



VEŠČINA:



NOVINARSTVO

IME in PRIIMEK stezosledca/stezosledke:

VEŠČINA opravljena:

NAŠITEK podeljen:

ZAHTEV

	DATUM	OCENJEVALEC
Zna opisati elemente dobrega vodila in uporabo ter pomen naslovov.		
Napiše članek z vsaj tremi odstavki in dobrim vodilom.		
Zna pojasniti, kaj je bistveno pri pisanju dobre zgodbe.		
Zna pojasniti razliko med pasivnimi in aktivnimi glagoli (tvorniki in trpniki). Navede tudi primere.		
Poiskal/-a je navodila za pisanje in jih preučil/-a.		
Napisal/-a je zgodbo na izbrane teme.		
Napisal/-a je zgodbo za objavo v adventistični publikaciji.		
Zna pojasniti sestavne dele spremnega pisma uredniku. Spremno pismo tudi napiše.		
Zna pojasniti, katera izobrazba je koristna za opravljanje novinarskega poklica.		
Zna pojasniti, katere vrste delovnih mest so na voljo vsem, ki jih novinarstvo zanima.		

POMOČ PRI UČENJU:

[http://wiki.pathfindersonline.org/w/Adventist Youth Honors Answer Book/Vocational/Journalism](http://wiki.pathfindersonline.org/w/Adventist_Youth_Honors_Answer_Book/Vocational/Journalism)

**VPRAŠANJA IN NALOGE**

1. Kaj je vodilo? Opiši elemente dobrega vodila in uporabo ter pomen naslovov.

2. Kaj je bistveno pri pisanju dobre zgodbe?



Stezosledci Celje 2019/2020

3. Kakšna je razlika med tvorniki in trpniki? Napiši tri primerjalne primere.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

4. Kaj more vsebovati spremno pismo uredniku?



5. Katera izobrazba je koristna za opravljanje novinarskega poklica?

6. Katere vrste delovnih mest so na voljo vsem, ki jih novinarstvo zanima?

7. Napiši članek z vsaj tremi odstavki in dobrim vabilom o nečem zanimivem, kar se je zgodilo v vaši cerkvi, šoli, domu ali pri stezosledcih.
8. Na spletu ali v knjižnici poišči navodila za pisanje člankov in jih preuči. Pridobljeno znanje upoštevaj pri pisanju.



9. Napiši zgodbo za objavo v adventistični publikaciji (tiskani ali spletni).
10. Napiši spremno pismo k zgodbi, ki jo boš poslal/-a v objavo.
11. Napiši zgodbo na eno od naslednjih tem:
 - a. Kako je vaša družina najprej sprejela Kristusa? Ali ste to bili vi, vaši starši, stari starši itd.
 - b. Osebne izkušnje odgovorjenih molitev ali Božjega vodstva.
 - c. Zanimiv hišni ljubljencek, ki ste ga imeli.
 - d. Izkušnja iz tabora ali stezosledskih dogodkov.
 - e. Ko je Bog prvič postal resničen zate kot prijatelj in osebni rešitelj.
 - f. Najtežja stvar, s katero se sooča kristjan danes.

TEORIJA

Spletni portal je po času nastanka najmlajši med **množičnimi mediji**, ki jim rečemo tudi kar preprosto **mediji**.

Najstarejša medija sta **časopis** (pri nas poznamo časopise Delo, Večer, Dnevnik, Finance, Primorske novice, Slovenske novice) in **revija** (Ciciban, Pil).

Radio (pri nas so znani Radio Slovenija, Radio 1, Hitradio Center) so izumili pred več kot sto leti.

Televizija (pri nas danes na primer Televizija Slovenija, POP TV) je stara malce manj kot sto let.

Spletne portale (24 ur.com, MMC RTV) pa imamo dobrih 20 let.

Časopis in revija sta tiskana medija, radio, televizija in spletni portal pa so elektronski mediji. Vsi so namenjeni posredovanju novic in s tem informiranju bralcev, gledalcev in poslušalcev. V njih so objavljeni novinarski prispevki, ki vsebujejo **informacije**.



Te informacije vključujejo dejstva, ki jih lahko preverimo.

Mediji pa ne prinašajo samo pomembnih informacij, ampak tudi zabavne in poučne vsebine. Če je medij verodostojen, so tudi zabavne vsebine, ki jih objavlja, verodostojne. To pomeni, da ne vsebujejo izmišljenih informacij ali celo laži.

V knjigah si lahko pisatelj pomaga z domišljijo, v medijih, ki ponujajo informacije, pa si novinarji ne smejo ničesar izmisliti. Vse, kar napišejo, mora biti resnično in preverljivo – torej **verodostojno**.

V medijih lahko najdemo tudi **mnenja**.

To so tiste vsebine, ki povedo, kaj nekdo o nečem misli. Mnenja ne pomenijo isto kot informacije. Mnenj ne moremo preveriti. Ne moremo ugotoviti, ali je tisto, kar nekdo meni, tudi res. To tudi pomeni, da iz njih ne izvemo, kaj se je zgodilo, ampak kaj nekdo misli, da se je zgodilo. Ali pa kaj naj bi določen dogodek ali problem po njegovem mnenju pomenil. Z mnenji nas torej hoče nekdo prepričati v to, kar misli, ali spodbuditi, da tudi sami o tem razmislimo.

Novice, ki lahko vsebujejo informacije ali mnenja, na spletu običajno prebiramo zastonj. A to ne pomeni, da mediji zanje ne potrebujejo denarja.

Da mediji lahko ponujajo zanesljive in dobre vsebine, morajo imeti zaposlene **novinarje**.

Novinar je poklic, tako kot je poklic učitelj ali zdravnik. Tudi učitelji in zdravniki vsak mesec za svoje delo dobijo plačilo. Mediji ne bi mogli plačevati novinarjev, če ne bi nič zaslužili.

Kako torej zaslužijo? Časopise in revije še vedno kupujemo, lahko pa smo nanje naročeni. To pomeni, da jih dobimo domov po pošti. Nekateri televizijske in radijske postaje plačujemo iz proračuna, ki je kot velikanski hranilnik za vso državo.

Mediji med vsebinami ponujajo tudi **oglase**. To so naročena in plačana sporočila, ki so objavljena v časopisih, lahko pa jih gledamo



tudi po televiziji in slišimo po radiu. Če nimamo nameščene programske opreme oziroma ad blockerja, ki preprečuje prikazovanje oglasov, nanje naletimo tudi na spletnih portalih.

Bralci, gledalci in poslušalci, ki jim rečemo **občinstvo**, sporočil ne dobivajo le iz novic in oglasov, temveč tudi z **blogov**. Tudi ti si del občinstva, saj uporabljaš računalnik, tablico in pametni telefon in tako raziskuješ virtualni svet.

Z različnimi brskalniki vstopaš na **spletne portale**. Nekateri od teh portalov so mediji, drugi so recimo različni viri informacij, kot so spletne enciklopedije, na primer Wikipedija.

Ker si del občinstva, moraš znati sprejemati sporočila, ki jih tam najdeš. To pomeni, da jih moraš znati kritično ovrednotiti. To pomeni, da si moraš ob njihovem prebiranju zastavljati veliko vprašanj.

Kaj ti nekdo sporoča?

Zakaj ti to sporoča?

Kakšen je namen njegovega sporočila?

Če boš razumel/-a namen sporočila, boš tudi vedel/-a, ali se v njem skrivajo resnične informacije ali pa gre za izmišljotine. Nemara v sporočilu nekdo posreduje zgolj svoje mnenje? Ali pa gre za oglas, s katerim te nekdo želi prepričati, da kupiš določen izdelek?

Novice v medijih vsebujejo informacije o dogodkih. Predstavljene so na različne načine.

Tem načinom rečemo **novinarski žanri**.

Osnovni novinarski žanr je **vest**.

Novinar, ki piše vest, odgovarja na osnovna novinarska vprašanja:

Kaj se je zgodilo?

Kje se je to zgodilo?

Kdaj se je to zgodilo?

Kdo je to naredil?



Drugi najpogostejši žanr je **poročilo**, ki pove še:

zakaj se je nekaj zgodilo in kako se je to zgodilo.

Novice povedo, kaj se dogaja v naši bližini, v našem mestu, državi ali po svetu. Novice o dogodkih iz drugih držav dobijo prostor v časopisu ali v poročilih, če so pomembnejše od dogodkov pri nas. Na primer: vplivati morajo na veliko večje število ljudi, kot bi enaki dogodki pri nas, posledice teh dogodkov lahko občutimo tudi mi in podobno.

Novinarsko besedilo

Vsaka zamisel, ki jo skuša nekdo ubesediti v besedilo, še ni prava za ubeseditev v novinarsko besedilo. Novinarsko besedilo je namreč posebna zvrst besedila, za katero veljajo določene in družbeno dogovorjene zakonitosti ne samo po obliki, temveč tudi po številnih družbenih razsežnostih.

To pomeni:

1. da mora biti novinar in fotograf (ali fotoreporter, če je oboje združeno v eni osebi) sposoben napisati tako besedilo in narediti takšno fotografijo, da ima ta nedvoumen pomen za tisto javnost, ki ji je to sporočilo (besedilno ali fotografsko) namenjeno;
2. da mora biti sposoben zaznavati aktualne dogodke ali pojave (lahko sicer le sledi uredniškim navodilom, a na dolgi rok in za dobrega novinarja je to premalo, temveč mora biti sposoben to početi tudi sam);
3. da mora biti sposoben posredovati bistvo dogodka ali pojava–spet seveda glede na to, kaj je bistveno v neki družbeni stvarnosti;



4. da mora znati dogodek ali pojav pojasniti s takšnimi besedami in fotografijami, da naslovnik njihovo vsebino razume tako kot sporočevalec.

Novinar in fotoreporter bi zato praviloma morala imeti dovolj socioloških in komunikoloških znanj, da lahko razumeta kontekst, obenem pa tudi konkretnih obrtniških (novinarskih in fotografskih) znanj, da sta sposobna narediti tak izdelek, da bo naslovnik v njem natančno razbral sporočilo, ki mu ga sporoča sporočevalec.

Lastnosti novinarskih besedil

Novinarsko besedilo ima zakonitosti in značilnosti, po katerih se loči od literarnega, reklamnega, znanstvenega in drugih besedil. Različni avtorji te značilnosti definirajo in razvrščajo različno. Če jih skušamo povzeti, strniti in poudariti bistvene, pa lahko zapišemo, da je za **novinarsko besedilo** značilnih **pet lastnosti**:

- **novost** (naslovniku sporoča nekaj novega, kar se je zgodilo ravno kar oz. v zelo kratkem času pred sporočanjem);
- **aktualnost** (dogodek je z vidika družbe v trenutku sporočanja pomemben, družbeno pereč);
- **resničnost** (dogodek se mora res zgoditi, izjave morajo biti resnične);
- **pomembnost** (ki sicer variira glede na družbeno okolje oziroma je družbeno pogojena);
- **zanimivost** (novinarstvo sporoča tudi manj pomembne, a za širšo javnost zanimive dogodke; na prvi pogled ali dejansko manj zanimive pa skuša z načinom ubesedovanja narediti zanimive).

Novinarska besedila informativne vrste odgovarjajo na 6 osnovnih vprašanj – 6 W-jev oziroma **6 K-jev**:

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| - Kdo - Who | - Kdaj – When |
| - Kaj - What | - Kako – How |
| - Kje – Where | - Zakaj – Why |



Včasih novinar ne odgovori na vsa vprašanja, ker bodisi nima podatka, bodisi presodi, da naslovnika ne zanimajo odgovori nanj. Včasih, ko oceni, da nek odgovor naslovnika zanima, pa odgovora ne dobi, to tudi napiše (Npr. »na Ministrstvu za okolje nam včeraj o tem še niso želeli dati pojasnila«). Včasih pa lahko novinar poda še odgovore na druga vprašanja:

- S čim?

- Kakšne so bile posledice?

NASLOVI

Časopisni ali revijalni naslovi so zelo pomembni, saj so ob fotografiji prav naslovi tisti, ki bralca pritegnejo ali odvrnejo od branja besedila. Poleg naslovov, ki jih kot naslove dojemata najširša javnost, pa v tiskanih medijih poznamo še celo vrsto naslovov, ki jih bralci niti ne opazijo ali pa jih ne dojemajo kot naslove, čeprav jih uporabljajo – v glavnem kot pomoč pri orientaciji znotraj medija.

Naslov ne more nastopati brez besedila in brez besedila sploh ne obstaja. Tudi sicer je odvisnost naslova in besedila velika, čeprav naslov »komunicira« tako z besedilom kot tudi z bralcem. Besedilo napoveduje ali povzema njegovo bistveno vsebino, bralcu pa posreduje to vsebino in (ali) ga vabi k branju. Naslovi imajo torej več vlog ali funkcij.

Funkcije naslovov

Časopisni naslovi imajo tri funkcije:

- Poimenovalno-informativno (naslovi s to funkcijo besedilo označujejo ter poimenujejo temo ali vsebino – to funkcijo ima večina naslovov)
- Informativno-stališčno (pri teh naslovih izstopajo funkcije vrednotenja vsebine, stališče avtorja)
- Pozivno-pridobivalno (vključujejo tudi poziv avtorja ali uredništva ali širše javnosti naslovniku; poleg tega pa imajo tudi prvi dve funkciji)



V enem naslovu se lahko sicer prepletata tudi dve ali več funkcij; v te tri skupine jih delimo glede na funkcijo, ki v naslovu prevladuje.

Pravi naslovi

To so naslovi, ki jih tudi bralci dojemajo kot naslove. Glavni med njimi so

→ **Naslovijski naslovi**, ki jih sestavljajo:

- **Nadnaslov:** Napisan je nad glavnim naslovom, praviloma z večjimi črkami kot besedilo, a z manjšimi od naslova. Lahko je dolg (pri dvostranskih besedilih tudi več kot 60 znakov) ali zelo kratek (včasih ga sestavlja ena sama beseda). Nadnaslov prinaša osnovne informacije o vsebini besedila, dejstva našteje v razmeroma preprosti obliki. Vsebina nadnaslova je pomembnejša od njegovega stila, čeprav pri nekaterih medijih to ne velja.

- **Naslov:** To je tisto, čemur večina bralcev pravi naslov. Izpisan je z največjimi črkami, in ker vzamejo večje črke več prostora, je pogosto krajši od nadnaslova ali podnaslova. Pogosto obsega eno samo vrsto, lahko tudi dve, redkeje tri ali več. Ta pravila so običajno določena z vsakokratno grafično oziroma likovno podobo tiskanega medija. Za razliko od nadnaslova njegova glavna vloga ni samo obvestiti bralca o vsebini besedila, temveč ga skuša k branju zvabiti tudi s stilističnimi posebnostmi. Včasih je lahko malo dvoumen, izzivalen, pogosto uporablja figure, ki so povezane z vsebino besedila. Pri besedilih, ki imajo tudi fotografijo, naslov deluje tudi »v paru« s fotografijo. Neredko naslov in fotografija povesta bistvo ali glavni poudarek vsebine besedila, pri čemer se lahko tudi dopolnjujeta tako, da se naslov prilagaja fotografiji (kar je pogostejše) ali da med več ponujenimi fotografijami urednik ali novinar izbere tisto, ki skupaj z naslovom bolje ilustrira vsebino.

- **Podnaslov:** Ima podobno vlogo kot nadnaslov: bralcu postreže z osnovnimi informacijami o vsebini, tudi na izzivalen način, a je stilno

manj zaznamovan kot naslov. Ko nastopa sam z naslovom, nadomešča nadnaslov; ko je del velikega naslovja, pa ga dopolnjuje.

Večina slovenskih časopisov uporablja ves sklop naslovijskih naslovov oziroma veliko naslovje (nadslov, naslov in podnaslov) za daljša novinarska besedila, za krajša pa bodisi izpustijo nadnaslov bodisi podnaslov.



Nekateri časniki in revije pa imajo samo naslov in podnaslov ali samo nadnaslov in naslov. Večina medijev se drži enotnega pravila, da imajo samo eno dvojno kombinacijo (ali naslov in nadnaslov ali naslov in podnaslov) skozi ves časopis, le redki mešajo eno in drugo kombinacijo.



Primer rabe nadnaslova in naslova (zgoraj) ter naslova in podnaslova (spodaj)



→ **Nenaslovijski naslovi:** Podobno kot nepravi naslovi tudi ti naslovi večinoma ne vabijo k branju (izjemi sta mali naslov in mednaslov), temveč predvsem označujejo posamezne dele besedil. Tudi bralci jih v glavnem ne dojemajo kot prave naslove.

Nenaslovijski naslovi so:

- **Mali naslovi:** So krajši naslovi znotraj rubrik (kot je denimo rubrika Na kratko), kjer med seboj ločujejo posamezna besedila oziroma vsebine, obenem tudi povzemajo njihovo glavno vsebino, včasih tudi stilno.



Mednaslovi: So krajši enostavni naslovi v besedilu, ki ločujejo posamezne dele (praviloma daljšega) besedila. Pri tem opravljajo več funkcij: grafično razdelijo dolgo besedilo na krajše enote, napovedujejo vsebino naslednjega dela besedila in s tem bralcu omogočijo, da hitreje izbere, kateri del besedila bo prebral. Obenem pa tudi vabijo k nadaljnjemu branju, ko med dolgim besedilom zanimanje za branje že upade.

Sarmo želi Magath

Schalke.
Trenner Felix Magath naj bi se osebno ogledal za našega vratarja.

Kraft ni podaljšal
Nemški mediji so bili namreč vse do januarja trdno prepričani, da Neuer odhaja na Bavarsko, a je potem trener Louis van Gaal v prvo postavo največjega nemškega kluba porinil 22-letnega Thomasa Krafta. Ta je priložnost zgrabil z obema rokama in zablestel v polnem sijaju, zato je Neuerjev prihod na Allianz

Samir Handanović je član Italijanskega Udineseja od leta 2004.

Sarma ne bo poceni
Pri Schalkeju so se zato spet prisiljeni ozirati po morebitnih naslednikih Neuerja, Handanovića pa je prvi, ki je padel v oko trenerju Magathu. Če bi se klub iz Gelsenkirchna odločil za nakup našega vratarja, bi moral zani

ni vztraja pri dveh vrhunskih vratarjih, zato je Kraft podpisal nove pogodbe z Bayernom odklonil. Če pride Neuer, želi Kraft oditi.

sejem izteče poleti naslednje leto, bo tudi njegova cena čez nekaj mesecev nižja, kot je bila še pred kratkim, ko sta se za njegove usluge zanimala Bayern in Arsenal.

Schalkeju sicer v tej sezoni v nemški Bundesligi ne cvetijo rožice. Po lanski odlični premierni sezoni pod Magathovim vodstvom in končnem drugem mestu so trenutno rudarji šele deseti. Do boljše forme jim ništa pomagala niti zvezdnika



Handwritten notes on the page:
- "PAN + SLO" with an arrow pointing to the "Kraft ni podaljšal" section.
- "TINE ZUPAN" written above the "Kraft ni podaljšal" section.
- "MEDNASLOV" written below the "Sarma ne bo poceni" section.

VIRI:

https://casoris.si/wp-content/uploads/2019/02/otroci-in-mediji_final_cip.pdf
http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Temelji_besednega_sporocanja-Ursic_Zupan.pdf