus, 1994; Fröhlich, 1992; Schröter, 1992; Hansen, 1991; Berkowitz i Adams, 1990; Soloski, 1989) pokazuju da se novinari najčešće koriste službenim agencijskim izvorima informacija te time pridonose sve većoj nekritičnosti i jednoličnosti sadržaja. Još je problematičniji pad transparentnosti izvora informacija u novinarskim priložima, na što posljednjih desetljeća upozoravaju mnogi medijski stručnjaci (Fröhlich, 1992; Schröter, 1992; Hansen, 1991; Soloski, 1989; Erjavec, 1999). Pod pojmom transparentnosti izvora informacija podrazumijeva se u prvom redu jasno navođenje povoda za izvješćivanje i izvora informacija – poput imena i drugih podataka nužnih za potpunu identifikaciju izvora – a ponajprije jasno označavanje vrijednosnih prosudbi. Iz novinarskog priloga mora odmah biti jasno da određena informacija nije znanje, mišljenje ili interpretacija novinara.

Službe za odnose s javnostima – neiscrpan i priručan izvor informacija

Za različite organizacije i poduzeća, masovni su mediji kanal za pristup javnosti i ključni čimbenik u projekciji tvrtkine slike kod publike. Za većinu predstavnika za odnose s javnostima zbog toga su odnosi s medijima glavni dio cjelokupnog komuniciranja uopće (Baskin i Aronoff, 1988; Davis, 2003; McNair, 2002). Hunt i Grunig (1995: 60) navode mnoga empirijska istraživanja o izvješćivanju medija koja pokazuju da su novinari i predstavnici za odnose s javnostima međusobno ovisni – između 40 i 50 posto časopisnih novosti i oko 15 posto informacija na radiju i televiziji povezano je s izvorima koje nude praktičari odnosa s javnostima.

Za javnost informacija i redovito informiranje javnosti u tvrtkama su zaduženi vodeći kadrovi i stručnjaci – poput predstavnika za odnose s javnostima. No, bez obzira na to što oba govore u ime organizacije koju zastupaju i zato ih uvrštavamo u službene izvore informacija, težina njihovih riječi u novinarskom tekstu nije jednaka. Zadatak predstavnika za odnose s javnostima nije natjeravati novinare, a još manje nastup umjesto donositelja odluka, zaključuju Verčič i drugi (2002: 108): “Tiskovni su predstavnici samo posrednici između donositelja odluka i novinara koji svojim radom pospješuju protok informacija između jednih i drugih.” Odnosi s medijima nisu nadomjestak za “živ” medijski angažman vodstva organizacije – kako se u praksi često pogrešno shvaća dužnost predstavnika za odnose s javnostima u komuniciranju s medijima – nego njihova priprema i nadgradnja. Predstavnici za odnose s medijima mogu i javno nastupati kao glasnogovornici svojih tvrtki, no u toj ulozi ne mogu nadomjestiti samo vodstvo: “Vodstvo organizacije najprije odgovara za njezin

rad i mora u odnosima s medijima nastupati u prvim redovima.” (Verčič et al., 2002: 41)

Tehnike odnosa s medijima, između ostaloga, uključuju pripremu konferencija za novinstvo, priopćenja za javnost i drugih dokumenata koji omogućuju informacije novinarima. Tu su uvršteni i razgovori između novinara i predstavnika za odnose s javnostima, što je sve češća praksa u dobivanju informacija – kako od vladinih i drugih državnih službi, tako i od ostalih organizacija. Sve češće je predstavnik za odnose s javnostima prvi i jedini put do službenih informacija: “Gdje su oni dani kada sam mogla nazvati sugovornika i zamoliti ga da odgovori na moja pitanja? Gdje su vremena kad sam potvrdu svoje pretpostavke dobila odmah nakon što sam nazvala izravan broj izvora informacije? Sad mi se čini da gotovo nikoga ne mogu više ništa pitati, a da se prije toga ne obratim njegovu PR-ovcu i zamalo ga molim za dopuštenje.” (Merljak, 2003.)

Cjelovitost informacije u tehničkom smislu novinarskoga poziva³ i vremenski tjesnac, novinare često dovode do toga da ne provjeravaju informacije, nego priopćenje za javnost doslovce prepisu, dodajući samo svoje ime i prezime. Informacija koja bi morala služiti tek kao osnova za daljnje istraživanje, tako dospijeva u medije kao novinarski tekst. Gandy je priopćenja elitnih službenih izvora, koje posreduju informativnim medijima, nazvao “informacijske subvencije” (*information subsidies*), budući da mediji s njima ispunjavaju svoje programe, a njihova proizvodnja ne stoji ništa (Delano Brown et al., 1987: 46). I Koširova i Polerova (1996: 13) upozoravaju da mnogobrojne službe za odnose s javnostima postaju odlučujući kreator novinarskih priloga u Sloveniji: “Šalju e-poštom svoje tekstove novinarima, tako da ih novinar samo potpiše i prosljedi dalje kao svoje ili organiziraju tzv. konferenciju za novinstvo na kojoj oni koji bi trebali pitati – dakle, novinari često šute.”

Fishman je u svojoj studiji zaključio da su novinari jako povezani s različitim utjecajnim organizacijama i da je “svijet za novinare birokratski organiziran”, jer najveći dio informacija dobivaju upravo od najrazličitijih vladinih službi (Schudson, 1989: 271). Službeni izvori, u prvom redu utjecajne organizacije i najrazličitije vladine službe, tako su postali “najpouzdaniji i uvijek prisutan” izvor informacija, kojemu se novinari obraćaju rutinski i najčešće bez pitanja prihvaćaju njegovo definiranje događaja (Van Dijk, 1995: 33). No, kako je svaka informacija nužno i interpretacija i čak reinterpretacija, izvori uvijek određuju značenje. Novosti su, zaključuje G. Tuchman (1978.), konceptualizacija realnosti. Zbog toga je još važnije znati kako je novinar došao do određenih informacija i tko su njegovi izvori. Sve to, naime, ne određuje samo koja će informacija stići do publike, nego i to kakva će slika društva u njoj biti predstavljena (Soloski, 1989: 864). “Analiza priopćenja za javnost u njemačkome tisku pokazala je da su tiskani mediji objavljivali nepromijenjena

priopćenja za javnost i pritom ‘zaboravili’ navesti izvore informacija”, kaže Fröhlich (1992: 46) I Schröter (1992: 147) zaključuje da su priopćenja za javnost u novinama neprepoznatljiva. Novinar prepisivanjem, i time što ne navodi izvore informacija⁴, pristaje definirati događaj na način kako mu ga posreduju drugi. Interpretacija jednoga izvora informacija – najčešće najbolje institucionalno organiziranoga – tako postaje događaj koji je javnosti predstavljen kao novinarski tekst, obrađen u skladu s pravilima novinarske profesije, što znači da prikazuje različite strane i stajališta.

Metodološki okvir

Novinar pravilnim navođenjem izvora dobiva povjerenje čitatelja, a njegovu se prilogu jako povećava vjerodostojnost, jer time što jasno navodi i naznačuje svoj izvor čitatelju priopćava da je taj izvor dovoljno vjerodostojan i kompetentan. Upravo *kompetentnost izvora informacija* jest ono čemu bi čitatelj novinarskoga teksta trebao vjerovati (Košir, 2003: 97-98). Novinari navode različite izvore i zbog toga da vijesti osiguraju "istinitost", a to im omogućuje predstavljanje novinarskoga teksta kao neproblematične činjenice (Tuchman, 1978.). Preglednim pozivanjem na posve službene izvore – koje javnost poznaje i cijeni kao vjerodostojne, kompetentne i legitimne – i novinar zaslužuje povjerenje publike. Hipoteza (H1) zato glasi: transparentnost izvora informacija u novinarskom tekstu ovisna je o tome koliko je služben izvor.

Odnos novinara prema različitim izvorima informacija utječe i na transparentnost izvora u novinarskom tekstu. Neslužbeni izvori obično imaju samo ograničen pristup medijima i ne mogu oblikovati njihov diskurs; novinari ih obično ne traže, sve dok svojim aktivnostima ne učine društvene ili moralne prekršaje (Poler Kovačić, 2004). Predstavnicima za odnose s javnostima su posrednici između donositelja odluka i novinara, koji svojim radom pospješuju protok informacija između jednih i drugih (Verčič et al., 2002: 108). No, novinari ih smatraju izvorom informacija s niskim stupnjem vjerodostojnosti i općenito ih ne poštuju (Ryan i Martinson, 1988: 131-132). Elite koje imaju moć u društvu najvažniji su izvori vijesti, ne samo zato što njihove aktivnosti odgovaraju konvencijama u vezi s izborom vijesti, nego i zato što su najučinkovitiji kao izvori vijesti. (Gans, 1980: 281). “Novinari eksplicitno citiraju izvor kada žele istaknuti da je riječ o službenoj informaciji”, zaključila je I. Drame (1994: 306) Hipoteza (H2) je zato sljedeća: Važnost izvora informacija povećava transparentnost izvora u novinarskom tekstu.

Prema mišljenju Bennetta (2003: 162) većina je vijesti rezultat rutinskoga novinarstva, dakle skupa standardiziranih aktivnosti prema modelu već napravljenih postupaka i formi kojima se novinari koriste u svojem radu. Novi-

nar odgovore na pitanja traži kod onih izvora kod kojih bi trebao dobiti najkompetentniju, točnu – i u tehničkom smislu novinarskog poziva – najpotpuniju informaciju s kojom će u oblikovanju novinarske poruke imati najmanje posla. “U nedostatku vremena, novinar zbog previše posla i brzog odlučivanju na temelju rutine i povjerenja, doslovce prepisuje dio izjave, izvuče podatke o izvoru, te priopćenje objavi kao vlastiti tekst” (Drame, 1994: 299). Hipoteza (H3) tako glasi: Rutiniziranost kanala prikupljanja informacija smanjuje transparentnost izvora u novinarskom tekstu.

Postoji hijerarhija izvora informacija i s njima povezanih stupnjeva pouzdanosti. Elitni izvori imaju veću vrijednost i prema njima se novinari odnose kao prema pouzdanijima u oblikovanju mišljenja; čini se da je društvena hijerarhija reproducirana u retoričku hijerarhiju vjerodostojnosti i pouzdanosti. Osim što su službeni izvori zbog svojega statusa uvijek dužni odgovoriti na novinarska pitanja, novinari im daju prednost i zbog toga što su utjecajni pa zato imaju veću vrijednost za vijesti, budući da su zbog reprezentativnoga statusa u očima novinara predstavnici vlasti ili zato što se zbog znanja i poznavanja određenog područja smatraju vjerodostojnim i objektivnim autoritetom (Hall, v: Manning, 2001: 15). Hipoteza (H4) je zbog toga sljedeća: Ako je izvor služben, to povećava njegovu važnost.

Elite trebaju medije kao sredstvo za pokazivanje svoje moći, jer posredstvom medijskoga diskursa mogu znatno utjecati na javno mišljenje ili ideologije. Njihov pristup medijskom diskursu omogućuje i dnevna rutina skupljanja vijesti (Van Dijk, 1995: 33). Ustaljeni odnosi s vanjskim institucijama i akterima na koje je moguće osloniti se da će osiguravati informacije koje novinari mogu oblikovati u vijesti, unose u proces izvješćivanja sigurnost koja je sve poželjnija u novinarskoj praksi (Manning, 2001: 55-56). Hipoteza (H5) tako glasi: Službenost izvora informacija povećava rutiniziranost kanala prikupljanja informacija.

Analizu transparentnosti izvora informacija obavili smo na uzorku novinarskih tekstova predstavljenih u dnevnim informativnim emisijama Televizije Slovenije⁵ od 7. ožujka do 8. travnja 2004. Bile su obuhvaćene vijesti i izvješća; jedinica uzorka je bila vijest ili uobičajeno televizijsko izvješće⁶, a jedinica analize dio novinarskih tekstova s jasnim ili nejasnim izvorom informacija.⁷

Identificirali smo 2287 jedinica na kojima smo mjerili vrijednosti četiriju varijabli: transparentnost izvora, službenost izvora, važnost izvora i kanali prikupljanja informacija. Varijablu “transparentnost izvora” podijelili smo u četiri kategorije, od posve transparentnoga – kad novinar u tekstu jasno navede sve podatke (ime, prezime i/ili funkciju) nužne za potpunu identifikaciju izvora informacija – do posve netransparentnoga izvora.

Kod varijable “službenost izvora” podijelili smo izvore u tri kategorije. One što o događaju govore zbog svoje ugledne dužnosti, to jest položaja koji imaju u društvu i unutar tvrtke uvrstili smo u kategoriju “potpuno službeni izvor”. Službe za odnose s javnostima, tiskovne agencije i druge masovne medije obradili smo kao “djelomice službene izvore” informacija, premda govore u ime službenih izvora. Ipak, predvidjeli smo da je odnos novinara prema jednim i drugim izvorima informacija dijametralno suprotan. U kategoriju “potpuno neslužben izvor” uključili smo izvore koji nastupaju kao pojedinci s vlastitim mišljenjem, stajalištem, interpretacijom, informacijom ili događajem, bez obzira na to jesu li sudionici događaja ili ne.

Varijablom “važnost izvora” htjeli smo izmjeriti koliku važnost novinari i urednici daju nekom izvoru informacija. Status govornika možemo potvrditi tako da ga prikazemo na televizijskom ekranu – “vizualizacijom izvora” publici pokazujemo da govornik ima, s obzirom na svoju dužnost – pravo da iznese svoje mišljenje unutar određenoga diskursa (Brunsdon i Mortley, u: Hartley, 1982: 108). Pokazatelj značenja koje komunikator daje izvoru informacija jest i “duljina dijela teksta”, gdje izvor govori, ili novinar citira ili sažima njegovu izjavu.

Varijablu “kanali prikupljanja informacija” podijelili smo u tri kategorije, s obzirom na to “kojim putem se informacije od izvora prenose novinaru” (Soloski, 1989; Sigal, 1973). U prvu kategoriju – “rutinski kanali” – uključili smo informacije koje novinar dobiva na rutinskim, stalno organiziranim događajima (parlamentarne zasjedanja, sjednice vlade, sudska saslušanja, posjeti državnika), pseudodogađajima (priopćenja za javnost, konferencije za novinstvo, unaprijed najavljeni prosvjedi) i od tiskovnih agencija. Druga kategorija – “neformalni kanali” – sadržava neformalne mogućnosti – osobne kontakte novinara, vijesti iz pozadine i one iz druge ruke. U kategoriju “aktivni novinarski kanali” uvrstili smo informacije do kojih novinar dolazi aktivnim istraživanjem, kad je novinar osobno na mjestu događaja (požari, nesreće, poplave, izgedi) ili kad je riječ o njegovim konstatacijama, zaključcima i analizama.

Analiza transparentnosti izvora informacija

Transparentnost izvora informacija: Kod gotovo polovice jedinica (49,6 posto) izvor informacija posve je netransparentan, od toga se novinar u 3,8 posto jedinica čak i poziva na netransparentan izvor (govori se, navodno, iz krugova bliskih vladi, anonimni izvor...). U svim ostalim slučajevima (45,7 posto) pozivanja na izvor uopće nema – usporedba s građom i neposredno praćenje posla novinara i urednika – pokazali su da je samo kod 15,6 posto jedinica izvor novinar ili uredništvo, dok je sve ostalo prepisano iz priopćenja službi za od-

nose s javnostima, tiskovnih agencija, drugih medija ili je novinar preuzeo izjavu drugog izvora, no u tekstu ga nije naznačio. Izvor informacija posve je transparentan kod jedva 40 posto jedinica, djelomice jasan kod 9,6 posto, a djelomice nejasan izvor ima samo jedno postojanje jedinica.

Službenost izvora: Službeni izvori zajedno predstavljaju više od dvije trećine svih – označenih ili neoznačenih – izvora informacija koje su novinari upotrijebili za svoje tekstove. Djelomice službeni izvori su izvor informacije u 29 posto slučajeva. Potpuno službenih je gotovo 44 posto izvora informacija, a potpuno neslužbenih 11,5 posto. Novinar ili uredništvo izvor su informacija u nešto manje od 16 posto slučajeva. Njih smo isključili iz daljnje analize.

Važnost izvora: Kada u dijelu novinarskoga teksta govori izvor informacija, to jest kada novinar citira/sažima njegovu izjavu, u više od 60 postotaka prevladava svježja pokretna slika izvora, a gotovo u trećini primjera slike izvora nema. U nešto manje od polovice slučajeva izjava izvora traje 10 do 20 sekundi, a više od 20 sekundi u manje od desetine slučajeva. Indikatore smo spojili i zaključili da s 39,3 posto prevladavaju izvori informacija kojima novinari i urednici daju veliku važnost, dok manje od trećine (31,4 posto) izvora ima najmanju pripisanu važnost.

Kanali prikupljanja informacija: Čak 82,4 posto analiziranih novinarskih tekstova nastalo je na temelju rutinskih kanala prikupljanja informacija. Oni neformalni predstavljaju tek 5 posto, dok 12,8 posto dijelova novinarskih tekstova proistječe iz aktivnih novinarskih kanala prikupljanja informacija.

Rezultati istraživanja pokazuju statistički znatnu povezanost između službenosti izvora informacija i transparentnosti izvora u novinarskom tekstu (H1). Među posve transparentnim izvorima s 83 posto prevladavaju posve službeni izvori. Kad su izvor informacija priopćenja predstavnika za odnose s javnostima i tiskovne agencije, ili je izvor informacija drugi masovni medij, novinari to u tekstovima jasno ističu u samo 1,9 posto slučajeva. U 70 posto slučajeva ti su izvori posve netransparentni. Potpuno službeni izvori u televizijskim novinarskim tekstovima potpuno su netransparentni u 17 posto slučajeva (Tablica 1).

Pretpostavka o povezanosti važnosti izvora i njegove transparentnosti u novinarskome tekstu, također je statistički važna (H2). Što je dulji dio teksta u kojemu izvor govori, ili novinar navodi/sažima njegovu izjavu i što više slika tada prikazuje izvor, veća je transparentnost izvora u novinarskom tekstu. Među potpuno netransparentnim izvorima u televizijskim novinarskim tekstovima s 49,5 posto prevladavaju oni kojima novinari i urednici daju najmanju važnost – informacija koju su posredovali ti izvori u novinarskim se tekstovima uglavnom pojavljuje kratko i bez bilo kakve slike izvora. Gotovo dvije trećine izvora s najvećom važnošću u analiziranim su novinarskim tekstovima

transparentni, prevladava nova pokretna slika izvora koja je u tekstu prikazana dugo – dakle, više od 20 sekundi (Tablica 2).

Tablica 1: Povezanost transparentnosti izvora sa službenošću izvora informacija

SLUŽBENOST Službenost izvora*TRANSPAR2 Transparentnost izvora (REC)

			TRANSPAR2 Transparentnost izvora (REC)			Ukupno
			1. Potpuno trans.	2. Djelomice trans. izvor	4. Posve netrans. izvor	
SLUŽBENOST Službenost izvora	1. Potpuno službeni izvor	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	752 83,0%	97 44,3%	137 16,7%	986 51,8%
	2. Djelomice službeni izvor	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	17 1,9%	92 42,0%	544 70,0%	653 34,3%
	3. Potpuno neslužbeni izvor	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	137 15,1%	30 13,7%	96 12,4%	263 13,8%
Ukupno	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	906 100,0%	219 100,0%	777 100,0%	1902 100,0%	

$\chi^2 = 919,696$; sig. = 0,000; C = 0,571

Tablica 2: Povezanost transparentnosti izvora s važnošću izvora

PRI POM2 Pripisana važnost (REC) * TRANSPAR2 Transparentnost izvora (REC)

			TRANSPAR2 Transparentnost izvora (REC)				Ukupno
			1. Potpuno trans.	2. Djelomice trans. izvor	3. Djelomice netrans. izvor	4. Posve netrans. izvor	
PRI POM2 Pripisana važnost (REC)	0. Najvažnije	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	854 64,5%	46 21,0%	14 50,0%	255 22,5%	899 39,3%
	1. Djelomice važno	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	259 28,6%	79 36,1%	13 46,4%	318 28,0%	669 29,3%
	2. Najmanje važno	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	63 7,0%	94 42,9%	1 3,6%	561 49,5%	719 31,47%
Ukupno	Broj jedinica – Transparentnost izvora (REC)	906 100,0%	219 100,0%	28 100,0%	1134 100,0%	2287 100,0%	

$\chi^2 = 560,074$; sig. = 0,000; C = 0,444

Pretpostavka o povezanosti transparentnosti izvora informacija i kanala prikupljanja informacija (H3) nije statistički važna, premda je istraživanje pokazalo velik postotak potpuno netransparentnih izvora (49,3 posto) koje je novinar informacije dobivao rutinskim kanalima. Rezultati istraživanja također pokazuju da je najčešće (u čak 40,4 posto slučajeva) izvor informacija potpuno jasan tada kada novinar informaciju dobiva aktivnim novinarskim kanalima.

Statistički je važna pretpostavka o povezanosti važnosti izvora i službenosti izvora informacija (H4). Što je izvor službeniji, dulji je dio novinarskoga teksta njemu posvećen te novinar navodi/sažima njegovu izjavu, a slika više prikazuje izvor informacija. Kod potpuno službenih izvora u dvije trećine slučajeva prikazana je najnovija pokretna slika izvora, a kada je novinar informaciju dobio od službe za odnose s javnostima – u više od 60 posto slučajeva – slike izvora nema. U čak 60 posto primjera, prema mišljenju novinara i urednika, služba za odnose s javnostima, tiskovne agencije i drugi masovni mediji najmanje su važan izvor. Također, među izvorima koji su prikazani duže vrijeme, s gotovo 68 posto prevladavaju potpuno službeni izvori, a među neslužbenima ih je najviše prikazanih kratko vrijeme. Posve službenim izvorima novinari i urednici daju najveću važnost, dakle – u čak 67,2 posto primjera (Tablica 3).

Tablica 3: Povezanost službenosti izvora informacija s važnošću izvora.

			SLUŽBENOST Službenost izvora * PRI-VAŽ2 Pripisana važnost (REC)			Ukupno
			PRI VAŽ2 – Pripisana važnost (REC)			
			0 Najvažnije	1 Djelomice važno	2 Najmanje važno	
SLUŽBENOST Službenost izvora	1. Potpuno službeni izvor	Broj jedinica – Pripisana važnost (REC)	546 67,2%	285 52,3%	169 29,5%	1000 51,8%
	2. Djelomice službeni izvor	Broj jedinica – Pripisana važnost (REC)	171 21,1%	154 28,3%	341 59,5%	666 34,5%
	3. Potpuno neslužbeni izvor	Broj jedinica – Pripisana važnost (REC)	95 11,7%	106 19,4%	63 11,0%	264 13,7%
Ukupno		Broj jedinica – Pripisana važnost (REC)	812 100,0%	545 100,0%	573 100,0%	1930 100,0%

$$\chi^2 = 263,570; \text{sig.} = 0,000; C = 0,347$$

Rezultati istraživanja pokazuju također statistički veliku povezanost između službenosti izvora informacija i kanala prikupljanja informacija (H5). Novinar informacije najčešće skuplja rutinskim kanalima. Na taj način osigurava

čak 83 posto informacija, koje dobiva od potpuno službenih izvora; kod djelomice službenih izvora taj je postotak još veći – u 93,2 posto slučajeva novinar rutinski dobiva informacije od službi ili predstavnika za odnose s javnošću, tiskovnih agencija i drugih masovnih medija (Tablica 4). Rezultati pokazuju da su potpuno službeni izvori novinara glavni izvor informacija, bez obzira na kanale kojima se koriste za prikupljanje informacija, što upozorava na veliku rutinu u novinarskom poslu.

Tablica 4: Povezanost službenosti izvora informacija s kanalima prikupljanja informacija

		KAN PRIK Kanali prik. inform.			Ukupno	
		1 Rutinski kanali	2 Neformalni kanali	3 Aktivi nov. kanal		
SLUŽBENOST Službenost izvora	1. Potpuno službeni	Broj jedinica				
	% - Službenost	83,1%	4,5%	12,4%	100,0%	
	% - Kanali prikupljanja informacija	51,1%	60,8%	53,7%	51,8%	
	2. Djelomice službeni	Broj jedinica	621	11	34	666
	% - Službenost	93,2%	1,7%	5,1%	100,0%	
	% - Kanali prikupljanja informacija	38,2%	14,9%	14,7%	34,5%	
	3. Potpuno neslužbeni	Broj jedinica	173	18	73	264
	% - Službenost	65,5%	6,8%	27,7%	100,0%	
	% - Kanali prikupljanja informacija	10,6%	24,3%	31,6%	13,7%	
Ukupno	Broj jedinica	1625	74	231	1930	
	% - Službenost	84,2%	3,8%	12,0%	100,0%	
	% - Kanali prikupljanja informacija	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 113,721$; sig. = 0,000; C = 0,236

Utjecaj neovisnih varijabli na zavisnu varijablu transparentnost izvora analizirali smo i *regresijskom analizom* – nismo uzimali u obzir varijablu kanala prikupljanja informacija, jer se pokazalo da statistički nisu važne za objašnjavanje zavisne varijable transparentnost izvora. Regresijska analiza pokazala je da s nezavisnim varijablama službenost izvora i važnost izvora možemo objasniti čak 32 posto varijabilnosti zavisne varijable transparentnost izvora, no standardna pogreška regresijske ocjene je velika (1,159). Cjelokupan regresij-

ski model je statistički važan ($F = 1070,950$, $\text{sig.} = 0,000$). Koliko su jaki utjecaji pojedinih nezavisnih varijabli, provjerili smo i regresijskom *metodom stepwise*. Samo jednim faktorom (važnost izvora) objašnjavamo čak 23 posto objašnjene varijance varijable transparentnost izvora, a dvama faktorima (važnost izvora i službenost izvora) dobrih 32 posto objašnjene varijance ovisne varijable transparentnost izvora.

Rasprava i zaključak

Na temelju tih rezultata možemo zaključiti da kod polovice svih analiziranih jedinica izvor informacija nije transparentan, što bi moglo značiti da je riječ o mišljenju, znanju ili interpretaciji novinara. No, usporedba s neobrađenim informacijama koje dolaze u uredništvo pokazala je da je to tako u samo 16 posto slučajeva, a u svim ostalim slučajevima novinari su prikriveno objavili informacije službi za odnose s javnostima, agencijskih izvora i drugih medija. Agencijski izvori mogu biti golema pomoć medijima, jer je velika poteškoća tržišnoga novinarstva u tome što nema dovoljno novinara koji bi mogli biti nazočni na svim događajima. No, naše je istraživanje pokazalo da se novinari ne koriste agencijom tek kao informacijskim polazištem za svoje tekstove, nego često kad su i sami bili nazočni događaju – tekstove tiskovnih agencija jednostavno prepišu i tako štede vrijeme, a izvor u ne označavaju.

Službeni izvori su, kako pokazuje istraživanje, glavni izvor slovenskih televizijskih novinara. No, dok su mnogobrojna istraživanja do sada ustanovila da se u novinarskim tekstovima najčešće prikriveno pojavljuju upravo službeni izvori informacija, službene smo izvore podijelili i tako pokušali dobiti jasnije rezultate. Pokazalo se da se u tekstovima najčešće javljaju priopćenja službi za odnose s javnostima, dok su “pravi” službeni izvori u novinarskim tekstovima daleko najtransparentniji. Razloge za to treba tražiti u želji novinara da pozivanjem na izvore koje se u javnosti smatra vjerodostojnima, kompetentnima i legitimnima, postanu i sami vrijedni povjerenja u očima javnosti. Tim izvorima novinari i urednici daju najveću važnost, jer su najčešće prikazani uz najnoviju snimku, čime se povećava dojam vjerodostojnosti i objektivnosti njihovih izjava, a izjave potpuno službenih izvora na ekranu su najduže prikazane. Kako pokazuju podaci, predstavnici za odnose s javnostima u gotovo polovici slučajeva smatraju se kao najmanje važan izvor, dok istodobno – svakako posve proturječno – novinari i urednici se tim izvorom najčešće koriste, ali u tekstovima to uglavnom ne objavljuju.

Novinari informacije od potpuno službenih izvora većinom skupljaju rutinskim kanalima, dakle, o unaprijed organiziranim događajima i pseudodogađajima. Još više zabrinjava zaključak da – i kad se novinar koristi aktivnim novi-

narskim kanalima prikupljanja informacija – u gotovo polovici slučajeva ne ispituje uključene pojedince, ne prikuplja informacije od neslužbenih izvora, nego odgovore traži od potpuno službenih izvora, jer od njih očekuje najkompetentnije, točne i u zanatskome smislu najcjelovitije informacije, s kojima će u fazi oblikovanja novinarskog izvješća imati najmanje posla.

Prva utjecajna studija o izvorima i kanalima prikupljanja informacija – ona Leona Sigala od prije 30 godina – pokazala je da gotovo 60 posto vijesti u medijima proistječe iz rutinskih kanala prikupljanja informacija. Od tada se u svjetskoj medijskoj industriji i u okolini u kojoj mediji djeluju štošta promijenilo, a slovensko medijsko okruženje još su dodatno jako obilježili politički i gospodarski pomaci; sve je to barem teoretski poboljšalo mogućnosti različitih izvora informacija za pristup medijima. Unatoč drugačijim očekivanjima, veći broj i raznolikost izvora informacija danas dostupnih novinaru koji želi predstaviti javnosti svoje gledište o nekom događaju, ne znači i veću zastupljenost različitih mišljenja u medijima. Novinarsko rutinsko oslanjanje na službene, elitne izvore informacija ne znači samo sprečavanje pristupa drugim neslužbenim izvorima informacija, nego također (ne?)svjesno sudjelovanje novinara u “prepuštanju legitimnosti” (Iggers, 1999: 116) političkoj, društvenoj i gospodarskoj eliti na vlasti i čuvanju statusa quo u društvu.

Vladine institucije će tako medijima posredstvom svojih službi za odnose s javnostima i dalje dostavljati potpuno obrađene informacije, koje služe isključivo njihovim interesima, pa će imati sve više mogućnosti da ne budu podvrgnute tradicionalnoj novinarskoj i uredničkoj selekciji i nepromijenjene će doći do ciljane mase. Hardt (1996: 38) u tome vidi početak “novoga oblika novinarstva”: ravnoteža između osobnih interesa i odgovornosti prema javnosti prijeći će u medijski sustav u kojemu informacija više neće biti pravo, nego privilegij. Kako upozorava McNair (2001: 180), upravo zbog sve bržega razvoja odnosa između medija i izvora informacija krajem 20. stoljeća, sposobnost komuniciranja – osim novca, statusa i institucionalne moći – postala je sve važnija prednost u političkoj i ideološkoj borbi.

Netransparentnost izvora informacija u televizijskim novinarskim tekstovima, vrlo izraženo oslanjanje novinara na službene izvore i sve veća rutina u novinarskom diskursu, očekivana su posljedica tzv. Informacijskoga društva u kojemu informacije teku vrlo brzo, a provjeravanje podataka i izvora informacija postaje sve teže zbog njihova iznimno velikoga opsega. Svatko želi određenu informaciju objaviti prvi i odluke u vezi s objavom vijesti vrlo su brze. Sve to negativno utječe na kakvoću novinarskoga rada i na budućnost novinarske profesije. U današnjemu svijetu, previše usredotočenom na najveću moguću zaradu u najkraćem mogućem roku, neovisno i visoko kvalitetno novinarstvo u velikoj je opasnosti – pritisci za brzim zaradama bez razmišljanja o

kakvoći mijenjaju novinarske tekstove u ekonomski proizvod, u kojemu informacija nije više temeljno pravo svakoga pojedinca. Ideja o novinarstvu koje javnosti posreduje neovisne i nepristrane informacije bez političke ili komercijalne kompromitiranosti, čini se postaje zastarjela i iluzorna.

BILJEŠKE:

- ¹ Autorica članka je između 1999. i 2004. godine kao novinarka i urednica redaktorica surađivala s unutarnjopolitičkom redakcijom dnevnog informativnog programa Televizije Slovenija.
- ² Pseudodogađaje uvrštavamo u nadzirana medijska predstavljanja, jer je riječ o “*dogadajima koji su oblikovani umjetno i imaju svoje značenje i svrhu samo unutar medijskoga prostora za koji su bili stvoreni*” (Boorstin, 1961: 37). Za Bertranda (1994: 18) su pseudodogađaji “false news” ili lažne vijesti, jer je njihova ključna svrha zaraditi medijsku pozornost.
- ³ Brojni priručnici (Verčič et al., 2002; Hunt i Grunig, 1995) predstavnicima za odnose s javnostima u pisanju priopćenja za javnost savjetuju upotrebu strukture “obrnuto okrenute piramide”, koja je značajna za oblik novinarske vijesti. Sigal (1973: 75) upozorava da izvori informacija prilagođavaju novinarskim konvencijama svoj način razmišljanja i govore isti jezik, jer imaju tako više mogućnosti da u poplavi ponude budu objavljene upravo njihove informacije.
- ⁴ Na dužnosti navođenja izvora informacija može se inzistirati samo u iznimnim slučajevima. *Kodeks slovenskih novinara* (2002: članak 4.) navodi da “*se novinar može dogovoriti o anonimnosti izvora ako inače ne može dobiti informacije*”. Upotreba povjerljivog izvora novinara ni u kojem slučaju ne oslobađa njegove profesionalne dužnosti da se objavljena informacija temelji na točnim i brižno provjerenim činjenicama.
- ⁵ Uzorak zbog usporedivosti obuhvaća dnevno-informativne emisije koje su na rasporedu TV Slovenije sve dane u godini, pa i krajem tjedna i praznicima – 9,7 posto jedinica je iz vijesti u 13 sati, 11,6 posto iz vijesti u 16.30 sati, a 78,7 posto iz dnevnika.
- ⁶ Zbog specifičnosti rada vanjskopolitičke redakcije u analizi smo uzimali u obzir samo tekstove novinara iz unutarnjopolitičke i gospodarske redakcije. Isključili smo i tekstove dopisnika iz Slovenije, jer tamo metoda praćenja uz sudjelovanje nije bila moguća. 77,3 posto jedinica predstavlja novinarski izvještaj, a 22,7 posto vijest.
- ⁷ Detaljnije pojašnjenje metodoloških postupaka i analiza dostupno je kod autorice.

LITERATURA:

- Baskin, O. W. & C. E. Aronoff (1988) *Public Relations: The Profession and the Practice*. Dubuque: Wm. C. Brown Publishers.
- Bennett, W. L. (2003) *News: The Politics of Illusion*. White Plains: Longman.
- Berkowitz, D. & D. B. Adams (1990) “Information Subsidy and Agenda-Building in Local Television News”, *Journalism Quarterly*, 67 (4) 723-731.
- Bertrand, J. C. (1994) *Media in 2044*. Krakow: The Press Research Center.

- Boorstin, D. (1962) *The image*. London: Weidenfeld and Nicholson.
- Davis, A. (2003) "Public Relations and News Sources", str. 27-42. U: S. Cottle (ur.) *News, Public Relations and Power*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Delano Brown, J., C. R. Bybee, S. T. Wearden & D. Murdock Straughan (1987) "Invisible Power: Newspaper News Sources and the Limits of Diversity", *Journalism Quarterly*, 64 (1) 45-54.
- Drame, I. (1994) "Kdo je sporočevalec? ", *Teorija in praksa*, 31 (3-4) 298-309.
- Erjavec, K. (1999) *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Erjavec, K. & M. Poler Kovačič (2004) "Rutinizacija slovenskoga novinarstva u razdoblju društvene tranzicije", *Medijska istraživanja*, 10 (1) 5-21.
- Fröhlich, R. (1992) "Qualitativer Einfluß von Pressearbeit auf die Berichterstattung: Die "geheime Verführung" der Presse? ", *Publizistik*, 37 (1) 37-49.
- Gans, H. J. (1980) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books.
- Gans, H. J. (2003) *Democracy and the News*. Oxford: Oxford University Press.
- Hansen, K. A. (1991) "Source Diversity and Newspaper Enterprise Journalism", *Journalism Quarterly*, 68 (3) 474-482.
- Harcup, T. (2004) *Journalism: Principles and Practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Hardt, H. (1996) "The End of Journalism. Media and Newswork in The United States", *Javnost/The Public*, 3 (3) 21-41.
- Hartley, J. (1982) *Understanding News*. London, New York: Routledge.
- Hunt, T. & J. E. Grunig (1995) *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Iggers, J. (1999) *Good News, Bad News: Journalism Ethics and the Public Interest*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Knez, P. (2000) *Viri informacij za novinarski prispevek ter analiza prispevkov v Dnevniku: Diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kodeks slovenskih novinarjev* (10. oktober 2002). Izola: Društvo novinarjev Slovenije.

- Košir, M. (2003) *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Košir, M. & M. Poler (1996) "Utemeljitev novinarske etike in svoboda slovenskih novinarjev", str. 9-26. U: M. Sedmak (ur.) *Mediji, etika in deontologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Lippmann, W. (1992/1999) *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Manning, P. (2001) *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage.
- McManus, J. H. (1994) *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* London, New Delhi: Sage.
- McNair, B. (1998) *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- McNair, B. (2001) "Public relations and broadcast news: An evolutionary approach", str. 175-189. U: M. Bromley (ur.) *No news is bad news: radio, television and the public*. Essex: Pearson education.
- McNair, B. (2002) "Journalism, politics and public relations: An ethical appraisal", str. 49-65. U: M. Kieran (ur.) *Media Ethics*. London, New York: Routledge.
- Merljak, S. (2003) "Piarovci so dodatna ovira na poti do informacij", *Medijska preža*, 16. ožujka.
- Perovič, T. & Š. Šipek (1998) *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.
- Poler Kovačič, M. (2004) "Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij", *Teorija in praksa*, 41 (3-4) 690--.
- Ryan, M. & D. L. Martinson (1988) "Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism?", *Journalism Quarterly*, 65 (1) 131--.
- Schröter, D. (1992) *Qualität im Journalismus. Testfall: Unternehmensberichterstattung in Printmedien*. München: Publicom Medienverlag.
- Schudson, M. (1989) "The Sociology of News Production Revisited", *Media, Culture & Society*, 11 (3) 263-282.
- Sigal, L. V. (1973) *Reporters and Officials*. Lexington: D. C. Heath and Company.
- Soloski, J. (1989) "Sources and Channels of Local News", *Journalism Quarterly*, 66 (4) 864-870.
- Stepišnik, M. (2002) "Cenzorji v službi javnosti", *Večer*, 22. srpnja.

Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

Van Dijk, T. A. (1995) "The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity?", *Javnost/The Public*, 2 (2) 27-45.

Verčič, D., F. Zavrl & P. Rijavec (2002) *Odnosi z mediji*. Ljubljana: GV Založba.

Vesna Laban

The Influence of Public Relations Services on (Non)Transparency of News Sources in Television Journalistic Texts

SUMMARY

Public relation agencies, which appeared in response to growing needs to cultivate the relationship between different social actors and mass media, have under the specific circumstances of modern capitalism developed in all present, cheap and therefore indispensable partner in the process of mass media production. Their press releases and press conferences are treated with special journalistic attention, and this is connected with their raising influence on modern journalistic discourse. The content analysis of television news reporting and the comparison with information, that come daily into the editorial office, reveals a high level of totally non-transparent sources of information; these are mostly press releases and other texts released by public relations agencies and practitioners. This information, obtained through entirely routine channels, is perfectly composed and they most often reach the public unchanged. The most frequently used and the most transparent sources in journalistic texts are the "real" official sources – representatives of social, economic and political power and authority. Therefore information is no longer a right, but a privilege, and this has negative consequences not only on journalism as profession, but on all society.

Key words: public relation services, transparency of sources of information, sources of information, television journalism