POGAJALNI POGOVOR

Kadar se pogovarjamo, sogovorcu pogosto sporočimo svoje *mnenje/stališče*- to mnenje mu ponavadi tudi *utemeljimo/pojasnimo*. Mnenja sogovorcev so marsikdaj različna, zato skušamo s pogovorom ta različna mnenja uskladiti in oblikovati *dogovor/sporazum*, ki bo sprejemljiv za obe strani.

To lahko dosežemo tako, da sogovorcu navedemo razloge za upravičenost svojega stališča ali da vsaka stran malo popusti in ne misli le na svoje interese, temveč na interese obeh! Tak pogovor imenujemo ***POGAJALNI POGOVOR.*** Pogajalni pogovor je dvogovorno ali dialoško besedilo.

Med pogajanjem mora vsak udeleženec jasno in vljudno sporočiti svoje mnenje in ga utemeljiti. Pozorno in strpno moramo poslušati tudi sogovorčevo mnenje in njegovo utemeljitev. Na podlagi tega oblikujemo *skupno mnenje*. Včasih se zgodi, da vsak sogovorec ostane pri svojem mnenju- v tem primeru je bilo pogajanje neuspešno.

REPORTAŽA

Reportaža je pripovedovalno besedilo, ki je namenjeno širši javnosti, zato spada med *publicistična besedila*. V reportaži sporočevalec pripoveduje o *aktualnem dogodku*.

Reportaža sestoji iz: *UVODA (v njem je nakazan problem), ZAPLETA (*navajanje *pogovorov, podatkov), RAZPLETA (nakazana rešitev)*.

Reportaža popelje prejemnika besedila na *kraj dogodka*. Besedilo je izrazito *osebno*, *subjektivno obarvano*. Reportaža se med vsemi novinarskimi vrstami najbolj približuje *leposlovju*. Besede so rabljene v *prenesenem pomenu*. Sporočevalec uporablja t.i. *dramatični sedanjik*. Poznamo več vrst reportaže npr. potopisne, portretne,...

Glede na prenosnik so reportaže: *ZAPISANE (v časopisih, revijah, na spletu,...), GOVORJENE (po radiu, televiziji,...)*. Zapisane reportaže imajo: *IZRAZITO NASLOVJE (nadnaslov,naslov,podnaslov,mednaslove,povzetek ali sinopsis v uvodnem stavku)*.

Besedilu so pogosto dodane tudi *fotografije*. Pri *radijski reportaži* ima poleg novinarja pomembno vlogo tonski snemalec, pri *televizijski* pa snemalec slike.

PUBLICISTIČNO POROČILO

Publicistično poročilo je *javno besedilo*, ki doseže naslovnika v časopisu, po radiu, televiziji ali spletu. V poročilu sporočevalec seznani naslovnika s tem, kateri aktualni dogodek se je zgodil, kje in kdaj se je zgodil, kdo je pri tem sodeloval, predstavi tudi potek dogodka (po tem se poročilo loči od novice). Tvorec publicističnega poročila *najprej predstavi rezultat dogodka*, nato pa potek dogodka od začetka do konca. Rezultat dogodka pogosto navede v *naslovu* - s tem želi pritegniti naslovnikovo pozornost. Ker je poročilo *pripovedovalno besedilo* (saj prikazuje pretekel dogodek), so glagoli v pretekliku. Publicistično besedilo je objektivno besedilo – podatki o dogodku so preverjeni in natančno navedeni.

OPRAVIČILO

Je posebna vrsta besedila. Navadno je namenjeno določenemu naslovniku, vendar ga sporočevalec objavi v množičnih občilih zato, ker želi z vsebino seznaniti širšo javnost. To lahko ima tudi pozitivne posledice, saj uspešno opravičilo ublaži spor in zmanjša nastalo škodo. Javno se tako opravičujejo ustanove, podjetja, mediji kot tudi posamezniki. Opravičilo je uspešno, če je izrečeno pravočasno in če v njem sporočevalec prizna napako, prevzame odgovornost, izrazi obžalovanje.

oblika javnega opravičila ni strogo predpisana. V naslovu je poimenovana besedilna vrsta – OPRAVIČILO.

Na začetku sporočevalec navede, komu se opravičuje in za kaj, potem navede vzroke za nastalo napako, na koncu pa se vljudnostno opraviči in podpiše.

ZAHVALA

Je besedilo, s katerim se sporočevalec pred javnostjo zahvaljuje komu za dejanje, ki mu je koristilo. Ker meni, da bi za to morala izvedeti tudi širša javnost, objavi zahvalo v množičnih občilih. Oblika javne zahvale ni strogo predpisana. Besedilo se po navadi začne z naslovom ZAHVALA. Nato sporočevalec na kratko predstavi zasluge, ki si jih je s svojim ravnanjem pridobila navedena oseba oz. ustanova. Sledi podpis sporočevalca.

REFERAT

Referat je zapisano strokovno besedilo, ki ga ustno predstavimo občinstvu. Beseda referat izhaja iz latinske besede *''refero''* in pomeni ''povem,sporočim,ponovim''. Referat je enogovorno ali monološko besedilo. Sestavljen je iz treh delov: *UVOD (napovemo temo), JEDRO (povzamemo ugotovitve že opravljenih raziskav in predstavimo svoja spoznanja), ZAKLJUČEK (povzamemo ugotovitve; na koncu navedemo podatke o uporabljeni literaturi)*.

V referatu sporočevalec opisuje pojave in razlaga njihovo povezanost, kakor jo je ugotovil sam ali s pomočjo strokovne literature. Referat je *objektivno besedilo*- sporočevalec se ne razodeva.

Sporočevalec si med govorno predstavitvijo referata pomaga s plakati, knjigami,grafi, prosojnicami...

Referatu sledi *razprava ali diskusija.*

ŽIVLJENJEPIS

Življenjepis ali biografija je besedilo, v katerem so v resničnem zapovrstju predstavljeni pomembnejši dogodki in dosežki iz življenja dane osebe. V življenjepisu sporočevalec pripoveduje o preteklih dogodkih, zato so glagoli v pretekliku. Življenjepis je napisan v 3. osebi; če ga pišemo o sebi (*avtobiografija*), pa v 1. osebi. Poznamo razne oblike življenjepisov: *BIOGRAFSKO GESLO (leksikon,enciklopedija), JUBILEJNI ČLANEK (ob obletnici rojstva), NEKROLOG (ob smrti), LEPOSLOVNI ŽIVLJENJEPIS (življenjepis v romanu)*.

V uradnem življenjepisu predstavimo najpomembnejše dogodke in dosežke iz svojega življenja-poudarimo tiste, ki so pomembne za naslovnika. Ob klasičnem uradnem življenjepisu se danes uveljavlja tudi navajanje podatkov v nepovezanem besedilu po sklopih oz. vpisovanje teh podatkov v rubrike v pripravljenem obrazcu. Tak Življenjepis, za katerega se uveljavlja tudi izraz *potek življenja*, je lahko preglednejši od klasičnega življenjepisa. Uradni življenjepis mora biti objektivno besedilo.

VABILO

Vabilo je besedilo, s katerim poziva množičnega naslovnika naj se udeleži prireditve - svoj namen izrazi neposredno: vabilo,vabimo,vabljeni,...

Navadno je objavljeno v množičnih občilih (v časopisu, po radiu, televiziji, na spletu) pa tudi napisano na letakih ali nalepljeno na oglasnih panojih. Javno vabilo vsebuje Podatke o tem: kdo vabi, na kaj vabi ter kdaj in kje bo prireditev. Navedeni so tudi izvajalci programa. Oblika javnega vabila je precej šablonska*: 1.) v glavi sta napisana logotip podjetja ali ustanove, ki vabi; 2.) temu sledi ogovorni del: Vabimo vas, ... ; 3.) Končni del besedila ni strogo določen, ponavadi se konča s ponovljenim pozivom: Vljudno vabljeni,...* Večina vabil je je oblikovanih tako da so pomembni podatki poudarjeni.

JAVNO OBVSETILO

Je besedilo, v katerem sporočevalec javnosti naznanja, da se bo nekaj pomembnega zgodilo oz. da se dogaja. Navadno je objavljeno v množičnih občilih pa tudi napisano je na letakih ali nalepljeno na oglasnih panojih. Javno obvestilo navadno naznanja množičnemu naslovniku en pomemben dogodek. Sporočilo, ki ga vsebuje, je kratko – gre za dejstva : kdo obvešča, koga obvešča, kaj, kdaj in kje se bo zgodilo, včasih je naveden tudi vzrok dogodka.

Javno obvestilo mora biti razumljivo čim širšemu krogu ljudi. Nekatera obvestila so namenjena t.i. strokovni javnosti.

Besedil, ki obveščajo, je več vrst (tudi oglasi,sporedi,jedilni listi,osmrtnice, borzne tečajnice,...)

IZJAVA

Izjava ima za posledico neko dejanje pooblaščenca. Z lastnoročnim podpisom zagotavlja resničnost podatkov, ki jih navaja oz. se zavezuje, da se bo tega držal, kar je navedeno v izjavi. Slogovne/jezikovne značilnosti: - v svojem lastnem imenu, pišemo v 1. osebi ednine (Izjavljam, da ...) ; - če v imenu ustanove uporabimo 1. osebo množine (Izjavljamo, da ...). Izjave so pogosto že natisnjeni obrazci v katere samo vnesemo manjkajoče podatke (npr. Izjava zaposlenega o tajnosti na poklicni maturi 2011/2012).