

the
javnost
biblioteka

is indexed
and abstracted in:

je indeksirana
in abstrahirana v:

*Communication Abstracts,
Current Contents/Social & Behavioral Sciences,
International Bibliography of Periodical Literature (IBZ),
International Bibliography of the Social Sciences (IBSS),
Linguistics and Language Behavior Abstracts (LLBA),
Peace Research Abstracts,
Research Alert,
Sage Public Administration Abstracts,
ScienceDirect,
Scopus (Elsevier),
Social Sciences Citation Index (SSCI),
Social SciSearch,
Sociological Abstracts.*

Home page URL:
<http://www.euricom.si>

DECEMBER 2009

ISSN 1318-3222

UDK 3

the
javnost
medijev

ČLANKI

Slavko Splichal Slovensko politično novinarstvo v evropski perspektivi	5
Igor Vobič Normativne vrste novinarstva in poročanje o politiki skozi optiko slovenskih novinarjev, politikov in državljanov	21
Jernej Pikalo, Andreja Trdina Depolitizacija političnega Primer obravnavanja političnih tem v slovenskih dnevnikih	41
Maja Turnšek Hančič Dostop do medijev – temeljni pogoj za kritično javnost	63
Slavko Splichal Javno v zasebnem, zasebno o javnem Mnenjske poizvedbe v političnem procesu	81
Aleksander Sašo Brlek Slaček Javno mnenje in javnomnenjske poizvedbe Pogled slovenskih novinarjev in politikov	99
ABSTRACTS	117

Vol. 16 (2009), Supplement

VSEBINA

SLOVENSKO POLITIČNO NOVINARSTVO V EVROPSKI PERSPEKTIVI

SLAVKO SPLICHAL

Povzetek

V članku so predstavljena izhodišča in metodološka zasnova dveh raziskovalnih projektov, katerih rezultate obravnavajo prispevki v suplementu. Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi (2006–2010) je mednarodni projekt pod okriljem Evropske znanstvene fundacije, katerega cilj je na podlagi podatkov, zbranih z anketnimi vprašalniki, analizirati odnos med političnimi elitami in mediji v devetih državah zahodne Evrope: v Avstriji, na Danskem in Finskem, v Franciji, Nemčiji in Sloveniji, na Švedskem, v Švici in Španiji. Raznovrstnost in politična usmerjenost slovenskega dnevnega tiska 1990–2005 je raziskava, ki je do zdaj v prizadevanjih za ugotavljanje sprememb v vsebinski in oblikovni zasnovi ter temeljnih značilnosti obravnavanja političnih zadev v slovenskih dnevnikih na podlagi analize besedil oblikovala obsežno zbirko podatkov, ki zdaj šteje že nad 40.000 enot. Sicer metodološko raznorodni raziskavi povezuje osredinjenost na procese sodobnega mediatiziranega političnega komuniciranja ter profesionalne vloge in strategije njegovih akterjev – novinarjev in politikov – ter interes za krepitev demokratične politične kulture.

Slavko Splichal je profesor na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in redni član Slovenske akademije znanosti in umetnosti; e-pošta: slavko.splichal@fdv.uni-lj.si.

Letošnji suplement *Javnosti – The Public* je namenjen predstavitvi in teoretski kontekstualizaciji nekaterih izsledkov slovenske raziskave o raznovrstnosti in politični usmerjenosti slovenskih dnevnikov (do zdaj so zbrani in urejeni podatki za obdobje 1990–2005) ter slovenskega dela mednarodne primerjalne raziskave o kulturah političnega komuniciranja v zahodni Evropi, ki poteka v Avstriji, na Danskem in Finskem, v Franciji, Nemčiji in Sloveniji, na Švedskem, v Švici in Španiji pod okriljem Evropske znanstvene fundacije (2006–2010).

Raziskavi sta bili sicer zasnovani v različnih teoretskih okvirih in obdobjih, a ju povezuje osredinjenost na procese sodobnega mediatiziranega političnega komuniciranja ter profesionalne vloge in strategije njegovih akterjev – novinarjev in politikov. Povezuje ju tudi interes za krepitev demokratične politične kulture in v tem okviru še posebej odnos do javnosti in svobode medijev.

Svoboda in raznovrstnost medijev

Svoboda tiska (medijev) se pogosto povezuje z zavezanostjo načelu objektivnosti v smislu, da je svoboda medijev lahko zagotovljena samo pod pogojem, da mediji poročajo objektivno. Toda svoboda je hkrati in predvsem pravica do subjektivnosti in torej pristranskosti. Ali, kot je zapisal Mill (1859/1974, 71), priznanje človekove svobode je priznanje »absolutne svobode mnenja o vseh zadevah, praktičnih ali spekulativnih, znanstvenih, moralnih ali teoloških. Svoboda izražanja in objavljanja mnenj /.../ je od tega praktično neločljiva«. Če naj bi bila objektivnost pogoj svobode, bi svoboda tiska temeljila na – negaciji svobodnega objavljanja mnenj!

Teorije objektivnosti poročanja razrešujejo ta paradoks na podlagi eksterne raznovrstnosti: objektivnost na vrednostni ravni se ne vzpostavlja z vsakim medijem posebej, ampak s celoto medijev v družbi. Raznovrstnost ni posledica objektivnosti, ampak nasprotno: posamični mediji so subjektivni, torej pristranski, celota vseh pristranskih mnenj pa daje objektivno podobo družbe. Konkurenca naj bi zagotavljala objektivnost (in seveda ne nasprotno) – pod pogojem, da imajo (vsa) pristranska mnenja možnost priti na mnenjski trg. Popolna konkurenca ne medijskem trgu kajpak ne obstaja, pa tudi ko bi obstajala, bi imela lahko celo negativne posledice, če bi jo vodilo donosno izražanje mnenj.

Ključna vprašanja pri tem so, ali konkurenca spodbuja svoboden in enakopraven dostop do medijev na strani ponudbe (produkcije) in na strani povpraševanja (konsumpcije) na medijskem trgu in ali konkurenca spodbuja oz. povečuje medijsko raznovrstnost ne le glede na vsebino medijskih proizvodov, ampak tudi glede na obliko in žanr. Dostop do medijev je lahko aktiven (kot realizacija posameznikove pravice do javnega izražanja mnenja) ali pasiven (kot rezultat komunikacijske strategije posameznika ali organizacije za zagotovitev medijske pozornosti). Aktiven dostop je bodisi neposreden z udeležbo v (so)upravljanju medijev (vključno z medijskim lastništvom) ali posreden prek različnih možnosti sodelovanja, ki jih mediji ponujajo občinstvom. Z internetom, ki je široko odprl vrata dostopa do spletnih medijev, razlika med neposrednim in posrednim dostopom izginja, a pomembnost dostopa do »starih« medijev ni bistveno manjša kot v obdobju pred internetom (Splichal 2009). Kot kažejo tudi rezultati raziskave Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi, ki so predstavljeni v tej številki, internet po vplivu na procese političnega komuniciranja in (pripisani) pomembnosti še zdaleč ne dosega »starih« medijev (gl. tabelo 1).¹ Zato ni presenetljivo, da je vprašanje kakovosti medijev še vedno pretežno omejeno na »stare« medije.

Tabela 1: Vpliv različnih medijev na politiko po ocenah slovenskih političnih in novinarskih elit

Medij:	Vpliv medijev na politiko			
	po oceni novinarjev (N = 150)		po oceni politikov (N = 150)	
	nadpovprečen	zelo majhen	nadpovprečen	zelo majhen
politični dnevniki	61,0	0,0	70,5	1,3
rumeni tisk	12,8	23,6	30,1	12,3
RTV Slovenija	65,7	0,7	72,1	1,3
komercialne televizije	62,2	0,0	78,4	0,0
spletne strani medijev	11,1	13,9	27,1	3,4
državljeni na spletu	2,8	29,7	0,0	17,0

Kakovost medijskega delovanja je obsežno raziskovalno področje komunikologije, v katerem središčno mesto zavzema vrednotenje medijskih vsebin ali medijske ponudbe glede na vrsto normativnih kriterijev. Ta raziskovalna tradicija izhaja predvsem iz prizadevanj za uveljavitev javnega interesa v množičnih medijih, hkrati pa določa postopke nevtralnega znanstvenega opazovanja, s katerimi naj bi prišli do neodvisnih dokazov, relevantnih za javno razpravo o družbeni vlogi množičnih medijev (McQuail 1994, 252). Preprosto povedano, medtem ko je določanje nalog množičnih medijev naloga družbe v celoti in posebej tudi politike, je ugotavljanje medijske kakovosti ali t. i. performance stvar od politike neodvisnega teoretskega in aplikativnega raziskovanja.

Ocenjevanje kakovosti medijev sicer ne more biti objektivno v pomenu neodvisnosti od specifičnih potreb in interesov različnih družbenih skupin, vendar to ne pomeni, da ni mogoče objektivirano meriti medijskih vsebin. Na tem področju je bilo opravljenih tudi več raziskav. Rosengren in sodelavci (1991) so opredelili štiri razsežnosti medijske kakovosti: (1) deskriptivno kakovost, ki naj bi merila stopnjo reprezentiranja dejanskosti v medijih; (2) uporabno vrednost za pošiljatelja (angl. *sender use quality*), ki naj bi merila uresničevanje ciljev založnikov in urednikov; (3) uporabno vrednost za prejemnika (angl. *receiver use quality*), ki naj bi merila stopnjo zadovoljitve želja, potreb in preferenc prejemnikov; (4) profesionalno kakovost, ki naj bi ugotovljala stopnjo uveljavljanja profesionalnih standardov.

Če na primer natančno definiramo pojem raznovrstnosti in jasno operacionaliziramo indikatorje, ki jih je mogoče uporabiti v analizi besedil, ni nikakršnega posebnega problema priti do dovolj zanesljivih in veljavnih rezultatov, razen morda finančnega, saj je analiza besedil časovno zahtevna, s tem pa tudi razmeroma drago raziskovanje.

Čeprav je merjenje medijske raznovrstnosti nedvomno mogoče, pa je njena veljavnost (ali uporabnost) za oblikovanje medijskih politik vprašljiva. Razlogov za to je več: (1) Ne obstaja samo ena možna definicija raznovrstnosti in ni mogoče pričakovati, da bi raziskovalci o njej dosegli soglasje; težave so vsaj enake, če ne večje, pri odločitvah glede različnih možnih operacionalizacij. (2) Kakovost – in raznovrstnost je njen del – medijev ni stanje, ampak proces; raznovrstnost je ves čas v nastajanju, njen temeljni pogoj pa je javno razpravljanje. Najpomembnejši ni (trenutni) rezultat, ampak družbene okoliščine, ki spodbujajo javno razpravo. (3) Oblastno posredovanje v sferi množičnega komuniciranja lahko zelo hitro pomeni

kršitev pravic svobodnega izražanja in svobode medijev. Če bi dobila politična oblast pravico presojati kakovost novinarskega dela (objektivnost, raznovrstnost ...) na podlagi (»neodvisnih«) raziskav, potem ni razloga, da ne bi imela tudi pravice presojati (preverjati) kakovost dela sodnikov, profesorjev, zdravnikov ... Zgodba, ki jo je pred poldrugim stoletjem zapisal Marx (1842/1974) o paternalizmu predstavnikov plemstva v renkem deželnem zboru, se (je) ponavlja(-la) tudi v mnogih postsocialističnih državah, kjer so vlade (s cenzuro) poskušale nadzorovati medije, češ da še niso ustrezno usposobljeni za demokracijo.

Praktična vrednost medijske raznovrstnosti je za vladno medijsko politiko majhna ali nikakršna, pomembna pa je iz dveh drugih perspektiv: (1) kritične teorije in (2) javne intervencije raziskovanja s pozicije civilne družbe. Za oblikovanje medijske politike je smiselno le procesno usmerjeno raziskovanje dostopa do medijev ob spoznanih značilnostih politične kulture in posebej kulture političnega komuniciranja, ki ni neposredno povezano z vsebino medijev in je zaradi večje formalnosti lahko tudi objektivnejše, predvsem pa neposredno zadeva družbene okoliščine, ki omogočajo ali preprečujejo doseganje medijske raznovrstnosti skozi javno razpravo.

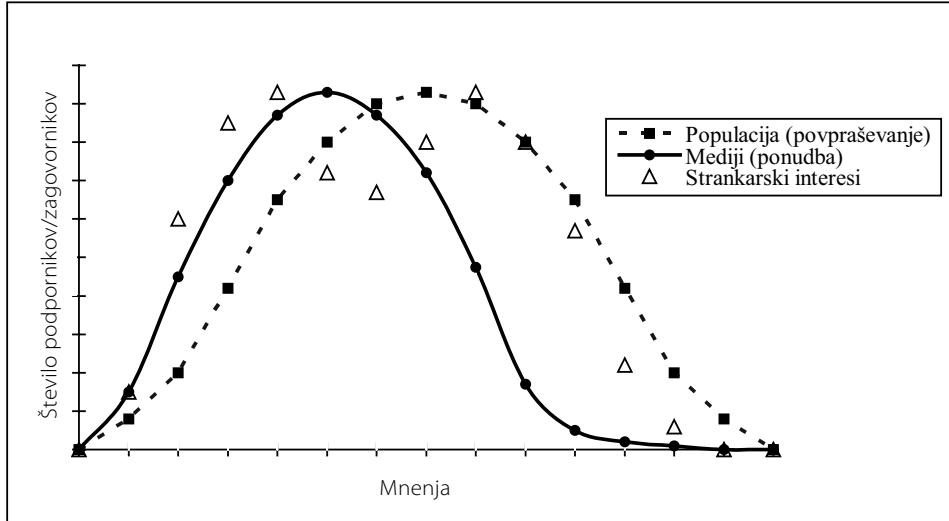
Značilnosti, ki jih uporabljamo za indikatorje raznovrstnosti, so tudi indikatorji splošne vsebinske usmerjenosti dnevnikov, s katerimi lahko merimo realizacijo uredniških politik, in uporabni kriteriji za primerjavo oz. ugotavljanje skladnosti preferenc bralskih krogov z vsebinsko in oblikovno usmerjenostjo časopisov.

Z medijsko raznovrstnostjo razumemo različnost medijskih vsebin glede na eno ali več specifičnih značilnosti. Politična usmerjenost, ki je zlasti med politiki videti edina pomembna specifična značilnost, je samo ena izmed mnogih. Splošneje je mogoče reči, da je raznovrstnost »stopnja, do katere se vsebine medijev /.../ razlikujejo po enem ali več kriterijih« (van Cuilenburg 2000), pri čemer je od specifičnih okoliščin in interesov odvisno, kateri kriteriji so (videti, upoštevani kot) bistveni. Tabela 1 razkriva, kako težavno je določiti bistvene kriterije in na njihovi podlagi presojati (ne)zadostnost razlik, s katerimi je določena raznovrstnost. Če primerjamo področja delovanja akterjev, o katerih so poročali slovenski dnevni časopisi v obdobju 1990–2005, ugotovimo, da je skoraj polovica vsebin (razen v *Slovenskih novicah*) analiziranih prispevkov namenjena politiki (in izrazito notranji politiki), nekaj več kot polovica pa vsem drugim 18 (!) področjem, med katerimi jih 12 ostaja z manj kot tremi odstotki vseh enot analize.

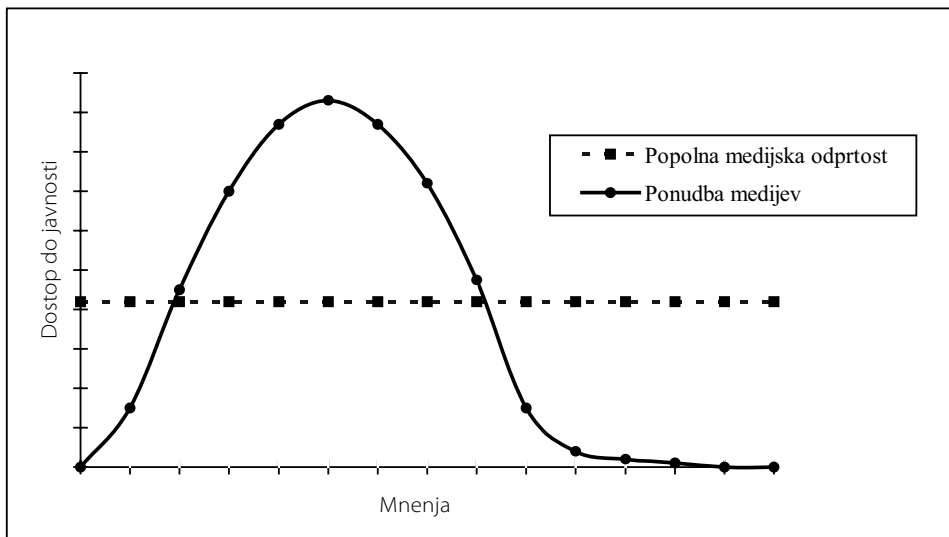
Raznovrstnost je tako empiričen kot tudi normativen pojem. V empiričnem smislu lahko govorimo o odrazni (angl. *reflexive*) ali reprezentativni raznovrstnosti, torej medijski raznovrstnosti, ki zrcali/predstavlja razlike v interesih, prepričanjih, političnih preferencah in potrebah državljanov/občinstev, ki povprašujejo na medijskem trgu. Shematično jo predstavlja slika 1. Populacijska krivulja predstavlja tematske in mnenjske preference oz. naklonjenost ljudi, medijska krivulja pa prednostne teme in uredniška mnenja medijev. V idealnem primeru, ko bi se preference ljudi in medijev popolnoma ujemale, bi se krivulji prekrivali. Toda v praksi vedno obstajajo značilna odstopanja od prekrivanja, ker je večina medijev usmerjena k povprečnemu prejemniku, zaradi česar prihaja do homogenizacijskega pritiska: temam, ki so samo ali predvsem v interesu manjših delov prebivalstva, in manjšinskim stališčem se mediji izogibajo, saj bi zaradi njih prej izgubljali kot pridobivali bralce, gledalce in poslušalce.

Po drugi strani tudi popolna reprezentativna raznovrstnost negira odprtost za raznovrstnost idej, ki nimajo velike družbene (politične) podpore, medtem ko popolna odprtost podcenjuje večinske usmeritve na račun družbenih manjšin.

Slika 1: Medijska raznovrstnost v odnosu do preferenc prebivalstva in političnih strank (hipotetično)



Slika 2: Medijska raznovrstnost in odprta raznovrstnost



V raziskavi o kulturah političnega komuniciranja so tako politiki kot novinarji ideji reprezentativne raznovrstnosti medijev izkazali vsaj relativno naklonjenost povsod razen na Švedskem, kjer jo večina zavrača. Očitna pa je razlika med srednjeevropskimi (Avstrijo, Nemčijo, Slovenijo in Švico) ter skandinavskimi državami (Dansko, Finsko in Švedsko); v prvih je ideja reprezentativne raznovrstnosti

Tabela 1: Področja delovanja akterjev, o katerih so poročali slovenski dnevniki v letih 1990–2005 (v odstotkih glede na vsebino prvih treh in zadnje strani)*

Področje delovanja	Časopis							Skupaj
	Delo	Slovenske novice	Dnevnik	Večer	Slovenec	Republika	Primorske novice	
gospodinjstvo	5,1	20,6	7,5	9,0	7,8	6,8	7,3	7,9
gospodarske dejavnosti	13,5	6,7	12,5	10,3	12,2	9,3	17,2	12,1
šolstvo	1,4	,3	1,7	,8	2,6	1,2	1,1	1,3
znanost, stroka	1,2	1,0	1,7	1,8	1,9	1,4	2,8	1,5
zdravstvo	1,5	1,7	1,9	1,3	,9	1,2	1,3	1,5
socialno in pokojninsko varstvo	,2	,2	,6	,2	,3	,5	,2	,3
kultura**	5,4	9,5	4,5	7,0	5,4	5,9	10,6	6,2
šport	1,7	6,7	1,9	2,7	1,2	,8	2,1	2,4
ekološka dejavnost	,1	,3	,2	,2		,3	,5	,2
zaščita in reševanje	,2	2,0	,4	,8	,1	,1	,6	,5
civilna družba, interesne skupine	3,9	1,3	2,6	3,7	3,4	2,3	3,5	3,3
politične skupnosti	2,4	,7	2,3	2,0	2,5	1,5	1,6	2,1
marginalne skupine	,9	,2	1,5	,8	1,7	2,2	1,8	1,1
katoliška cerkev	1,2	1,3	1,3	,9	2,6	,6	2,4	1,3
druge cerkve	,2	,3	,3	,3	,6	,5	,2	,3
politika	46,1	20,1	41,9	38,8	42,9	48,2	32,8	41,1
javna uprava	11,6	10,9	12,3	12,6	11,9	14,5	9,1	11,8
nelegalna dejavnost	2,6	15,0	3,7	6,4	1,5	2,0	3,0	4,6
mediji	,7	1,0	1,2	,6	,5	,6	2,0	,8
N =	17819	3745	6345	7056	1744	1549	1771	40029

* Vzorec in enote analize so opisani v nadaljevanju članka.

** Ta kategorija vključuje umetnost, kulturo, naravno in kulturno dediščino ter razvedrilo.

deležna večinske podpore, medtem ko ima na severu le malo več zagovornikov kot nasprotnikov (ki so v večini na Švedskem). Podobno kot novinarji in politiki so ji naklonjeni tudi slovenski državljani, naključno izbrani pri telefonskem anketiranju, in državljani, ki so sodelovali pri anketiranju v spletu (tabela 2).²

Tabela 2: Deleži (ne)strinjanja s trditvijo »V demokraciji je naloga medijev, da dajo besedo različnim družbenim skupinam sorazmerno z njihovo pomembnostjo med novinarji, politiki in državljani (v odstotkih)

	Novinarji	Politiki	Državljeni – telefonska anketa	Državljeni na spletu
1 – sploh se ne strinjam	14,6	6,0	5,2	11,2
2	11,1	11,2	8,8	12,3
3	16,0	29,9	22,9	17,8
4	28,5	34,3	37,6	24,3
5 – popolnoma se strinjam	29,9	18,7	25,5	34,5
N =	147	144	331	383

Normativno pojmovanje postavlja medijsko raznovrstnost zunaj območja empirične uporabe medijev. Da bi dosegli enako začetno verjetnost za uveljavitev vseh različnih individualnih mnenj in s tem praktično uveljavili temeljni pogoj pravice (do) komuniciranja, da bi torej preprečili pojavljanje pristranosti in negativnih stereotipov (pedsodkov), morajo množični mediji izražati različna mnenja in ideje enakopravno, ne glede na delež pristašev med prebivalstvom. Medtem ko reprezentativna raznovrstnost udejanja načelo enakega dostopa vseh ljudi do medijev, pa odprta raznovrstnost udejanja načelo enakega dostopa vseh (različnih) idej do medijev: različne ideje naj bi bile enako, statistično uniformno predstavljene v medijih, kot ponazarja krivulja popolne medijske odprtosti na sliki 2. S tako rešitvijo naj bi se po Brighousu (1995) udejanjilo načelo pravičnega trga idej. Z regulacijo naj bi bila vsakemu mnenju oz. vsaki odločitveni možnosti – ne pa posamezniku ali kolektivnemu mnenjskemu akterju – zagotovljena enaka količina časa oz. prostora v medijih. To je seveda idealizacija, saj je v praksi mogoče dodeljevati čas ali prostor samo delujočim subjektom, npr. političnim organizacijam ali interesnim skupinam, ki bi dejansko organizirale alokacijo prostora in časa posameznim zadevam. Če bi torej posamezne stranke ali skupine imele enako mnenje, bi bile skupaj – ne glede na velikost članstva – upravičene samo do ene enote časa ali prostora v medijih. Model pravičnega trga idej je poskus ločevanja procesov oblikovanja in izražanja mnenj v javni razpravi od temeljnih neenakosti državljanov, ki jim onemogočajo, da bi imeli enake možnosti vplivanja na javne zadeve. V osnovi Brighousova ideja ni kaj posebno novega, saj so že na začetku stoletja nastajali podobni predlogi v ZDA in Evropi. Da pa bi zakonska regulacija učinkovito in skladno z namenom usmerjala delovanje, mora temeljiti na realističnih predpostavkah, in tu se začnejo težave. Predpostavke modela pravičnega trga idej – zahtevalo bi preveč prostora, če bi jih tu hoteli obravnavati – so žal nerealne.

Tako razumevanje raznovrstnosti zavrača ideološko zamrznjene kriterije objektivnosti v smislu nekakšnega objektivnega predstavljanja delovanja in stališč politične pozicije in opozicije. Pri taki zahtevi v resnici sploh ne gre za objektivnost, ampak za zvajanje odrazne raznovrstnosti na zrcaljenje in zadovoljevanje interesov političnih strank, kot hipotetično kaže bimodalna krivulja strankarskih interesov (vladajočih in opozicijskih strank) na sliki 1. Vsaj nenavadno bi bilo zahtevati od medijev, da morajo objektivno predstavljati delovanje in stališča političnih strank, ki same k objektivnosti niso zavezane, in to naj bi bil celo edini vsebinski kriterij

pluralnosti. Taka zahteva očitno postavlja medije v transmisijsko vlogo v odnosu do strank, okrnjeno avtonomijo pa nagrajuje z državnimi subvencijami. Seveda je intervencionizem tudi v (ideološki) opreki s prepričanjem sodobnih (zlasti konservativnih) strank, da prav trg, torej svobodna konkurenca, zagotavlja pluralnost medijev.

Vendar pri objektivnosti niti ne gre predvsem za praktično vprašanje. Objektivnost zaradi teoretske kompleksnosti in protislovnosti ne more biti kriterij praktičnega presojanja brez ustrezne operacionalizacije. Odsotnost operacionalizacije namreč omogoča oz. celo povzroča popolnoma voluntaristično presojanje. Poglejmo samo nekatere pojmovne razsežnosti objektivnosti, ki jih lahko zasledimo v razpravah o medijih in novinarstvu. Ključnega pomena je spoznanje, da objektivnost (s)poročanja ne zadeva samo dejstev, ampak tudi vrednote, in da imajo dejstva tudi vrednostne posledice. Na dejstveni ravni zahteva po objektivnosti (lahko) pomeni preverljivost poročanja, ločenost poročanja od komentiranja, točnost poročanja in izčrpnost obravnave (celote, in ne le dela). Objektivnost na dejstveni ravni vključuje tudi relevantnost, ki ne zadeva načina predstavljanja, ampak selekcijo dejstev: mediji naj poročajo o dejstvih, ki so za družbo/naslovnike najpomembnejša, torej predvsem o javnih zadevah. Na ravni vrednotenja objektivnost pomeni predvsem nepristranskost: na eni strani uravnoteženost (enako pozornost nasprotnim pogledom, mnenjem, strankam ...), na drugi pa nevtralnost (brez komentiranja). Če k temu dodamo še vprašanje specifičnih okvirov poročanja (angl. *framing*), med katerimi se odločajo novinarji in uredniki, je očitno, da so zahteve po objektivnosti poročanja ali (celo) objektivnosti obravnave ideološko določene.

Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi

Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi (angl. *Political Communication Cultures in Western Europe*) je primerjalna raziskava, katere cilj je analizirati odnos med političnimi elitami in mediji v devetih državah zahodne Evrope: v Avstriji, na Danskem in Finskem, v Franciji, Nemčiji in Sloveniji, na Švedskem, v Švici in Španiji. Projekt, ki se je začel leta 2006 in se končuje leta 2010, poteka pod okriljem programa Evropske znanstvene fundacije EUROCORES, v njem pa sodelujejo raziskovalci univerz v Innsbrucku, Roskildu, Helsinkih, pariške Sorbonne, berlinske Freie Universität ter univerz v Ljubljani, Halmstadu, Zürichu in Barceloni. Temeljni cilj je raziskati stališča, norme in vrednote, ki določajo razmerja med ključnimi političnimi akterji in novinarji ter s tem prispevati k razkrivanju osnovnih vzorcev političnega komuniciranja v zahodnih demokracijah. Usmeritve akterjev v političnem komuniciranju so konceptualizirane kot politična kultura komuniciranja, ki je del splošne politične kulture v državi. V celoti torej lahko te usmeritve obravnavamo kot kulturo političnega komuniciranja posamične države.

Vsaka država naj bi imela značilno (dominantno) kulturo političnega komuniciranja v pomenu norm, ki usmerjajo interakcije med političnimi akterji in političnimi novinarji, povezano s specifičnim nacionalnim kontekstom, ki se izraža tudi v posebnostih političnega in medijskega sistema. V skladu s ključno hipotezo raziskave, da značilnosti medijev in političnih sistemov vplivajo na kulturo političnega komuniciranja, je cilj projekta določiti značilne vrste kulture političnega komuniciranja na podlagi odkritih podobnosti in razlik med državami, vključenimi v raziskavo.

Načrt raziskave in metode

Za merjenje mnenj, zaznav, vrednotenj in vzorcev (profesionalnega) vedenja v raziskavo vključenih akterjev smo razvili anketni vprašalnik, ki omogoča sistematičen opis in primerjavo strukturnih značilnosti sistemov političnega komuniciranja, o katerih lahko sklepamo na podlagi spoznanj, vrednotenj in pričakovanj ključnih akterjev političnega komuniciranja.

Po načrtu vzorca naj bi v vsaki državi v raziskavi sodelovalo 300 respondentov, ki predstavljajo elito v nacionalnem političnem komuniciranju: 150 politikov, izbranih iz vlade, parlamenta (vključno z evropskim), političnih strank, politične administracije, interesnih skupin ter njihovih predstavnikov za odnose z javnostmi in komunikacijskih svetovalcev ter 150 novinarjev, ki poročajo o politiki za najpomembnejše nacionalne medije (dnevne časnike, politične revije, televizijske in radijske postaje, tiskovne agencije in spletne medije), in medijskih urednikov. Ker naj bi na obeh straneh v vzorec vključili najpomembnejše odločevalce in mnenjske voditelje, smo elite določili s položajnim pristopom, tj. najprej izbrali najvišje položaje znotraj izbrane organizacije. Respondentom je bila zagotovljena anonimnost.

V Sloveniji je anketiranje potekalo od konca novembra 2008 do konca marca 2009. Anketiranci so bili najprej pisno obveščeni o poteku in namenu raziskave, v pismu pa so prejeli tudi naslov spletne strani in svojo osebno kodo za izpolnjevanje spletnega vprašalnika. Vendar so lahko izbrali tudi drugačen način izpolnjevanja vprašalnika; če so želeli, smo jim poslali natisnjen vprašalnik ali pa smo anketiranje izvedli po telefonu.

V Sloveniji so bili v vzorec politikov izbrani poslanci v Državnem zboru Republike Slovenije in Evropskem parlamentu, člani vodstev parlamentarnih političnih strank in sindikatov ter župani in podžupani mestnih občin. V vzorec novinarjev so bili zajeti člani Društva novinarjev Slovenije, ki kot novinarji in uredniki poročajo (izključno ali pogosto) o politiki, ter uveljavljeni novinarji, ki niso člani društva.

V Sloveniji so bili v vzorec politikov izbrani poslanci zadnjih dveh sklicev Državnega zbora Republike Slovenije in Evropskega parlamenta (povabljenih 139, sodelovalo 46), člani vodstev parlamentarnih političnih strank (153 : 77) in sindikatov (20 : 13), župani in podžupani mestnih občin (35 : 5) ter predstavniki za stike z javnostjo v političnih strankah in poslanskih skupinah (povabljenih 13, sodelovalo 11). V vzorec novinarjev so bili zajeti člani Društva novinarjev Slovenije, ki kot novinarji in uredniki poročajo (izključno ali pogosto) o politiki, ter uveljavljeni novinarji, ki niso člani društva. Realizacija vzorcev je bila med politiki 41,6-odstotna, med novinarji pa 21-odstotna (kasneje so bil izločeni tisti, katerih delovno področje ni politika).

Posebnost slovenskega dela projekta je v tem, da smo v raziskavo edini vključili tudi državljane. Računalniško podprto telefonsko anketiranje smo opravili s 350 naključno izbranimi polnoletnimi državljani (realizacija vzorca je bila 31-odstotna), na portalih *Dela*, *Dnevnika* in *24ur.com* pa smo odprli spletno anketiranje, v kateri so lahko sodelovali obiskovalci spletnih strani po svojem izboru (spletni vprašalnik je izpolnilo 385 obiskovalcev treh portalov).

Vprašalnik je obsegal vprašanja o štirih osnovnih problemskih sklopih, med katerimi so:

- (1) stanje in problemi sistema političnega komuniciranja,
- (2) značilne strategije in operacije v medijski produkciji novic,

- (3) odnosi med novinarji in politiki,
- (4) politična usmerjenost akterjev in njihove profesionalne vloge.

Da bi zagotovili možnost primerjave ocen in usmerjenosti tako med različnimi skupinami akterjev znotraj posamične države kot tudi med državami, je bil največji del vprašalnika sestavljen iz vprašanj z zaprtimi odgovori. Posebna pozornost je bila namenjena zagotavljanju ekvivalentnosti vprašanj in možnih odgovorov v sedmih jezikih.

Tabela 3: Deleži anketiranih slovenskih novinarjev, politikov in državljanov, ki imajo poklicne izkušnje z delom v politiki in novinarstvu (v odstotkih glede na anketirance, ki so odgovorili na vprašanje)

Imam poklicne izkušnje z delom v:	Novinarji	Politiki	Državljeni – telefonska anketa	Državljeni na spletu
politiki	11,3	100,0	6,6	22,9
novinarstvu	100,0	20,1	4,1	28,5
N =	145	139	349	371

Tabela 4: Število dobrih znancev ali prijateljev, ki jih imajo novinarji med politiki in politiki med novinarji (v odstotkih)

Število znancev ali prijateljev	imajo novinarji med politiki	imajo politiki med novinarji
1	15,1	8,1
2	12,3	14,1
3	19,2	13,1
4	4,1	15,2
5	23,3	22,2
6-10	19,2	19,2
več kot 10	6,9	8,1
N =	149	127

Čeprav se politiki in novinarji glede na svoj položaj v političnem komuniciranju in političnem sistemu precej razlikujejo, pa rezultati raziskave kažejo, da se v mnenjih pogosto ujemajo. Vzrok lahko po eni strani iščemo v tem, da politika in novinarstvo nista medsebojno izključni dejavnosti (profesiji), ampak med njima potekajo intenzivni procesi horizontalne mobilnosti. Kot kaže tabela 3, ima pomemben delež politikov poklicne izkušnje z novinarstvom, pa tudi novinarjev s politiko. Po drugi strani pa je razlog za razmeroma visoko stopnjo soglasja politikov in novinarjev v tem, da socialna in prijateljska omrežja sekajo profesionalne elite, kot kaže tabela 4. Vključenost novinarjev v socialna omrežja politikov in vključenost politikov v socialna omrežja novinarjev sta v Sloveniji skoraj povsem simetrični in zelo visoki, tako rekoč incestni, saj noben novinar in noben politik nimata vsaj enega prijatelja ali dobrega znanca iz druge elitne skupine. V drugih evropskih državah je najmanj tretjina novinarjev in politikov brez prijateljev/znancev iz druge profesionalne skupine; na Danskem je ta delež celo 60,5- in na Švedskem 56-odstoten.

Medtem ko so videti odgovori novinarjev in politikov presenetljivo podobni, pa je – na prvi pogled – še presenetljiveje, kako različni so odgovori naključno izbranih anketirancev v telefonski raziskavi in odgovori državljanov v spletu – obiskovalcev medijskih spletnih strani, na katerih so se sami odločili izpolniti anketni vprašalnik. Vendar je pojasnitev precej preprosta, kot kaže tabela 3: polovica obiskovalcev medijskih spletnih strani ima poklicne izkušnje z delom v novinarstvu in (ali) politiki. Ne preseneča torej, da so pri večini spremenljivk njihovi odgovori bliže odgovorom politikov in novinarjev kot sodržavljanov, ki so sodelovali pri telefonskem anketiranju.

Raznovrstnost in politična usmerjenost slovenskega dnevnega tiska 1990–2005

Druga raziskava, katere delni preliminarni rezultati so predstavljeni v tej številki *Javnosti – The Public*, poleg ugotavljanja splošnih sprememb v vsebinski in oblikovni zasnovi dnevnikov išče odgovore na naslednja raziskovalna vprašanja:

(1) Katere so temeljne značilnosti obravnavanja oz. razpravljanja o političnih zadevah v slovenskih dnevnikih (kdo so ključni politični akterji; kako se spreminja pojmovanje skupnega interesa in demokracije; kako pogosto so v časopisih izpostavljeni mnenjski konflikti; kako so v različnih časovnih obdobjih določene meje razpravljanja; kako pogosto se kaže odklanjanje razprave o kaki politični zadevi)?

(2) Kolikšno stopnjo (ne)zaupanja izražajo mediji v politične in družbene akterje (stranke, parlament, vojsko, policijo, cerkev ...) in kako odražajo (ne)zaupanje državljanov v politični sistem?

(3) Kolikšna je stopnja soglasja o tem, o katerih glasovih oziroma političnih mnenjih je treba poročati (kateri so ključni uradni viri, prepoznavnost virov, stopnja kritičnosti uporabe uradnih virov)? Kdaj drugi mediji nastopajo kot viri; kako se je spreminjal odnos do svetovnega spleta?

(4) Katere tematike se v različnih časovnih obdobjih postavljajo kot najpomembnejše (prednostne teme) in katere kot najrelevantnejše za oblikovanje slovenske identitete?

(5) V kolikšni meri je (ne)raznovrstnost vsebin povezana z dostopom različnih akterjev (posameznikov in skupin, ki se pojavljajo kot viri informacij) do časnikov? Kakšna je vloga pisem bralcev in drugih prispevkov, ki vključujejo bralce (intervjujev, poizvedb)?

(6) Kolikšen pomen se pripisuje javnemu mnenju (npr. kako pogosto se na javno mnenje sklicujejo različni politični akterji)? Katere teme so predmet javnomnenjskih poizvedb in v kakšnem odnosu so do siceršnjih ključnih tem dnevnikov?

(7) Kako se spreminja uporaba vizualnih sredstev za predstavitev obravnavanega dogodka ali problema in za pritegnitev pozornosti (fotografij, slik, skic, zemljevidov, svetovnega spleta)?

Vzorec in izvedba analize

V raziskavo so bili vključeni vsi slovenski informativno-politični dnevnik, ki so izhajali v obdobju 1990–2005, torej tudi tisti, ki danes ne izhajajo več. Posebej zanimivo je prav vprašanje vsebinskih razlik med dnevniki, ki so se obdržali na trgu, in dnevniki, ki jim to ni uspelo.

V raziskavi smo se odločili za rotacijski časovni vzorec, tako da je bila za analizo izbrana vsaka petnajsta številka dnevnika v vsakem izmed izbranih štirih

let (1990, 1995, 2000, 2005), skupaj torej 96 števil vsakega dnevnika, ki je izhajal v celotnem šestnajstletnem obdobju. Tak vzorec zagotavlja reprezentiranost časopisnih specifik, vezanih na določen dan v tednu (npr. ponedeljek vs. petek) ali določen mesec ter odsotnost sistematične napake (kot je privilegiranje določenih dni v tednu ali določenih mesecev), kar je pogoj veljavnosti raziskave. Seveda pa posebej ne upošteva specifičnih (pomembnih) dogodkov (npr. volitev, izbruha politične afere).

Enota analize je bila z dvema spremenljivkama (virom in akterjem) določena kot del prispevka, ki ima specifičnega akterja ali stališčni predmet (nekaj ali nekoga, o čemer/komer vir (bodisi preverljiv bodisi nepreverljiv, gl. tabelo 6) govori ali ga predstavlja na sliki, lahko tudi abstraktni pojem/predmet, npr. kapitalizem); ko se bodisi vir bodisi stališčni predmet spremeni, imamo novo enoto.

Tabela 5: Število in delež analiziranih enot v posameznih dnevnikih v obdobju analize

Časopis	Leto				Skupaj
	1990	1995	2000	2005	
<i>Delo</i>	5252	4599	3702	4459	18012
	59,3%	35,7%	50,5%	37,9%	44,1%
<i>Slovenske novice</i>	--	991	1026	1872	3889
	--	7,7%	14,0%	15,9%	9,5%
<i>Dnevnik</i>	1953	1819	1206	1631	6609
	22,0%	14,1%	16,5%	13,9%	16,2%
<i>Večer</i>	1658	2126	1390	2002	7176
	18,7%	16,5%	19,0%	17,0%	17,6%
<i>Slovenec</i>	--	1784	--	--	1784
	--	13,8%	--	--	4,4%
<i>Republika</i>	--	1575	--	--	1575
	--	12,2%	--	--	3,9%
<i>Primorske novice</i>	--	--	--	1812	1812
	--	--	--	15,4%	4,4%
N =	8863	12894	7324	11776	40857
Delež	21,7%	31,6%	17,9%	28,8%	100,0%

Analizirane so bile prve tri in zadnja stran vsakega izbranega izvoda dnevnika. Analizo je v intervalih med leti 2003 do 2009 izvajalo 31 posebej usposobljenih analitikov. Povprečna zanesljivost dvojic analitikov v določanju enot analize in vrednosti vseh spremenljivk na izbranih enotah, merjena s Pearsonovim korelacijskim koeficientom, je bila $r = 0,853$. Korelacijski koeficienti med vsemi dvojicami analitikov so bili statistično značilni ($p < 0,01$).

V celoti je bilo od skupno 40.857 analitičnih (pomenskih) enot 18,2 odstotka objavljenih na prvi strani, 33,9 odstotka na drugi, 29,8 na tretji in 18,1 odstotka na

zadnji strani. Naključno izbrani prispevek je povprečno vključeval tri analitične enote; 53 odstotkov prispevkov je imelo tri analitične enote ali manj, največ (24,1 odstotka) pa samo eno enoto. Velikost analitične enote je variirala od enega stavka (40,1 odstotka enot) do več kot enega odstavka (23,5 odstotka enot). Ne upoštevaje fotografij in druge grafične opreme, je bila po površini polovica prispevkov (51,7 odstotka) manjša od osmine strani. Večina analiziranih prispevkov (81,2 odstotka) je bila po novinarski zvrsti informativnih.

Analiza besedil vključuje 26 spremenljivk, s katerimi je operacionaliziranih sedem prej zapisanih raziskovalnih vprašanj; večina spremenljivk se nanaša na značilnosti in dejavnosti akterja (delujočega posameznika, skupine, organizacije, države ...), ki je obravnavan v prispevku, naslednja pomembna skupina spremenljivk pa na naravo novinarske obravnave, ki naj bi omogočala – vsaj posredno – sklepanje o kakovosti novinarske obravnave. Že ob analizi raznovrstnosti, ki je posebna vrsta ocenjevanja kakovosti, se je pokazalo, kako težko in problematično je določiti indikatorje medijske kakovosti. Še težja je teoretska konceptualizacija medijske kakovosti, ki so jo Rosengren in sodelavci (1991) opredelili s štirimi dimenzijami kot (1) deskriptivno kakovost, ki naj bi merila stopnjo reprezentiranja dejanskosti v medijih; (2) uporabno vrednost za pošiljatelja, ki naj bi merila uresničevanje ciljev pošiljateljev; (3) uporabno vrednost za prejemnika, ki naj bi merila stopnjo zadovoljitve potreb prejemnikov in (4) profesionalno kakovost, ki naj bi ugotavljala stopnjo uveljavljanja profesionalnih standardov in norm.

Tabela 6: Povečevanje preverljivosti virov v slovenskih dnevnikih v obdobju 1990–2005 (v odstotkih enot analize)

Preverljivost vira	Leto				Skupaj
	1990	1995	2000	2005	
preverljiv vir	61,0	62,6	68,4	71,7	65,9
nepreverljiv, delno razviden vir	24,7	25,2	20,9	19,0	22,5
nepreverljiv in nerazviden vir	14,4	12,2	10,6	9,2	11,5
N =	8.863	12.893	7.324	11.776	40.856

Tabela 7: Derutinizacija poročanja v slovenskih dnevnikih v obdobju 1990–2005 (v odstotkih enot analize)

Narava obravnavanega dogodka	Leto				Skupaj
	1990	1995	2000	2005	
psevdo dogodek	28,9	26,0	25,3	26,4	26,6
rutinski dogodek	39,8	36,8	34,5	31,4	35,5
spontani dogodek	19,0	18,7	18,9	19,7	19,1
novinarski dogodek	12,3	18,5	21,3	22,5	18,8
N =	8.848	12.879	7.310	11.765	40.802

Določitev indikatorjev za te štiri razsežnosti kakovosti medijev/novinarstva je – zlasti, vendar ne izključno pri drugi in tretji razsežnosti – izrazito določena

z družbenim in s političnim okoljem oz. politično kulturo in z interesi, s čimer je pojem medijske kakovosti močno relativiziran in zelo subjektiven. Problem ostaja nerazrešen tudi, ko gre za profesionalno kakovost, kar ilustrirata primera (ne)preverljivosti virov in narava novinarske obravnave. Medtem ko ni sporno, da se kakovostno novinarstvo samo v izjemnih okoliščinah lahko sklicuje na nepreverljive ali celo nerazvidne vire, da bi jih npr. zaščitilo pred morebitnimi negativnimi sankcijami (npr. v preiskovalnem novinarstvu), je vprašanje narave novinarske obravnave mnogo tesneje povezano z uporabno vrednostjo poročanja in časopisa v celoti za založnike, urednike, novinarje in bralce. Kot kaže tabela 6, se v slovenskih dnevnikih delež nepreverljivih virov zmanjšuje, kar gre v prid povečani kakovosti.

Derutinizacijo poročanja, ki jo zasledimo v slovenskih dnevnikih v analiziranem petnajstletnem obdobju – tj. zmanjšanje števila sporočil, ki poročajo o rutinskih, vnaprej napovedanih dogodkih –, sicer lahko podobno kot preverljivost štejemo za prispevek k višji kakovosti novinarstva, toda na operacionalni ravni nastanejo težave z določanjem dopustnega (primernega) deleža rutinskih dogodkov (najnižji – dvakrat nižji od povprečja – delež rutinskih dogodkov zasledimo v tabloidnih *Slovenskih novicah*, samo 18,8 odstotka). Zmanjševanje deleža rutinskih dogodkov spremlja povečevanje deleža novinarskih dogodkov, ki nastanejo kot plod novinarjevega dejavnega iskanja informacij ali analize (npr. preiskovalno novinarstvo, komentarji, intervjuji), kar je spet značilno tako za resni informativno-politični kot za tabloidni tisk (*Slovenske novice* imajo z 42 odstotki tudi najvišji delež novinarskih dogodkov). Še težje bi kot čisti indikator kakovosti obravnavali delež spontanih, nepričakovanih dogodkov, ki se v petnajstletnem obdobju v Sloveniji v povprečju ves čas giblje na ravni tik pod 20 odstotki. Vse to so lahko – skladno z van Cuienburgovo definicijo raznovrstnosti – veljavni indikatorji raznovrstnosti, vendar povsem neuporabni kriteriji za medijsko politiko in (ali) regulacijo.

Poudariti je torej treba, da sta bili raziskavi, katerih delni izsledki so predstavljene v nadaljevanju, zasnovani predvsem z namenom, da bi s podatki, zbranimi v obliki odgovorov na vprašanja in v analizi besedil, osvetlili – če ne tudi pojasnili – odnose med novinarji in političnimi akterji in s tem prispevali k razkrivanju osnovnih vzorcev političnega komuniciranja, nikakor pa ne poskušali ocenjevati kakovosti novinarstva ali prispevati k regulaciji teh odnosov. Morda prav v tem tudi tiči vzrok, da obsežni in zahtevni raziskavi nista bili deležni institucionalnega financiranja; brez sodelovanja generacij dodiplomskih in podiplomskih študentov komunikologije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani ju zato ne bi mogli izvesti.

Opombi

1. Slovenija se po zelo nizkem znanem vplivu »rumenega tiska« na politiko bistveno razlikuje od drugih držav, kjer tabloidi ne zaostajajo bistveno za kakovostnim tiskom; podobno nizko kot v Sloveniji je njihov vpliv ocenjen le na Švedskem.
2. Informacija o vzorcih in poteku zbiranja podatkov je predstavljena v nadaljevanju.

Literatura

- Brighouse, Harry. 1995. Political Equality and the Funding of Political Speech. *Social Theory and Practice* 21, 3, 473–500.
- McQuail, Denis. 1994. *Mass Communication Theory*. London: Sage.

- Marx, Karl. 1842/1974. Die Verhandlungen des 6. rheinischen Landtags: Debatten über Pressefreiheit und Publikation der Landständischen Verhandlungen. V: *Marx-Engels Werke*, 1, 28–77. Berlin: Dietz Verlag.
- Mill, John S. 1859/1974. *On Liberty*. Harmondsworth: Penguin.
- Rosengren, Karl Erik, Mats Carlsson in Yael Tagerud. 1991. Quality in Programming: Views from the North. *Studies of Broadcasting* 27, 21–80.
- Splichal, Slavko. 2009. »New« Media, »Old« Theories: Does the (National) Public Melt into the Air of Global Governance? *European Journal of Communication* 24, 4, 391–405.
- van Cuilenburg, Jan. 2000. Media Diversity in a Competitive European Media Market. Referat na konferenci ESF Changing Media – Changing Europe, Il Ciocco, avgust 2000.

Priloga: Vzorec analiziranih števil slovenskih dnevnikov

1990	Delo, Dnevnik, Večer
1995	Delo, Dnevnik, Večer, Slovenske novice, Republika, Slovenec
2000	Delo, Dnevnik, Večer, Slovenske novice
2005	Delo, Dnevnik, Večer, Slovenske novice, Primorske novice

1990	PON	TOR	SRE	ČET	PET	SOB
JAN	8	23				
FEB			7	22		
MAR					9	24
APR	9	24				
MAJ			9	24		
JUN					8	23
JUL	9	24				
AVG			8	23		
SEP					7	22
OKT	8	23				
NOV			7	22		
DEC					7	22

1995	PON	TOR	SRE	ČET	PET	SOB
JAN	9	24				
FEB			8→9*	23		
MAR					10	25
APR	10	25				
MAJ			10	25		
JUN					9	24
JUL	10	25				
AVG			9	24		
SEP					8	23
OKT	9	24				
NOV			8	23		
DEC					8	23

*Zaradi praznika spremenjeno.

2000	PON	TOR	SRE	ČET	PET	SOB
JAN	10	25				
FEB			9	24		
MAR					10	25
APR	10	25				
MAJ			10	25		
JUN					9	24
JUL	10	25				
AVG			9	24		
SEP					8	23
OKT	9	24				
NOV			8	23		
DEC					8	23

2005	PON	TOR	SRE	ČET	PET	SOB
JAN	10	25				
FEB			9	24		
MAR					11	26
APR	11	26				
MAJ			11	26		
JUN					10	25→27*
JUL	11	26				
AVG			10	25		
SEP					9	24
OKT	10	25				
NOV			9	24		
DEC					9	24

*Zaradi praznika spremenjeno.

NORMATIVNE VRSTE NOVINARSTVA IN POROČANJE O POLITIKI SKOZI OPTIKO SLOVENSКИH NOVINARJEV, POLITIKOV IN DRŽAVLJANOV

IGOR VOBIČ

Povzetek

Članek preučuje družbeno določenost normativnih predpostavk novinarstva skozi optiko novinarjev, politikov in državljanov, pri čemer se osredinja na sodobne politične, ekonomske in kulturne dinamike slovenskega novinarskega in medijskega okolja. Glede na storitve, ki jih novinarji nudijo svojim odjemalcem, in hkrati glede na različne primarne funkcije novinarjev v družbi s pregledom literature prepoznavamo pet normativnih vrst novinarstva: *mediativno, odvetniško, razsvetljsko, razvedrilno* in *komunitaristično*.

Razpravo o tipih novinarstva uokvirjamo s ponovnim preišljevanjem občutnih transformacij v odnosu med državo, civilno družbo in mediji, ki so v Sloveniji nastopile z vpeljavo različice zahodnega tipa demokracije in tržne ekonomije pred dvema desetletjema ter s sočasnimi normativnimi spremembami novinarstva, odnosov med novinarji, politiki in državljani ter njihovimi funkcijami v političnem življenju in novinarstvu. Glavni raziskovalni cilji članka so identificirati, kako anketirani slovenski novinarji, politiki in državljani percipirajo funkcije novinarjev v poročanju o politiki, preučiti razlike med temi skupinami anketirancev po politično, ekonomsko in kulturno specifičnem kontekstu ter skozi prizmo normativnih vrst novinarstva ponuditi premislek o sodobnem statusu novinarstva in novinarjev v politiki.

Igor Vobič je mladi raziskovalec v Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani; e-pošta: igor.vobic@fdv.uni-lj.si.

Uvod

Novinarstvo se kot dejavnost in poklic odziva na politični, ekonomski, kulturni in tehnološki kontekst, kar pomeni, da se družbeni nanašalnik pojma novinarstvo spreminja od enega zgodovinskega obdobja do drugega, razlikuje od ene države do druge ter ločuje glede na akterje in njihove vloge v političnem in množičnokomunikacijskem sistemu. Reartikuliranje novinarstva se odraža tudi v njegovih normativnih transformacijah, kar je občutno predvsem ob večjih družbenih spremembah. V ta okvir lahko uvrstimo prehod iz državnosocialističnega sistema v demokratično ureditev zahodnega tipa ter sočasno uvajanje tržnih mehanizmov, vpeljevanje novih oblik upravljanja in dotok tujega kapitala kot porokov ekonomskega prestrukturiranja in politične pluralizacije ob koncu osemdesetih in na začetku devetdesetih let, kar je zaznamovalo razvoj novinarstva v državah Vzhodne in Srednje Evrope – tudi v Sloveniji (Splichal 1992). »Novo« novinarstvo se je začelo zgledovati predvsem po anglosaški novinarski tradiciji, ki je z zanemarjanjem kontekstualnih posebnosti postajala vodilo profesionalizacije »starih« novinarjev ter zgled »novi« novinarski kakovosti (Hallin in Mancini 2004). Preoblikovanje razmerij med družbeno elito, mediji in občinstvom je namreč močno povezano s spremembami v normativni samopercepciji novinarjev in s transformacijami novinarskih praks (Luthar 2004, 664). Novinarji v Sloveniji sebe ne razumejo več kot družbenopolitične delavce in tako redefiniirajo svoje obveznosti: odmik od sodelovanja pri razvoju socialistične samoupravne družbe in premik k uresničevanju pravice javnosti do komuniciranja (Poler Kovačič 2004a). Občutne normativne spremembe v odnosu med novinarji, politiki in državljani med drugim sovpadajo s preoblikovanjem njihovih vlog in funkcij v novinarskem poročanju o politiki, kar ima lahko implikacije za številne procese v družbi. Zato se je pomembno vprašati, kako novinarji, politiki in državljani percipirajo poročanje o politiki in kako se v tem okviru razlikujejo med seboj, saj s prepoznavanjem interpretiranja funkcije novinarstva razkrivamo njegov status v političnih procesih. S pregledom normativnih vrst novinarstva, ki jih ločujemo glede na storitve, ki jih novinarji nudijo svojim odjemalcem, in s statistično analizo odgovorov med novinarji, politiki in državljani v članku poskušamo ugotoviti, katere funkcije novinarstva v očeh teh akterjev prevladujejo v poročanju o politiki v slovenskem novinarstvu.

Vprašanje funkcije novinarstva poleg sodobnih razprav o javni sferi (Dahlgren in Sparks 1991; McNair 2000; Gans 2003; Hardt 2003; Pinter 2005) prepleta dve pomembni veji debat v komunikacijskih, medijskih in novinarskih študijah. Prva se ukvarja z mediatizacijo politike, ki nakazuje na neločljivost delovanja politike od medijskih reprezentacij ter logike novinarskega dela in sporočanja (Schudson 2000; McNair 2000; Bennett 2003; Anderson in Ward 2007, Strömbäck 2008; Thussu 2009). Druga pomembna veja razprav izpostavlja krizo novinarstva kot kulturne prakse, ki temelji na njegovi vpetosti v ekonomsko-politične sponse in kulturni podrejenosti tehnološkemu razvoju ter prinaša vse težje ločevanje med novinarstvom in nenovinarstvom (Dahlgren 1993, 2009; Hardt 1996; McNair 2000; Poler Kovačič 2005). Prepletanje obeh vej razprav po eni strani nakazuje na instrumentalizacijo novinarstva, ki člane občinstva izključuje kot državljane in jih v sodobnem množičnokomunikacijskem sistemu vključuje pretežno kot pasivne potrošnike, kar zmanjšuje politično relevantno v pojmu novinarstva, ki je »dejansko

bila najpomembnejša značilnost novinarstva vse do nedavnega« (Splichal 2000, 48). Po drugi strani sodobne informacijske in komunikacijske tehnologije, ki omogočajo (bolj) dejavno sodelovanje državljanov v vseh oblikah komuniciranja ter obujajo idejo revitalizacije novinarstva in javne sfere (Dahlgren 1996; Sparks 1996; Deuze 2004; Nip 2006), »ne morejo preobraziti kulturne, politične in ekonomske kontinuitete« (Splichal 1997, 369). V tem okviru se zdi novinarstvo »brez pooblastil« (Gans 2003, 44), »izprijeno in nemočno« (Dahlgren 2009, 147) in z »nejasno prihodnostjo« (Tumber 2008, 14).

V tem turbulentnem dogajanju je funkcijo novinarskega poročanja o politiki vredno gledati skozi optiko novinarjev, politikov in državljanov, ki imajo v novinarskem procesu prepoznane prevladujoče vloge, iz njih izhajajočo odgovornost in specifično stališče pri interpretiranju družbenega dogajanja. S problemom, ki ga v slovenskem znanstvenem prostoru povezujemo predvsem z novinarsko profesionalizacijo, z etiko, identiteto, avtonomijo in izobraževanjem (Splichal 1988, 1992; Košir 2003; Poler Kovačič 1996, 2004a, 2005; Luthar 2004), se v besedilu ukvarjamo v treh delih. V prvem delu s presekom znanstvene literature razdelamo normativne vrste novinarstva, ki se kažejo glede na vrsto novinarskih storitev, ponujenih odjemalcem – predstavimo njihove glavne ideje, razvoj in kritiko. V drugem delu se lotevamo politične, ekonomske in kulturne kontekstualizacije prepoznanih vrst novinarstva v slovenskem novinarskem prostoru, v katerem je v zadnjih dveh desetletjih prišlo do normativnih premikov v funkcijah novinarstva in vlog novinarjev v družbi. Tretji del ponuja analizo odgovorov slovenskih političnih novinarjev, politikov in državljanov, ki smo jih zbrali v okviru evropskega raziskovalnega projekta *Political Communications Cultures in Western Europe*, s katero poskušamo prepoznati, katera vrsta novinarstva v očeh teh akterjev prevladuje v novinarskem poročanju o politiki in kje se pojavljajo razlike med anketiranci. Na podlagi tega si zastavljamo naslednja raziskovalna vprašanja: (1) Katere normativne vrste novinarstva prepoznavajo v komunikacijskih, medijskih in novinarskih študijah ter kako so se razvijale? (2) Kako se na podlagi dozdejšnjih raziskav in teoretskih premislekov kažejo v sodobnem slovenskem novinarstvu? (3) Katere vrste novinarstva se skozi prizmo anketiranih novinarjev, politikov in državljanov kažejo v poročanju o politiki v slovenskem novinarstvu? (4) Kako se vprašani novinarji, politiki in državljani razlikujejo v percepciji poročanja o politiki v slovenskem novinarstvu? Prepoznavanje normativnega razvoja novinarstva ter identificiranje razlik in podobnosti med naštetimi akterji so lahko okvir razumevanja njihovega delovanja in pričakovanj v novinarstvu in politiki. Lahko so izhodišče nadaljnega teoretskega ukvarjanja z izzivi mediatizacije politike in krize novinarstva ter empiričnega raziskovanja teh in drugih vprašanj.

Normativne vrste novinarstva

Vrsta storitev, ki jo novinarji opravljajo za svoje odjemalce, se je z nastopom množičnih medijev v dvajsetem stoletju razširila. Presek znanstvenih del razkriva tekmujoče, a ne izključujoče »normativne vrste novinarstva« (Splichal 2000), »vloge novinarstva« (Hardt 1996), »pristope k novinarstvu« (Poler Kovačič 2005) oziroma »modele novinarstva« (Janowitz 1975/2008; Zelizer 2004; Strömbäck 2005; Anderson 2007), ki naj bi prispevali k demokratičnim procesom v družbi. Ti izhajajo iz normativnih funkcij množičnih medijev (Splichal 2002) ter predpisujejo normativna

vedenjska pravila novinarjev, pri čemer jih družita predpostavka o novinarski osvobojenosti od političnega omejevanja in tista o posedovanju kredibilnih dokazov za svoje delovanje. Hkrati normativne vrste novinarstva implicirajo različne vloge politikov in državljanov, za katere se zdi, da so v politiki vselej postavljeni v (so)odvisen položaj z novinarji. Glede na vrsto storitev, ki jih novinarji opravljajo za svoje odjemalce, kar je, tako Splichal (2000, 48), »pomemben element v definicijah profesij,« prepoznavamo pet prepletajočih normativnih vrst novinarstva: posredovanje objektivnih informacij je konstitutivno za mediativno novinarstvo; (re)produkcija družbene moči in zagovarjanje interesov določenih skupin za odvetniško novinarstvo; vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje za razsvetljensko novinarstvo; zabavanje odjemalcev z novinarskimi vsebinami je značilno za razvedrilno novinarstvo; spodbujanje deliberacije z novinarskim delovanjem v skupnosti in med državljani ter identificiranje problemov in predlaganje rešitev za komunitaristično novinarstvo.

Mediativno novinarstvo

Mediativno novinarstvo predpostavlja iskanje objektivnosti ter uresničevanje ostre delitve med »dejstvi« in »mnenji« v novinarskem sporočanju (npr. Janowitz 1975/2008, 45, 46; McNair 1998, 68; Iggers 1999, 61–63; Splichal 1997, 358; 2000, 50, 51; Poler Kovačič 2005, 158–161). V okviru te normativne vrste novinarstva, ki jo imenujejo tudi odbiralniški model (angl. *gatekeeping model*), so novice opredeljene kot »nekaj zunanjega glede na novinarja in od njega neodvisnega« (Glasser 1992, 159), pri čemer novinar odbira iz množice informacij ter pošteno, celovito, nepristransko in uravnoteženo poroča o novicah ali jih s komentiranjem postavlja v določeno politično, ekonomsko in kulturno perspektivo. Novinarstvo v tem okviru predpostavlja veliko občinstvo in znotraj njega »prej reaktivne kot proaktivne državljane« (Anderson 2007, 47) ter svojo vlogo v javni sferi utemeljuje na sposobnosti odjemalcev, da ločeno presojujejo o informacijah, ki jih razpršujejo novinarji, in na podlagi tega delujejo (Janowitz 1975/2008, 48). Anderson (2007) in Strömbäck (2005) mediativno novinarstvo povezujeta z modelom kompetitivne demokracije, ki deluje podobno kot trg dobrin, na katerem politične alternative ponujajo storitve in produkte volivcem. Ti delujejo kot kupci in z glasovi kupujejo produkte, ki jim najbolj ugajajo (Strömbäck 2005, 334). Državljeni, od katerih se normativno pričakuje le participacija na volitvah, in ne participacija v javni sferi, za to potrebujejo »objektivne« informacije, ki jih nudijo novinarji mediatorji (Anderson 2007, 47). Do tega modela, ki ga novinarji v različnih državah različno razumejo (Donsbach in Klett 1993), je skeptičen že Lippmann (1922/1999), ki je prepričan, da množični mediji nikdar ne bodo mogli prevzeti informacijske vloge v odločanju, ker ne podajajo »resnic«, ampak prodajajo »novice«, ki temeljijo na stereotipizaciji in površinskosti ter standardizaciji in racionalizaciji novinarske produkcije.

Mediativno novinarstvo se je uveljavilo na začetku dvajsetega stoletja predvsem z vzponom novinarske objektivnosti kot »strateškega rituala« (Tuchman 1972/2008) najprej v Združenih državah Amerike (Høyer in Pöttker 2005), nekoliko pozneje s posebnostmi v Zahodni Evropi (Donsbach in Klett 1993) in ob koncu stoletja v politično, ekonomsko in kulturno specifičnih družbenih kontekstih v postsocialističnih državah Srednje in Vzhodne Evrope – tudi v Sloveniji (Splichal 1992). V zgodovini novinarstva ni enotne razlage, zakaj je novinarska objektivnost

prodrla v novinarstvo ter z vstopom v nacionalne in mednarodne (samo)regulacijske dokumente in novinarske šole postala pogon ideje profesionalizacije novinarstva v demokracijah zahodnega tipa. Nekateri avtorji vzrok iščejo v uveljavitvi telegrafa v novinarskem sporočanjem procesu, ker da je silil v kratka, po pomembnosti hierarhizirana besedila in posledično v objektivizacijo upovedovanja. Poleg tega, večkrat zavrnjenega tehnološkodeterminističnega pogleda (Schudson 2005) v sodobnih pristopih so nekateri prepričani, da je na konstrukcijo objektivnosti najbolj vplival komercialni imperativ. Tiskovne agencije naj bi namreč na začetku prejšnjega stoletja novice »prodajale« različnim medijskim hišam s kompleksno lastniško strukturo in z različnimi političnimi nagnjenji (Glasser 1992, 177; Bennett 2003, 196; Høyer 1996, 74), novinarji pa naj bi pisali za več časopisov in tako rabili skupni okvir (Schiller 1981, 76). Kot glavni vzrok nekateri omenjajo željo po legitimizaciji profesionalnega statusa novinarjev z zatonom »političnega« tiska ob koncu devetnajstega stoletja in z vzponom širšega kulturnega gibanja »znanstvenega naturalizma« (Ettema in Glasser 1998, 65; Splichal 2000, 50, 51). S tem naj bi poskušali zadovoljiti heterogen bralski krog in posledično povečati oglaševalske dohodke (Høyer 1996, 74; Splichal 1997, 358; Splichal 2000, 51). Predvsem medijski lastniki – in ne novinarji – so bili tisti, ki so spodbujali objektivizacijo novinarstva (Hardt in Brennen 1995).

Kritiki mediativnega novinarstva in načela novinarske objektivnosti poudarjajo, da ta vrsta predvsem s favoriziranjem uradnih virov in z odvisnostjo od informacijskih subvencij reproducira razmerja politične, ekonomske in kulturne moči v družbi in tako prinaša paradoks novinarske objektivnosti – stremenje k nepristranskosti pod masko novinarske objektivnosti gradi pristranskost (Merritt 1995; Rosen 1996; Glasser 1999; Iggers 1999). Z omejevanjem predstavljanja mnenj na »poročanje o dejstvih« pa omejuje dostop državljanov do medijev v dobro nosilcev družbene moči, poudarja Splichal (1997, 358). Avtor hkrati opozarja (prav tam), da zavezanost novinarski objektivnosti vodi do tega, da je umetno aranžiran dogodek, ki je namenjen izključno javnemu izražanju mnenja ali oblikovanju javne podobe (npr. novinarska konferenca, predvolilna kampanja, strankarska konvencija), »dejstvo« in poročanje o njem – novica, medtem ko je neposredna posameznikova (npr. novinarjeva) izjava – »mnenje«.

Odvetniško novinarstvo

Odvetniško novinarstvo predpostavlja informirane novinarje, katerih naloga je interpretirati družbeno dogajanje in ponujati smernice, kako v tem okolju delovati (Janowitz 1975/2008, 46–48; Splichal 2000, 48–51; Waisbord 2000, 8–10; Zelizer 2004, 154; Anderson 2007, 44). Heterogenost te normativne vrste novinarstva razkrivajo izrazite razlike med odvetniškim novinarstvom v različnih tradicijah novinarstva dvajsetega stoletja: na primer v Združenih državah Amerike je tradicionalno vezano na individualizirano novinarsko izražanje mnenj, utemeljeno na »razpršeni ideologiji« in »nastrojeno proti avtoritetam« (Janowitz 1975/2008, 48); v novinarski tradiciji Zahodne Evrope (v Italiji, Franciji, Veliki Britaniji) in skandinavskih državah (na Švedskem, Danskem, Norveškem) novinarska mnenja eksplicitno izražajo stališča organizirane politike – na primer političnih strank in njihovih struj (Zelizer 2004, 154); v marksistično-leninistični tradiciji nekdanjih socialističnih držav v Srednji in Vzhodni Evropi pa so novinarji propagandisti, agitatorji in organizatorji

ljudskih množic neposredno odgovorni partijskim voditeljem (Splichal 2000, 50).

Kljub tej raznolikosti lahko govorimo o enotni normativni vrsti, v okviru katere se novinar v grobem zavzema za uresničevanje določenega cilja in kot odvetnik deluje za dobro določenih skupin državljanov. Če izvzamemo marksistično-leninistični pristop, se je odvetniško novinarstvo oblikovalo kot odziv na omejitve mediativnega novinarstva, ki s smernicami novinarske objektivnosti v svojem sporočanju zanemarja določene družbene perspektive. Spodbujanje odvetniškega novinarstva v različnih političnih, ekonomskih in kulturnih kontekstih lahko razumemo kot odmik od ideje profesionalizacije novinarstva, utemeljene predvsem na »objektivnem poročanju o dejstvih«, in ga deloma lahko vidimo tudi kot »politično dejanje«, ugotavlja Janowitz (1975/2008, 48). Ta normativna vrsta novinarstva po ocenah nekaterih (Anderson 2007, 44) z delovanjem novinarjev odvetnikov predstavlja najboljši način, kako volivce (ponovno) vključiti v aktivno participacijo v političnih procesih, kar bi po njihovo »okrepilo demokracijo«. Novinar mora biti odvetnik predvsem tistim, ki v medijskih reprezentacijah nimajo svojega predstavnika, in izpostavljati posledice morebiti porušenega oblastnega ravnotežja, pravi Janowitz (1975/2008, 46). Ideje odvetniškega novinarskega sporočanja Strömbäck (2005) povezuje z modelom participativne demokracije, ki predvideva participacijo državljanov v javnem življenju, delovanju v skupnosti in vzajemno reševanje skupnih problemov. Tovrstno javno delovanje pa naj bi bilo utemeljeno na idejah, ki jih ločeno od državljanov v njihovem imenu zagovarjajo novinarji odvetniki. Kritiki (Anderson 2007, 44) izpostavljajo, da tak prehod iz pasivne v aktivno participacijo predpostavlja, da državljani na podlagi »objektivnih« sporočil niso sposobni oblikovati alternativnih pogledov na družbeno dogajanje, in odjemalcem novinarskih sporočil normativno jemlje sposobnost neodvisnega mišljenja in državljanske participacije.

Razsvetljsko novinarstvo

Storitev, ki jo razsvetljsko novinarstvo nudi odjemalcem, je »vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje«, piše Splichal (2000, 48). Razsvetljsko novinarstvo v temelju obravnava novinarstvo kot poklicanost: poudarek je na izobraževanju in oblikovanju kritične zavesti, novinarji pa predstavljajo del »progressivnih družbenih sil« (Splichal 1992, 93). Ta normativna vrsta, ki ima v jedru vprašanje družbene moči, predvideva, da novinarstvo ni samo posredovalec informacij, ampak da prevzema vlogo varuha demokracije. Razsvetljsko novinarstvo, ki se je kot norma razvilo predvsem v demokracijah zahodnega tipa, namreč predpostavlja, da novinarji razkrivajo zlorabe politične in ekonomske moči na strani njenih nosilcev in soustvarjajo oblast. Najbolj znani različici tovrstnega kritičnega novinarstva v dvajsetem stoletju sta poročanje o diskriminiranih posameznikih na začetku stoletja (angl. *muckraking journalism*) in preiskovalno novinarstvo (angl. *investigative reporting*) ob koncu prejšnjega stoletja, ki se je z aktivnim novinarskim preiskovanjem lotevalo nepoštenih in podkupljivih elit (npr. Splichal 2000, 48–50; Kovach in Rosenstiel 2001, 112–118; Zelizer 2004, 147; Anderson 2007, 42–44).

Ta model novinarstva kljub nekaterim zgodovinskim normativnim odklikom in transformacijam (Waisbord 2000/2008) idejno izhaja iz konceptov četrtega stanu (angl. *Fourth Estate*), četrte veje oblasti (angl. *Fourth Power*) in t. i. psa čuvaja (angl. *Watchdog*), ki so se oblikovale ob koncu 18. stoletja in pozneje v 19. stoletju in so

»prej krilatice kot pojmi razvitih teorij« (Splichal 2000, 49). Kljub temu izpostavljajo pomembna vprašanja, ali novinarji soustvarjajo oblast in ali v oblasti sodelujejo ter kako to počnejo. Čeprav četrti stan, četrta veja oblasti in pes čuvaj niso identični pojmi, sta jim skupni dve pomembni značilnosti (Splichal 2002, 9–11): prvič, koncepti predvidevajo, da je meja med novinarji in preostalim prebivalstvom ostro postavljena, čeprav novinarjev ne definirajo nujno kot elite; drugič, ideje pripisujejo neodvisnost množičnih medijev od nadzora in jim dajejo moč nadzorovati druge – ne predvidevajo pa odgovora na vprašanje, kdo nadzira nadzornike. Ob tem Splichal (prav tam) in Hardt (1996, 23; 2003, 78) opozarjata, da četrti stan, četrta veja oblasti in pes čuvaj izločujejo koncept odgovornosti medijev, kar odpira vprašanja, v kakšnem odnosu so mediji do javnosti, drugih vej oblasti in med seboj ter čigavim interesom primarno služijo. Izhodišča razsvetljeskega novinarstva torej, kot piše Splichal (2002, 11), »moč medijev 'osvobajajo' od odgovornosti ter občinstvo zvaja na pasivne potrošnike«, zato to normativno vrsto Anderson (2007) in Strömbäck (2005) povezujeta predvsem z modelom proceduralne demokracije, ki predvideva zelo majhno aktivnost državljanov v družbenem življenju in temelji predvsem na zahtevi, da oblast in državljani spoštujejo pravila in procedure v uveljavljenem tipu demokracije.

Tovrstno kritično novinarstvo je utemeljeno na mitu četrte veje oblasti, četrtega stanu ali psa čuvaja, ugotavlja Hardt (1996, 23), vendar praks, ki jih predvideva, zaradi vpetosti v politične, ekonomske in kulturne sponse le težko uresničuje. Gans (2003, 81) tako piše, da novinarji, ko opravljajo funkcijo psov čuvajev, želijo predvsem »kaznovati podleže«, manj pa se ukvarjajo s sistemskimi, z neosebni pomanjkljivostmi. McNair (1998, 118), Kovach in Rosensteil (2001, 112) ter Hardt (2003, 78) tudi poudarjajo, da je podoba nadzorne funkcije novinarjev zlorabljena v namene delovanja na konkurenčnem medijskem trgu in za interese lastnikov v boju za občinstvo. V tem kontekstu Bennett (2003, 7) izpostavlja zadržanost lastnikov do preiskovalnega in kritičnega delovanja novinarstva, saj predstavlja veliko finančno breme in pritiske nosilcev moči – novinarji ga zato manj povezujejo s svojo funkcijo v družbi kot v preteklosti.

Razvedrilno novinarstvo

Razvedrilno novinarstvo zabavno funkcijo novinarjev postavlja ob bok informiranju in interpretiranju družbenega dogajanja s ciljem doseganja čim širšega kroga občinstva (Splichal in Sparks 1994, 26–28; McNair 2000, 3, 4; Splichal 2000, 51, 52; Örnebring in Jönsson 2004, 283–295; Dahlgren 2009, 153–155; Gans 2009, 17–22; Thussu 2009, 1–10). Polarizacija med novinarstvom in razvedrilom je ena od temeljnih premis v raziskovanju novinarstva ter ena od glavnih ločnic med strogimi in liberalnimi znanstvenimi opredelitvami novinarstva, ki jih prepoznavata Splichal in Sparks (1994, 51, 52). Temeljni kamen sodobnega razvedrilnega novinarstva ter njegovih ameriških predhodnikov tiska za en peni (angl. *penny press*) in rumenega novinarstva (angl. *yellow press*) je popularizacija, ki je medijska oziroma novinarska strategija za pridobivanje čim večjega občinstva in tako med drugim spodbuja poenostavljanje, dramatizacijo, emocionalnost in vizualno privlačnost (McNair 1998, 120–122; Örnebring in Jönsson 2004, 284; Thussu 2009, 7, 8).

Razvedrilno funkcijo so po drugi svetovni vojni začeli vključevati v običajne definicije novinarstva – predvsem z vzponom televizije so »novinarji postali ujet-

niki razvoja novinarstva kot razvedrila za množice« (Splichal 2000, 51, 52). Razlike med ameriškim in evropskim razvedrilnim novinarstvom so v dvajsetem stoletju izhajale iz razlik v razumevanju (de)regulacije, privatizacije medijskega trga in idej javnega servisa, ki se v zadnjih desetletjih z globalizacijo in s komercializacijo medijskih sistemov zabrisujejo, kar po Thussu (2009, 8) prinaša zlivanje razvedrilne novinarske kulture in nastanek »globalne sfere infozabave«. Novinarsko ponujanje zabave odjemalcev potrjuje Bennettovo (2003, 11) razumevanje novinarstva kot spreminjajoče se entitete, ki jo oblikujejo komercialni imperativ, dovršena uporaba komunikacijskih tehnologij politikov in njihovih svetovalcev ter razvedrilne navade državljanov. Ob koncu dvajsetega stoletja je razvedrilno novinarstvo prevladalo »klasično« novinarstvo, ugotavlja Splichal (2000, 52) in poudarja, da se obe vrsti novinarstva v prihodnosti sicer lahko še naprej razvijata kot dela novinarstva, lahko pa tudi kot dve različni »profesiji«: »Na eni strani bo novinar 'tehnik' posredovanja razvedrilnih sporočil, na drugi strani pa strokovnjak na določenem področju, ki bo prej spominjal na raziskovalca.«

V medijskih in novinarskih študijah lahko prepoznavamo dva pristopa k vprašanju vstopanja zabavnih vsebin in načinov reprezentiranja v novinarstvo oziroma popularizacije novinarstva. Prvi pristop na popularizacijo gleda predvsem skozi prizmo tabloidizacije, »ekstremna popularizacije« (Dahlgren 2009, 155). Težko opredeljive pojave infozabave (angl. *infotainment*), tabloidnih časopisov in teletabloidov v tem okviru razumejo kot katalizatorje, ki s senzacionalizmom, trivializacijo, poenostavljanjem in z »morbidno radovednostjo« (Franklin 1997, 3) »poneumljajo« (McNair 2000, 3) ter, kot pišeta Örnebring in Jönssonova (2004, 283, 284), predstavljajo »grožnjo demokraciji, spodbujajo cinizem in zmanjšujejo interes za politiko, ker se izogibajo pravim političnim vprašanjem v prid površinskim političnim škandalom«. Njihove očitke, da razvedrilno novinarstvo *per se* odjemalce nagovarja predvsem kot potrošnike in jih zanemarja kot državljanke (Thompson 1995, 74), nasprotniki zavračajo s tezami, da odpor proti oblikam razvedrilnega novinarstva zgodovinsko izhaja predvsem iz neskladja z okusi družbenih elit in nosilcev oblasti (Örnebring in Jönsson 2004, 289–295). Nekateri z uveljavljanjem razvedrilnega novinarstva pišejo o »alternativni javni sferi« in o »drugem v novinarstvu« (prav tam), ki s popularizacijo učinkoviteje prikazuje neuspešnost družbenih institucij in izpostavljanje vprašanj, ki so vitalnega pomena za javnost. V tem kontekstu Dahlgren (2009, 155) piše o »pozitivni popularizaciji«, ki lahko z uporabo privlačnejšega reprezentiranja razširja javno sfero, ljudem daje občutek vključenosti v družbo in spodbuja javno razpravo. Čeprav vključevanje razvedrilne funkcije v novinarstvo lahko povzroči negativne posledice, Gans (2009, 26, 27) zaključuje, da moramo v popularizaciji novinarstva vendarle iskati pogonsko kolo državljanske participacije.

Komunitaristično novinarstvo

Komunitaristično novinarstvo predpostavlja vlogo novinarstva kot katalizatorja javne razprave, ki spodbuja participacijo državljanov, vzajemno povezovanje družbenih sektorjev ter deliberativno identificiranje problemov skupnosti in njihovo reševanje. Pri tem mesto novinarja ni niti pri posamezniku niti pri skupnosti, temveč v razmerju njune vzajemnosti (Merritt 1995; Rosen 1996; Craig 1996; Glasser 1999; Poler Kovačič 2003a; Nip 2006). Znotraj komunitarističnega normativnega modela

so se razvili različni pristopi, kot so javno novinarstvo (angl. *public journalism*), državljansko novinarstvo (angl. *civic journalism*), skupnostno novinarstvo (angl. *community journalism*) in pogovorno novinarstvo (angl. *conversational journalism*), za katere so kljub različnim teoretskim izhodiščem značilni skupni miselni odmiki od »klasičnega« novinarstva: od omejene naloge »pripovedovanja novic« k širšemu poslanstvu prispevanja k javnemu življenju; od novinarjeve »vzvišenosti« k »pravičnemu« udeleževanju v javnem življenju; od opisovanja, kako »gre kaj narobe« h kako gre »lahko prav«; od obravnavanja članov občinstva kot potrošnikov k dejavnim akterjem v demokratičnih rešitvah javnih problemov (Merritt 1995, 113, 114).

Gibanje, ki se je zavzemalo za povezovanje idej komunitarizma in novinarstva, se je v Združenih državah Amerike začelo sredi osemdesetih let, okrepilo v devetdesetih in se danes izraža predvsem s posamičnimi novinarskimi projekti za spodbujanje demokratičnih procesov v majhnih krajih – predvsem pred volitvami (Gans 2003, 36). Anderson (2007) in Strömbäck (2005) komunitaristično novinarstvo povezuje z idejami deliberativne demokracije, ki temelji na spodbujanju racionalne, odkrite in enakopravne javne razprave in se »odmika od realnosti vsakodnevnega življenja, tako da jo lahko težko sprejmemo kot alternativo v praksi« (Anderson 2007, 47). V tem kontekstu Splichal (1997, 359) gibanje javnega novinarstva in sorodnih konceptov povezuje z Deweyjevimi razmišljanji o povezovanju znanosti, tiska in medosebnega komuniciranja pri oblikovanju »velike skupnosti« (Dewey 1927/1999, 110–130). Problemi so v jedru enaki, piše Splichal (1997, 359), saj ključno vprašanje ostaja, kako agregirati lokalna posvetovanja državljanov na nacionalni ali celo globalni ravni. Analiza novinarskih poskusov udejanjanja teh pragmatističnih idej kaže, piše Iggers (1999, 149–151), da je težko preseči ozke lokalne okvire in da deliberacija ni dovolj. Za učinkovito javno razpravo je po njegovo potreben odziven politični sistem. Spodbujanje javnosti, da sodeluje v javni razpravi v kontekstu, v katerem je malo možnosti, da bo prinesel konkretne spremembe, prinaša tveganje, da se povečata cinizem in nezadovoljstvo (Iggers 1999, 150, 151). Poleg tega Gans (2003, 37) opozarja, da so časopisne hiše v velikih mestih močno zadržane do idej komunitarističnega novinarstva, češ da ogrožajo novinarsko objektivnost in medijsko avtonomijo ter prestopajo mejo med novinarstvom in politiko, medtem ko so nekateri ameriški lokalni časopisi zlorabili te ideje z namenom krepitve poslovnih vezi in dviganja naklade.

Komunitaristično novinarstvo je z vzponom interneta prešlo v drugo fazo, piše Nip (2006), v kateri se deliberativna razprava spodbuja v kibernetskem prostoru. Z razširitvijo blogov in drugih preprostih načinov (so)ustvarjanja sporočil na spletu se je skoval koncept novega državljanskega novinarstva (angl. *citizen journalism*), ki pod vprašaj postavlja tradicionalno novinarstvo množičnih medijev in središčno vlogo novinarja v novinarskem sporočanju. Splichal (2000, 48) tako ugotavlja, da so meje med novinarstvom in nenovinarstvom postale še bolj nejasne: v spletu namreč milijoni obiskovalcev neprekinjeno ustvarjajo, poustvarjajo in posredujejo informacije. »Kibernetska javna sfera« (Dahlgren 2009, 153) sicer odpira možnosti politične participacije državljanov in javnega razpravljanja, toda revitalizacijo javne sfere in udejanjanje idej novinarstva zavira »normalizacija kibernetskega prostora« (Resnick 1998), ki z vstopanjem političnih, ekonomskih in kulturnih oblastnih razmerij prinaša zamiranje dialoških prostorov ter zapiranje poti iz krize novinarstva.

Družbena določenost normativnih predpostavk novinarstva

Odločitev, ali delovati kot »nepriustranski« opazovalec političnega življenja, kot odvetnik zagovarjati določene interese, kot pes čuvaj nadzirati politike in druge nosilce moči, kot zabavljač z informacijami zabavati člane občinstva ali kot katalizator delovati med državljanom in skupnostjo ter spodbujati deliberacijo, je ključna pri identificiranju vloge novinarstva, saj, kot ugotavlja Zelizerjeva (2004, 158), »vsaka od naštetih možnosti odločilno vpliva na tónor demokratičnega sveta, ki nas obdaja«. Toda odgovor ni tako preprost. S pregledom literature smo razkrili polimorfnost normativnih vrst novinarstva in njihovo transformativnost na podlagi spreminjajočega se političnega, ekonomskega, tehnološkega in kulturnega konteksta. Kljub temu lahko v prepoznanih normativnih okvirih glede na vrste novinarstva ločujemo različne prevladujoče vloge novinarjev, politikov in državljanov v novinarskem sporočanju in v družbi nasploh. Od specifičnega družbenega konteksta je odvisno, katere normativne predpostavke prevladujejo in kako se v novinarstvu udejanjajo. Več modelov novinarstva oziroma njihovih dimenzij se poleg tega lahko uveljavlja hkrati. Zato nekateri avtorji (Dahlgren 1993, 1996, 2009; McManus 1994; Poler Kovačič 2004b, 2005), izhajajoč iz predpostavke o ločevanju med mnenji in dejstvi, sliko poenostavljajo in prepoznavajo eno paradigmo, ki jo imenujejo normativno novinarstvo, visokomodernistična ali klasična paradigma novinarstva. Postavljajo jo na temelju tradicionalnih liberalnih idealov demokracije in državljskih pravic ter povezujejo predvsem elemente mediativnega in razsvetljskega novinarstva. Odvetniško funkcijo v novinarskem sporočanju omejujejo na normativno ločevanje med dejstvi in mnenji, medtem ko je komunitaristično novinarstvo predstavljeno zgolj kot vir idejne revitalizacije novinarstva, in ne kot resna alternativa uveljavljenim novinarskim praksam. Visokomodernistično novinarstvo ima namreč vlogo zagotavljanja poročil in analiz dogodkov in procesov heterogenemu občinstvu državljanov s »skupno kulturo javnosti« (Dahlgren 1996, 62), novinarji pa s točnim in z nepristranskim prikazovanjem družbene realnosti, ki naj bi obstajala neodvisno od pripovedovanja o njej in od novinarskih institucij. S tem služijo »javnemu dobremu« in »javnemu razsvetljevanju« (McManus 1994, 24, 184) ter predstavljajo »integrativno silo« in »temelj javne razprave« (Dahlgren 1996, 62). Hkrati ti avtorji pišejo o krizi in zamiranju te paradigme ter prevladi »tržnega novinarstva« (angl. *market-driven journalism*), ki je rezultat novinarske vpetosti v politično-ekonomske spono in podrejanja razvedrilne funkcije komercialnim imperativom v medijskem in novinarskem delovanju.

Vrste novinarstva in slovensko novinarstvo

Medtem ko je bila normativna funkcija novinarstva v socializmu predvsem razsvetljska (vzgojna, izobraževalna in kritična), dejansko pa odvetniška (reprodukcija družbene moči), postane normativna funkcija v novi slovenski državi predvsem mediativna: osrednja normativna naloga medijev je posredovanje »objektivnih« informacij (Luthar 2004, 665). Mediativno novinarstvo in z njim novinarska objektivnost je postala temeljni kamen identitete slovenskega novinarstva (Luthar 2004; Poler Kovačič 2004a). Čeprav je osrednja normativna funkcija novinarjev v tem kontekstu posredovanje »dejstev« in njihovo ločevanje od »mnenj« v dobro državljanov kot nosilcev komunikacijskih pravic, slovenska novinarska praksa,

tako Poler Kovačičeva (2004a, 108), vzbuja dvome o identiteti, kot je normativno določena in kodificirana. Splichal (1992, 78, 85, 86) tudi izpostavlja, da na začetku devetdesetih let v postsocialističnih državah običajno bolj cenijo kolumniste, esejiste in uvodničarje kot poročevalce ter da je prevladujoča praksa še vedno odvetniško novinarstvo, ki podpira interese vladajočih elit. Hkrati se takrat pojavljajo očitne težnje k razvoju tako komercialnega kot kritičnega novinarstva. Medtem ko se prvo v celoti sklada s privatizacijskimi prizadevanji, ugotavlja Splichal (1992, 79), drugo učinkuje mnogo kontroverznejše, saj je praviloma povezano s »pristranskim« in (ali) z raziskovalnim novinarstvom, ki je kritično do vladajočih družbenih elit (Splichal 1992, 79). Normativnimi premiki v novinarski samopercepciji, spremembe v ustvarjanju politične legitimnosti, ki transformira odnos med politiko, novinarji in državljani, ter sočasna komercializacija množičnega komuniciranja namreč prinašajo redukcijo medijske tematizacije strukturnih problemov na individualne motivacije, ki se kažejo v pojavih človeških zgodb (angl. *human interest stories*) in tematizaciji zasebnosti javnih osebnosti ter upovedovanju politike kot sosledja škandalov (Luthar 2004, 664). Z vpenjanjem novinarstva v tržno gospodarstvo, s preurejanjem politično-ekonomskih odnosov in povečanjem rutiniziranosti novinarskega dela se, pišejo nekateri avtorji (Košir 2003; Poler Kovačič 2004a; Poler Kovačič in Erjavec 2004; Luthar 2004), odgovornost do medijskih lastnikov in nosilcev družbene moči postavlja pred odgovornost do državljanov, kar močno zaznamuje novinarske procese. V ta okvir postavljamo ugotovitve, do katerih je prišla Poler Kovačičeva (2004a, 2005), ki poudarja, da je v slovenskem novinarstvu zasidran model tržnega novinarstva, v katerem namen sporočevalca ni zagotoviti javnosti, kar potrebuje, ampak ponuditi občinstvu, kar (domnevno) hoče. V slovenskih medijskih in novinarskih študijah avtorji prepoznajo predvsem negativne posledice popularizacije in vstopanja razvedrilne funkcije v novinarstvo (Košir 2003; Luthar 1998; Poler Kovačič 2004a, 2004b, 2005), kar je bilo v novinarstvu prejšnjega sistema »nedvomno manj razširjeno« (Splichal 1992, 94). Popularizacija novinarstva na podlagi naštetih študij prinaša predvsem senzacionalizem, dramtizacijo, trivializacijo in poenostavljanje, ki so v službi »javne radovednosti« potrošnikov medijskih vsebin, in ne zadovoljevanja »javnega interesa« državljanov (Poler Kovačič 2004a, 96). V tem okviru prihaja v slovenskem novinarstvu do negativne popularizacije, ki je osnova sprevračanja vloge novinarja mediatorja, novinarja odvetnika, novinarja razsvetljevalca in novinarja delibratorja – od tistega, ki dela za dobro državljanov, k tistemu, ki dela za dobro potrošnikov.

V analizi popularizacije slovenskih televizijskih novic Luthar (1998) prepoznava, da profesionalna ideologija temelji na konceptu referencialnosti: »Novinarstvo naj bi zgolj nepristransko opisovalo dogajanje v realnosti, gledalci 'dnevnikar' pa v novicah gledali zgolj posnetek minulega dne« (Luthar 1998, 10). Z interpretacijo televizijskega voditelja kot »nacionalne figure« in »zastopnika interesa navadnih ljudi« pa avtorica implicira na njegovo odvetniško funkcijo v popularnem televizijskem novinarstvu. Podobno ugotavlja Poler Kovačičeva (2003b; 2005, 38, 39), ki v slovenskem novinarstvu s pojavom »kvazipreiskovalnega novinarstva« prepoznava negativno popularizacijo razsvetlenskega novinarstva ter sprevračanje njegovih nadzorne, vzgojne in izobraževalne funkcije v neutemeljeno obtoževanje. Košir (1994, 16) piše, da komercializacija množičnih medijev uveljavlja trend »preiskovalnega novinarstva za vsako ceno«, kar pomeni, da novinarsko upovedovanje

škandalov in pojav afer nista primarno povezana z zahtevo po »resničnosti« kot s temeljno postavko, ampak je bistvena (po pričakovanjih čim dobičkonosnejša) medijska objava, ne glede na »resničnost« informacij (Poler Kovačič 2005, 40, 41). V okvir negativne popularizacije vrst novinarstva in sprevačanja njihovih funkcij spada tudi pojav »kvazidržavljskega novinarstva« (Poler Kovačič in Erjavec 2008). Gre za obliko tržnega novinarstva, ki v komercialne namene zlorablja komunitaristične ideje in interaktivne zmožnosti sodobnih tehnologij. V zadnjih nekaj letih so se sicer v slovenskih medijskih in komunikacijskih študijah okrepile ideje komunitarističnega novinarstva (Poler Kovačič 2003a; Vobič 2007; Oblak Črnič 2007; Poler Kovačič in Erjavec 2008), ki ostajajo na ravni normativnih premislekov in kot smerokazi idejne revitalizacije novinarstva običajno ne prodirajo med slovenske urednike in novinarje.

Na podlagi pregleda literature avtorjev slovenskih komunikacijskih, medijskih in novinarskih študij težko prepoznamo prevladujoče storitve, ki jih slovenski novinarji nudijo odjemalcem. V normativni samopercepciji slovenskih novinarjev prevladujejo ideje mediativnega in razsvetljenskega novinarstva oziroma klasične ali viskmodernistične paradigme, ki novinarje, politične akterje in državljane uokvirjajo kot člane skupin, ki bolj kot ne ločeno vstopajo v politične procese in imajo predpisane vloge v novinarskem sistemu. Raziskovanje novinarskega dela in sporočanja kaže, da si medijske hiše v reprezentacijah družbenega dogajanja in samoreprezentacijah novinarjev sposojajo dimenzije vseh petih prepoznanih vrst in sprevačajo funkcije novinarjev v skladu s tržnimi cilji, ki so običajno postavljeni pred novinarske.

Pogledi političnih novinarjev, politikov in državljanov na novinarstvo

Novinarji, politiki in državljani imajo v sistemu množičnega komuniciranja različne funkcije, zato različno pristopajo k vprašanju, »kako lahko novinarstvo pomaga državljanom razumeti svet okoli njih, razpravljati o njem in sprejemati odločitve, kako v njem delovati« (Dahlgren 1993, 1). Novinarje, politike in državljane razumemo kot akterje, ki z različnih stojišč pristopajo k razumevanju novinarstva in njegove funkcije v družbi (Splichal in Sparks 1994, 17–19; Bennett 2003, 6–9; Zelizer 2004, 13–45). Poleg znanstvenih definicij, s katerimi smo se ukvarjali prej, tako Splichal in Sparks (1994, 19–26) prepoznavata definicije novinarjev in tiste, ki jih postavljajo politični akterji. Samopercepcija novinarjev temelji predvsem na opredelitvah, ki jih ponujajo novinarske organizacije, združenja oziroma društva ter določajo nacionalni in mednarodni samoregulacijski dokumenti, ter na ločevanju od drugih dejavnosti v množičnem komuniciranju – predvsem od odnosov z javnostmi. Politični akterji, ugotavljata avtorja (prav tam), pa se ukvarjajo s poskusi določanja pravic in dolžnosti novinarjev, kar pomeni tudi poskus natančnega in sistematičnega opredeljevanja, kdo je dejanski nosilec teh pravic. Kako državljani razumejo novinarstvo oziroma njegovo funkcijo v družbi, uokvirjajo storitve, ki jih kot odjemalci sprejemajo od novinarjev, in določa zaupanje v informacije, na podlagi katerih participirajo v političnem življenju in javnem komuniciranju nasploh (Bennett 2003, 6–10; Gans 2003, 33–35). V času sodobne krize novinarstva kot kulturne prakse in prevladujočih procesov mediatizacije politike ter sočasno komercializacije in poblagovljenja javnega komuniciranja (McNair 2000, 7) je zaupanje v medije in

politiko nizko (Gans 2003, 33–35), kar pomembno vpliva na delovanje novinarjev, politikov in državljanov ter njihov odnos do medijev in novinarstva. Pri tem moramo upoštevati, piše Carey (1999, 53), da se mediji, politika in javnost v tem okviru vzajemno konstituira; ustvarjajo prostore in vloge v odnosih drug do drugega, in ko se simbioza z odpovedjo enega od členov konča, sistem razpade.

Vzorec, metodologija in spremenljivke

V statistični analizi podatkov, zbranih med slovenskimi političnimi novinarji, politiki in njihovimi predstavniki za odnose z javnostmi ter državljani, izhajamo iz predpostavke, da gre za akterje, ki imajo različne vloge in funkcije v javnem komuniciranju in naj bi posledično različno interpretirali novinarsko poročanje o politiki. Podatki med novinarji in politiki so bili zbrani v okviru mednarodnega raziskovalnega projekta *Political Communications Cultures in Western Europe* (Splichal 2009). Zanimajo nas odgovori na vprašanja iz sklopa novinarskega poročanja o politiki, ki se jih lotevamo z vidika diskriminantne analize. Z njo nameravamo poiskati tako linearno kombinacijo merjenih spremenljivk, da bodo vnaprej določene skupine – v našem primeru so to politični novinarji, politiki in državljani – med seboj čim različnejše, napaka pri razvrščanju enot v te skupine pa čim manjša. Z diskriminantno analizo bomo tako iskali tiste razsežnosti zbranih podatkov, ki kar najbolj pojasnjujejo razlike v percepciji novinarskega poročanja o politiki med temi tremi vzorci, ki jih bomo interpretirali skozi prizmo prej predstavljenih petih normativnih vrst novinarstva in družbenega konteksta sodobnega slovenskega novinarstva. Zelizerjeva (2004, 13) piše, da se rado zaplete pri identificiranju dokazov, zakaj je določen pojav tako interpretiran v določeni skupnosti, in izpostavlja, da cilj v razpravah o interpretativnih skupnostih ni reševati probleme, ampak na njih opozarjati. S tem ciljem v ospredju se lotevamo statistične analize in njene interpretacije v naslednjem razdelku.

Novinarsko poročanje o politiki: občutne razlike med političnimi novinarji, politiki in državljani

Aritmetične sredine pri posameznih spremenljivkah kažejo na razlike med anketiranimi novinarji, politiki in državljani (gl. tabelo 1). Predvsem izrazite razlike so med novinarji in politiki pri vprašanjih, ki se nanašajo na novinarsko nepristranskost, zagotavljanje informacij za oblikovanje sodb državljanov in uresničevanje nadzorne funkcije v poročanju o politiki ter na mnenjskosti novinarjev v tovrstnem poročanju, medtem ko se akterji strinjajo, da so novinarji pri poročanju o politiki ažurni. Kar občutne razlike med vzorci – predvsem med anketiranimi novinarji in politiki – smo preverili tudi z diskriminantno analizo in prepoznali tiste razsežnosti zbranih podatkov, ki najbolj pojasnjujejo razlike med tremi skupinami akterjev.

Analiza variance kaže, da se odgovori novinarjev, politikov in državljanov statistično značilno razlikujejo pri vseh spremenljivkah in da je spodnji diskriminantni model dober, saj sta obe diskriminantni spremenljivki statistično značilni. Kljub temu moramo biti zadržani pri posploševanju na populacijo, saj so vzorci nereprezentativni. Na prvo diskriminantno funkcijo najbolj vplivajo spremenljivke, ki novinarsko poročanje o politiki opredeljujejo kot zagotavljanje informacij, ki jih državljani potrebujejo za pretehtano oblikovanje političnih sodb, kot omogočanje enakovredne zastopnosti vsem vpletenim stranem ter kot preverjanje izjav

Tabela 1: Aritmetične sredine ocen novinarskega poročanja o politiki med novinarji, politikami in državljani (lestvica od 1 do 5), kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam in 5 strinjam se v celoti)

Kako novinarji poročajo o politiki?	Novinarji	Politiki	Državljeni	Skupna aritmetična sredina
S1: Ko poročajo o politiki, novinarji poskušajo vsem vpletenim stranem omogočiti, da so enakovredno zastopane.	4,57	2,55	3,46	3,52
S2: Novinarji poročajo o politiki, da bi državljanom zagotovili informacije, ki jih potrebujejo za pretehtano oblikovanje političnih sodb.	4,82	2,82	3,79	3,82
S3: Ko poročajo o politiki, novinarji objavljajo predvsem informacije, ki so zanimive za čim širše občinstvo.	4,07	3,84	4,09	4,03
S4: Novinarji poročajo o političnih temah, da bi izrazili svoje poglede na politično dogajanje.	2,60	3,20	3,36	3,14
S5: Ko poročajo o politiki, je za novinarje pomembno, da preverjajo izjave politikov in nadzirajo njihovo delovanje.	4,69	3,03	3,93	3,91
S6: Glavni cilj novinarjev pri poročanju o politiki je, da javnosti čim hitreje posredujejo informacije.	4,25	3,74	4,40	4,22
N =	150	150	355	

politikov in nadziranje njihovega delovanja (gl. tabelo 2). Torej gre za funkcije, ki združujejo normativne predpostavke, značilne predvsem za mediativno in razsvetljensko vrsto novinarstva, in ki določajo visokomodernistično ali klasično paradigmo novinarstva. Na drugo diskriminantno funkcijo najbolj vplivata dve spremenljivki: prva, ki kot glavni cilj novinarskega poročanja opredeljuje čim hitrejšo posredovanje informacij javnosti, in druga, ki poročanje o politiki opredeljuje kot izražanje novinarskih pogledov na politično dogajanje, kar je prevladujoča funkcija v odvetniškem novinarstvu (gl. tabelo 2).

Tabela 2: Strukturni kanonični koeficienti diskriminantnih funkcij v ocenah novinarskega poročanja o politiki med novinarji, politikami in državljani: F1 (funkcija klasične paradigme novinarstva) in F2 (funkcija ažurnega odvetniškega novinarstva)

Kako novinarji poročajo o politiki?	F1	F2
S2: Novinarji poročajo o politiki, da bi državljanom zagotovili informacije, ki jih potrebujejo za pretehtano oblikovanje političnih sodb.	0,791	0,206
S1: Ko poročajo o politiki, novinarji poskušajo vsem vpletenim stranem omogočiti, da so enakovredno zastopane.	0,706	0,078
S5: Ko poročajo o politiki, je za novinarje pomembno, da preverjajo izjave politikov in nadzirajo njihovo delovanje.	0,638	0,320
S6: Glavni cilj novinarjev pri poročanju o politiki je, da javnosti čim hitreje posredujejo informacije.	0,191	0,850
S4: Novinarji poročajo o političnih temah, da bi izrazili svoje poglede na politično dogajanje.	-0,225	0,595
S3: Ko poročajo o politiki, novinarji objavljajo predvsem informacije, ki so zanimive za čim širše občinstvo.	0,086	0,278

Opomba: Označeni koeficienti prikazujejo največjo korelacijo posamezne spremenljivke z diskriminantno funkcijo.

Povprečja diskriminantnih spremenljivk oziroma centriodi kažejo, da se politični novinarji, politiki in državljani jasno razlikujejo predvsem na prvi diskriminantni spremenljivki (gl. tabelo 3). Vprašani politični novinarji torej v novinarskem delu in poročanju v politiki prepoznavajo mediativne in razsvetljenske funkcije novinarstva, ki jih povezujemo v klasično ali visokomodernistično paradigmo novinarstva in so sicer normativno določene v novinarskem samorazumevanju. Državljeni se s tem nekoliko manj strinjajo, vprašani politiki pa jih v poročanju o politiki skorajda ne prepoznajo. Nekoliko manjše razlike med skupinami akterjev so na drugi diskriminantni spremenljivki, ki združuje dve novinarski funkciji pri poročanju o politiki: novinarsko ažurnost in mnenjskost novinarjev. S tem, da to velja za novinarsko poročanje o politiki, se najbolj strinjajo državljani, v primerjavi z njimi se politični novinarji in politiki nekoliko manj.

Tabela 3: Povprečja diskriminantnih spremenljivk (centriodi) v ocenah novinarskega poročanja o politiki med novinarji, politiki in državljani: F1 (funkcija klasične paradigme novinarstva) in F2 (funkcija ažurnega odvetniškega novinarstva)

	F1	F2
Novinarji	1,308	-0,250
Politiki	-1,144	-0,359
Državljeni	-0,099	0,251

Razlike med vprašanimi novinarji, politiki in državljani nakazujejo tudi rezultati razvrščanja v skupine v okviru diskriminantne analize. Na podlagi diskriminantnih funkcij je pravilno v tri skupine razvrščenih 64,2 odstotka enot. Med političnimi novinarji je 88,7 odstotka pravilno razvrščenih v prvo skupino, med anketiranimi politiki je 70,3 odstotka pravilno razvrščenih v drugo skupino, med vprašanimi državljani pa je 51,9 odstotka pravilno razvrščenih v tretjo skupino. Na tej podlagi lahko zapišemo, da sta glede na ocene trditev o novinarskem poročanju o politiki kar skladne med anketiranimi novinarji na eni strani in vprašanimi politiki na drugi, nekoliko manj podobno so na ta vprašanja odgovarjali državljani v telefonski anketi. Glede na rezultate diskriminantne funkcije med anketiranimi novinarji, politiki in državljani obstajajo občutne razlike v strinjanju, ali je v novinarskem poročanju v politiki v ospredju posredniška in nadzorna funkcija ter z njima nepristranskost in točnost. Na eni strani so novinarji, ki se praviloma strinjajo, da je to prisotno v poročanju o politiki, na drugi pa politiki, ki se s tem praviloma ne strinjajo; med tema dvema skupinama se različno umeščajo državljani. Nekoliko manjše, a statistično značilne, razlike med novinarji, politiki in državljani so glede ažurnega odvetniškega novinarstva v poročanju o politiki.

Sklep

V članku smo normativne vrste novinarstva obravnavali z vidika idejnega razvoja in skozi prizmo odnosov med različnimi, a ne nujno nasprotujočimi si modeli novinarstva. S presekom znanstvene literature smo prepoznali in razdelali pet normativnih vrst novinarstva glede na vrsto storitev, ki jih novinarji ponujajo odjemalcem, ter jih predstavili iz zgodovinske perspektive, v okviru sodobnih kritik in glede na različne modele demokracije. Mediativno, odvetniško, razsvetljensko,

razvedrilno in komunitaristično novinarstvo predvidevajo različne funkcije novinarjev v družbi in uokvirjajo definiranje novinarstva kot kulturne prakse, vendar ne gre za zaprte skupke z nasprotujočimi si vsebinami, temveč so spreminjajoče se polimorfne kategorije, ki se v specifičnih družbenih kontekstih spreminjajo – tudi povezujejo. Spoznanje o polimorfnosti normativnih funkcij novinarstva in njihovem transformativnem potencialu je lahko v pomoč pri interpretiranju vlog novinarjev v kompleksnih procesih v javni sferi in odnosov med novinarji, politiki in državljani.

Skozi to prizmo smo se na podlagi dozdašnjih raziskav lotili premisleka o vrstah novinarstva v sodobnem slovenskem novinarstvu in množičnokomunikacijskem sistemu. S političnimi, z ekonomskimi in s kulturnimi spremembami ob koncu osemdesetih let in na začetku devetdesetih se je spremenilo samorazumevanje slovenskih novinarjev: odmik od marksistično-leninistične tradicije novinarstva in premik proti novinarstvu, utemeljenemu na tradicionalnih liberalnih idealih demokracije in državljskih pravic. S temi spremembami se je začelo predpostavljati, da novinarji v skladu s klasično ali z visokomodernistično paradigmo opravljajo predvsem posredniško, kritično in nadzorno funkcijo. Na podlagi raziskav sodobnega slovenskega novinarstva in medijev pa kot posledico podrejanja novinarstva komercialnim imperativom lahko prepoznavamo prevlado in zlorabo razvedrilne funkcije, ki sprevača različne vrste novinarstva v skladu s tržnimi cilji ter občinstvo skorajda izključuje kot aktivne državljane. Sočasno s pobilagovljenjem javnega komuniciranja in z mediatizacijo politike to spoznanje zmanjšuje politično relevantno novinarstva v družbi.

V tem kontekstu moramo brati rezultate statistične analize odgovorov anketiranih slovenskih političnih novinarjev, politikov in državljanov. Rezultati diskriminantne analize namreč nakazujejo, da med njimi obstajajo občutne razlike v prepoznavanju vrst novinarstva in pripadajočih funkcij v poročanju o politiki. Najbolj se razlikujejo novinarji in politiki: prvi v poročanju o politiki prepoznavajo udejanjanje dimenzij mediativnega in razsvetljskega novinarstva, medtem ko politiki v povprečju menijo, da to ne drži. Poudarjajo pa, da so novinarji v poročanju o politiki bližje odvetniški funkciji in da izražajo predvsem svoje poglede na politično dogajanje, s čimer se vprašani novinarji ne strinjajo. Vprašane državljane na podlagi statistične analize lahko uvrščamo med obe skupini akterjev, saj ti v poročanju o politiki prepoznavajo tako posredniško, nadzorno in odvetniško kot tudi razvedrilno funkcijo. Vse tri skupine anketiranih akterjev se strinjajo glede ažurnosti in stremljenja k zanimivosti v poročanju o politiki v slovenskem novinarstvu.

Ti rezultati nakazujejo, da vprašani novinarji, politiki in državljani na podlagi različnih vlog v javnem komuniciranju različno interpretirajo novinarsko poročanje o politiki. Vprašani novinarji ga vidijo predvsem v luči funkcij, ki prevladujejo v normativnem samorazumevanju slovenskih novinarjev, medtem ko politiki ne prepoznavajo novinarjev posredovalcev in nadzornikov ter v poročanju o politiki vidijo predvsem novinarja kot odvetnika lastnih pogledov, ki stremi k ažurnosti in zanimivosti. Prevladujoče funkcije novinarjev v poročanju o politiki v odgovorih državljanov ne moremo prepoznati – morda k rezultatom prispeva tudi dejstvo, da iz vzorca niso bili izključeni morebitni novinarji in politiki. Čeprav se zavedamo, da v tem primeru težko identificiramo dokaze za te razlike, jih lahko beremo skozi dve prizmi: na eni strani polimorfnosti normativnih dimenzij novinarstva, ki je

plod vpenjanja novinarske dejavnosti v politične in ekonomske spone v različnih družbenih kontekstih, ter na drugi strani splošne krize novinarstva in mediatizacije politike, ki nakazuje na instrumentalizacijo novinarstva, vključevanje državljanov v novinarske in politične procese pretežno kot pasivne potrošnike, kar zmanjšuje družbeno pomembnost tako novinarstva kot tudi politike. Ta premislek je lahko izhodišče nadaljnjih razprav o razumevanju novinarstva in o njegovih funkcijah, v katerih bi veljalo posebno pozornost posvetiti vključevanju sodobnih informacijskih in komunikacijskih tehnologij v novinarstvo, predvsem interneta, ki prinaša teoretske pretese v javno komuniciranje in vloge novinarjev v njem ter transformira odnose med novinarji, politiki in državljani.

Literatura

- Anderson, Peter J. 2007. Competing Models of Journalism and Democracy. V: P. J. Anderson, G. Ward (ur.), *The Future of Journalism in the Advanced Democracies*, 39–50. Hampshire, Burlington: Ashgate.
- Anderson, Peter J. in Geoff Ward. 2007. Introduction. V: P. J. Anderson in G. Ward (ur.), *The Future of Journalism in the Advanced Democracies*, 3–16. Hampshire, Burlington: Ashgate.
- Bennett, W. Lance. 2003. *News: The Politics of Illusion (Fifth Edition)*. New York: Longman.
- Carey, James. 1999. In Defence of Public Journalism. V: T. Glasser (ur.), *The Idea of Public Journalism*, 49–66. New York: Guilford Press.
- Craig, David A. 1996. Communitarian Journalism(s): Clearing Conceptual Landscapes. *Journal of Mass Media Ethics* 11, 2, 107–118.
- Dahlgren, Peter. 1993. Introduction. V: P. Dahlgren, C. Sparks (ur.), *Journalism and Popular Culture*, 1–23. London: Sage.
- Dahlgren, Peter. 1996. Media Logic in Cyberspace: Repositioning of Journalism and Its Publics. *Javnost—The Public* 3, 3, 59–72.
- Dahlgren, Peter. 2009. The Troubling Evolution of Journalism. V: B. Zelizer (ur.), *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, 146–161. London: Routledge.
- Dahlgren, Peter in Colin Sparks, ur. 1991. Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere. London: Routledge.
- Deuze, Mark. 2004. What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies* 5, 2, 139–152.
- Donsbach, Wolfgang in Bettina Klett. 1993. Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of their Profession. *Gazette* 51, 53–83.
- Dewey, John. 1927/1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: Založba FDV.
- Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2004. Rutinizacija slovenskog novinarstva u razdoblju društvene tranzicije. *Medijska istraživanja* 10, 1, 5–21.
- Ettema, James in Theodore Glasser. 1998. *Custodians of Conscience*. New York: Columbia University Press.
- Franklin, Bob. 1997. *Newszak and News Media*. London: Arnold.
- Gans, Herbert J. 2003. *Democracy and the News*. New York: Oxford University Press.
- Glasser, Theodore L. 1992. Objectivity and News Bias. V: E. D. Cohen (ur.), *Philosophical Issues in Journalism*, 176–185. New York: Oxford University Press.
- Glasser, Theodore L., ur. 1999. *The Idea of Public Journalism*. New York: Guilford Press.
- Hallin, Daniel C. in Paolo Mancini. 2004. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardt, Hanno. 1996. End of Journalism: Media and Newswork in the United States. *Javnost—The Public* 3, 3, 21–41.
- Hardt, Hanno. 2003. *Myths for the Masses*. Oxford: Blackwell.
- Hardt, Hanno in Bonnie Brennen, ur. 1995. *Newsworkers*. Minnesota: University Minnesota Press.
- Høyer, Svennik. 1996. Can »Objectivity« Save the Autonomy of Journalism? Some Critical Remarks. *Javnost—The Public* 3, 3, 73–80.
- Høyer, Svennik in Horst Pöttker, ur. 2005. *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Götteborg: Nordicom.

- Iggers, Jeremy. 1999. *Good News, Bad News: Journalism Ethics and Public Interest*. Boulder: Westview Press.
- Janowitz, Moriss. 1975/2008. Professional Models of Journalism: The Gatekeeper and the Advocate. V: H. Tumber (ur.), *Journalism: Critical Concepts in Media and Cultural Studies (Volume II)*, 45–56. Oxon, New York: Routledge.
- Košir, Manca. 1994. Razkriti prikrito in napisati zgodbo. V: M. Šuen, *Preiskovalno novinarstvo*, 9–17. Ljubljana: Založba FDV.
- Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Založba FDV.
- Kovach, Bill in Tom Rosenstiel. 2001. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Lippmann, Walter. 1922/1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: Založba FDV.
- Löffelholz, Martin. 2008. Heterogeneous – Multidimensional – Competing: Theoretical Approaches to Journalism – an Overview. V: M. Löffelholz, D. Weaver (ur.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*, 15–27. Malden: Blackwell.
- Luthar, Breda. 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute.
- Luthar, Breda. 2004. Ljudstvo: uporaba anket javnega mnenja v novinarstvu. *Teorija in praksa* 41, 3/4, 663–677.
- McNair, Brian. 1998. *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- McNair, Brian. 2000. *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*. London: Routledge.
- McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- Merritt, Davis. 1995. *Public Journalism and Public Life: Why Telling the News is Not Enough*. Hillsdale, Hove: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Nip, Joyce. 2006. Exploring the Second Phase of Public Journalism. *Journalism Studies* 7, 2, 212–236.
- Oblak Črnič, Tanja. 2007. Spletno novinarstvo skozi optiko novinarjev. *Družboslovne razprave* 23, 54, 43–64.
- Örnebring, Henrik in Anna Maria Jönsson. 2004. Tabloid Journalism and the Public Sphere. A Historical Perspective on Tabloid Journalism. *Journalism Studies* 5, 3, 283–295.
- Pinter, Andrej. 2005. *Sodobne teorije javne sfere*. Ljubljana: Založba FDV.
- Poler Kovačič, Melita. 2003a. Komunitaristični pristopi k novinarstvu: naslovnik kot subjekt. *Teorija in praksa* 40, 2, 207–228.
- Poler Kovačič, Melita. 2003b. Preiskovalno novinarstvo, ustvarjanje škandalov in novinarska etika. *Teorija in praksa* 40, 2, 207–228.
- Poler Kovačič, Melita. 2004a. Podobe (slovenskega) novinarstva: o krizi novinarske identitete. V: M. Poler Kovačič in Monika Kalin Golob (ur.), *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, 85–112. Ljubljana: Založba FDV.
- Poler Kovačič, Melita. 2004b. *Novinarska (iz)virnost: Novinarji in njihovi viri v sodobni slovenski družbi*. Ljubljana: Založba FDV.
- Poler Kovačič, Melita. 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Založba FDV.
- Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2008. Mubi Journalism in Slovenia. Is This Really Citizen Journalism. *Journalism Studies* 9, 6, 874–890.
- Resnick, David. 1998. Politics on the Internet: the Normalization and the Public Sphere. V: C. Touluse in W. T. Luke (ur.): *The Politics of Cyberspace*, 48–68. London: Routledge.
- Rosen, Jay. 1996. *Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press*. New York: Twentieth Century Fund Press.
- Schiller, Dan. 1981. *Objectivity and the News: The Public and the Rise of Commercial Journalism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schudson, Michael. 2000. The Sociology of News Production Revisited (Again). V: J. Curran in M. Gurevitch (ur.), *Mass Media and Society (Third Edition)*, 175–200. London: Arnold.
- Schudson, Michael. 2003. *The Sociology of News*. New York, London: W. W. Norton & Company.
- Schudson, Michael. 2005. The Emergence of the Objectivity Norm in American Journalism. V: S. Høyer in H. Pöttker (ur.): *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*, 19–36. Göttingen: Nordicom.

- Sparks, Colin. 1996. Newspapers, the Internet and Democracy. *Javnost—The Public* 3, 3, 43–58.
- Splichal, Slavko. 1988. Izobraževanje, etika in profesionalizacija novinarstva. *Teorija in praksa* 25, 5, 619–624.
- Splichal, Slavko. 1992. *Izgubljene utopije? Paradoksi množičnih medijev in civilne družbe v postsocializmu*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Založba FDV.
- Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. *Javnost—The Public* 7, suplement (Vregov zbornik), 47–56.
- Splichal, Slavko. 2002. The Principle of Publicity, Public Use of Reason and Social Control. *Media, Culture & Society* 24, 1, 5–26.
- Splichal, Slavko in Colin Sparks. 1994. *Journalists for the 21st Century: Tendencies of Professionalization Among First-Year Students in 22 Countries*. Norwood: Ablex.
- Splichal, Slavko. 2009. Slovensko politično novinarstvo v evropski perspektivi. *Javnost—The Public* 16, suplement, S5-S21
- Strömbäck, Jesper. 2005. In Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism. *Journalism Studies* 6, 5, 331–345.
- Tuchman, Gaye. 1999/2008. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. V: H. Tumber (ur.): *News: A Reader*, 297–307. Oxford: Oxford University Press.
- Tumber, Howard. 2008. Editor's Introduction: Journalism: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. V: H. Tumber (ur.), *Journalism: Critical Concepts in Media and Cultural Studies (Volume I)*, 1–17. Oxon: Routledge.
- Thusu, Daya Kishan. 2009. *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage.
- Vobič, Igor. 2007. The Normalization of the Blog in Journalism: Online Newspapers of Slovene Traditional Media. *Medijska istraživanja* 13, 2, 59–83.
- Waisbord, Silvio. 2000/2008. Watchdog Journalism in Historical Perspective. V: H. Tumber (ur.), *Journalism: Critical Concepts in Media and Cultural Studies (Volume IV)*, 162–188. Oxon: Routledge.
- Zelizer, Barbie. 2004. *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Thousand Oaks: Sage.
- Zelizer, Barbie, ur. 2009. *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*. London: Routledge.



· **Home page:**

<http://www.javnost-thepublic.org>;

<http://www.euricom.si>

· **Established in 1994**

· **4 issues per volume:**

April, June, October, December;

occasional supplements

· **Indexed and Abstracted in:**

Communication Abstracts, Current Contents/

Social & Behavioral Sciences, International

Bibliography of Periodical Literature (IBZ),

International Bibliography of the Social

Sciences (IBSS), Linguistics and Language

Behavior Abstracts (LLBA), Peace Research

Abstracts, Research Alert, Sage Public

Administration Abstracts, ScienceDirect,

Scopus (Elsevier), Social Sciences Citation Index

(SSCI), Social SciSearch, Sociological Abstracts

the
public
javnost

Javnost – *The Public*

Journal of the European Institute for Communication and Culture

Javnost - The Public, an interdisciplinary peer-reviewed social and cultural science journal published by the European Institute for Communication and Culture in association with the Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, addresses problems of the public sphere on international and interdisciplinary levels. It encourages the development of theory and research, and helps understand differences between cultures. Contributors confront problems of the public, public communication, public opinion, public discourse, publicness, publicity, and public life from a variety of disciplinary and theoretical perspectives.

Editorial board

Editor: Slavko Splichal, University of Ljubljana

Associate Editors: Hanno Hardt, University of Ljubljana; Rudi Rizman, University of Ljubljana; Darko Štrajn, University of Ljubljana

Editorial Advisory Board: Muhammad Ayish, University of Sharjah; Carlos Barrera, University of Navarra, Pamplona; Kees Brants, University of Amsterdam; Jean Claude Burgelman, Joint Research Centre, Seville; Andrew Calabrese, University of Colorado at Boulder; Peter Dahlgreen, University of Lund; Terry Flew, Queensland University of Technology, Brisbane; Tatsuro Hanada, University of Tokyo; Teresa M. Harrison, University at Albany; Nicholas Jankowski, University of Nijmegen; Olessia Koltsova, Higher School of Economics, St. Petersburg; Risto Kunelius, University of Tampere; Ed McLuskie, Boise State University; Breda Luthar, University of Ljubljana; Vincent Mosco, Queen's University, Kingston; Horst Poettker, University of Dortmund; Philippe Joseph Salazar, University of Cape Town; Trine Syvertsen, University of Oslo; Colin Sparks, Westminster University, London; Daya Thussu, Westminster University, London; Janet Wasko, University of Oregon at Eugene; Yuezhi Zhao, Simon Fraser University, Burnaby; Liesbet van Zoonen, University of Amsterdam.

DEPOLITIZACIJA POLITIČNEGA

PRIMER OBRAVNAVANJA POLITIČNIH TEM V SLOVENSКИH DNEVNIKIИ

JERNEJ PIKALO
ANDREJA TRDINA

Povzetek

Prispevek se ukvarja z depolitizacijo političnega skozi primer obravnavanja političnih tem v slovenskih dnevnikih. Depolitizacijo opredeli kot vzporedno potekajoča procesa neoliberalizma in globalizma, ki jima je skupna politika manjšanja vpliva demosa na demokratične odločitve političnih skupnosti. Z empirično vsebinsko analizo dnevniИ časopisov v Sloveniji v letih 1990, 1995, 2000 in 2005 pokaže na depolitizacijske spremembe: povečevanje sklicevanja slovenskih virov na mednarodne akterje skozi leta, na vedno večjo depersonaliziranost mednarodnih akterjev, na katere se sklicujejo slovenski viri, na z leti vedno večjo sporazumnost slovenskih političnih virov pri sklicevanju na privatizirane gospodarske akterje, na vedno manj upovedenih nesoglasij ter vedno več personaliziraniИ ekonomskih akterjev.

Jernej Pikalo je izredni profesor politologije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, e-pošta: jernej.pikalo@fdv.uni-lj.si.

Andreja Trdina je mlada raziskovalka v Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, e-pošta: andreja.trdina@fdv.uni-lj.si.

Uvod

Politična participacija se v sodobnih demokracijah niža. Kljub globalni razširjenosti demokracije ter globalni sprejemljivosti demokratičnih načel in procesov je vsako leto manj in manj državljanov pripravljeno sodelovati v političnih procesih in javnih razpravah. Politična participacija (formalna in neformalna) vztrajno pada tako v razvitih kot novih demokracijah. Razlike med starimi in novimi demokracijami so v obsegu padanja participacije in različnimi deleži po starostnih skupinah državljanov. Razlike nastajajo tudi zaradi kulturnih in družbenih dejavnikov v posameznih političnih skupnostih (demokratičnih tradicij, religioznih vzorcev, zakonske obveznosti/neobveznosti sodelovanja na volitvah itn.). Razlike so tudi v nižanju formalne in neformalne participacije, ko v nekaterih političnih skupnostih na račun padanja formalne participacije rastejo neformalne oblike. A vse te razlike ne spremenijo dejstva, da smo že skoraj dve desetletji soočeni z jasnim trendom upadanja politične participacije. Padanje je zaskrbljujoče, ker je participacija osnova delovanja demokratičnih skupnosti. Brez participacije državljanov ni demokratičnih političnih skupnosti.

Za sodobno politiko se zdi, da državljanov ne zanima več. Sodobnega človeka, vpetega v celo vrsto mrež družbenih odnosov, politika in politično le stežka animirata, da bi sodeloval pri političnih procesih. Kot da je državljanom vedno manj mar za skupno dobro, kot da jih vedno manj zanimata sodelovanje pri zadevah skupnosti ter (so)ustvarjanje javnega mnenja. Kot da skupno dobro ne bi bilo nekaj, kar se tiče vseh, nekaj, kar ni dosegljivo vsakemu posamezniku, ampak samo skupnosti kot kolektivu. Kot da skupno dobro ni nekaj, kar naj bi skupnost in vsi posamezniki pozitivno vrednotili, nekaj, kar je normativno v smislu napotila delovanju skupnosti, da bi se ohranila in napredovala. Kontinuirana razprava o skupnem dobrem je primarna politična razprava vsake politične skupnosti, obenem pa tudi njen nikoli dokončani, vedno fluidni končni rezultat. Politika je, inter alia, torej tista aktivnost, s katero državljanji mediramo različne partikularne interese v smeri oblikovanja skupnega interesa.

Eden od ključnih namenov politike kot procesa je dogovarjanje o skupnem dobru in njegovem uresničevanju. Po teoriji racionalne izbire politiko potrebujemo takrat, kadar kolektivni interes ali cilj ne more biti zadovoljen zgolj z uresničevanjem posameznih lastnih interesov. Politika je način, kako z vnaprej določenimi postopki pridemo do kolektivnih odločitev, ki so dobre za čim večji del skupnosti. Nihče npr. ne more zgolj uresničiti lastne želje po čistem okolju, če je obenem ne uresničujejo tudi drugi. Skupno dobro varnosti v skupnosti je mogoče uresničiti zgolj kolektivno. Politika je način, da se na avtoritativni način določi regulativa, ki pomeni uresničevanje in zagotavljanje temeljnega skupnega dobra.

Moderna politika naj bi bila upravljanje z usodo skupnosti. Od vestfalskega miru leta 1648 je politika teritorializirana, kar pomeni, da politične skupnosti, ki živijo na določenem ozemlju, na različne načine (demokratično, semidemokratično, avtoritarno, totalitarno itn.) upravljajo z lastno usodo. Predpostavka je, da so politične skupnosti v upravljanju z lastno usodo avtonomne (notranja suverenost) in neodvisne od vmešavanja drugih političnih skupnosti (zunanja suverenost). S

procesi globalizacije, ki smo jim poudarjeno priče v zadnjih štiridesetih letih, se je temeljna predpostavka upravljanja z lastno usodo pomembno spremenila. Procesi globalizacije so spremenili (ne nujno oslabili ali ojačali) odločanje v političnih skupnostih. Odločanje ni več zgolj odvisno od skupnosti same, ker so zaradi prepletenosti transnacionalnih procesov politične skupnosti postale podvržene procesom, katerih izvor je zunaj meja skupnosti. Prav tako zaradi globalizacijske medpovezanosti odločitve neke politične skupnosti ne vplivajo več samo na »njenem« ozemlju, temveč prek njega. Zaradi globalizacijskih procesov so sicer diskretni dogodki postali povezani, svet se je »skrčil« v smislu časa in prostora (Castells 1996; Harvey 1989). Zaradi teh (in še mnogih drugih) dejavnikov danes veje globok pesimizem, ali je nacionalna politika sploh še proces, s katerim politične skupnosti upravljajo z lastno usodo. Ali lahko politične skupnosti sploh še dosežejo primerne dogovore in ali je prava pot za to politični proces?

Današnja vseprisotna negativna konotacija političnega in vdanost v usodo skupnosti je zgolj površinski odraz veliko bolj problematičnega in globljega stanja odnosa do politike. Medtem ko je bila včasih politika način ustvarjanja javnega dobrega in medtem ko je bila politika način, s katerim je demokratična politična skupnost nadzorovala svoje oblastnike, je danes politika vse prej kot to. Politika v današnjih razvitih demokratičnih skupnostih je na eni ravni političnega diskurza postala zmerljivka, aktivnost nevredna resnega dela in intelektualnega napa. Na drugih ravneh pa se politično pospešeno utaplja v ekonomskem, naravnem in ponaravljenem dojemanju/oblikovanju družbenih in političnih odnosov, ki se hoče znebiti politike kot tiste dejavnosti, ki se samo vmešava v »naravne« procese najučinkovitejše alokacije blaga/ljudi. Politika je vedno bolj dojeta kot dejavnost maksimizacije lastnih interesov, način osebnega bogatenja, širjenja lastnega vpliva in reprodukcije ideologije partikulariziranih političnih akterjev.

Do konca šestnajstega ter začetka sedemnajstega stoletja je v zahodnem svetu prevladovala aristotelovska ideja, da je politika visoka umetnost ohranjanja republike. *Res publica* (javna stvar) je mesto in prostor skupnega dobra. V večini primerov je šlo za to, da so se posamični interesi podredili skupnemu interesu celotne skupnosti. Politika je bila način razreševanja konfliktov v skupnosti ter zagotavljanja skupnih dobrin (varnosti, družbene kohezije, dobrega v skupnosti na splošno) (Hay 2007, 8). Na začetku sedemnajstega stoletja se paradigma spremeni, nič več ni ključna dobrobit skupnosti, pač pa dobrobit in interes države (*raison d'état*). Naloga politike je postalo ohranjanje države, ne več skupnosti. Na državo pa se od Machiavelijevega Vladarja naprej navezuje ideja, da gre za kristalizacijo politične moči in oblasti v rokah enega vladarja ali skupine skozi nadzor nad javnimi institucijami (ibid.). *Raison d'état* je torej interes vladajoče skupine. Violi (v Hay 2007, 9) je zelo nazorno pokazal, da je Machiavelli dosledno uporabljal izraz *politico*, kadar je šlo za vprašanje države, in republika, kadar je šlo za vprašanje aristotelovskega (konvencionalnega) pomena republike kot skupne stvari. S tem je še ohranjal distinkcijo med enim in drugim pomenom, ki pa se je sčasoma zlil. Država je postala sinonim za politično skupnost, s socialnimi revolucijami 18. stoletja in z nacionalnimi gibanji 19. stoletja pa je postala navezana na politizirano etnijo, narod.

Situacija v Sloveniji je podobna kot v večini razvitih demokratičnih skupnosti. Politika je večinsko dojeta kot negativna dejavnost za promocijo ozkih ekonomskih ali političnih interesov posameznikov ali skupin. Zadnjih deset let je vsepri-

sotna teza o vmešavanju politike v vse pore življenja, ki jo zvesto spremlja teza o potrebnosti omejevanja politike kot reakcija. Čeprav bi bilo mogoče pričakovati, da se bo po uveljavitvi večstrankarskega političnega sistema, začetnih problemih in spodrseljajih, na Slovenskem politika uveljavila kot način reševanja družbenih konfliktov in mediacije interesov, se to ni zgodilo. Slovenska politična skupnost je prevzela sistem pluralizma strankarskih interesov, se na ta način navidezno politizirala, dejansko pa je ohranila stare negativne vzorce razmišljanja o politiki in političnem oz. jih perpetuirala iz zakladnice lastne politične kulture. Prevzeta je bila forma demokratičnih političnih institucij in njihovega delovanja, kar pa je zgolj nujni, ne pa seveda tudi zadostni pogoj za polno uveljavitev demokracije. Politika ni dojeta kot način reševanja konfliktov v skupnosti.

Razlogov za negativno dojetje politike in njenih procesov na Slovenskem je več. Eden je v korporativni politični kulturi, ki v nasprotju z liberalno ne gradi na političnih, temveč na funkcionalnih interesih in z njimi povezanim predstavnštvom (Lukšič 2006). Nacionalni interesi se ne oblikujejo v političnem procesu, temveč v zunajpolitičnih arenah (cf. Rus 1992, 28). Ključna dejavnost korporativne politične kulture je ohranjanje skupnostnega političnega telesa. Na Slovenskem je skrb za ohranjanje narodovega telesa (kot politizirane etnije) primarno prevzela kultura. Kultura (predvsem literatura) je bila privilegirana dejavnost »občevanja s samim slovenskim 'bistvom'« (Rupel v Lukšič 2006, 59). V letih med 1848 in 1948 naj bi po Ruplu (ibid.) bila literatura v neposredni bližini »komandnega stolpa«, pretirana literarizacija pa je velikokrat šla na škodo resnega razmisleka o socialnih in političnih vprašanjih. Kocbek (ibid.) je pretirano poudarjanje kulturne funkcije malega naroda in literariziranje označil kot napako narodove elite: »Ta samokulturna miselnost je izraz bodisi neživljenjskega idealizma bodisi zgolj izkustvenega defetizma: oba sta naperjena proti politični naravi malega naroda, to je proti osnovam našega lastnega boja.« Tudi v novejši literaturi je mogoče zaslediti celo vrsto negativnih konotacij politike: »Skozi vso zgodovino opazujemo isto. Človek postane zloben predvsem zaradi politične, se pravi strankarske pripadnosti« (Trstenjak v Lukšič 2006, 74). Kardelj je na temelju takih in podobnih sentimentov o politiki razvil sistem samoupravne demokracije, katerega temeljni cilj je bil izražanje interesov resničnega človeka, ne pa kakega politiziranega abstraktnega individuuma. Kardeljevo videnje je mogoče brati globlje, na terenu politične ekonomije, v odnosu med uporabno in menjalno vrednostjo. Lukšič (1994, 17) piše, da je politični pluralizem v primerjavi s korporativizmom teren abstraktne menjave, kjer šteje edino menjalna vrednost. Tako politiko je mogoče opisati z metaforo trga, kjer se blago (politične ideje, interesi ...) izmenjujejo glede na menjalno vrednost. Po drugi strani pa je korporativizem teren uporabne vrednosti, ki je ne zanima menjalna vrednost blaga, pač pa njegova uporabna vrednost v funkciji ohranjanja korporativnega telesa pri življenju. Politično telo torej vzdržuje izražanje interesov resničnega človeka, ne pa politiziranega abstraktnega individuuma.

Med razloge za slovensko negativno gledanje na politiko je mogoče šteti tudi neobstoj pravih profesionaliziranih političnih elit. Slovenija v zgodovini ni razvila oblastnih struktur po vzoru drugih držav v Evropi. Na Slovenskem nikoli nismo imeli lastne aristokracije, meščanstvo je bilo šibko, socialistične elite niso bile zgolj politične elite, temveč so v skladu s Kardeljevim funkcionalističnim gledanjem na politiko predstavljale vse mogoče realne interese, ne zgolj političnih. Tudi v

času po uvedbi strankarskega pluralizma in politične demokracije je v Sloveniji zelo malo profesionalnih politikov, ki bi bili zgolj to in katerih identiteta bi bila navezana zgolj na politiko. Ker politika ni hvalevredna dejavnost, redkokdo sploh hoče biti politik.

Odziv članov politične skupnosti na tako vlogo politike zato ni presentljiv. Vedno manj verjamejo, da je politika iskanje skupnega dobra, urejanja odnosov v skupnosti ter upravljanja z usodo skupnosti, kar se kaže v nižanju politične participacije. Konvencionalna razlaga tega političnega fenomena bi bila, da državljani več ne verjamejo v politične procese kot načine reševanja odprtih vprašanj, zato politična participacija pada. A v tem prispevku se želimo odmakniti od take razlage oz. jo nadgraditi. Pokazali bomo, da je depolitizacija političnega (tudi) zavesten politični proces, ki želi predrugačiti dojemanje politike in posledično delovanje političnih skupnosti. Skozi empirično vsebinsko analizo dnevnik časopisov v Republiki Sloveniji v letih 1990, 1995, 2000 in 2005 bomo pokazali, kako se je politično depolitiziralo v časopisih. Pokazati želimo na konstruktivistično vlogo medijev pri vzpostavljanju védenja o politiki, političnem in politični skupnosti.

Časopisov ne dojemamo zgolj kot odsev družbenih odnosov ali medijev za prenos informacij, temveč jih razumemo kot reprezentacijo in posledično vir družbene konstrukcije pomena realnosti.¹ Novinarstvo, ki se uresničuje v medijih, nam »kot posebna vrsta produkcije in distribucije védenja« (Splichal 2000, S47) osmišlja svet in lasten prostor v njem. V tej luči ustvarjanja smisla lahko novinarsko delo razumemo kot simbolno manipulacijo (Splichal 2000, S48). Hartley (2004, 182) trdi, da je osmišljevanje realnosti vaja v discipliniranju družbenega delovanja na podlagi diskurza. Novinarstvo je za Hartleyja (ibid.) »proizvodnja realnega skozi pogled«. Novinarstvo v medijih proizvaja družbeni diskurz kot disciplinarajoči pogled, kot verjetnost diskurzivne vizije. Mediji kot kulturni režim reprezentacij torej vzdržujejo družbo v času in podpirajo nek specifičen režim resnice v določenem družbenozgodovinskem kontekstu.

Vprašanje, ki se zato poraja, je, ali politični in ekonomski akterji ter mediji sploh vedo, kaj počnejo. Ali vedo, da (re)producirajo diskurz depolitizacije in tako pomembno vplivajo na delovanje in dojemanje politike, političnega ter politične skupnosti? Problem depolitizacije je, med drugim, kako dojemamo politiko in kaj si mislimo o nalogah politike. Kaj je narava politike? Čemu je politika namenjena? Politike je pogosto slišati, da je depolitizacija potrebna, da se npr. v Veliki Britaniji finančno ministrstvo ne bi vmešavalo v določanje obrestnih mer² ali da ne bi Downing Street določal članstva v lordski zbornici, pač pa za to imenovana neodvisna komisija. Vse z namenom čim manjšega vmešavanja političnega. V strukturi takega razmišljanja gre za dojemanje politike kot slabe, kot malovolentne sile, ki ne opravlja svojega dela. Politiki so posvojili negativno videnje politike, pesimistično, ki terja vprašanje, ali mogoče politiki sami dvomijo o svojih sposobnostih zagotavljanja tistega, za kar so bili izvoljeni. Ali tega ne vedo, kaj počnejo, ali pa vedo še predobro? Ali gre za ideologijo depolitizacije kot logični odgovor na neoliberalne pritiske?

Politika depolitizacije

Marx (1980, 37) v svoji znameniti frazi v prvem delu Kapitala poda verjetno najosnovnejšo definicijo ideologije: *Sie wissen das nicht, aber sie tun es.*³ Tega ne vedo, a vendarle to tako počnejo. Marxov stavek je mogoče brati na dva načina: prvič, da

je ključni problem tistih, ki ne vedo, na strani predstave, na strani iluzije védenja: *Saj ne vedo, kaj v resnici delajo*. Ideologija je v tem, da ljudje ne vedo, kaj v resnici delajo, ne vedo, da imajo napačno predstavo o družbeni realnosti, ki ji pripadajo (Žižek 1994, 314). Marxov stavek pa je mogoče brati tudi na način, ki sugerira, da ni problematična samo predstava o realnosti, pač pa tudi družbena realnost sama. Tisto, česar ljudje ne vedo, je, da tudi njihovo družbeno realnost vodi predstava, da je družbena realnost konstrukt te predstave. A Marxovo formulo je mogoče prebrati še drugače: Kaj pa če ljudje zelo dobro vedo, kako stvari v resnici stojijo, a jih kljub temu še vedno opravljajo, kot da tega ne bi vedeli? Problem depolitizacije političnega, enega ključnih političnih procesov zadnjih tridesetih let, je treba brati točno skozi te tri interpretacije Marxove formule: ali akterji (politični, ekonomski, medijski) res ne vedo, kaj delajo, pa vendarle to tako počnejo, drugič, ali ne vidijo, da problem ni samo predstava o realnosti, pač pa je problem v strukturni prisili, discipliniranju pogleda na realnost samo, in tretjič, kaj pa če zelo dobro vedo, kaj počnejo, kaj če je tako početje v njihovem interesu? Ali vsaj nekateri od tistih, ki so jih demokratične politične skupnosti izvolile za svoje predstavnike, zelo dobro vedo, kaj počnejo, a je depolitizacija politike in z njo nizka politična participacija v njihovem interesu?

Pri procesih depolitizacije političnega gre za dva vzporedno potekajoča procesa: širjenje neoliberalne ideologije in njenega vpliva ter procese globalizma, specifičnega gledanja na procese globalizacije kot vse večje strukturne vpetosti ter odvisnosti političnih skupnosti in njihovih procesov od transnacionalnih procesov in dejavnikov. Proces je pogojno mogoče opredeliti kot notranji (tj. neoliberalni) in zunanji (tj. globalistični) vir procesov depolitizacije. Neoliberalni proces depolitizira, ker ne verjame v politične rešitve, ker odreka legitimnost vsakršnemu intervencionizmu politike, ker pravi, da je politično reševanje problemov po svoji naravi neučinkovito, ker gre za vmešavanje v najučinkovitejše alokacije resursov, t. i. naravne procese. Globalizem pa je strukturno determinističen pogled na procese globalizacije, ki obstoječe politične skupnosti postavlja pred rešitev »there is no alternative«, ki poskuša pokazati na vedno manjše možnosti za iskanje političnih rešitev ter posledično na manjšo sposobnost politike in političnih akterjev.

Depolitizacijo razumeva na več načinov, med katerimi so:

1. Politična desekularizacija: področja in procesi, ki so prej bili v človeških rokah in se je o njih odločalo politično, se prenesejo na nekoga zunanjega, pogosto na področje naravnosti in nujnosti.
2. Transfer področij, ki so še do nedavnega bila pod političnim vplivom in nadzorom, kvazijavnim akterjem brez političnega nadzora ali z netransparentnim političnim nadzorom.
3. Privatizacija: izločanje političnih zadev iz sfere političnega v sfero tržnega.
4. Iskanje vzrokov za politične procese zunaj politike in posledično zavračanje politične odgovornosti.
5. Prenos z nacionalne ravni (kjer učinkovita odgovornost obstaja) na nadnacionalno raven, kjer politična odgovornost ni več tako transparentna.
6. Iskanje grešnega kozla (t. i. scapegoating): navidezno prenašanje odgovornosti za nacionalne odločitve na tuje oz. mednarodne akterje in strukture.
7. Politika »there is no alternative«: mnenjska nasprotja kot gibalo političnega razpravljanja in politike vse bolj izginjajo.

Zadeve so politizirane, ko postanejo stvar odločanja, premišljanja, v človeških rokah, kjer prej to niso bile. Najosnovnejša oblika politizacije je povezana s širjenjem možnosti človeškega vpliva in odločanja o zadevah, ki so bile prej stvar usode ali nujnosti (vprašanje religioznih tabujev, vedno boljše razlage narave skozi tehnološki in znanstveni napredek, sekularna država kot oblika politizacije vs. državi, ki je svojo avtoriteto v zgodovini iskala v božji avtoriteti). Druga oblika politizacije je prehod iz zasebne v javno sfero, ko zadeve, ki so prej bile zasebne, postanejo stvar javne debate in javnega odločanja (feminizem, nova družbena gibanja, tudi zasebna podjetja, ko postanejo javne delniške družbe, se s tem obvežejo, da bodo razkrila več informacij javnosti, itn.) (Hay 2007, 80).

Hay (ibid., 82–87) depolitizacijo opredeli kot proces, obraten od politizacije:

1. Predajanje področij, ki so še do nedavnega bile zadeve formalnega političnega odločanja, vpliva in nadzora, kvazijavnim oblastem ali trgu brez političnega nadzora (ibid., 82). Prednosti predaje v manj politizirane arene so za politike in politiko očitne: zadeve, okoli katerih bi lahko potekali javni politični spori, so predane javnim ali kvazijavnim organizacijam in njihovim uradnikom, da bi sicer politično odločanje izpeljali depolitično oz. navidezno depolitično. Določijo se »neodvisni« tehnični kriteriji, po katerih poteka tehnicistično odločanje. Politične odločitve tako postanejo stvar uradniških tehniciziranih postopkov, za katere politiki javno niso odgovorni.

V Republiki Sloveniji je tak primer ustanavljanje javnih agencij. Z javnimi agencijami država (in v njenem imenu Vlada Republike Slovenije) ustanavlja telesa za »opravljanje regulatornih, razvojnih ali strokovnih nalog v javnem interesu, če zanje z zakonom ni predvidena druga statusna oblika«. (Zakon o javnih agencijah, 2. čl.). Problem javnih agencij v Sloveniji je, da so samo navidezno nepolitične oz. nepolitične za potrebe javne podobe, niso pa dejansko nepolitične. Zakon o javnih agencijah v 19. členu namreč določa, da »direktorja javne agencije imenuje in razrešuje ustanovitelj na predlog sveta javne agencije na podlagi javnega natečaja v skladu s pogoji in kriteriji, določenimi z zakonom in ustanovitvenim aktom«. Tudi člane sveta agencij imenuje vlada, torej so imenovani politično: »Člane sveta imenuje in razrešuje ... ustanovitelj za dobo petih let z možnostjo ponovnega imenovanja«. Politika se torej navidezno umakne iz procesa sprejemanja odločitev, politične odločitve postanejo (kvazi)javne, še naprej pa politika odločilno vpliva na ljudi, ki upravljajo z javnimi agencijami. Politika tako zavestno depolitizira politične procese.

Med to obliko depolitizacije lahko štejemo tudi prenos odgovornosti za določene zadeve na transnacionalno raven. Prehod na skupno valuto evro in prenos monetarne avtonomije na skupno Evropsko centralno banko sta primera tovrstne depolitizacije, pa tudi prenos pristojnosti na transnacionalne organizacije tipa NATO itn. Prenos pristojnosti pa še ni depolitizacija, še posebej, kadar gre za prenos med političnimi subjekti z jasnimi odnosi odgovornosti. A v večini primerov transnacionalna odgovornost ni tako jasna kot nacionalna, kanali, po katerih potekajo sistemi odgovornosti, so veliko daljši in manj razviti kot nacionalni, na transnacionalni ravni zaradi vestfalskega sistema suverenih enot ni jasnega sistema odgovornosti, ne obstaja svetovna vlada z jasnimi pooblastili in odgovornostmi, ne obstaja (razen v primeru najhujših kaznivih dejanj proti človeštvu, ki so tudi kršenja najtemeljnejših človekovih pravic) globalni sodni sistem itn. S prenosom zadev

na transnacionalno raven se politika znebi potencialno problematičnih vprašanj, obenem pa se transnacionalnost uporablja za izgovor za nepopularne (v pravem pomenu besede) politične ukrepe v notranji politiki (cf. Banjac 2009).

Preprostejša oblika depolitizacije je, ko se prej politična zadeva prepusti trgu in tržnim silam. Od poznih sedemdesetih naprej so politične elite v razvitih liberalnih demokracijah vedno več zadev dajale pod okrilje trga. Politično upravljanje je bilo domnevno neučinkovito, zato je vedno več zadev bilo prepuščenih domnevno učinkovitim tržnim mehanizmom. Rezultat tega je bil val privatizacij, ki se je v Veliki Britaniji zgodil konec sedemdesetih in na začetku osemdesetih let, ko je bila na oblasti Margaret Thatcher (Hay 2007, 83). Tudi novi laburizem je nadaljeval s privatizacijami, čeprav na nekoliko drugačen način.

Način depolitizacije tega tipa je tudi izogibanje neposrednemu političnemu reguliranju. Namesto političnega reguliranja politični odločevalci odgovornost prenašajo v javno sfero. Odgovornost za okoljsko degradacijo npr. z apelom prenašajo na onesnaževalce v javni sferi (podjetja, posameznike), namesto da bi z neposrednim političnim ukrepanjem in s sprejemom zakonodaje rešili problem.

2. Področja, ki so bila prej v javni sferi, a ne nujno politizirana, se prenesejo na zasebno sfero. Primer take depolitizacije je prenos odgovornosti za okoljsko degradacijo ne samo na onesnaževalce, temveč tudi na končne potrošnike.

3. Depolitizacija kot prehod na področje nujnosti. Gre za fatalizem, tj. verjetje, da sodobnih političnih skupnosti ni več mogoče upravljati s političnimi procesi. Gre za vdajanje v usodo, politično pasivizacijo posameznikov s kontinuiranim vcepljanjem ideje, da ni mogoče politično ničesar spremeniti, da se je mogoče zgolj prilagoditi na videz »zunanjemu dejstvu (!)« in dalje reproducirati obstoječe odnose moči v družbi. Kajti »najglasnejše sporočilo neoliberalizma je, da ni alternative za status quo« (McChesney 2005, 24). V tem pa se kažejo, kot opozarjajo številni avtorji (McChesney 2005; Laclau in Mouffe 1987; Beck 2000), avtoritarne razsežnosti neoliberalnega depolitiziranega diskurza. Slednji namreč na ta način zapira javni politični prostor delovanja, proizvaja depolitizirano prebivalstvo (državljanse spreminja v potrošnike) in se s tem postavlja nasproti participatorni demokraciji.

Globalizacija kot depolitizacija

Globalizacija je v letih po koncu hladne vojne postala mantra sodobnega sveta. Podjetnike in politike, politologe in ekonomiste, novinarska peresa in internetne gurue so združile nove možnosti prej politično-ideološko deljenega sveta. Optimizem posthladne vojne je bil na višku, ideološki zmagovalec je visoko vil zastave neoliberalnega kapitalizma. Ljudi različnih interesov, političnih nazorov, družbenih bogastev in geografskih širin je družila podobnost pogleda na procese globalizacije. Verjeli so, da globalizacija obstaja, da je realnost in da s sabo prinaša različne posledice. Veljalo je, da človeštvo živi v obdobju, ko je večji del družbenega življenja določen z globalnimi procesi, v katerih nacionalne kulture, nacionalna gospodarstva in nacionalne meje izginjajo. Osrednja za tako dožemanje je bila ideja hitrega in nedavnega procesa ekonomske globalizacije (Hirst in Thompson 2000, 68).

Nekaj primerov takega diskurza:

Gospo in gospodje: prišel sem slavit prihodnost. Nikoli v zgodovini naše vrste ni bilo boljše priložnosti za gradnjo višjih življenjskih standardov in varnejšega sveta za vse. Globalizacija je del te priložnosti (Moore 2000).

Globalizacija je dejstvo, s katerim živimo. Procesi globalizacije v svetu se odvijajo naprej in postavlja se vprašanje, kako se v takšnih procesih najbolje znajde posameznik in pa, kar nas bo danes predvsem zanimalo, država, nacionalna država, predvsem manjša država, kot je Slovenija. Ne moremo biti globalni igralec, da bi sami lahko aktivno vplivali na te procese. V večji meri ti procesi vplivajo na nas oz. ustvarjajo okolje, v katerem poskušamo vzpostaviti čim boljšo eksistenco (Drnovšek 2002).

Globalizacija je spremenila naša gospodarstva in način, na katerega delamo. ... Ne moremo odkloniti sodelovanja na svetovnih trgih, če želimo uspevati. ... Katerakoli vlada, ki misli, da lahko sama pelje zadeve, misli napačno. Če trgi nimajo radi tvojih politik, te bodo kaznovali (Blair 1999).

Znotraj nacionalne države se zmanjšuje doseg politike in nacionalna država ni več sposobna v popolnosti predstavljati javnih interesov. Ne more več odgovarjati na transnacionalne fenomene, ki so rezultat procesa globalizacije (Socialist International 1999).

Za globalistični⁴ diskurz globalizacije je, inter alia, značilen fatalistični pogled na globalizacijo. Globalizacija naj bi bila neizogibna. Predstavljena je kot strukturni okvir, ki prebivalcem planeta določa nove pogoje bivanja – zlata kletka,⁵ iz katere ni izhoda. Alternative, kot da niso na voljo: ali se bo gospodarstvo globaliziralo ali pa bo umrlo. Ali se bo država pridružila globalnim tokovom ali pa umrla v izolaciji. Država in možnosti političnega odločanja so usodno zaznamovane z zunanjim strukturnim okvirom, ki določa možnosti odločanja. Politično se je depolitiziralo, vzrok za to je zunanji.

Depolitiziran globalistični diskurz ima nekaj skupnih značilnosti. Za zgodbe te vrste je značilno teleološko dojetje procesa globalizacije. Tehnološke spremembe (npr. uvajanje novih in hitrejših komunikacij) so predstavljene kot gonilna sila razvoja in s tem globalizacije (cf., izmed mnogih avtorjev, npr. Scholte 2000, 74–86; Crook 1997, 5; Mann 1997, 473; Langhorne 2001, xi; Cable 1995, 25, 26). Tehnologija je po teleološkem pojmovanju tista, ki bo pripeljala do boljšega jutri. Napredek v znanosti, tehnologiji in proizvodnji naj bi pomembno določal usodo delavcev, upravljavcev, države in njihovih medsebojnih odnosov. Uvajanje novih tehnologij naj bi povzročalo krizo družbenih in političnih institucij, ki si na vsak način želijo ujeti tehnološki napredek in primerno prilagoditi proizvodne odnose. Pri tem je politična nacionalna država še zadnja ovira v globalni kapitalistični akumulaciji.⁶

Globalizacija je v neoliberalnih zgodbah prikazana kot esencialna (Amoore in drugi 1997, 183; Weldes 2001, 651; cf. Fairclough 1999; Hobson in Ramesh 2002, 7). Bila naj bi nujen okvir, ki ne omogoča alternativ. Prikazana je kot okvir, ki določa parametre političnega in gospodarskega delovanja znotraj modernega kapitalizma. Leon Brittan, podpredsednik Evropske komisije: »Povedano krajše, resne alternative globalizaciji ni. Vse drugo je slepa ulica« (Brittan 1999). Rupel (2002, 3): »Globalizacija je neizbežna. Globalizaciji se – tudi če bi hoteli – ne moremo več uspešno upirati, saj je že dejstvo.« Esencialne razlage pozabljajo, da je ideja globalizacije rezultat zgodovinsko in družbeno specifičnih pogojev in razmerij, ki določajo, v katero smer bo šla družbena konstrukcija posameznih dogodkov in idej. Interpretiranje globalizacije na način njene neizogibnosti je osnova strukturnega determinizma, ki ne dopušča političnih alternativ.

Globalizacija naj bi, kot to predstavljajo neoliberalci, težila h konvergenci. Njeni procesi naj bi prispevali k poenotenju oz. pritiskali v smeri poenotenja, ne glede na to, da imamo v procesih globalizacije opraviti z različnimi začetnimi temelji in institucionalnimi ureditvami družb, držav ali gospodarstev. Rezultat delovanja globalizacijskih sil naj bi bila v primeru države konvergenca na ravni nacionalnih držav z odpravo meja za potrebe prehajanja finančnih tokov, proizvodov in storitev (cf. npr. Ohmae 1995; Reich 1993). Na različne države in družbe se gleda kot na objekte brez zgodovinsko in družbeno specifičnih značilnosti, kot da so vsi enaki in jih je treba obravnavati na enak način.

Globalisti globalizacijo interpretirajo instrumentalno. Nagibajo se k posploševanju predstavljanja njenih procesov in posledic, da bi lažje predpisali orodja za njeno upravljanje. Brittan (1999): »Globalizacija je življenjsko dejstvo in to bo ostala ne glede na ukrepe vlade. Vprašanje ni, ali jo sprejeti ali zavrniti, ampak kako zagotoviti njen potek v pozitivni smeri. Pomembno je, da nacionalne in mednarodne institucije sprejmejo vpliv globalizacije in primerno odgovorijo.« Instrumentalna interpretacija je eden od temeljev depolitizacije, saj so posplošeni recepti brez upoštevanja družbenih, zgodovinskih in političnih okoliščin vir razmišljanja o ujetosti v usodo.

Globalizacija je predstavljena tudi kot benigni proces (Amoore in drugi 1997, 184) z blagimi in s pozitivnimi posledicami. Družbeni konflikti, kot posledica instrumentalnega in objektnega dojetanja globalizacije in receptov za razreševanja napetosti, naj bi se dogajali samo v fazi prilagajanja procesom globalizacije, v novi tranziciji k boljšemu jutri: »Najprej je pomembno poudariti, da je 'postati globalen' za podjetje predvsem proces, ne samo cilj. Je potovanje, pa tudi končna postaja. In za vsako potovanje so značilni težke transformacije in prehodi, preden prispemo na cilj« (Hrebiniak v Bargiela-Chiappini 2000, 21). Nove družbene strukture, ki povzročajo konflikte, naj bi bile samo začasen stranski izdelek prestrukturiranja, stvar, ki bo izginila, ko bodo danes uporniške generacije odrasle in se akomodirale v novem, boljšem načinu življenja. Označevanje globalizacijskih procesov kot benignih je potrebno za prikaz globalizacije kot pozitivnega okvira, ki vpliva na/depolitizira notranjo politiko.

Fairclough (2000) je v analizi globalizacijskega diskurza na primeru poročila Svetovne banke o razvoju sveta za leto 1999/2000 (World Bank 2000) opozoril na pomembne vidike globalizacije kot vira depolitizacije:⁷

1. Dejavnik sprememb (človeški dejavnik) v govoru o globalizaciji ni podan,⁸ v govoru o lokalizaciji pa je. Primeri za globalno raven so: »Mednarodni gospodarski red se razvija v visoko integriran in elektronsko povezan sistem.« »Globalizacija združuje države sveta.« In na lokalni ravni: »Vključevanje lokalnih skupin in nevladnih organizacij pri aplikaciji globalnih rešitev je pomembno.« Kontrast se kaže na eni strani v prilagajanju, na drugi pa v aktivnem sodelovanju. Globalizacija in globalno gospodarstvo sta predstavljena kot neizogibni in nespremenljivi zunanji dejstvi, ki se jima morajo ljudje, vlade in drugi družbeni dejavniki prilagoditi, brez upanja na spremembe, medtem ko je lokalizacija stvar lokalnih skupin in organizacij, ki lahko aktivno posegajo v politiko.

V citiranih izjavah Blairja ali Drnovška so gospodarske spremembe, ki naj bi bile posledica globalizacije, predstavljene kot proces brez človeških oz. družbenih dejavnikov. Ne obstajajo družbeni dejavniki (npr. multinacionalna podjetja,

menadžerske elite), ki bi razvijali in promovirale nove ideje – te se zgolj »pojavi« same od sebe. Ne obstajajo družbeni dejavniki, ki bi odpirali nove trge – ti se »odprejo« sami od sebe.

Posledica tovrstnega razmišljanja o globalizaciji je predvsem depolitizacija, ki se z vidika države dogaja navznoter in navzven. Globalizacija je predstavljena kot zunanje, nepreklicno dejstvo, ki ni politizirano, na katero ni mogoče politično vplivati, ki je skoraj ponaravljena, torej zunaj dosega človeškega vpliva. Za globalizacijo navzven to pomeni, da z njo nihče ne upravlja, da se dogaja sama od sebe, da ni mogoče identificirati interesov in z njimi akterjev, ki vplivajo na globalizacijske procese, kar posledično pomeni, da je zunaj dosega političnega upravljanja. Navznoter pa to pomeni, da globalizacijski procesi s svojim okvirom pomenijo dejavnik strukturne prisile za notranjo politiko, da se čuti vedno bolj nemočna. Pomembna posledica za depolitizacijo je tudi videnje družbenih sprememb kot dogajanj brez akterjev, brez jasnih interesov itn. To je neposredna posledica politike depolitizacije.

2. V globalističnem diskurzu globalizacije gre za odsotnost želje. Nikoli se ne govori o željah in interesih multinacionalk po neomejenih trgih, prosti trgovini, demontaži države itd. V primeru nacionalne politike so interesi veliko jasneje izraženi in transparentni. Lahko gre za željo po samoodločanju ali celo zahtevo po samoodločanju. Neprikazovanje želje izhaja iz prikaza globalizacije kot procesa brez človeškega dejavnika, kot »naravne« zadeve. Pod terminom globalizacija globalisti razumevajo posledice, in ne iniciative ter dejanja. Globalizacija ni nekaj, kar najpodjetnejši oz. najambicioznejši želijo storiti. Gre bolj za to, kaj se nam dogaja. Gre za anonimne sile s širokim dosegom delovanja, ki naj bi imele prevelik tako obseg kot doseg, da bi bilo mogoče govoriti o njihovem upravljanju (Bauman 1998, 60).⁹

3. Globalizacija je predstavljena kot proces sedanosti, ki ni niti povezana s preteklostjo niti ni rezultat preteklosti oz. zgodovine. Za opisovanje globalizacijskih procesov se slovnično večinoma uporablja sedanjik, ki ne dopušča nanašanja na preteklost. Sedanjik, ki pomeni tudi brezčasnost, je primeren slovnični čas za opisovanje globalizacijskih procesov, ki niso od nekdaj, ampak so zdaj tu in so nastali ex nihilo. Sedanost je raztegnjena od preteklosti do neskončne prihodnosti. Brezčasna globalizacija je vir depolitizacije, ker ni historično kontekstualizirana, zato se zanjo zdi, da je zunaj dosega človeškega dejavnika.

4. V globalizacijskem govoru je veliko predpisovanja, kaj je treba storiti, in manj tega, kaj se dogaja. Analiza ne govori toliko, kako nekaj je, ampak kako bi moralo biti. Na ta način vstopa globalizacijski diskurz v polje normativnega določanja zadev, ki ima z analizo globalizacijskih procesov bolj malo skupnega. Politiziran govor se razlikuje od tistega o globalizaciji, saj govori bolj deskriptivno in manj normativno, kar je tudi sicer skladno s prisotnostjo in z analizo človeškega dejavnika in njegove želje kot sestavnega dela politiziranega diskurza.

Globalistični pogled na globalizacijo je strukturno determinističen. Globalizacijo prikazuje kot zunanji okvir, ki državi omogoča ali onemogoča dejanja, ki bi jih lahko storila. Neredko je pretveza nepopularnih ukrepov (t. i. scapegoating oz. iskanje grešnega kozla), ki jih vlade izvajajo z različnimi nameni, pogosto v dobro kapitala (gl. npr. Socialist International 1999). Vprašati se velja, od kod tako deterministično pojmovanje globalizacije? Najpreprostejši odgovor je, da stvari take pač so in da ne moremo ničesar ukreniti. Zunanji pogoji strukture so

taki, da ne omogočajo drugačnih, alternativnih dejanj. Že nekoliko bolj analitičen pogled pa razkrije, da je zunanje v globalističnem diskurzu pojmovano kot nekaj objektno ločenega od notranjega. Zunanje ni rezultanta notranjega, zunanji okvir notranjega, odsev dogajanja znotraj države ali nacionalnega gospodarstva, temveč je pojmovano kot nespremenljiva, objektna realnost, kot determinirajoči okvir, ki določa, kaj se lahko stori in kaj ne. Videti je, da ima lastno eksistenco, navidezno nepovezano s čimerkoli.

Uporaba globalizacijskega jezika je namenjena depolitizaciji, saj predstavlja politiko kot procese, ki jim vsebinsko neposredno narekujejo dejstva, in se izogiba razmišljanju o izbiri vrednot in družbene, moralne ter politične odgovornosti za take izbire.

Procesi depolitizacije v slovenskih dnevnikih po osamosvojitvi

Depolitizacijo političnega v Sloveniji želimo preučiti skozi empirično vsebinsko analizo dnevnih časopisov v letih 1990, 1995, 2000 in 2005. Pokazati želimo, kako so se v času in med različnimi akterji dogajali procesi depolitizacije. Procese depolitizacije ne dojemamo kot naključne, naravne/ponaravljene politične procese, temveč kot zavestne procese, ki želijo predrugačiti dojetanje politike in posledično spremeniti delovanje političnih skupnosti. Dnevni časopisi imajo pri tem konstruktivistično vlogo medijev pri vzpostavljanju vedenja o politiki, političnem in politični skupnosti.

Ena od tez tega članka je, da je eden ključnih virov depolitizacije sklicevanje na mednarodne akterje, ki so večinoma predstavljeni kot depersonalizirani. Akterji se sklicujejo na depersonalizirane mednarodne vire, ker je take vire težko natančno določiti, prav tako je težko določiti njihove interese. Gre za procese »scapegoatinga« (oz. iskanje grešnega kozla) v mednarodnih akterjih, vlogo globalizacije kot zunanjega strukturno determinirajočega vpliva, vlogo globalizacije kot procesa brez akterjev in posledično interesov/želja. V raziskavi smo razlikovali med mednarodnimi in tujimi akterji, kajti tuji akterji so po navadi personalizirani in natančno določeni. Viri se v prej opisanih procesih depolitizacije, ko želijo opravičevati svoje poteze depolitizacije, redkeje sklicujejo na tuje, določljive vire, pa zato raje na mednarodne, nedoločljive vire (problem odgovornosti in transparentnosti).

Podatki slovenskih virov kažejo statistično značilno povečevanje sklicevanja slovenskih virov na mednarodne akterje skozi leta (gl. tabelo 1), čeprav je ta povezanost razmeroma šibka. Med vsemi akterji, na katere so se slovenski viri sklicevali leta 1990, je bilo le 2,3 odstotka mednarodnih, leta 1995 se je njihov delež dvignil na 2,9 odstotka, leta 2000 ostal na 2,8 odstotkih, leta 2005 pa je delež mednarodnih akterjev znašal že 4,3 odstotka. Sklicevanje slovenskih virov na slovenske akterje pa rahlo upade (delež slovenskih akterjev se zniža s skoraj 83 odstotkov leta 1990 na 80 odstotkov v letu 2005), medtem ko sklicevanje na tuje akterje ostaja skozi leta približno enako (delež teh vsa leta okoli 15-odstoten).

Povečevanje sklicevanja na mednarodne akterje je mogoče interpretirati kot vir politike depolitizacije. Slovenski akterji se, med drugim, sklicujejo na mednarodne akterje, kadar želijo prikazati nujnost sprejetja nekega ukrepa v smislu strukturnega determinizma. Verjetno je nemogoče vse primere sklicevanja na mednarodne akterje označiti zgolj kot vir za depolitizacijo političnega, še posebej, ker se je Slovenija z leti

Tabela 1: Sklicevanje slovenskih virov na slovenske, tuje in mednarodne akterje po letih

Leto	Akte			
	slovenski	tuji	mednarodni	skupaj
1990	8938 82,5 %	1650 15,2 %	244 2,3 %	10.832 100 %
1995	13.725 81,9 %	2542 15,2 %	489 2,9 %	16.756 100 %
2000	7568 81,6 %	1445 15,6 %	260 2,8 %	9273 100 %
2005	12.605 80,2 %	2435 15,5 %	681 4,3 %	15.721 100 %
skupaj	42.836 81,5 %	8072 15,4 %	1674 3,2 %	52.582 ¹⁰ 100 %

$\chi^2 = 108,558$; sig. = 0; Cramerjev V = 0,032

vedno bolj vključevala v transnacionalne (EU) in mnoge mednarodne organizacije (npr. NATO), zato je jasno, da se vedno več akterjev tudi sklicuje na mednarodne akterje. Zanimivo pri tem je, da sklicevanje na personalizirane tuje akterje ostaja bolj ali manj na isti ravni, medtem ko se sklicevanje na večinoma depersonalizirane mednarodne akterje povečuje.

Zaradi zadržkov pri interpretaciji sklicevanja na mednarodne akterje kot vire depersonalizacije nas je zanimala struktura teh akterjev. Pogosto se namreč dogaja, da se politični akterji pri ustvarjanju politike depolitizacije sklicujejo na depersonalizirane mednarodne akterje, do katerih ne poteka jasna linija odgovornosti, določljivosti in sledljivosti. To je zelo pogosta praksa pri globalizaciji kot viru depolitizacije, ko se globalizacija predstavlja kot neobvladljiva množina procesov, s katerimi ne upravlja nihče določljiv.

Kot je prikazano v tabeli 2, obstaja statistično značilna povezanost med izvorom akterja in ravno združenosti akterja ($\chi^2 = 822,936$; sig. = 0), a je tudi ta razmeroma šibka (Cramerjev V = 0,089). Ta priča o depersonalizaciji mednarodnih akterjev, na katere se sklicujejo slovenski viri. Med vsemi mednarodnimi akterji je namreč samo 17 odstotkov posameznikov (med slovenskimi akterji jih je kar 31,6 odstotka, med tujimi celo 39,7), a kar 77,2 odstotka reguliranih skupin (med slovenskimi akterji jih je le 54 odstotkov in med tujimi 44,2 odstotka). Pregled strukture akterjev po letih sicer pokaže trend padanja deleža reguliranih skupin med vsemi mednarodnimi akterji, na katere se sklicujejo slovenski viri (83,1 odstotka v letu 1990, 82,2 v letu 1995, 71,2 v letu 2000 in 73,8 v letu 2005), na račun personalizacije teh, v splošnem pa je med mednarodnimi akterji (v primerjavi s tujimi in slovenskimi) višji delež reguliranih skupin in veliko nižji delež posameznikov.

Za zgled navajamo primera take depersonalizacije iz analiziranih časopisov:

Drnovšek je pojasnil potek pogajanj z Brusljem o evropskem sporazumu in začetek postopka za spremembo 68. člena ustave. Omenil je pričakovanje Unije glede uskladitve zakonodaje z evropsko, ki pomeni dokončanje postopka spreminjanja ustave do ratifikacije pridružitvenega sporazuma. ... Po Drnovškovih besedah so storjene poteze zadostne in primerne, čeprav je omenil, da so pričakovanja EU večja (Delo, 24. junija 1995).

Tabela 2: Deleži različnih ravni združenosti akterjev glede na izvor akterjev

Akter	Raven združenosti akterja				
	posameznik	ohlapna skupina	regulirana skupina	drugo ¹¹	skupaj
slovenski	13.453 31,6 %	4794 11,3 %	22.993 54 %	1354 3,2 %	42.594 100 %
tuji	3176 39,7 %	1170 14,6 %	3540 44,2 %	116 1,4 %	8002 100 %
mednarodni	284 17 %	44 2,6 %	1290 77,2 %	53 3,2 %	1671 100 %
skupaj	16.913 32,4 %	6008 11,5 %	27.823 53,2 %	1523 2,9 %	52.267 100 %

$\chi^2 = 822,936$; sig. = 0; Cramerjev V = 0,089

Janez Potočnik zaradi razlik med financiranjem in vsebino programov v Evropskem svetu in Evropskem parlamentu pričakuje precej razprav. Evropska komisija je po njegovih besedah jasno povedala, da je treba v nadaljevanju pogajanj o novi finančni perspektivi povečati zneske za raziskave, inovacije in izobraževanje, ki omogočajo gospodarsko rast in povečevanje števila delovnih mest (Delo, 24. septembra 2005).

Med pomembne vire depolitizacije štejemo vpliv prevladujoče (neoliberalne) ekonomske doktrine na področje političnega. Ta je skrajno skeptična do možnosti politike za sodobno in učinkovito upravljanje javnih zadev, zato sodobne politične skupnosti pri svojem upravljanju pospešeno prevzemajo načela neoliberalne ekonomske doktrine. V skladu z neoliberalno ekonomsko doktrino je trg idealni alokator dobrin, tržna razmerja pa ureja nevidna roka. Politika vedno več človeških odnosov rekonceptualizira kot ekonomske odnose, politično pa vedno bolj skuša upravljati v skladu s spoznanji strateškega menedžmenta. Na institucionalni ravni je tovrstna depolitizacija predajanje področij, ki so bila še do nedavnega zadeve formalnega političnega odločanja, vpliva in nadzora, kvazijavnim oblastem ali trgu brez političnega nadzora. Empirično smo ta proces operacionalizirali kot sklicevanje političnih virov na gospodarske akterje. Politični viri se sklicujejo na gospodarske akterje ter s tem kažejo vedno večji vpliv ekonomističnega jezika, prevladujoče (neoliberalne) ekonomske doktrine in njenih postulatov za delovanje področja političnega.

Podatki o sklicevanju političnih virov kažejo na statistično značilno povezanost med letom in področjem delovanja akterja ($\chi^2 = 80,912$; sig. = 0), na katerega se ti politični viri sklicujejo (gl. tabelo 3). Tudi ta povezanost je razmeroma šibka (Cramerjev V = 0,047). Zanimivo je predvsem leto 2000, kjer sklicevanje političnih virov na politiko naraste na 68,1 odstotka, na gospodarstvo pa pade na 4,6 odstotka. Ena od razlag tega fenomena bi lahko bila, da so leta 2000 poleg leta 1990 (ko pa so prevladovale druge teme, npr. osamosvojitve, gospodarska kriza v Jugoslaviji itn.) edinokrat v analiziranih letih bile splošne volitve, okoli katerih pa po navadi potekajo predvsem politične razprave.

Morda lahko najvišje sklicevanje na gospodarstvo v letih 1990 in 1995, upad v letu 2000 in ponovni porast leta 2005 delno pojasnimo tudi s spremembami v postavitvi dnevnikov skozi čas. Te spremembe tematskih sklopov na analiziranih

straneh opazimo predvsem v Delu in Dnevniku. V primerjavi z letom 1990 na analiziranih prvih treh in zadnji strani v Delu ni posebne sekcije gospodarstva. Druga in tretja stran Dela sta namreč leta 1990 posebej namenjeni notranji politiki in gospodarstvu, druga leta pa dnevnim novicam na splošno, večinoma politiki (poseben sklop gospodarstva na nadaljnjih straneh časopisa, ki v analizo niso bile zajete). Podobno sta v Dnevniku leta 1990 prva in druga stran namenjeni dnevnim novicam, medtem ko leta 1995 in 2000 postane druga stran namenjena skoraj izključno mnenjskim žanrom (v kolumnah, pismih bralcev). Leta 2005, ko sklicevanje na gospodarske virov ponovno naraste, se prispevki mnenjskih žanrov v Dnevniku zmanjšajo na račun dnevnih novic, med katerimi je verjetno tudi nekaj več gospodarskih tem. Na osnovi rezultatov analize in opisanih zadržkov pri interpretaciji torej ni mogoče popolnoma enoznačno trditi, da se sklicevanje političnih virov na ekonomske akterje z leti povečuje.

Tabela 3: Sklicevanje političnih virov na akterje različnih področij delovanja po letih

Leto	Področje delovanja akterja			
	politika ¹²	gospodarstvo ¹³	drugo ¹⁴	skupaj
1990	3268 66 %	397 8 %	1284 25,9 %	4949 100 %
1995	4008 62,2%	553 8,6 %	1879 29,2 %	6440 100 %
2000	2039 68,1 %	139 4,6 %	816 27,3 %	2994 100 %
2005	2593 63,3 %	270 6,6 %	1235 30,1 %	4098 100 %
skupaj	11.908 64,4 %	1359 7,4 %	5214 28,2 %	18.481 100 %

$\chi^2 = 80,912$; sig. = 0; Cramerjev V = 0,047

Vendar niso pomembni samo deleži različnih akterjev, na katere se politični viri v letih sklicujejo, zanimati nas mora tudi, kako se nanje sklicujejo, kako o njih govorijo. Čeprav je leta 2000 občutno manj sklicevanja na gospodarske akterje, se politični viri sklicujejo nanje z več sporazumnosti¹⁵ kot druga leta. Leta 2000 politični viri med sklicevanjem na gospodarske akterje v kar 20,1 odstotka primerih jasno izrazijo sodelovanje ali pripravljenost na sodelovanje, medtem ko je leta 1990 ta delež le 11,6-, leta 1995 pa 9,6-odstoten. Leta 2005 delež sporazumnosti pri sklicevanju političnih virov na gospodarske akterje ostaja precej visok, in sicer 13,7-odstoten. Skozi leta je tako opaziti vedno več sporazumnosti pri sklicevanju političnih virov na gospodarske akterje, čeprav sklicevanje nanje morda upada. Je pa zanimivo, da se delež sporazumnosti pri sklicevanju političnih virov na politične akterje z leti niti ne spreminja, skozi vsa leta ostaja dokaj visok (20,5 odstotkov v letu 1990, 21,5 v letu 1995, 21,8 v letu 2000 in 19,9 odstotkov leta 2005).

Prej navedeni rezultati kažejo, da je stopnja sporazumnosti oz. obseg izraženih nasprotij v dnevnem tisku v času manjši. Zmanjšuje se stopnja konfliktnosti med gospodarskimi in političnimi akterji. Na eni strani je to mogoče interpretirati kot normalizacijo akterjev skozi njihovo povečano pripravljenost na sodelovanje.

Toda v skladu s tezo Mouffeove (2005) o antagonističnem modelu javne sfere in agonističnem pluralizmu, ki vidi antagonizem kot podlago vsake demokratične politike, se moramo vprašati, ali gre res samo za normalizacijo političnega. Demokratičnost razprave namreč zahteva prav priznavanje konfliktov, nasprotij, namesto da se jih poskuša preseči z apeli k racionalnosti, skupnosti ali sodelovanju. Mnenjska nasprotja so ključno gibalno političnega razpravljanja, a se danes z depolitiziranim neoliberalnim diskurzom s predpostavko »There Is No Alternative« vedno bolj izgubljajo. Razlike med pomeni različnih akterjev se zapirajo, vedno več je rutinskosti, rutinskega interesnega govora uradnih virov, razprava se zožuje. V takem »okolju« je tudi vedno manj priložnosti za državljanje, da bi sodelovali v demokratičnih razpravah, gospodarske in politične elite s svojo sporazumnostjo zapirajo prostor razprave in ga s tem depolitizirajo.

Kot prikazuje tabela 4, obstajajo med leti statistično značilne razlike v izraženi nesoglasnosti¹⁶ ($\chi^2 = 291,584$; sig. = 0; Cramerjev V = 0,084). Upovedovanje nesoglasij – od razlik v mnenjih, ki ne pomenijo nujno izključevanja, do ostrega nesoglasja oz. nasprotovanj in negacij – z leti upada. Med vsemi izjavami virov (med vire spada tudi novinar sam, če se ne sklicuje na zunanje vire oz. prisvojene glasove) jih je mnenjsko nesoglasje leta 1995 izražalo 20,2 odstotka, leta 2005 pa je ta delež samo še 12,7-odstoten.

Tabela 4: Delež v dnevnikih predstavljene nesoglasnosti po letih

Leto	Nesoglasnost		
	ni izrecnega nesoglasja	izrecna različnost ali ostro nesoglasje	skupaj
1990	7305 82,4 %	1558 17,6 %	8863 100 %
1995	10.288 79,8 %	2606 20,2 %	12.894 100 %
2000	6287 85,8 %	1037 14,2 %	7324 100 %
2005	10.283 87,3 %	1493 12,7 %	11.776 100 %
skupaj	34.163 83,6 %	6694 16,4 %	40.857 100 %

$\chi^2 = 291,584$; sig. = 0; Cramerjev V = 0,084

Primat ekonomizma in gospodarskih akterjev pri razpravljanju o družbenih temah v dnevnikih časopisih je mogoče opaziti tudi v njihovi vedno večji personaliziranosti. Personaliziranost je mogoče povezati tudi s spremembami družbenoekonomskega sistema (prehod v kapitalistični družbeni sistem), ki so deloma bile vpeljane že v Jugoslaviji leta 1988, pomembno pa dopolnjene v Sloveniji 1992. leta. Od takrat je Slovenija dobivala vedno jasnejšo osebno lastniško strukturo v gospodarstvu, vzporedno pa je pospešeno gradila tudi regulatorne mehanizme.¹⁷

Pri ekonomskih akterjih nas je zanimalo, kaj se dogaja z ravno njihove združenosti skozi leta. Podatki pričajo o personalizaciji ekonomskih akterjev v dnevnem tisku skozi leta (gl. tabelo 5). Povezanost med letom in ravno združenosti ekonomskih akterjev je statistično značilna ($\chi^2 = 445,459$; sig. = 0) in srednje močna

(Cramerjev $V = 0,124$). V vseh letih sicer prevladuje govor o ekonomskih akterjih kot reguliranih skupinah, a je opazen trend povečevanja sklicevanja na posameznike kot ekonomske akterje. Med vsemi ekonomskimi akterji je bilo leta 1990 le 8,1 odstotka posameznikov, leta 2005 pa kar 23,1 odstotka.

Tabela 5: Raven združenosti ekonomskih akterjev po letih

Leto	Raven združenosti ekonomskih akterjev				
	posameznik	ohlapna skupina	regulirana skupina	ostalo	skupaj
1990	183 8,1 %	452 20 %	1464 64,7 %	163 7,2 %	2262 100 %
1995	351 10,8 %	524 16,1 %	2162 66,4 %	218 6,7 %	3255 100 %
2000	312 19,4 %	331 20,5 %	887 55,1 %	81 5 %	1611 100 %
2005	581 23,1 %	425 16,9 %	1498 59,6 %	8 0,3 %	2512 100 %
skupaj	1427 14,8 %	1732 18 %	6011 62,4 %	470 4,9 %	9640 100 %

$\chi^2 = 445,459$; sig. = 0; Cramerjev $V = 0,124$

Za ilustracijo personalizacije ekonomskih akterjev skozi leta navajamo štiri primere pisanja dnevnikov v različnih analiziranih letih:

Leto 1990:

Kriza slovenskega gospodarstva, ki se je začela 1989. leta, je vse hujša. V prvih devetih mesecih letos so bile izgube že petkrat večje kot akumulacija. ... Ob ustreznem prestrukturiranju gospodarstva je treba poiskati nove trge za izdelke, in to zunaj jugoslovanskih meja (Delo, 22. novembra 1990).

Podjetja morajo že zdaj pripraviti poslovne strategije v skladu s pravili, ki veljajo za družbe v razvitejših zahodnih državah (Delo, 8. junija 1990).

Leto 2005:

Zdaj ima Žito dvočlansko upravo, poleg Bricla je v njem še Sandi Svooljšak, odgovoren za proizvodnjo in tehnično področje. Tretji član, Marko Rems, ki je vodil finance, je družbo zapustil septembra, potem ko je že konec julija odstopil (Delo, 25. oktobra 2005).

Jutri je seja nadzornega sveta Petrola in pričakovati je, da bo predsednik uprave Janez Lotrič odstopil. Uprava bo do imenovanja nove uprave (na skupščini družbe) še bolj okrnjena, saj je prejšnji mesec iz Petrola odšel član uprave za finance in energetiko Vladimir Jančič, Lotrič pa je dal odpoved izoršnemu direktorju Mitji Klavori (menda samo zato, da bi ta odšel iz družbe z odpravnino). V nadzornem svetu Petrola pa že razmišljajo o Lotričevem nasledniku (Večer, 25. oktobra 2005).

Pisanje dnevnikov se z leti vedno bolj personalizira, kapital in gospodarski odnosi so v Sloveniji (in v drugih posttranzicijskih državah) vedno bolj personalno določljivi. Glede na prejšnje rezultate te raziskave (predvsem jasen trend glede

povečevanja stopnje sporazumnosti oz. zmanjševanja obsega izraženih nasprotij v dnevnem tisku) je upravičena domneva, da s privatizacijo lastniške strukture, personalizacijo akterjev in z vedno višjo stopnjo soglasnosti različnih virov prihaja tudi do depolitizacije političnih odnosov. Kjer je še do nedavnega bila živahna javna razprava o gospodarskih temah ali celo načinih vodenja določenih podjetij v družbeni lasti, je s privatizacijo lastniške strukture ta povsem zamrla. Nacionalni gospodarski rezultati so večinoma samo še agregati privatiziranih lastniških odločitev, v katerih ne morejo sodelovati nelastniki. Ključno vprašanje, ki se zastavlja, je, koliko je nova personalizirana lastniška struktura tudi vir politične moči ter kako vpliva na politiko in njeno potencialno depolitizacijo.

Zaključek

V članku smo želeli prikazati procese depolitizacije političnega na teoretični in empirični ravni. Skozi empirično vsebinsko analizo dnevnih časopisov v letih 1990, 1995, 2000 in 2005 smo pokazali, kako se je politično depolitiziralo v časopisih. Ugotovili smo, da je prišlo do povečevanja sklicevanja slovenskih virov na mednarodne akterje skozi leta, da so mednarodni akterji, na katere se sklicujejo slovenski viri, depersonalizirani, da se slovenski politični viri z leti vedno bolj in z vedno več sporazumnosti sklicujejo na privatizirane gospodarske akterje, da upovedovanje nesoglasij (razlike v mnenjih, nesoglasja, nasprotovanja, negacije) z leti upada ter da je v dnevnem tisku vedno več personaliziranih ekonomskih akterjev. Izhajajoč iz konstruktivistične vloge medijev pri vzpostavljanju vedenja o politiki, političnem in politični skupnosti, lahko zaključimo, da smo tudi na Slovenskem (bili) priče procesom depolitizacije političnega.

V zahodnih demokracijah so procesi politike depolitizacije potekali vse od konca šestdesetih let prejšnjega stoletja. Za Slovenijo (in druge (post)tranzicijske države) pa se je zdelo, da je šele z uvedbo strankarskega političnega pluralizma zares postala politizirana. Pogosta kritika nestranskega političnega pluralizma je bila, da to ni prava političnost, ker v njej ne prihaja do antagonizma strankarskih in interesnih sil. S to raziskavo lahko dozdejšnje tezo obrnemo: rezultati empirične raziskave namreč kažejo, da je politika v Sloveniji po letu 1990 sicer postala politizirana v smislu strankarskega pluralizma, dejansko pa vedno bolj depolitizirana. Strankarski pluralizem je prinesel antagonizme političnih interesov na ravni spektakla, medtem ko so se najpomembnejše družbene odločitve sprejemale vedno bolj depolitizirano, vedno manj je (bilo) participacije demosa pri najpomembnejših zadevah. Vprašanje, ki ostaja, je le, ali politični, ekonomski, medijski akterji res ne vedo, kaj počnejo, pa to vedarle tako počnejo, ali pa zelo dobro vedo, kaj počnejo, in je tako početje celo v njihovem interesu.

Opombe

1. V izhodišču konstruktivističnega pristopa je, da je pomen stvari konstruiran z uporabo reprezentacijskih sistemov. Kot meni Hall (2004, 46), »konstruktivisti ne zanikajo obstoja materialnega sveta«, vendar ta svet dobi pomen šele v njegovi reprezentaciji. Taka perspektiva ruši predstavo o tem, da imajo stvari v svetu pomen *per se* ali same po sebi in da je ta pomen transhistoričen. Ker so pomeni razumljeni kot družbeno skonstruirani, in ne apriorni, vnaprej določeni, niso fiksni ter se lahko v času in prostoru spreminjajo. Koncept reprezentacije je vzpostavil nov okvir za razumevanje družbene realnosti. »Pozitivistično predpostavko, da mediji odražajo družbeni svet ..., je v družbeni teoriji popolnoma izpodrinilo stališče, ki pravi, da je svet (so)konstruiran glede na medijske reprezentacije« (Luthar 1998, 7).

2. Eden od prvih ukrepov vlade Tonyja Blaira po prevzemu oblasti 1997. leta.
3. Gre za besedno igro, ki spominja na biblični izrek O Bog, odpusti jim, saj ne vedo, kaj delajo.
4. Beck (2000) opredeli globalizem kot neoliberalni ideološki pogled na procese globalizacije. Posebej opozori, da globalizem ni edini zveličavni pogled na globalizacijske procese, da obstajajo tudi drugi pogledi, res pa je, da je bil vse do finančne in gospodarske krize v obdobju 2008–2009 to prevladujoč pogled na globalizacijo.
5. Z besedami Friedmana (1999, pog. 5, 18) »zlati prisilni jopič«.
6. Wallerstein (1986) zagovarja nasprotno tezo, da so nacionalne države temelji svetovnega (globalnega) kapitalističnega sistema, ki funkcionira ravno zaradi razlik med njimi.
7. Do podobnih ugotovitev je prišel tudi Flowerdew (2002) pri analizi diskurza globalizacije na primeru Hongkonga.
8. Robertson (1992, 104) opaža v razpravah o globalizaciji tendenco k ignoriranju posameznika.
9. Razliko med univerzalizacijo in globalizacijo je mogoče videti tudi skozi optiko želje. Medtem ko se je na univerzalizacijo gledalo kot na hoten projekt poenotenja, je bila globalizacija vedno videna kot projekt brez skupnega temelja, za katerega nista značilna niti skupna osnova niti skupen cilj.
10. Statistične analize so bile opravljene na 40.857 enotah. Ker so bile te določene z zadnjim virom, ki se je lahko skliceval na vsaj enega in največ tri akterje, smo za analizo sklicevanja na akterje morali na mestih podvojiti ali potrojiti enote tako, da je enoto določal vsak omenjeni akter (vrednosti drugih spremenljivk smo ohranili in jih ustrezno pripisali vsaki novi enoti). Podobno smo storili tudi pri analizah v tabelah 2, 3 in 5. V predstavljenem primeru smo v zbirki podatkov vseh enot, določenih z akterjem, ohranili le enote s slovenskimi viri in primerjali sklicevanje na slovenske, tuje in mednarodne akterje skozi čas.
11. V kategoriji drugo so pri združevanju vrednosti spremenljivke raven združenosti drugi artefakti (v pomenu t. i. outputa delovanja, npr. filmi, knjige, zakoni, sporazumi itd.) in entitete sui generis (npr. javno mnenje) ali pojmi (npr. pluralizem, počastitev). Zabeleženi in kodirani so bili zgolj v primeru, da v enoti ni bilo mogoče identificirati jasno določenih akterjev (posameznike ali skupine).
12. Kategorija politike zajema tako konkretizirane politične institucije na državni in lokalni ravni (predsednika republike, tudi prvo damo, vlado z vladnimi službami in uradi, predsednika vlade, državni zbor s komisijami, predsednika DZ, državni svet, politične stranke, ministre, župane, mestne/občinske svete, svete krajevnih skupnosti) kot tudi politični režim povsem abstraktno, ko akter ni nek delujoč posameznik ali skupina (na primer ustava, pravna država, strankarstvo, volilni sistem, lokalna samouprava, socialna država, institucija predsednika kot taka).
13. Pod gospodarstvo smo prišteli vse dejavnosti proizvodnje, trgovine in storitev, vključno z gospodarskimi pojmi (stečaj, inflacija, proračun). Sem pa ne spadajo dejavnosti socialne blaginje ali civilne družbe, čeprav so morda organizirane kot profitne.
14. V kategorijo drugo so pri združevanju vrednosti padli tako gospodinjstvo (zasebno okolje, družina, prosti čas) kot tudi socialna blaginja (od šolstva, zdravstva, športa do kulture in umetnosti), civilna družba, cerkev, uprava in vse vrste delovanj, katerih legalnost je problematizirana.
15. Sporazumnost definiramo kot pripravljenost na sodelovanje ali sodelovanje.
16. Nesoglasnost v definiciji zajema le izrecna, jasno upovedena in namenoma razkrita nasprotja v mnenjih (ne strinja se, nasprotuje, zavrača, spodbija ipd.). Tako opredeljena nesoglasnost ne vključuje vsakršnih latentnih razlik v mnenjih, ki morda obstajajo ali jih po svoji interpretaciji lahko pripišemo dvema mnenjema.
17. Višek privatizacije oz. zasebnega določljivega kapitala v Sloveniji je verjetno t. i. tajkunizacija, katere proizvod je bilo nekaj ljudi z izjemnim osebnim bogastvom, ki je slonelo na t. i. drugem koraku privatizacije, to je akumulaciji prej lastniško razpršenega kapitala.

Literatura

- Amoore, Luise, Richard Dodgson, Barry K. Gills, Paul Langley, Don Marshall in Iain Watson. 1997. Overturning 'Globalisation': Resisting the Theological, Reclaiming the 'Political'. *New Political Economy* 2, 1, 179–95.
- Banjac, Marinko. 2009. (Ne)zaželeni sosed: grožnja in varnost v diskurzu evropske imigracijske politike. *Časopis za kritiko znanosti* 37, 235/236, 90–101.
- Bargiela-Chiappini, Francesca. 2000. *The Discourses of Economic Globalization: A First Analysis*. Nottingham: Nottingham Trent University. Neobjavljen rokopis.
- Bauman, Zygmunt. 1998. *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, Ulrich. 2000. *What is Globalization?* Cambridge: Polity Press.
- Blair, Tony. 1999. Doctrine of the International Community. Govor v The Economic Club of Chicago, Hilton Hotel, Chicago, 22. april. <<http://www.globalpolicy.org/globaliz/politics/blair.htm>>.
- Brittan, Leon. 1999. Globalisation: Responding to New Political and Moral Challenges. World Economic Forum, Davos, 30. januar. <<http://europa.eu.int/comm/dg01/sp300197.htm>>.
- Cable, Vincent. 1995. The Diminished Nation-State: A Study in the Loss of Economic Power. *Daedalus* 124, 2, 23–53.
- Castells, Manuel. 1996. *The Rise of the Network Society: The Information Age, vol. 1*. Oxford: Blackwell.
- Crook, Clive. 1997. The Future of the State. *The Economist*, 20. septembra, 5–7.
- Drnovšek, Janez. 2002. Uvod predsednika vlade na seji Strateškega sveta za varnostna vprašanja »Iskanje identitete globalizirani družbi«, 19. julija. <<http://sigov1.sigov.si/pv/si/elementi/novica.php?&i1=upv&i2=slo&i3=1&i4=vse&i5=ter&i10=artic&i12=1CB23E98373E75E9C1256BFB004B1BEF>>.
- Fairclough, Norman. 2000. Representations of Change in Neo-liberal Discourse. <<http://www.uoc.es/humfil/nlc/CA-15ega.doc>>.
- Fairclough, Norman, ur. 1999. *Language in the New Capitalism*. <<http://www.uoc.es/humfil/nlc/CA-15egd.doc>>.
- Flowerdew, John. 2002. Globalization Discourse: A View from the East. *Discourse & Society* 13, 2, 209–225.
- Friedman, Thomas L. 1999. *The Lexus and the Olive Tree*. New York: Harper Collins.
- Hall, Stuart. 2004. Delo reprezentacije. V: B. Luthar, V. Zei in H. Hardt (ur.), *Medijska kultura. Kako brati medijske tekste*, 33–97. Ljubljana: Študentska založba.
- Hartley, John. 2004. Novinarstvo in vizualizacija resnice. V: B. Luthar, V. Zei in H. Hardt (ur.), *Medijska kultura. Kako brati medijske tekste*, 179–192. Ljubljana: Študentska založba.
- Harvey, David. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- Hay, Colin. 2007. *Why We Hate Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Hirst, Paul in Graham Thompson. 2000. Globalization – a Necessary Myth?. V: D. Held in A. McGrew (ur.), *The Global Transformations Reader*, 68–75. Cambridge: Polity Press.
- Hobson, John M. in M. Ramesh. 2002. Globalisation Makes of States What States Make of It: Between Agency and Structure in the State/Globalisation Debate. *New Political Economy* 7, 1, 5–22.
- Laclau, Ernesto in Chantal Mouffe. 1987. *Hegemonija in socialistična strategija: k radikalni demokratični politiki*. Ljubljana: Partizanska knjiga.
- Langhorne, Richard. 2001. *The Coming of Globalization: Its Evolution and Contemporary Consequences*. Houndsmills, Basingstoke in New York: Palgrave.
- Lukšič, Igor. 1994. *Liberalizem vs. korporativizem*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Lukšič, Igor. 2006. *Politična kultura*. Ljubljana: FDV.
- Luthar, Breda. 1998. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Mann, Michael. 1997. Has Globalization Ended the Rise of the Nation-state? *Review of International Political Economy* 4, 3, 472–496.
- Marx, Karl. 1980. Kapital I; Prvo, drugo in tretje poglavje. *Časopis za kritiko znanosti* 8, 41, 42, 10–90.
- McChesney, Robert W. 2005. Uvod. V: N. Chomsky, *Profit pred ljudmi*, 15–25. Ljubljana: Sanje.

- Moore, Mike. 2000. In Praise of the Future. Govor gospodarski zbornici v Canterburyju, Nova Zelandija, 14. avgusta. <http://www.wto.org/wto/english/news_e/spmm_e/spmm34_e.htm>.
- Mouffe, Chantal. 2005. *On the Political*. London: Routledge.
- Ohmae, Kenichi. 1995. *The End of the Nation-State: The Rise of Regional Economies*. New York: HarperCollins Publishers.
- Reich, Robert B. 1993. *The Work of Nations*. London: Simon & Schuster.
- Robertson, Roland. 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Rupel, Dimitrij. 2002. *Uveljavljanje slovenske identitete v procesih globalizacije*. Prispevek na seji Strateškega sveta za varnostna vprašanja »Iskanje identitete v globalizirani družbi«, 19. julija. <<http://sigov1.sigov.si/mzz/minister/mnenja/mne2002071910.doc>>.
- Rus, Veljko. 1992. *Med antikomunizmom in postsocializmom*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Scholte, Jan Aart. 2000. *Globalization: A Critical Introduction*. Houndmills: Macmillan Press.
- Socialist International. 1999. *Declaration of Paris - The Challenges of Globalisation*. The XXIs Congress of the Socialist International, Paris, 8-9 november. <http://www.socialistinternational.org/5congress/XXISICONGRESS/DeclParis-e.html>.
- Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. V: S. Splichal (ur.), *Vregov zbornik, S47–S56*. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede.
- Wallerstein, Immanuel. 1986. The States in the Institutional Vortex of the Capitalist World-Economy. V: A. Kazancigil (ur.), *The State in Global Perspective*, 145–154. Aldershot: Gower.
- Weldes, Jutta. 2001. Globalisation is Science Fiction. Millennium: Journal of *International Studies* 30, 3, 647–667.
- World Bank. 2000. *Entering the 21st Century: World Development Report for 1999/2000*. Oxford: Oxford University Press.
- Zakon o javnih agencijah. 2002. <<http://www.arrs.gov.si/sl/akti/zak-javne-agencije.asp>>
- Žižek, Slavoj. 1994. How Did Marx Invent the Symptom? V: S. Žižek (ur.), *Mapping Ideology*, 296–331. London: Verso.

When talk is a science...



Linguistics & Language Behavior Abstracts

*Comprehensive, cost-effective, timely coverage of
current ideas in linguistics and language research*

Abstracts of articles, books, and conference papers
from more than 1,100 journals plus citations of relevant
dissertations as well as books and other media.

Available in print or electronically through CSA Illumina
(www.csa.com).

*Contact sales@csa.com for trial Internet access or a
sample issue.*



ILLUMINA
www.csa.com

DOSTOP DO MEDIJEV – TEMELJNI POGOJ ZA KRITIČNO JAVNOST

MAJA TURNŠEK
HANČIČ

Povzetek

Osrednji normativni pojem, ki mu v pričujočem besedilu sledim, je pojem javnosti kot skupine ljudi, ki javno in kritično razpravlja o skupnih problemih. Na podlagi rezultatov raziskav Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi ter Raznovrstnost in politična usmerjenost slovenskega dnevnega tiska analiziram javno kot odprtost javne razprave vsem, ki jih problem razprave s svojimi (potencialnimi) posledicami zadeva in kritičnost kot osrednjo lastnost javnosti kot političnega akterja, torej akterja sprememb (Hay 2007, 79). Članek poskuša odgovoriti na tri raziskovalna vprašanja: (a) kakšna je raznolikost virov izjav v slovenskem dnevnem tisku in v pismih bralcev, (b) kakšna je raznolikost uporabe novih medijev in (c) v kolikšni meri so ti, ki aktivno sodelujejo v javnem izražanju, kritični do političnih oblasti ter delovanja množičnih medijev v Sloveniji?

Maja Turnšek Hančič je mlada raziskovalka v Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani; e-pošta: Maja.Turnsek@fdv.uni-lj.si.

Odprtost slovenskega dnevnega tiska

Z razvojem medijev se je slišnost izvila iz omejitev neposredovanega komuniciranja, priklenjena na skupen čas in prostor komunicirajočih. Javno izražanje lahko dandanes zavzema različne, bolj ali manj uspešne, oblike glede na kriterij števila ljudi, ki jih doseže: od nastopov v televizijskih in radijskih oddajah, govorov na zborovanjih, objavljanja v spletu pa vse do lepljenja plakatov, pisanja grafitov in nošenja priponk. Z razvojem množičnih medijev je osnovno merilo slišnosti postalo število ljudi, kot ga dosegajo medijske hiše. Množični mediji so tako postali hkrati polje boja za slišnost in samosvoj akter, ki ima vlogo podeljevanja te možnosti.

Prvi pogledi na tisk so gledali nanj kot močno orodje v rokah državljanov, ki javnemu izražanju omogoča preseganje časa in prostora. Med novinarji in državljani na začetku naj ne bi bilo razlik – novinarji so bili državljani, ki so o javnih zadevah objavljali svoja mnenja. Tisk je služil predvsem objavljanju in spodbujanju razprav med državljani, povezovanju različnih skupin razpravljanja in je bil osnovno gonilo prenosa političnih misli (Habermas 1962/1998, 57, 58; Carey 1995, 380). Slovenija ni bila izjema. Slovensko časopisje je imelo pomembno vlogo pri oblikovanju in širjenju narodnih programov, pri čemer so bili revije in časopisi neposredno povezani z različnimi krogi, v katere so se združevali državljani. Bleiweisove *Kmetijske in rokodelske novice* (1843–1902) so tako npr. bile povezane s kmetijskimi združbami, s »središčnimi organizacijskimi enotami javnega življenja na podeželju« (Amon 2008, 11). Pozneje so z ustanovitvijo različnih društev, od katerih so nekatere predhodnice današnjih političnih strank, ustanavljali tudi svoje, pogosto ideološko nasprotujoče si časnike in literarne revije (Amon 2008, 11–20).

Sčasoma se je novinarstvo specializiralo in se v zahodni ideologiji začelo legitimizirati kot nevtralen prenašalec novic o javnih zadevah in neodvisen nadzornik nad oblastjo, saj naj bi bilo objektivni in natančen poročevalec o procesu sprejemanja odločitev političnih predstavnikov. V Sloveniji je tak zahodni normativni pogled na novinarstvo začel prevladovati po osamosvojitvi, ko so se novinarji želeli otresti svoje vzgojno-izobraževalne in z njo odvetniške vloge, značilne za prejšnji režim (Splichal 2000; Luthar 2004) ter jo zamenjati z objektivnim mediativnim novinarstvom, ki naj bi bilo bolj v skladu z zahodno demokratično ureditvijo, v katero je vstopila Slovenija. Mediativno novinarstvo želi posredovati resnico, jo preslikati kot ogledalo in pri tem biti zgolj posredovalec informacij o svetu in dogodkih, ki obstajajo zunaj, neodvisno od novinarstva. Pri tem je resničnost zagotovljena z »ritualiziranim dokazovanju objektivnosti s citiranjem«, saj naj bi citiranje omogočalo preverljivost, preverljivost pa je ključni element objektivnosti (Luthar 2004, 666). Za ohranjanje tovrstne legitimizirajoče samopredstave se novinarstvo trudi prikazati predvsem, da predstavlja pluralen in nevtralen prostor razprave različnih pogledov v skladu s svobodo izražanja, kot jo npr. opredeljuje 6. člen slovenskega Zakona o medijih iz leta 2005 (ZMed-UPB1): »Dejavnost medijev temelji na svobodi izražanja, nedotakljivosti in varstvu človekove osebnosti in dostojanstva, na svobodnem pretoku informacij in odprtosti medijev za različna mnenja, prepričanja in za raznolike vsebine« (pri čemer pa je, nasprotno, »politična nevtralnost« v 104. členu istega zakona zahtevana kot pogoj za pridobitev radijskih frekvenc).

La Porte et al. (2007, 380) razlikujejo med notranjo in zunanjo pluralnostjo medijev; zunanja se nanaša na raznolikost obstoja različnih medijskih hiš, notranja pa na raznovrstnost mnenj in medijskih reprezentacij znotraj enega medija. V pričujoči

analizi se ukvarjam z notranjo raznovrstnostjo virov slovenskega tiska in uporabe novih medijev kot alternativnega kanala komuniciranja. Van Cuilenburg (1999, 189, 190) razlikuje med dvema normativnima pogledoma na notranjo raznovrstnost medijev: odsev (angl. *reflection*) in odprtost. V prvem primeru mediji proporcionalno odsevajo razlike med skupinami dane družbe, npr. glede na politično opredeljenost, geografsko porazdelitev, kulturne razlike, rasno pripadnost ipd. V drugem primeru mediji omogočajo enak dostop do medijskih kanalov za vse posameznike in vse ideje v družbi. Glede na prvi pogled bi tako v medijih morali dobiti največjo možnost govora največje skupine v družbi. Glede na drugi bi morale vse skupine, ne glede na velikost, dobiti enako možnost govora.

Problem razumevanja pluralnosti kot odseva družbenih skupin je, da je za določene skupine njihov obstoj v družbi neodvisen od medijev in ga je torej mogoče oceniti (npr. delež medijskega nastopanja predstavnikov različnih ras glede na njihov delež v družbi (Conners 2004, 209)), druge, za demokratično razpravo pomembnejše, skupine, pa se vzpostavijo šele prek javnega govora in z njim vplivajo na lastno porazdelitev v družbi (npr. zagovorniki in nasprotniki vstopa Slovenije v Nato (Poler Kovačič 2004)). V skladu z normativno predstavo o racionalni javni razpravi bi ta morala biti odprta za vsa mnenja, ne glede na njihovo pogostost v družbi. Mill (1932/1977, 240), eden najvidnejših zagovornikov pravice svobode izražanja, je menil, da je (samo)cenzura mnenj nujno javna zadeva – z njo ni oropan samo tisti, ki mnenje izraža, temveč vso človeštvo. Če je zatirano mnenje pravilno, je človeštvo povrh oropano še resnice. Če je zmotno, je oropano možnosti boljšega razumevanja, ki ga prinese soočenje argumentov. Pluralnost kot odsev družbenih skupin je torej primernejša, ko gre za analize medijskih reprezentacij družbenih skupin, ki obstajajo neodvisno od mnenja, manj pa, ko gre za medijsko poročanje o javni razpravi glede določenega problema in prikazovanje različnosti mnenj.

Odprtost, to je drugi normativni pogled na raznolikost virov, je bolj v skladu z normativno predstavo o javnosti in javnem izražanju. Javno izražanje¹ kritične misli o javnih zadevah je osrednja definicijska lastnost javnosti. V vsakdanji rabi se termin javnosti običajno nanaša na vse državljane neke države. Ožje normativno razumevanje javnosti se opredeljuje glede na javno izražanje: javnost kot tisti, ki sodelujejo v javni razpravi in pri tem upoštevajo določena pravila kakovosti javne razprave (npr. Blumer 1946/1953; Mills 1956; Park 1972/1995; Habermas 1962/1989). Blumer (1946/1953, 46) opredeli javnost kot skupino ljudi, ki so (a) soočeni s problemom, (b) imajo različne predstave o rešitvi problema in (c) razpravljajo o problemu. Blumerjevimi trem točkami idealizirane predstave o javnem mnenju Splichal (1997, 4) doda še četrto: (d) s soglasjem izoblikovano mnenje vpliva na kolektivno odločitev, ki jo sprejme večina, ali pa na oceno moči javnega mnenja, ki jo v sprejemanju odločitve upoštevajo politični akterji. Osrednja predstava o javnosti je torej, da je javnost skupina ljudi z različnimi pogledi na reševanje skupnega problema, ki prek razprave najde najboljšo pot rešitve. Javnost je tako opredeljena s kritično razpravo, kjer so mnenja podvržena nasprotovanju in premisleku (je torej opredeljena z javno uporabo razuma). Če javno mnenje zreduciramo samo na to, kar oseba meni, ne da bi to javno izrazila, ali če ga zreduciramo na samo zasebni pogovor o sicer javnih problemih, potem ga, trdi Splichal (2009), oropamo njegove politične narave.

Po Fraserjevi (1992) morajo imeti skupine, ki so marginalizirane v dominantni javni razpravi, svoje kanale komuniciranja oz. svoje specifične javne sfere, kjer bi lahko v nekakšnem zavetju pred javnostjo razpravljale o svojih potrebah, ciljih in

strategijah. Vendar je normativna ideja javnosti, ravno nasprotno, preseganje tovrstnega deljenja na skupine, ki bi komunicirale le med seboj. Javna sfera mora biti po Sparksu (2001, 76, 77) nujno »singularna«, saj morajo biti družbena gibanja in skupine pripravljene predstaviti svoje argumente tudi vsem drugim, ki jih problem zadeva. Podobno je po Schudsonu (1997, 299) samo javno izražanje duša demokracije, saj je na tak način zagotovljeno preseganje ozkega kroga enako mislečih in je zagotovljena razprava ljudi z različnimi vrednotami, mnenji in ozadji² (ibid., 300–302).

Problem odprtosti za empirično analizo pa je vprašanje odnosa med možnostmi in dejanskim izražanjem – ali lahko glede na dejansko izražanje sklepamo o potencialni odprtosti za vse skupine? Neposredno verjetno ne, vendar je večja nevarnost obratnega sklepanja – analiza potencialne odprtosti brez dejanske raznolikosti (ki je tipično značilna za različne »tehnootimistične« napovedi učinkov novih medijev), saj je ravno raznolikost mnenj ključni element demokratične razprave (in ne potencial raznolikosti). Sklepam torej, da če se potencialna odprtost ne izraža v čim večji dejanski raznolikosti, potem je demokratična razprava okrnjena in v najslabšem primeru ni več razprava. Na tem mestu bom tako analizirala, kolikšna je dejanska odprtost slovenskega dnevnega tiska za različne vire.

Odprtost slovenskih dnevnikov

Prvo raziskovalno vprašanje je, kdo ima dostop do slovenskih dnevnikov za izražanje mnenja. Odgovore na to vprašanje ponujajo rezultati raziskave Raznovrstnost in politična usmerjenost slovenskega dnevnega tiska, ki jo je izvedel Center za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede. V tabeli 1 so prikazani rezultati analize povzemanja izjav v slovenskih dnevnikih v štirih obdobjih. V primerjavi z drugimi tipi virov (kot so gospodinjstvo, pridobitne dejavnosti, socialna blaginja, civilna družba, cerkev in nezakonita dejavnost) so bile z izjemno veliko večino (običajno več kot petkrat pogosteje) v vseh štirih letih povzete ali objavljene izjave političnih predstavnikov. Po pogostosti sledijo akterji iz javne uprave in akterji socialne blaginje. Sledijo jim akterji ekonomije, ki se po pogostosti skoraj enačijo z akterji civilne družbe. Med zadnjimi po pogostosti so državljani posamezniki, različne cerkve in predstavniki nezakonitih dejavnosti.

Slovenski dnevni tisk je torej daleč od prostora enakovrednih možnosti govora za različne tipe akterjev. Zaradi predstave o medijih kot nadzornikih oblasti, hkratne želje po dokazovanju objektivnosti s citiranjem (Luthar 2004, 666) in rutinizacije iskanja informacij (Poler Kovačič 2004, 694) dobijo politični predstavniki v primerjavi z drugimi akterji neprimerljivo večjo pogostost povzemanja. Zahteva po pluralnosti pogledov se zadovolji predvsem s predstavljanjem ene politične pozicije proti drugi, posledica pa je prevlada političnih akterjev med novinarskimi viri. Tako slovenski dnevni tisk ni prostor javne razprave različnih pogledov, temveč se omeji zgolj na vlogo posredovalca razprav institucionaliziranih političnih opcij. Te pa, kot ugotavlja že Bentham (1971/2007, 8), ne morejo zamenjati zunanjega nadzora javnosti, saj nimajo enake moči (niti nujno interesa) nadzora, kot ga ima eksterna javnost.

Kot nekakšna protiutež profesionalnemu novinarskemu poročanju in kot glavni način zagotavljanja kanalov za javno izražanje javnosti naj bi bila namenjena pisma bralcev. Habermas (1962/1989, 57, 58) npr. o rezonirajoči javnosti angleških kavarn in njihovi povezavi z angleškim tiskom piše: »Kavarniška publika si časopisnih

Tabela 1: Viri izjav, objavljenih v slovenskih dnevnikih, 1990–2005
(v odstotkih; enota: izjava)

Področje delovanja vira izjave	Leto				Skupaj
	1990	1995	2000	2005	
gospodinjstvo	2,7	3,8	5,9	5,4	4,5
pridobitne gospodarske dejavnosti	8,1	7,2	8,8	8,8	8,2
socialna blaginja	7,2	10,8	11	15,4	11,8
civilna družba	7,6	6,8	6,7	9,8	8
cerkev	1	0,9	2,4	1,6	1,4
politika	61,2	52,5	47,6	41,6	49,6
javna uprava	11,4	16,9	16,7	16,5	15,7
nelegalna dejavnost	0,8	1	0,7	0,9	0,9
N =	3027	4760	2338	5615	15740

*Tabela ne vključuje enot, v katerih je bil vir izjave kar avtor/-ica prispevka (z drugimi besedami: ni nikogar povzemal/-a). Izmed 40.857 analiziranih enot je tako v vseh štirih letih v vseh dnevnikih 15.740 enot, v katerih so avtorji prispevka povzemali druge vire.

člankov ni jemala le za predmet svojih diskusij, temveč jih je razumela kot njihov sestavni del; o tem priča tudi grmada dopisov, katerih izbor so izdajatelji vsak teden pripravili za objavo.« Javnost je spočetka pomenila državljane, združene v razpravo, kjer nastopajo kot posamezniki in tako predstavljajo svoje mnenje (niso v vlogi predstavnika). Znani Millsovi (1956, 303) kriteriji razlikovanja med javnostjo in razpršeno množico³ tako npr. temeljijo na predstavi o javni razpravi, v kateri nastopajo osebe, ki imajo vse enako pravico govora in med katerimi nihče ne monopolizira. Predstava o javnosti pa se napačno, kot ugotavlja Mills, enači z neorganiziranostjo in celo neopredeljenostjo. Javnost tako, trdi Mills (ibid., 305), prevzame vlogo nekakšne presežne kategorije, kamor spadajo vsi tisti, ki se jih ne da opredeliti v tako ali drugačno organizirano skupino in katerih interesi niso neposredno definirani, organizirani ali glasni. Podobno predstavo o javnosti imajo glede na raziskavo Wahl Jorgensenove tudi uredniki, ki določajo, katera pisma bralcev bodo objavljena. Wahl Jorgensenova (2001, 304) na primeru kalifornijskih urednikov ugotavlja, da imajo uredniki večinoma negativno predstavo o pismih bralcev zaradi domnevne slabe kakovosti javnega izražanja in nereprezentativnosti piscev glede na celotno populacijo (Wahl Jorgensen 2002, 186). Med njimi prevladuje preferenca izbora pisem, ki jih objavljajo posamezniki, in ne aktivistične skupine, saj predpostavljajo, da imajo te skupine že tako dovolj resursov in da bi morala pisma bralcev biti namenjena navadnim državljanom. Podobno tudi v Sloveniji uredniki raje objavljajo pisma, podpisana z imenom in s priimkom, ne pa institucionalnih izjav.

Raznovrstnost avtorjev pisem bralcev

V opisano analizo dnevnega tiska je bilo naključno zajetih tudi 73 pisem bralcev (gl. tabelo 2). V skladu z ugotovitvami Wahl Jorgensonove (2001, 2002) so večino objavljenih pisem bralcev napisali navadni, uradno neorganizirani posamezniki (25). Sledijo jim pisma bralcev, ki so opredeljeni kot člani političnih skupin ali njihovi

predstavnik (19). Skupaj z javno upravo (9) bi lahko rekli, da se tudi med pismi bralcev ponavlja vzorec prevladovanja uradnih virov informacij. Pisma bralcev, ki so jih napisali predstavniki organiziranih skupin civilne družbe, so bila v primerjavi z drugimi skupinami redka (7). Najredkejša pa so pisma bralcev, ki so jih napisali predstavniki oz. organizacije pridobitnih dejavnosti (6).

Tabela 2: Raven združenosti in področje delovanja avtorjev pisem bralcev (enota: pismo)

Področje delovanja	Raven združenosti				Skupaj
	posameznik kot državljan	posameznik kot član skupine	posameznik kot predstavnik	regulirane skupine	
gospodinjstvo	25				25
pridobitne gospodarske dejavnosti			6		6
socialna blaginja		4	2	1	7
civilna družba			6	1	7
politika		5	10	4	19
javna uprava		1	6	2	9
N =	25	10	30	8	73

Prav tako so bili v analizo dnevnega tiska naključno zajeti tudi objavljeni odgovori oz. popravki (skupaj 64), ki so jih mediji po zakonu dolžni objaviti. Pri popravkih, katerih avtor ni medij sam⁴ (takih je bilo 36 od 64), se ponovno, podobno kot pri novinarskem povzemanju, izraža dominantnost političnih virov – največ odgovorov oz. popravkov so napisali predstavniki političnih skupin (16 odgovorov oz. popravkov proti največ šestim iz drugih skupin).

Tabela 3: Raven združenosti in področje delovanja avtorjev odgovorov oz. popravkov (enota: odgovor oz. popravek)

Področje delovanja	Raven združenosti				Skupaj
	posameznik kot državljan	posameznik kot član skupine	posameznik kot predstavnik	regulirane skupine	
gospodinjstvo	6				6
pridobitne gospodarske dejavnosti		1			1
socialna blaginja		1	3		4
civilna družba			2	1	3
politika		4	10	2	16
javna uprava		1	5		6
N =	6	7	20	3	36

Ti rezultati se deloma skladajo z nedavnimi zahtevami Sindikata novinarjev Slovenije v pozivu k spremembah na področju medijske politike (Bašič Hrvatini et al. 2008). Ta o zdajšnji ureditvi pravice do odgovora in popravka piše, da »neustrezno razširja to ustavno pravico do ekskluzivnega dostopa do medijev, ki ga uporabljajo

in zlorablajo zlasti službe za odnose z javnostmi v državnih organih in vplivnih gospodarskih družbah« (Bašić Hrvatinić et al. 2008). To pravico res bolj izkoriščajo politični akterji in javna uprava, vendar pa bi težko, vsaj glede na rezultate, enako rekli za gospodarske družbe.

Odprtost novih medijev

Ideja javnosti kot »skupine neznancev, ki se zberejo, da bi razpravljali o novicah« (Carey 1995, 381) je ena izmed osrednjih kritičnih osti, naperjenih proti množičnemu komuniciranju, v katerem je tistim, ki jih javni problem zadeva, pripisana zgolj vloga apatične publike oz. razpršene množice (npr. Park 1924/2007, 1972/1995; Blumer 1946/1953; Mills 1956; tudi zgodnji Habermas 1962/1989). Misel o neprimerni organizaciji množičnih medijev, kjer je oseba obsojena zgolj na vlogo prejemnika, je vodila v bolj ali manj optimistične napovedi o možnih novih načinih komuniciranja javnosti po internetu. Z razvojem interaktivnih medijev naj bi prišlo do preobrata – možnost govora v javnih prostorih se z njimi širi (kar pa ne pomeni, da se z njo širi tudi možnost biti slišan/-a). V zadnjih letih je k razvoju novih komunikacijskih tehnologij v veliki meri prispevala predstava o t. i. spletu 2.0, ki naj bi odgovoril na domnevno željo posameznikov po vsebinah »naredi si sam« in demokratizaciji spletnega prostora, v kateri se tradicionalna triada produkcije vsebin, njihove diseminacije in prejetja pretvarja v enoten sistem »produjemanja« (angl. *produsage*) (npr. O'Reilly 2005; Jenkins 2006; Bruns 2008). Statičnim spletnim stranem (katerih vzpon in popularizacija konec devetdesetih sta napovedovala spremembo svetovnega spleta iz novičarskih skupin v enosmerne oblike komuniciranja) (npr. Margolis in Resnick 2000, 3, 4; Oblak 2003, 60) se ob bok postavijo platforme, na katerih lahko uporabniki sami, brez posebnega poznavanja tehnologij in programskih jezikov objavljajo vsebine (Hilbrich 2007, 2). Vendar se te aplikacije niso vzpostavile kot nasprotje tradicionalnemu množičnemu komuniciranju, temveč v veliki meri z njihovo pomočjo, saj se je nova faza svetovnega spleta izkazala kot dobra marketinška poteza (Scholz 2008). V Sloveniji so, denimo, ravno medijske hiše prispevale k popularizaciji spletnih dnevnikov (blogov), saj so zgodaj v njihovi popularizaciji uporabnikom ponudile platforme za objavljanje.

Spletni forumi, blogi, portali za druženje, aplikacije za javno komentiranje spletnih novic ipd. so obudili vrsto razprav o oživitvi javne sfere in novih javnih prostorov (npr. Schneider 1997; Wilhelm 1999; Tsaliki 2002; Dahlberg 2001; Hagemann 2002; Bentivegna 2006; Meraz 2007; Graham 2008; Hyeon-Suk 2008). Spletno objavljanje naj bi ponujalo organizacijo komuniciranja, ki je v skladu z Millsovo (1956, 302) osnovno zahtevo javnosti: v spletu naj bi v idealnem primeru na vsako izraženo mnenje bilo mogoče hitro odgovoriti (učinkovitost pri tem ostaja še vedno odprto vprašanje). Internetne razprave so postale nov arhetip predstave o razpravljajoči javnosti. Pomembno vprašanje pa ostaja, koliko je uporaba spletnih orodij za objavljanje domena zasebnikov in ali se tudi v teh razpravah pojavlja enak vzorec dominiranja političnih predstavnikov.

Decembra 2008 in spomladi 2009 smo v okviru mednarodne raziskave Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi izvedli anketo med štirimi tipi akterjev: (a) na reprezentativnem vzorcu državljanov/-k Slovenije, (b) med uporabniki spletnih medijev, (c) med novinarji člani Društva novinarjev Slovenije in (d) poslanci v Državnem zboru Republike Slovenije, člani vodstev političnih strank in župani ter

podžupani slovenskih občin (Splichal 2009a). Pri tem smo državljanom postavili tudi kontrolni vprašanja o poklicnih izkušnjah z delom v politiki ali novinarstvu. Medtem ko je bil delež teh državljanov med anketiranci telefonskega anketiranja majhen, in sem jih izločila, je bil pri spletnem anketiranju tolikšen, da jih obravnavam kot posebni skupini (gl. tabelo 4).

Najmanj uporabljajo spletna orodja državljani, ki so bili udeleženi v telefonskem anketiranju: 28,4 odstotka jih uporablja vsaj eno izmed naštetega. Najpogosteje uporabljana možnost spletnega objavljanja je bilo sodelovanje v spletnih forumih (14,6 odstotka), sledila jim je uporaba spletnih portalov za socialno mreženje (12,9 odstotka). Sledi delež teh, ki imajo svojo spletno stran (osem odstotkov) in komentirajo prispevke novinarjev (7,9 odstotka), najredkeje pa objavljajo v svojem blogu (tri odstotke).

Deleži uporabe spletnih orodij za javno izražanje (razumljivo) poskočijo pri anketiranih, ki so odgovarjali na spletno anketo (in nimajo izkušenj z delom v politiki ali novinarstvu). Najmanj v primerjavi z drugimi petimi skupinami (18,7 odstotka) jih je odgovorilo, da ne uporabljajo nobene spletne možnosti za izražanje mnenja. Najpogosteje sodelujejo v spletnih forumih (32 odstotkov), petina (21,8 odstotka) jih komentira prispevke novinarjev in skoraj sedem odstotkov jih ima svoj blog.

Za navadnimi državljani so bili po uporabi novinarji (kar 60,7 odstotka jih ne uporablja ničesar od naštetega). Pričakovali bi, da bi bili novinarji zaradi vajenosti javnega izražanja in zaradi težnje po sodelovanju v javni razpravi med najpogostejšimi uporabniki spletnih orodij. Vendar gre verjetno prej za to, da so njim že na voljo kanali javnega komuniciranja, in ne čutijo potrebe po (neplačanem) objavljanju po dodatnih kanalih (za te kanale je povrh priznana tudi manjša družbena moč). Pri tem je treba opozoriti na majhen delež anketiranih novinarjev (10,7 odstotka), ki odgovarjajo bralcem na komentarje svojih prispevkov. Večina novinarjev torej gleda na svojo vlogo predvsem kot enosmerno posredovanje informacij, in ne kot udeležbo v javni razpravi, kjer bi soočali argumente z drugimi državljani. Poleg tega jih samo 14,7 odstotka sodeluje v spletnih forumih in samo 2,7 odstotka jih ima svoj blog, kar je manjše od deleža med telefonsko anketiranimi državljani.

Deleži uporabe pa so kar nekajkrat višji pri spletno anketiranih državljanih, ki so že opravljali novinarski poklic: 28,7 odstotka jih komentira prispevke novinarjev, 32,4 odstotka jih sodeluje v spletnih forumih in 17,6 odstotka jih ima svoj blog. V nasprotju z novinarji tisti državljani, ki imajo izkušnje z novinarstvom, a jim niso na voljo kanali množičnih medijev, bolj izkoriščajo spletne možnosti izražanja (vključno z odgovarjanjem na spletno anketo).

Najpogostejša vsakdanja kritika novih medijev je, da kljub potencialni možnosti uporabe dejansko uporablja orodja za javno izražanje samo peščica najaktivnejših in politično najbolj opredeljenih državljanov, da so torej novi mediji samo običajna politika, kjer tisti z največ resursi tudi največ govorijo v spletu (npr. Margolis in Resnick 2000, 3–8). Izmed vseh šestih anketiranih skupin so med tremi oblikami spletnega izražanja, ki so običajno obravnavane kot prostori javne razprave (blogi, komentarji novic in forumi), najdejavnejši državljani, ki imajo poklicne izkušnje z delom v politični organizaciji: 16,5 odstotka jih ima svoj blog, 41,2 odstotka jih komentira prispevke novinarjev in kar 50,6 odstotka jih sodeluje v spletnih forumih.

Nasprotno imajo anketirani politični predstavniki najpogosteje (24,6 odstotka) svojo spletno stran – orodje, ki se je vzpostavilo kot uradni način komuniciranja (in

Tabela 4: Delež uporabnikov spletnih orodij med slovenskimi državljani, novinarji in politiki (v odstotkih)

Uporaba spletnih orodij	Državljeni v telefonski anketi*	Državljeni v spletu*	Državljeni v spletu z izkušnjami v politiki**	Državljeni v spletu z izkušnjami v novinarstvu**	Novinarji	Politiki
Imam svojo spletno stran.	8	10,7	11,8	13	4,7	24,6
Imam svoj blog.	3,3	6,9	16,5	17,6	2,7	9,3
Na spletnih straneh medijskih organizacij komentiram prispevke novinarjev.	7,9	21,8	41,2	28,7	10,7***	12,3
Sodelujem v spletnih forumih.	14,6	32	50,6	32,4	14,7	21,5
Imam svoj profil na straneh, kot sta Facebook in Myspace.	12,9	30,3	42,4	41,7	20,7	33,8
Niç od tega	71,6	18,7	21,2	30,6	60,7	27,7
N =	356	363	85	108	150	130

* Izločeni posamezniki, ki so pritrdilno odgovorili na vprašanje Imate kake poklicne izkušnje z delom v kaki politični organizaciji? in Ali ste morda kdaj delali kot novinar/-ka?

** Pri telefonskem anketiranju je bilo zelo malo anketirancev z izkušnjami pri delu v politični organizaciji (n = 23) ali novinarstvu (n = 14), tako da za te ni posebej izračuna o uporabi spleta.

*** Novinarji: Odgovarjam bralcem na komentarje mojih prispevkov.

katerega imata v mislih Margolis in Resnick (2000), ko označujeta splet kot običajno politiko). Blog – različica komuniciranja, ki je sicer zelo podobna spletni strani, a od katere se pričakuje večja ažuriranost, večja odzivnost avtorja na komentarje in bolj osebno, neformalno komuniciranje –, je med anketiranimi političnimi predstavniki redkejši (9,3 odstotka). Politični predstavniki najpogosteje sodelujejo v spletnih forumih (21,5 odstotka).

V primerjavi s slovenskim tiskom bi glede na rezultate anketiranja za nove medije težko rekli, da v njih prevladujejo uradni glasovi političnih predstavnikov. V primerjavi s pismi bralcev, ki so jih večinoma napisali predstavniki političnih skupin ali politične skupine same, je v novih medijih nasprotno najpogostejše izražanje politično opredeljenih, ki sicer imajo izkušnje z delom v politiki, niso pa na najvišjih položajih političnih moči. Te podatke bi bilo treba sicer še primerjati z dejanskim objavljanjem, vendar lahko za zdaj zaključim, da potencialno odprtost novih medijev izkoriščajo predvsem politično angažirani državljani. Kot je že bilo napisano, ključno vprašanje ostaja vprašanje dejanske slišnosti uporabe novih medijev.

Javnost je kritičen akter

Bentham (1791/2007) je zahteval objavo odločitev, ki jih sprejemajo politični predstavniki, v okviru »sistema nezaupanja« (Splichal 2001, 41), kjer javnost bdi nad oblastjo. Bentham je v načelu publicitete videl mehanizem nadzora, ki zagotavlja odgovornost demokratično voljenih predstavnikov. S prikrievanjem informacij o delovanju oblasti je v demokratičnem sistemu javnosti odvzeta pravica mišljenja. To

je isto, piše Bentham (1791/2007, 11), kot da bi dejali: »Izvoliti ali neizvoliti morate te in te svoje predstavnike, ne da bi vedeli, zakaj – pri tem ne smete uporabljati svojega razuma – pri izvrševanju vaše največje moči naj vas vodijo naključje in kaprice.«

Pri razumevanju javnosti kot kritičnega akterja gre predvsem za tri dimenzije kritičnosti. Prva je avtonomnost, v Kantovem pomenu izhoda iz »nezmožnosti samostojno uporabljati svoj razum« (Kant 1783/2007, 22). Druga je racionalnost, v pomenu, da imajo sodelujoči v javni razpravi, v kateri se srečujejo posamezniki z različnimi mnenji, odgovornost podajanja argumentov za svoje mnenje (Park 1972/1995, 21). Tretja dimenzija kritičnosti javnosti, s katero se ukvarjam na tem mestu, se nanaša na njeno funkcijo nadzora nad oblastniki.

Temeljnega pomena za konstituiranje javnosti je odnos med javnostjo in oblastjo. Javnost je razumljena kot nadzornik oblasti, od nje ločena in nujno neodvisna sfera, ki mora biti seznanjena z delovanjem oblasti in mora imeti možnost presojanja delovanja oblasti v *javni* razpravi. Kanali javnega komuniciranja morajo torej ponujati predvsem možnost akterjem javnosti, in ne političnim predstavnikom, izraziti svoja (kritična) presojanja in tako omogočiti javnosti, da bo akter družbene spremembe.

Kritična javnost naj bi bila nadzornik oblasti, vendar se ta vloga dandanes prej pripisuje profesionalnemu novinarstvu kot pa prostovoljni angažiranosti, čeprav specializacija novinarstva kot kritičnega nadzornika oblasti ne sme biti nadomestek javne razprave državljanov, temveč njeno nujno dopolnilo. Posledica nadzora javnosti je večja verjetnost, da bo javno izražanje namenjeno kritiki, saj je cilj kritike sprememba, cilj pohvale pa je ohranjanje trenutnega hvalevrednega stanja. Javnost je skladu s Hayevo (2007, 79) opredelitvijo političnega kot družbenega področja sprememb, ki zadevajo skupnost, imanentno političen akter, kar pomeni, da teži k spremembam v družbi. Dokler je trenutno stanje v družbi zaznano kot pozitivno in vse dokler to hvalevredno pozitivno stanje ni v nevarnosti, običajno ni potrebe po hvali (če izvezamo potrebo po samohvali). Ko pa se za trenutno pozitivno stanje oceni, da mu preti nevarnost, je pohvala zdajšnjega stanja druga plat kritike tega, kar sproža nevarnost – torej je spet verjetneje, da bo vsebina javnega izražanja negativno opredeljevanje do potencialnih nevarnosti. To sklepanje podpirajo tudi prej navedeni rezultati: državljani/-ke, ki so javno izražali svoje mnenje, so bili kritičnejši tako v pismih bralcev (v primerjavi z drugimi skupinami avtorjev pisem bralcev) kot tudi v spletni anketi (v primerjavi z naključno izbranimi telefonsko anketiranimi državljani/-kami).

Analiza vrednotenja na ravni izjav v pismih bralcev (gl. tabelo 5) je pokazala, da je bilo negativno vrednotenje v pismih bralcev izrazito pogostejše od pozitivnega (113 negativno vrednotenih proti le 15 pozitivno vrednotenim izjavam). Državljeni posamezniki (vir izjave je gospodinjstvo) so bili najkritičnejši med vsemi viri,⁵ pri čemer so z izrazito večino kritizirali politične akterje (34 negativnih izjav proti štirim pozitivnim). Politične akterje so najpogosteje kritizirali tudi politični viri sami (16 negativnih proti dvema pozitivnima izjavama). Medtem pa podobno izrazito negativno vrednotenje političnih akterjev ni bilo opazno pri virih organizirane civilne družbe; ti so, nasprotno, največkrat kritizirali druge akterje civilne družbe (pet negativnih proti nobeni pozitivni izjavi) in akterje socialne blaginje (štiri negativne proti eni pozitivni izjavi). Medtem ko se neorganizirani državljani osredinjajo predvsem na nadzor političnih oblasti, pa so videti organizirani akterji civilne družbe usmerjeni v samonadzor (nadzor nad drugimi akterji civilne družbe).

Tabela 5: Pogostost pozitivnih in negativnih vrednotenj akterjev v pismih bralcev (enota: izjava v pismu bralca/-ke, ki vsebuje vrednotenje)

Vir izjave	Vrednoteni akter																	
	gospodinjstvo		pridobitne gospodarske dejavnosti		socialna blaginja		civilna družba		cerkev		politika		javna uprava		mediji		skupaj	
Vrednotenje	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
gospodinjstvo				2		7		3	1	5	4	34	1	2		3	6	56
pridobitne gospodarske dejavnosti			1	1		3						1					1	5
socialna blaginja				2	2	4	1	2				2		1		5	3	16
civilna družba					1	4		5				1		2		1	1	13
politika						2				1	2	16				1	2	20
javna uprava						1						2	2	7		1	2	11
mediji				2		3		1				3		1				10
N =			1	7	3	24	1	11	1	6	6	59	3	13		11	15	131

+ = pozitivno vrednotenje

- = negativno vrednotenje

Med državljani, ki so dogovarjali na telefonsko anketo, in državljani, ki so odgovarjali na spletno anketo, so bile podobno izrazite tudi razlike v negativnem vrednotenju medijev v Sloveniji. Anketiranci, ki so odgovarjali med spletnim anketiranjem, so anketo lahko našli na spletnih straneh Dela, Dnevnika in Pop TV, kar pomeni, da so uporabniki teh medijev in so vsaj do neke mere seznanjeni z njihovim delovanjem. Nujna opomba glede razlike med spletnim in telefonskim anketiranjem je stopnja angažiranosti, ki jo posameznik izkaže z odgovarjanjem. Odgovarjanje na spletno anketo je v primerjavi s telefonsko v precej večji meri posledica samoiniciativnosti. Pogosto jo različni akterji v spletu uporabljajo kot način javnega izražanja mnenja (vprašanja »vox populi« so postala že standardizirani element prvih strani večine spletnih mest slovenskih medijev). Zaradi njene pogoste uporabe je tako postala tudi bolj prepoznana kot eden izmed načinov javnega izražanja mnenja. V primerjavi s pogostimi kritikami spletnega anketiranja, da to namreč ni reprezentativno javno mnenje, bi lahko ugovarjali in celo rekli, da je to prej javno mnenje v smislu mnenja kritične aktivne javnosti kot pa mnenje, izmerjeno pri splošni nacionalni populaciji.

Anketirance v obeh anketah smo povpraševali o njihovem odnosu do medijev v Sloveniji s sklopom 22 vprašanj, na katera je bilo mogoče odgovoriti na petstopenjski lestvici. Vprašanja so zajemala (a) stališčne ocene o vlogi medijev v demokraciji (možni odgovori so bili od 1 – Sploh se ne strinjam s trditvijo do 5 – Popolnoma se strinjam) in dejstvene ocene delovanja množičnih medijev v Sloveniji v razmerju do politične oblasti in ekonomskih akterjev (možni odgovori so bili 1 – Sploh ne drži oz. oblikovani specifično glede na vprašanje, npr. 1 – Vpliv komercialne usmerjenosti na medijsko poročanje je zelo majhen). Faktorska analiza odnosa do

medijev v Sloveniji (gl. tabela 6) je pokazala pet dimenzij (faktorjev) tega odnosa: normativne zahteve o nalogah medijev, izpolnjevanje dolžnosti do javnosti, komercialno usmerjenost medijev, pristranskost medijev in splošno zaupanje medijem (dva indikatorja predstavljata šesto dimenzijo, vendar bi vsebinsko težko rekli, da predstavljata posebno dimenzijo). Razlike med spletnimi in telefonskimi anketiranci (gl. tabela 6) sem preverila z diskriminativno analizo. Izkazalo se je, da med skupinama ni pomembnih razlik v normativnih zahtevah, ki jih morajo mediji upoštevati, se pa skupini razlikujeta glede dejstvenih vprašanj o tem, kako mediji te zahteve izpolnjujejo. Spletni anketiranci so občutno kritičnejši do delovanja medijev kot telefonski, še posebej glede izpolnjevanja dolžnosti do javnosti. Skleпам, da so anketiranci, ki so na spletno anketo odgovarjali samoiniciativno in so imeli dostop do nje na spletnih straneh slovenskih medijskih hiš, z odgovarjanjem v večji meri želeli izraziti svoj kritični odnos do delovanja medijev.

Tabela 6: Razlike v odnosu do medijev* med državljani v spletu in telefonsko anketiranimi

	Povprečna ocena na petstopenjski lestvici		koeficienti faktorjske analize**	Strukturni kanonični koeficienti diskriminativne analize***
	telefonska anketa	spletna anketa		
Kako mediji izpolnjujejo dolžnosti, ki jih imajo do javnosti			faktor 1	
Kako dobro po vašem mnenju mediji v Sloveniji informirajo državljane o političnih zadevah?	3,57	2,95	0,54	0,39
Ko poročajo o politiki, novinarji poskušajo vsem vpletenim stranem omogočiti, da so enakovredno zastopane.	3,2	2,53	0,70	0,39
Novinarji poročajo o politiki, da bi državljanom zagotovili informacije, ki jih potrebujejo za pretehtano oblikovanje političnih sodb.	3,59	2,75	0,75	0,46
Ko poročajo o politiki, novinarji objavljajo predvsem informacije, ki so zanimive za čim širše občinstvo.	4,03	3,7	0,51	0,23
Ko poročajo o politiki, je za novinarje pomembno, da preverjajo izjave politikov in nadzirajo njihovo delovanje.	3,81	3,04	0,66	0,36
Glavni cilj novinarjev pri poročanju o politiki je, da javnosti čim hitreje posredujejo informacije.	4,32	3,48	0,70	0,53
Normativne zahteve o nalogah medijev			faktor 2	
V demokraciji je naloga medijev, da dajejo besedo različnim družbenim skupinam sorazmerno z njihovo pomembnostjo.	3,69	3,58	0,63	0,16
V demokraciji morajo mediji jasno (transparentno) predstavljati politične odločitve.	3,91	4,54	0,65	-0,30
V demokraciji morajo mediji omogočiti državljanom, da se vključujejo v politiko.	4,1	3,99	0,74	-0,05
Komercialna usmerjenost medijev			faktor 3	
Kako velik je po vašem mnenju vpliv komercialne usmerjenosti medijev na medijsko poročanje v Sloveniji?	3,5	4,12	0,55	-0,36

(nadaljevanje tabele na naslednji strani)

Novinarji se na splošno vse bolj izogibajo izčrpnemu poročanju o kompleksnih vprašanjih in razpravah.	3,18	3,89	0,61	-0,45
Medijsko poročanje o politiki se na splošno vedno bolj spreminja v zabavo in spektakel.	3,47	3,88	0,73	-0,26
Novinarji se na splošno vedno bolj osredinjajo na zasebno življenje politikov.	3,66	3,4	0,51	0,07
Novinarje na splošno bolj zanimajo taktični vidiki politike kot pa njena vsebina.	3,43	3,76	0,63	-0,19
Pristranskost medijev			faktor 4	
Nekateri ljudje trdijo, da novinarji prepogosto izražajo svoje mnenje o političnem dogajanju. V kolikšni meri se s tem strinjate ali ne strinjate?	3,26	3,39	-0,62	-0,14
Mediji politike na splošno prikazujejo v vedno slabši luči.	2,98	2,96	-0,65	0
Novinarji poročajo o političnih temah, da bi izrazili svoje poglede na politično dogajanje.	3,24	3,13	-0,73	0,05
Zaupanje			faktor 5	
Ali menite, da slovenski državljani medijem zaupajo?	2,96	3,31	0,68	-0,17
Ali menite, da trenutno medijsko poročanje v Sloveniji povečuje ali zmanjšuje zaupanje v politiko?	2,59	2,38	0,65	0,2
Ali ima poročanje slovenskih medijev na splošno bolj pozitiven ali bolj negativen vpliv na delovanje demokracije v Sloveniji?	3,12	2,85	0,56	0,17
Drugo			faktor 6	
Kako velik je po vašem mnenju vpliv političnih pritiskov na medijsko poročanje v Sloveniji?	3,74	3,86	0,47	-0,08
Mediji na splošno o politiki poročajo vedno manj.	2,31	2,27	-0,70	0,03

* Petstopenjska lestvica odgovorov, kjer je 1 pomenilo najnižjo vrednost (možni odgovori glede na vprašanje: Sploh se ne strinjam, Sploh ne drži, Zelo majhen vpliv, Zelo slabo, Sploh ne zaupajo medijem, Zelo negativen vpliv, Zmanjšuje zaupanje v politiko) in 5 najvišjo (Popolnoma se strinjam, Povsem drži, Zelo velik vpliv, Zelo dobro, Popolnoma zaupajo medijem, Zelo pozitiven vpliv, Povečuje zaupanje v politiko). V vseh primerih sta bila na voljo tudi odgovora Ne vem in Brez odgovora – te vrednosti so bile izločene iz analize.

** Deleži pojasnjene variance: faktor 1: 18,70, faktor 2: 2,77, faktor 3: 7,56, faktor 4: 6,38, faktor 5: 5,54, faktor 6: 5,12.

*** Skupni delež pravilno uvrščenih je 78,8 odstotka. Delež pravilno uvrščenih v skupino telefonsko anketiranih je 80,2 odstotka, v skupino iz spletne ankete pa 77,6 odstotka. Statistična značilnost modela: sig. =0, skupinski centroid za telefonsko anketirane je 0,89, za spletno anketirane pa 0,71.

Sklepi

S profesionalizacijo novinarstva se je vedno bolj poudarjala pravica vedeti o dejanjih oblasti, vedno manj pa o menjenju javnosti. Novinarstvo se je legitimiziralo kot predstavnik javnosti, množični mediji pa kot javni forum, kjer se srečujejo različni pogledi in poteka kritična racionalna razprava tako državljanov kot tudi novinarjev in politikov. Pri tem pa se pozablja, prvič, da so množični mediji sami politični in (ali) ekonomski akter, ki uporabljajo tovrstno (samo)predstavo za legitimiranje svojega delovanja. In drugič, da je javnost po definiciji zbor različno opredeljenih ljudi – da javnost ni neka nevtralna skupina, ki bi se ji dalo služiti zgolj kot nevtralno, objektivno orodje, ki samo prepoznava objektivno resnico.

Edini način prepoznavanja resnice je mogoč šele v javni razpravi, ki jo omogoča čim večja odprtost za vse ideje, tako organizirane kot tudi neorganizirane.

Rezultati analize dnevnega tiska kažejo, da je tehnična odprtosti slovenskega dnevnega tiska v veliki meri nagnjena k organiziranim političnim skupinam, kar se kaže v povzemanju virov izjav, odgovorih in popravkih ter do določene mere tudi v pismih bralcev. Neorganizirani posamezniki so sicer dobili najpogostejšo možnost govora v pismih bralcev in zelo pogosto izkoriščajo možnost izražanja v novih medijih. Neorganizirani državljani so tudi najkritičnejši v svojem objavljanju, tako v pismih bralcev kot tudi v novih medijih. V primerjavi s pismi bralcev, kjer med političnimi akterji prevladujejo organizirani predstavniki, so v novih medijih najdejavnejši ljudje, ki sicer imajo izkušnje z delom v političnih organizacijah, niso pa na višjih položajih teh organizacij. Ti so tudi bolj kot reprezentativen vzorec slovenskih državljanov kritični do delovanja slovenskih medijev.

Na splošno so državljani, ki javno izražajo svoje mnenje, kritičnejši do političnih oblasti (v pismih bralcev) kot »molčeča javnost«, kar je v skladu s predstavo o javnosti kot nadzorniku oblasti. Prav tako sta anketiranje na reprezentativnem vzorcu državljanov/-k Slovenije in spletno anketiranje med bralci spletnih izdaj slovenskih množičnih medijev pokazali, da so med njimi izrazite razlike v ocenjevanju delovanja slovenskih medijev. Spletni anketiranci so bili izrazito kritičnejši do slovenskih medijev, kljub temu da so imeli podobne normativne zahteve do njihovega delovanja kot državljani, anketirani telefonsko.

Na prvi pogled bi lahko kritičnost posameznikov, ki s svojim objavljanjem sodelujejo v javni razpravi (kamor bi lahko šli tudi samoiniciativno sodelovanje pri spletnem anketiranju) lahko šteli kot rezultat splošnega nezadovoljstva s političnim in z medijskim sistemom v Sloveniji in torej kot slabo delovanje demokracije. Vendar pa demokracija nujno temelji ravno na javnem objavljanju in javni razpravi tovrstnih »nezadovoljnežev«. Po Hayu (2007, 79) je področje političnega področja zamišljanja spremembe sveta (v primerjavi s področjem nujnega, nespremenljivega). Kritičen, nezadovoljen odnos do zdajšnjega sistema je prvi korak k zamišljanju njegove spremembe. Splošno zadovoljstvo s trenutnim sistemom, tudi če bi to zadovoljstvo temeljilo na konsenzu, pridobljenem med racionalno javno razpravo, nujno potrebuje svoje nasprotnike. Javno nasprotovanje trenutnemu reguliranju in delovanju na področju javnih zadev (kot tudi temu, kaj je in kaj ni javna zadeva) je nujen in elementaren del demokracije, saj je namenjen konstantnemu prepričevanju že znanih resnic in iskanju boljših rešitev. Javno izražanje nezadovoljstva slovenskih državljanov je torej pozitivna lastnost slovenske demokracije, ki pa je zaradi omejene odprtosti slovenskih množičnih medijev in vprašljive slišnosti objavljanja v novih medijih ogrožena.

V prihodnje si je torej treba prizadevati za povečanje odprtosti kanalov javnega objavljanja, ki so slovenskim državljanom, organiziranim in neorganiziranim, na voljo. Pri tem pa je treba opozoriti, da je samo spodbujanje odprtosti zgolj za kritične odzive državljanov lahko tudi škodljivo za demokracijo v Sloveniji, če ga hkrati nujno ne spremlja spodbujanje argumentirane in avtonomne razprave. Kritičnost javnosti na tem mestu je bila analizirana zgolj kot vrednotenje dela oblasti in množičnih medijev. Ostaja pa še odprto vprašanje glede avtonomnosti in argumentiranosti javnega izražanja mnenj slovenskih državljanov in javnih akterjev. Kritičnost mora temeljiti na argumentih in avtonomnem premisleku, saj je

najustreznejša pot iskanja boljših sprememb sveta ravno soočanje argumentov in možnost njihovega avtonomnega presojanja v javni razpravi, odprti za vse, ki jih problem zadeva. Natančna ocena javnega objavljanja v Sloveniji mora v prihodnje poleg odprtosti kanalov komuniciranja in odnosa do javnih akterjev in zadev nujno zajemati tudi argumentiranost in avtonomnost tega objavljanja.

Zahvala

Za komentarje pri pisanju članka se zahvaljujem nosilcu raziskav prof. dr. Slavku Splichalu.

Opombe

1. Javno izražanje je tu razumljeno kot načeloma dostopno vsem (namenjeno čim večjemu številu ljudi).
2. Kar pomeni, da je javno izražanje v primerjavi z medosebnim tudi neprijetno, saj pomeni soočanje z ljudmi, ki se ne strinjajo z nami (Schudson 1997, 299). Torej ne preseneča, da so ljudje pripravljene izraziti svoje mnenje na javnih srečanjih šele, ko so v stanju močne jeze ali ogorčenja in so hkrati izjemno kritični.
3. V javnosti toliko ljudi izraža mnenje, kot ga sprejema. Komuniciranje javnosti je organizirano tako, da je mogoče hitro in učinkovito odgovoriti na vsako javno izraženo mnenje. Mnenje javnosti se je sposobno materializirati v aktivnost, celo proti oblasti, če je treba. Oblast s svojim nadzorom ne prodira v razpravo javnosti (Mills 1956, 303).
4. Pri teh popravkih gre običajno za kratke opombe o zmotah (npr. napačno črkovano ime ipd.), za katere se medijska hiša opravičuje. Tovrstni popravki ne dajo možnosti govora drugim akterjem, zato jih nisem vključila v nadaljnjo analizo.
5. Tim O'Reilly je skoval izraz »Web 2.0« leta 2004 in kmalu je postal izjemno popularen v proučevanju novih medijev, najnovejša primera popularnosti tega termina sta posebna izdaja revije *First Monday* (marca 2008) in konferenca »Politics: Web 2.0« v Londonu aprila 2008 (<http://newpolcom.rhul.ac.uk/politics-web-20-paper-download/>, 20. 4. 2008).
6. Izmed 79 izjav zasebnikov je bilo kar 56 takih z negativnim vrednotenjem, 14 brez vrednotenja, šest s pozitivnim vrednotenjem in tri izjave, ki so določenega akterja vrednotile hkrati pozitivno in negativno. Zaradi večje preglednosti so tu prikazani samo rezultati pozitivnega in negativnega vrednotenja (izpuščeni sta torej število izjav brez vrednotenja in število izjav, ki so hkrati vsebovale pozitivno in negativno vrednotenje).

Literatura

- Amon, Smilja. 2008. Vloga slovenskega časopisja v združevanju in ločevanju slovenske javnosti od 1797 do 1945. *Javnost – The Public* 15, suplement 9–24.
- Bašić Hrvatinić, Sandra, Iztok Jurančič, Brankica Petković, Grega Repovž, Jernej Rovšek, Špela Stare, Matej Šurc in Blaž Zgaga. 2008. *Za prenovo medijske politike: Izhodišča za spremembe strukturnih, zakonodajnih in nadzornih mehanizmov na področju medijske politike*. Sindikat novinarjev Slovenije in Društvo novinarjev Slovenije. <http://sindikat.novinar.com/?m=18&id_clanek=363>.
- Bentham, Jeremy. 1791/2007. O publiciteti. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3. Ljubljana: FDV.
- Bentivegna, Sara. 2006. Rethinking Politics in the World of ICTs. *European Journal of Communication* 21, 3, 331–343.
- Blumer, Herbert. 1946/1953. The Mass, the Public, and Public Opinion. V: B. Berelson in J. Morris (ur.), *Reader in Public Opinion and Communication*, 43–50. New York: The Free Press.
- Carey, James W. 1995. The Press, Public Opinion, and Public Discourse. V: T. L. Glasser, C. T. Salmon in E. Katz (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 373–402. New York: Guilford.
- Conners, Joan L. 2004. Color TV? Diversity in Prime-Time TV. V: R. A. Lind (ur.), *Race/Gender/Media*;

- Considering Diversity Across Audiences, Content, and Producers, 206–212. Boston: Pearson Education.
- Dahlberg, Lincoln. 2001. The Internet and Democratic Discourse; Exploring the Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere. *Information, Communication & Society* 4, 4, 615–633.
- Dewey, John. 1954. *The Public and its Problems*. New York: Swallow Press.
- Fraser, Nancy. 1992. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. V: C. Calhoun (ur.), *Habermas and the Public Sphere*, 109–142. Cambridge: The MIT Press.
- Graham, Todd. 2008. Needles in a Haystack: A New Approach for Identifying and Assessing Political Talk in Non-Discussion Forums. *Javnost – The Public* 15, 2, 17–36.
- Habermas, Jürgen. 1962/1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Hagemann, Carlo. 2002. Participation in and Contents of Two Dutch Political Party Discussion Lists on the Internet. *Javnost–The Public* 9, 2, 61–76.
- Hay, Colin. 2007. *Why We Hate Politics?* Cambridge: Polity Press.
- Hilbrich, Robert. *Web 2.0 Technology and Privacy Issues 2007* <http://www.hilbri.ch/uploads/media/web2.0-privacy-paper-short_01.pdf>.
- Hyeon - Suk, Lyu. 2008. Participative Deliberation and Policy Proposals on Government Websites in Korea: Analysis from a Habermasian Public Deliberation Model. *International Review of Public Administration* 12, 2, 45–58.
- Kovačič Poler, Melita. 2004. Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij. *Teorija in praksa* 41, 3-4, 690–702.
- La Porte, Teresa, Mercedes Medina in Teresa Sádaba. 2007. Globalisation and Pluralism; The Function of Public Television in the European Audiovisual Market. *The International Communication Gazette* 4, 69, 377–399.
- Luthar, Breda. 2004. Ljudstvo: navodila za uporabo (Uporaba anket javnega mnenja v novinarstvu) *Teorija in praksa* 41, 3-4, 663–677.
- Margolis, Michael in David Resnick. 2000. *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Meraz, Sharon. 2007. Analyzing Political Conversation on the Howard Dean Candidate Blog. V: M. Tremayne (ur.), *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, 59–81. New York: Routledge.
- Mill, John Stuart. 1832. Of The Liberty Of Thought And Discussion. V: *The Collected Works of John Stuart Mill, Volume XVIII - Essays on Politics and Society Part I*, ur. J. M. Robson. Indianapolis: Liberty Fund.
- Mills, C. Wright. 1956. *The Power Elite* New York: Oxford University Press.
- Oblak, Tanja. 2003. *Izzivi e-demokracije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Park, Robert Ezra. 1924/2007. Družbeno nadzorovanje. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 103–114. Ljubljana: FDV.
- Park, Robert Ezra. 1972/1995. The General Will. V: S. M. Lyman(ur.), *Social Movements; Critiques, Concepts, Case-Studies*, 9–26. London: MacMillan.
- Schneider, Michael. 1997. *Expanding the Public Sphere through Computer-mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup*. <<http://hdl.handle.net/1721.1/10388>>.
- Scholz, Trebor. 2008. Market Ideology and the Myths of Web 2.0. *First Monday* 13, 3, n. s.
- Schudson, Michael. 1997. Why Conversation Is Not the Soul of Democracy? *Critical Studies in Mass Communication* 14, 4, 297–309.
- Sparks, Colin. 2001. The Internet and the Global Public Sphere. V: W. L. Bennet in R. M. Entmann (ur.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje. Teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: FDV.
- Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. *Javnost–The Public* 7, supplement, 47–56.
- Splichal, Slavko. 2001. Štirje fragmenti o tisku in javnem mnenju. *Javnost–The Public* 8, supplement, 39–46.
- Splichal, Slavko. 2009. Democracy, Publicness and Global Governance : Central/Eastern Europe in a Global Context. Uvodni referat na konferenci »Beyond East and West: Two Decades of Media Transformation After the Fall of Communism«, 25.–27. junij, Central European University, Budapest.

- Splichal, Slavko. 2009a. Slovensko politično novinarstvo v evropski perspektivi. *Javnost–The Public* 16, supplement, 5–20.
- Tsaliki, Lisa. 2002. Online Forums and the Enlargement of Public Space: Research Findings from a European Project. *Javnost–The Public* 9, 2, 95–112.
- van Cuilenburg, Jan. 1999. On Competition, Access, and Diversity in Media, Old and New. *New Media & Society* 1, 1, 183–207.
- Wahl Jorgensen, Karin. 2001. Letters to the Editor as a Forum for Public Deliberation: Modes of Publicity and Democratic Debate. *Critical Studies in Media Communication* 18, 3, 303–320.
- Wahl Jorgensen, Karin. 2002. The Construction of the Public in Letters to the Editor: Deliberative Democracy and the Idiom of Insanity. *Journalism* 3, 2, 183–204.
- Wilhelm, Anthony G. 1999. Virtual Sounding Boards: How Deliberative is Online Political Discussion? V: W. Van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon in D. Rucht (ur.), 154–178. *Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements*, London: Routledge.
- Zakon o medijih. 2005. <http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis_ZAKO1608.html>

**Add a
dimension to
your
sociology
research...**



sociological abstracts

*Comprehensive, cost-effective, timely coverage of current ideas
in sociological research*

Abstracts of articles, books, and
conference papers from nearly 2,000
journals published in 35 countries;
citations of relevant dissertations as
well as books and other media.

Now featuring:

- Cited references
- Additional abstracts
covering 1963-1972

Available in print or electronically through CSA Illumina
(www.csa.com).

Contact sales@csa.com for trial Internet access or a sample
issue.



ILLUMINA
www.csa.com

JAVNO V ZASEBNEM, ZASEBNO O JAVNEM MNENJSKE POIZVEDBE V POLITIČNEM PROCESU

SLAVKO SPLICHAL

Povzetek

Članek obravnava spremembe, ki jih je v konceptualizacije javnega mnenja prinesel izum javnomnenjskih poizvedb, ter njihovo strukturno podobnost nekaterim institucionaliziranim političnim procesom, kot so npr. volitve in referendum. Avtor meni, da je javnomnenjske poizvedbe treba obravnavati kot del institucionaliziranega političnega sistema, ne pa kot »znanstveni instrument za raziskovanje javnega mnenja«. Politična institucionalizacija poizvedb zahteva postavitev natančnih pravil izvedbe poizvedb in poročanja o njih, s čimer je mogoče tudi zmanjšati verjetnost napačnih zaznav v mnenjskih procesih, ki so v članku ponazorjene s primeri učinka na tretjo osebo in zrcalne zaznave iz slovenskega dela evropske raziskave o kulturah političnega komuniciranja (2006–2010).

Slavko Splichal je profesor na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in redni član Slovenske akademije znanosti in umetnosti; e-pošta: slavko.splichal@fdv.uni-lj.si.

Uvod

Slovenija spada v manjšino sodobnih demokratično urejenih držav, ki (še vedno) vztrajajo pri prepovedi objavljanja rezultatov predvolilnih poizvedb oz. ocen volilnih preferenc v medijih določen čas pred volitvami (v Sloveniji teden dni). V poltretjem letu od moje pobude, da »je tudi v Sloveniji napočil čas, da bodo mediji ... sprožili ustavni spor, ker omejitve pri objavi rezultatov predvolilnih anket kršijo ustavno načelo svobode tiska« (Splichal 2007, 7), je ljubljanskemu *Dnevniku* v zvezi s spornim zakonskim določilom dejansko uspelo sprožiti ustavni spor. Potem ko je spletni portal Dnevnik.si dva dni pred prvim krogom predsedniških volitev jeseni leta 2007 kljub zakonski prepovedi zavestno objavil rezultate javnomnenjske poizvedbe o podpori predsedniškim kandidatom, da bi sprožil sankcijski postopek, je inšpektorat za notranje zadeve časopisni družbi Dnevnik za nazaj (!) začasno prepovedal vsakršno objavo rezultatov poizvedb o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju (*Dnevnik*, 30. 10. 2007). Po dveh letih sistematične nepokorščine in izgubljenih pritožbah je *Dnevnik* lahko vložil zahtevo za ustavno presojo sporne prepovedi, o kateri naj bi slovensko ustavno sodišče letos tudi razsojalo.

V tem članku osvetljuje spremembe, ki jih je v konceptualizacije javnega mnenja prinesel izum javnomnenjskih poizvedb (angl. *public opinion polls*), ter njihovo strukturno podobnost nekaterim institucionaliziranim političnim procesom, npr. volitvam in referendumu, zaradi česar je prepoved objave rezultatov mnenjskih poizvedb kadarkoli, torej tudi v predvolilnem obdobju, nedopusten omejevalni poseg v svobodo tiska in državljanske pravice, ki državljanom otežuje racionalno odločanje.

Začetek 20. stoletja ni prinesel le najpomembnejših (neo)klasičnih teoretskih del o javnem mnenju, ampak tudi najpomembnejši znanstveni »izdelek« – javnomnenjske poizvedbe. To obdobje zaznamujejo najvidnejši predstavniki demokratičnih politično-filozofskih in socioloških teorij javnega mnenja: Gabriel Tarde, Ferdinand Tönnies, Robert Park in John Dewey. Ob njih ne gre prezreti najvidnejših znanilcev sprememb v prevladujočih pojmovanjih javnega mnenja – Walterja Lippmanna, Edwarda Rossa in Herberta Blumerja –, ki so iz sicer zelo različnih izhodišč kritizirali klasike. V istem obdobju so se v ZDA rodile (javno)mnenjske poizvedbe (angl. *opinion polls*), ki so bile v Evropi (Franciji, Nemčiji) sprva deležne posmeha, po drugi svetovni vojni pa so tudi na stari celini doživele izjemen razcvet in močno prekrojile klasično razumevanje javnega mnenja. Mnenjske poizvedbe so radikalno zaznamovale pojmovanja javnosti in javnega mnenja.

Nastanek mnenjskih poizvedb so spremljali tako teoretski spori, zlasti o njihovi (ne)demokratični naravi, kot tudi metodološke polemike o njihovi (ne)veljavnosti. Med najočitnejšimi je bil spor med normativnim in psihološkim razumevanjem »mnenja«. Pojem javnega mnenja je dotlej v normativnih teorijah večidel temeljil na Kantovem razumevanju mnenja kot posebne vrste »imetja za resnično«, ki je določeno s subjektivno in z objektivno veljavnostjo sodbe in ima tri stopnje: menjenje (*Meinen*), verjetje (*Glauben*) in védenje (*Wissen*) (Kant 1781/1952, 241). Menjenje je za Kanta tako subjektivno kot objektivno nezadostno, verjetje je zadostno subjektivno, ne pa objektivno, medtem ko je le védenje tako subjektivno kot objektivno zadostno. Subjektivna zadostnost je prepričanost (zase sem prepričan, da ...), objektivna zadostnost (za vsakogar velja, da ...) pa je gotovost (gotovo vsi ...). V

nasprotju s Kantom, ki je štel mnenje za subjektivno in objektivno nezanesljivo, medtem ko je bilo zanj verjetje nezadostno samo objektivno in zato višja stopnja »imetja za resnično« kot mnenje, je Tönnies poudarjal neločljivo povezanost mnenja z razumom in védenjem. Meniti pomeni Tönniesu iz objektivnih, čeprav za razum še ne povsem zadostnih, razlogov nekaj šteti za resnično, medtem ko ima verjeti nasprotno vedno subjektivni temelj v trdnem čustvovanju in zaupanju, tako da verjeti pomeni biti prepričan. »Verjeti je stvar srca, meniti pa [stvar] glave« (Tönnies 1922, 13). Verjetje, ki ne temelji na razumu, izključuje dvom, značilen za racionalno oblikovanje mnenja.

Nasproti razumevanju mnenja kot vrste imetja za resnično je psihologija mnenje trivializirala v konkretno ubeseditev ali »znak stališča« (angl. *index of attitude*) kot obliko vedénja, pri čemer naj bi celo »druge oblike vedénja razkrivala stališča zanesljiveje kot mnenje« (Albig 1939, 205). Za takó razumljeno mnenje je vprašanje stopnje zadostnosti na lestvici imetja za resnično, torej (objektivne) gotovosti in (subjektivne) prepričanosti, povsem brezpredmetno, saj so za »znak stališča« vsaj enako kot spoznavna pomembne druge (emotivna, volitivna) razsežnosti. Mnenje je bilo z mnenjskimi poizvedbami tako vnovič degradirano na najnižjo stopnjo imetja za resnično oz. je »resničnost mnenja« zvedena na obstoj mnenja (v tem smislu je vsako mnenje resnično preprosto zato, ker obstaja).

Redukcionizmu v obravnavi »mnenja« v mnenjskih poizvedbah je kmalu sledila tudi redukcija kompleksnega pojma stališča kot trajne in relativno kompleksne človekove predispozicije za vedénje v odnosu do določene vrste predmetov na zgolj enodimenzionalen odnos (npr. /ne/odobravanja, /ne/strinjanja, /ne/sprejemanja) do ozko določenega »stališčnega predmeta« (npr. do določene osebe). Medtem ko je Allport (1935, 810; poudarki v izvirniku) stališče obravnaval kot »z izkušnjami oblikovano duševno in živo stanje pripravljenosti, ki ima usmerjevalen ali dinamičen vpliv na posameznikove reakcije na vse predmete in situacije, s katerimi je v odnosu«, se v sodobnosti stališče – podobno pa tudi mnenje – pogosto sinonimno obravnavata kot preprosto pozitiven ali negativen pogled na določeno osebo, stvar ali dogodek.

Paradoksalno sta trivializacija pojmov mnenje in stališče ter zameglitev pomen-ske razlike oz. meje med njima prinesli zmagoslavje javnomnenjskim poizvedbam. Javnomenjske poizvedbe naj ne bi prinesle le konsenza o definiciji javnega mnenja (Converse 1987); javno mnenje naj bi celo obstajalo zgolj v empiričnih merskih postopkih, ki so bili izumljeni za odkrivanje javnega mnenja (Osborne in Rose 1999; Splichal 2008). Obravnava mnenja kot zgolj operacionalnega znaka pa ni sporna le s teoretsko-pojmovnega stališča; v ospredje je postavila tudi vprašanja (ne)zanesljivosti merjenja stališč na podlagi mnenj in (ne)zanesljivosti samih mnenj. Posameznikov besedni odziv na v anketnih vprašalnikih ubesedena stališča (npr. Ali se strinjate ali ne strinjate, da politiki zlorabljajo zaupanje ljudi?) je namreč vse prej kot samoumevno njegovo dejansko mnenje.

Mnenjske poizvedbe: znanstveno izumljeno, umetno ustvarjeno ali politično institucionalizirano javno mnenje?

Vpliv »izuma« mnenjskih poizvedb na konceptualizacije javnega mnenja je bil izjemen. Poizvedbe so (bile) pogosto obravnavane ne samo kot raziskovalna tehnika (znanstveni instrument) za »merjenje ljudske volje«, ampak tudi kot politični artefakt (nova institucija politične demokracije) ali celo kot utelešenje javnega mnenja.

Do nastopa poizvedb so družbene vede precej neuspešno poskušale veljavno operacionalizirati normativno določene pojme javnega mnenja. Toda s poizvedbami se je zdelo, kot so bili njihovi glasniki in izvajalci prepričani, da so definicije dosegle zadovoljivo raven empirične veljavnosti.

Veljalo je prepričanje, da je uvedba naključnih vzorcev in kvantitativnih statističnih metod za »merjenje« mnenja v večjih populacijah rešila vse konceptualne težave, povezane z »javnim mnenjem«. Hyman (1957, 59) je na primer pojem javno mnenje zvedel na »poenotenost v mnenju« in potem presodil, »da smo se približali dobri teoriji oblikovanja mnenja, in sicer samo zaradi bogastva in raznolikosti empiričnih raziskav«. Converse (1987, S13) pa je bil prepričan, da je »trdna uveljavitev industrije javnomnenjskih poizvedb [...] homogenizirala opredelitev [javnega mnenja] in ga stabilizirala za dogledno prihodnost«.

Uveljavitev industrije javnomnenjskih poizvedb je bila celo videti izjemen znanstveni dosežek. Zasedimo lahko idejo, da so fenomen javnega mnenja ustvarile družbene vede: »izraz 'javno mnenje' kot svoj nujni tehnični del priključuje ankete javnega mnenja« (Osborne in Rose 1999, 371). V svoji kritiki kritične teorije (npr. Habermasa in Bourdieuja) Osborne in Rose (ibid., 382) trdita, da se »javno mnenje ustvarja s postopki, razvitimi za to, da bi ga 'odkrivali'« (angl. *public opinion is created by the procedures that are established to 'discover' it*).

Nasprotno so kritiki poizvedb opozarjali predvsem na dve vrsti problemov, ki naj bi postavljali pod vprašaj veljavnost poizvedb:

(1) Zgodnje kritike javnomnenjskih poizvedb v obdobju 1930–1950 so zadevale predvsem epistemološki status poizvedb in metodološka vprašanja veljavnosti. Med najpomembnejšimi in trajnimi kritikami je bila tista, da poizvedbe obravnavajo javno mnenje kot agregiranje posameznih mnenj (npr. Blumer 1948).

(2) Novejše kritike so se večinoma usmerjale na socialne in predvsem politične posledice poizvedb. Ginsberg (1989) je na primer javnomnenjske poizvedbe videl kot instrument 'pacifikacije' javnega mnenja, saj lahko informacije o stališčih ljudi naročniki (zlasti oblastne institucije) uporabljajo za omejevanje ali zatiranje drugih oblik izražanja mnenja.

Adorno (1964/2005) je kritiziral zagovornike mnenjskih poizvedb zaradi njihovega nerazumevanja raziskovanja javnega mnenja kot posebnega družbenega pojava, utemeljenega v (načelu) javnosti, s čimer se dejansko spodkopavajo bistvene predpostavke, iz katerih bi moralo raziskovanje javnega mnenja izhajati. Adorno je sledil Blumerjevi kritiki, »da se lahko oblikovanje javnega mnenja pojavlja samo kot funkcija družbe v delovanju, predvsem *na podlagi interakcije skupin*, ne pa posameznikov, kar pomeni, da mora proučevanje javnega mnenja izražati *funkcionalno sestavo in organizacijo družbe*« (Blumer 1948, 543).

Lahko bi trdili, da je izolacija generičnega predmeta [...] cilj, namesto da bi bila izhodišče, in da zato nezmožnost identifikacije javnega mnenja kot generičnega objekta ne gre na rovaš zdajšnjih javnomnenjskih poizvedb. [...] Vendar pa sem prevzet od očitne odsotnosti prizadevanja ali iskrenega zanimanja med izvajalci javnomnenjskih poizvedb, da bi se premaknili v smeri določitve predmeta, ki naj bi proučevali, beležili in merili. [...] Njihovo delo je v veliki meri le uporaba njihove tehnike (Blumer 1948, 542).

Za Blumerja (ibid., 545) je bilo enačenje empiričnega beleženja mnenj z raziskovanjem javnega mnenja primer popolnoma neveljavnega zavračanja interakcije

– neposrednega, recipročno usmerjenega družbenega delovanja – med skupinami in posamezniki z različno velikim vplivom, ki v svojih interakcijah oblikujejo in izražajo javno mnenje, ki ga je mogoče izraziti z različnimi 'mehanizmi', na primer s pismi, telegrami, peticijami, z resolucijami, lobiranjem in delegacijami, in ne le z anketiranjem.

Medtem ko se je Blumer zavzemal za intenzivnejše intelektualno prizadevanje, da bi razumeli »funkcionalno sestavo in organizacijo družbe«, kar naj bi sčasoma zagotovilo »boljšo definicijo« javnega mnenja, je Adorno trdil, da je zaradi narave javnosti taka dokončna definicija pravzaprav nemogoča:

Nedoločnost, s katero so obremenjene ideje »javnosti« in »javnega mnenja«, vsaj pri Locku, ni mogoče odpraviti z natančno besedno definicijo. Javnost ni jasno razmejena, je polemična: kar nekoč ni bilo javno, naj bi to postalo. Samo tako je mogoče razumeti, v smislu kritike absolutistične oblastne politike, kako invertirani aristokratski ukazi omogočajo – in sodobne teorije elit celo slavijo – tajnost (Adorno 1964/2005, 121).

Adorno je nemškemu izrazu »mnenjsko raziskovanje« (*Meinungsforschung*) očital opustitev, in sicer »zavoljo kratkosti ključnega pridevnika, ki edini določa predmet zanimanja: raziskovanje javnega mnenja [in] se nanaša na idejo javnosti« (ibid., 120). S tehničnega vidika bi opustitev pridevnika javno in zamenjava izraza javno mnenje z zgolj mnenje lahko rešila vse težave, povezane z javnim, toda s tem bi se v celoti odpovedali teoretskemu horizontu javnega mnenja in javnosti. Seveda to ni bil Adornov predlog. Prav nasprotno, po Adornu javnomnenjske raziskave nikakor ni dopustno zvesti na mnenjske poizvedbe, saj »mnenjsko raziskovanje ne more biti gola tehnika, ampak je prav tako tudi predmet sociologije kot znanosti, ki raziskuje objektivne strukturne zakone družbe«. Ena ključnih nalog takega raziskovanja bi morala biti kritična predstavitev manipulacije z mnenji množic, »do kolikšne mere je javno mnenje refleks uzurpacije« (ibid., 122), na kar je pozneje opozoril zlasti Bourdieu s tezo, da javno mnenje (kot ga poskušajo izmeriti poizvedbe) ne obstaja.

V razpravah o veljavnosti poizvedb so bili kritični predlogi, kot so jih oblikovali Blumer, Adorno, Bourdieu in drugi, komaj upoštevani, posledično pa se je javno mnenje pomensko vse bolj izenačevalo z izvedbo mnenjskih poizvedb oz. z objavo rezultatov poizvedb. Jedro razprav (zagovornikov poizvedb) so postala vprašanja zanesljivosti in delno veljavnosti metode, ne teorija javnosti in javnega mnenja. V skrajnem primeru je bilo po zgledu naravoslovnih znanosti tisto, kar je Blumer štel za glavno napako javnomnenjskih poizvedb – da poizvedbeni postopki ustvarjajo predmet raziskovanja, namesto da bi iz njega izhajali –, celo slavljeno kot največji znanstveni dosežek. Gordijski voz operacionalizacije javnega mnenja, ki ga niso rešili Blumer in njegovi intelektualni dediči, je bil presekani z idejo, da javnomnenjske poizvedbe dejansko niso operacionalna definicija javnega mnenja, ampak kar dejansko javno mnenje samo. »[J]avno mnenje se ustvarja s postopki, razvitimi za to, da bi ga 'odkrivali'. Pojav mnenja je proizvod tehničnih postopkov, izdelanih za to, da bi ga zapopadli. Določen je s tehničnimi vidiki [...] proizvodni vidik javnega mnenja ga približa modelu uspešnih naravoslovnih znanosti« (Osborne in Rose 1999, 382; poudarek v izvirmiku).

Osborne in Rose (ibid., 387) trdita, da »brez anketiranja in oblik merjenja gotovo sploh ne bi vedeli za javno mnenje; brez postopkov merjenja ne bi imeli nobenega

znanja o tem, kaj je sploh treba meriti«. Ideja, da ne bi ničesar vedeli o javnem mnenju brez zbiranja podatkov v obliki odgovorov na vprašanja, pomeni, da je javno mnenje predstavitev zbranih podatkov (kar bi bila v najboljšem primeru operacionalna definicija javnega mnenja) in da javno mnenje ni bilo opazno (in torej v empiričnem smislu ni obstajalo) pred razvojem metod za zbiranje podatkov v obliki odgovorov na vprašanja (kar je očitna zgodovinska zabloda, saj so o delovanju javnosti in javnega mnenja razpravljali že od konca 18. stoletja naprej).

Po eni strani naj bi torej javno mnenje ustvarili tehnični postopki zbiranja podatkov v obliki odgovorov na vprašanja, pa drugi strani pa naj bi – paradoksalno – obstoj vprašalnikov in anket spodbujal idejo, da je 'tam zunaj' javno mnenje, ki ga lahko imamo in izmerimo (ibid., 387); torej ti postopki kažejo, da javno mnenje obstaja 'tam zunaj' neodvisno od postopkov. Če je postopek namenjen obravnavi nekega pojava, pomeni, da ta pojav obstaja pred merjenjem in (relativno) neodvisno od njega. Toda Osborne in Rose (ibid.) hkrati menita, da »brez anketiranja ... sploh ne bi vedeli za javno mnenje ... javno mnenje ne obstaja, dokler ne obstajajo tehnologije – in anketiranci, prilagojeni tehnologijam –, ki zagotovijo, da javno mnenje obstaja«. Z drugimi besedami, menita, da sploh ni bilo nobenih opaznih manifestacij javnega mnenja pred pojavom poizvedb ali jih vsaj nihče ni mogel razumeti. Vsaj dve čudni stoletji so se teoretiki javnega mnenja vedli, kot da bi javno mnenje obstajalo, pa čeprav v resnici ni obstajalo? Vsi »organi javnega mnenja«, o katerih je tekla razprava od Benthama naprej, so bili samo iluzije in prikazni? Vse razprave o javnem mnenju pred prihodom javnomnenjskih poizvedb o tem, (1) »V kakšni obliki naj politične institucije prepoznajo javno mnenje?« (2) »Kakšne lastnosti mora imeti javno mnenje?« in (3) »Kakšno politično moč mora dobiti?« (Althaus 2006, 98), so bile razprave o tem, česar empirično ni bilo? Althaus (ibid.) trdi, da se je »empirično raziskovanje od zgodnjega dvajsetega stoletja do danes vneto ukvarjalo z vprašanjem o lastnostih javnega mnenja, drugi dve vprašanji pa je prepuščalo filozofom«. A Osborne in Rose (1999) zanikata, da filozofi lahko karkoli povedo o prvem vprašanju, drugi dve vprašanji pa naj bi bili irelevantni, saj je po njunem mnenju samo ena oblika, v kateri obstaja javno mnenje (poizvedbe), vprašanji o njegovih lastnostih in moči pa sta čisto empirični.

Ideja, da je »pojmem mnenja rezultat posebnega postopka, ki izvabi mnenje«, zane-marja dejstvo, da se mnenja – kot posebna oblika imetja za resnično, ki se razlikuje od verjetja in védenja – oblikujejo in obstajajo neodvisno od vsakršnega »izvabljanja«. Ljudje »vedo, kako ustvariti pojav, ki se mu reče mnenje«, in presojajo veljavnost svojih mnenj v komuniciranju, tudi če jih anketarji ne sprašujejo za mnenje. To znajo že tisočletja in s tem so dejansko – ljudje, in ne izvajalci poizvedb – »prispevali k vzpostavitvi objektivnega področja, imenovanega javno mnenje« (ibid., 387).

Poizvedbe sicer lahko štejemo za velik (znanstveni) izum, vendar ne smemo zane-mariti drugih tehnologij, ki so jih izumili prej v zgodovini, in obravnavati poizvedbe kot »svojsko disciplino, potrebno za obstoj javnega mnenja«, kot sta prepričana Osborne in Rose (ibid., 382). Poleg poizvedb so obstajale (in še vedno obstajajo) druge tehnologije, ki zagotavljajo obstoj javnega mnenja. Z drugimi besedami, ni merski instrument tisti, ki vzpostavlja objektivno področje, ki mu pravimo javno mnenje, ampak komunikacijski proces (vključno, a ne izključno s postavljanjem vprašanj in z odgovori nanje v poizvedbah), v katerih posamezniki izražajo in preverjajo svoje mnenje. Trditi, da javno mnenje lahko obstaja le s tehnologijo poizvedb, pomeni

tudi, da je javno mnenje zgolj vsota posameznih mnenj, zasebno izraženih v poizvedbah. V takem privatiziranem pojmovanju javnega mnenja postanejo objektivni politični odnosi, institucije in procesi demokratičnih sistemov irelevantni za javno mnenje; kar šteje, so samo mnenja posameznih državljanov o njih. Vzrok, da se je tako (zmotno) pojmovanje zelo široko uveljavilo, je v njegovi izraziti metodološki prikladnosti, saj naj bi z njim dokončno rešili problem definicije javnega mnenja, ki je bil dotlej (videti) nerešljiv.

Na nek način imata sicer Osborne in Rose s svojim prepričanjem o javnem mnenju kot znanstvenem izumu sicer celo prav. Mnenjske poizvedbe v resnici iz ljudi izvablajo (tudi) mnenja, ki jih prej ni bilo. Vendar od anketirancev ne izvablajo mnenj v strogem pomenu besede. Kar dejansko izzovejo ali ustvarjajo, so nemnenja ali nestališča, to je mnenja, ki so videti posameznikova mnenja zgolj zato, ker so jih zabeležili anketarji, ki so tako postali nekakšni avatarji javnega mnenja. Converse (1964, 241) je na primer empirično preverjal tezo o nestališčih kot »ekstremno labilnih v času« in ugotovil, da »velik del volivcev nima jasnega prepričanja celo o vprašanih, ki so bila dalj časa podlaga za izrazite politične polemike med elitami« (ibid., 245). Samo ta (ne)mnenja so dejansko v precejšnji meri, če ne izključno, proizvod specifičnega postopka; brez poizvedb ne bi nikoli obstajala. Pojem nemnenja opozarja, da se lahko mnenje ljudi, kot je zabeleženo v poizvedbah – v nasprotju z njihovim resničnim mnenjem – naključno spreminja, saj je pogosto zelo ohlapno in v trenutku oblikovano, pa tudi kot posledica merskih napak, ki jih povzročajo nejasna formulacija vprašanj, določeno zaporedje vprašanj, pristranskost anketarja, napake lestvic, kontekst posameznega vprašanja ipd. Eksperimenti s posvetovalnimi poizvedbami (angl. *deliberative polling*) Jamesa Fishkina in njegovih kolegov na Univerzi v Teksasu in pozneje na Stanfordu jasno kažejo, da ko so udeleženci izpostavljeni (dodatnim) informacijam in vključeni v razpravo, verjetneje izoblikujejo jasno in trdnejše (trajnejše) mnenje, ki se lahko precej razlikuje od mnenja, izrečenega kot odgovor na vprašanje anketarja v poizvedbi.

V morda heretični perspektivi lahko »tehnologijo« poizvedb obravnavamo kot funkcionalno enakovredno (tako epistemološko kot ontološko) »tehnologijam« volitev in referendumov. Kot pravi Sanders (1999, 256), »sodelovanje v raziskavi – ali kot raziskovalec, anketar ali anketiranec – ni nič manj naravno kot glasovanje, članstvo v mestnem svetu, sodelovanje v sodni poroti ali katera koli druga politična praksa«. Tehnologije splošnih (pravzaprav vseh) političnih volitev in referendumov o pomembnih (spornih) družbenih vprašanih se razlikujejo od udeležbe v poizvedbah o strankarskih preferencah in (ali) političnih stališčih samo v dveh pogledih: (1) poizvedba ne povzroči neposrednih političnih in pravnih (zakonskih) posledic, kot jih povzročijo volitve, in (2) poizvedba v nasprotju s samoselekcijo državljanov na volitvah temelji na naključnem vzorcu (pri spletnih poizvedbah tudi te razlike ni več, saj gre pogosto prav tako za samoselekcijo). Volitve določajo sestavo parlamentov in drugih (političnih) institucij; rezultati zakonodajnih referendumov povzročijo neposreden zakonodajni učinek (potrditev ali odpravo zakona). Poizvedbe se razlikujejo od volitev in referendumov v tem, da so njihove posledice posredne, posredujejo pa jih politične ali druge institucije, ki sodelujejo pri vladovanju in interpretirajo rezultate poizvedb. Vendar tako poizvedbe kot volitve temeljijo na isti ideji izražanja/predstavljanja ljudske volje: rezultati parlamentarnih volitev in rezultati poizvedb naj bi pošteno predstavljali splošno volilno telo.

Podpora zamisli, da so javnomnenjske poizvedbe podobne nekaterim drugim institucionaliziranim političnim procesom, kot so volitve in referendumi, je zane-marljiva v akademski (in še manjša v strokovni) literaturi. Volitve in referendumi so nastali kot del institucionaliziranega političnega procesa in očitno ne kot neka vrsta raziskave, medtem ko so javnomnenjske poizvedbe obravnavane kot vrsta raziskovanja, in ne kot oblika politične institucionalizacije javnega mnenja. V poizvedbah se preference merijo na naključnem vzorcu volivcev (s popravki v zvezi z izraženo namero vprašanih, da bodo volili ali ne), kar naj bi dokazovalo njihovo znanstveno naravo. Na pravih volitvah se respondenti sami izbirajo oz. odločajo za odhod na volišče (s čimer je izbira manj veljavna ali sploh neveljavna v znanstvenem smislu), ta proces pa se obravnava kot politična participacija.

Toda zakaj bi bilo treba to delitev jemati za samoumevno? Najočitnejši argument za tezo, da so poizvedbe del političnega procesa, sta primera predvolilnih poizvedb in vzporednih volitev, ki merita popolnoma isto kot volitve (glasove državljanov za politične stranke in posamezne kandidate za politične funkcije), z natančno istim instrumentom (s tajnim glasovanjem), vendar z nekoliko različnimi postopki in stopnjami zanesljivosti ter, kajpak, z različnimi posledicami.

Lastna in usvojena mnenja v poizvedbah

Tönnies je med prvimi opozarjal, da je oblikovanje bodisi individualnega bodisi javnega mnenja preveč zahtevno, da bi v tem procesu lahko vsi ljudje enakopravno sodelovali. Če nekdo ne more sodelovati pri oblikovanju (javnega) mnenja, to sicer ne pomeni, da lahko mnenje samo sprejema; lahko ga tudi izraža, čeprav si ga ni samostojno ustvaril (npr. z aklamacijo ali s sodelovanjem v javnih demonstracijah, pa tudi s sodelovanjem v razpravah, npr. v političnih institucijah). Pri izražanju mnenja lahko posameznika vodijo različni motivi: neko mnenje lahko sprejme za svoje, ker zaupa v avtoriteto argumenta ali vira, in ga potem izraža kot svoje; mnenje lahko celo samo izraža, ne da bi ga dejansko sprejel za svoje, pač pa zaradi drugih razlogov, npr. konformnosti; lahko pa mnenje izraža izključno zaradi nekega zunanjege smotra – skrajni primer je, da izražanje mnenja zanj postane »predmet menjave, stvar, ki jo je mogoče prodati, ne glede na to, ali je to v resnici njegovo mnenje ali pa je njegovo mnenje celo prav nasprotno« (Tönnies 1922, 35). V različnih okoliščinah je torej posameznikovo (javno) izraženo mnenje lahko zelo različno, torej subjektivno nezanesljivo. Ta verjetnost je posebej velika, kadar si mnenja ni izoblikoval sam, ampak ga je prevzel od drugih. Problem nezanesljivosti izraženege mnenja – njegove naključne spremenljivosti v času in prostoru, lahko pa tudi odvisnosti od časa in prostora – bistveno ogroža zanesljivost, s tem pa tudi veljavnost mnenjskih poizvedb.

Agregatna stanja mnenj

V primerih, ki jih obravnava Tönnies, gre za dejanska posameznikova mnenja, ki jih je bodisi sam izoblikoval z (racionalnim) premislekom ali v razpravi bodisi jih je našel na »mnenjskem trgu« (zlasti v medijih) in jih iz takega ali drugačnega razloga usvojil. Povsem nekaj drugega pa je, ko anketiranec odgovori na ponujeno stališčno trditev v anketi z določeno stopnjo strinjanja ali nestrinjanja, čeprav stališča o izbranem predmetu dotlej sploh ni imel. Z drugimi besedami, tudi kadar anketiranec o stališčnem predmetu pred sodelovanjem v poizvedbi sploh ni razmišljal, uspešen

anketar lahko od njega izsili določeno mero strinjanja ali nestrinjanja z zapisano oz. s prebrano trditvijo oz. odgovor, ki se razlikuje od Ne vem. V takih primerih govorimo o nestališčih ali nemnenjih, ki so napačno izmerjena kot dejanska mnenja. Da dejansko gre za nemnenja, lahko ugotovimo v preskusu zanesljivosti merjenja, kjer se izkaže, da je vzrok nekonsistentnosti odgovorov (stopnje /ne/strinjanja) v tem, da jih je anketiranec izbiral naključno.

Po analogiji s Tönniesovim razlikovanjem med plinastim, tekočim in trdnim javnim mnenjem (mnenjem javnosti) lahko rečemo, da so tudi individualna mnenja v različnih »agregatnih stanjih«, da so torej različno trdna. Trdnosti ne smemo zamenjevati z intenzivnostjo: z nekim izraženim mnenjem se lahko delno strinjam, delno ne strinjam, ali neki predmet vrednotim zmerno pozitivno in tega svojega odnosa do izrečenega mnenja (oz. usvojenega mnenja) tudi v daljšem času ne spremenim. Imam torej trdno, a ne intenzivno mnenje. Po drugi strani pa se z nekim mnenjem v nekem trenutku lahko povsem strinjam ali neki predmet vrednotim izjemno negativno, čez čas pa ga povsem spremenim: intenzivno mnenje torej še ne zagotavlja njegove trdnosti.

Nemnenja

Trdnost mnenj in stališč je tako kontinuum, katerega najmanjša vrednost je nemnenje, ko v spominu stališčni predmet sploh ni v odnosu do katerega koli drugega kognitivnega elementa, pri največji vrednosti pa je stališčni predmet trdno povezan z mnogimi kognitivnimi elementi, tako da se mnenje tako rekoč samodejno aktivira ob vnovičnem »srečanju« s stališčnim predmetom (npr. ko je predmet omenjen v anketnem vprašalniku).

Zgodnje epistemološke in metodološke kritike mnenjskih poizvedb so bile osredinjene na vprašanje, ali poizvedbe dejansko merijo, kar želijo meriti oziroma kar razglašajo, da merijo. Albig (1939; 1956, 174) je skladno s svojim razumevanjem odnosa med mnenjem in stališčem dokazoval, da noben izsledek o mnenjih ljudi ni ustrezen, če ne vodi k ustreznim sklepom o njihovih stališčih, iz katerih mnenja izhajajo oz. katerih znak so. Opozarjal je na dva osnovna problema, ki bi ju bilo treba rešiti v prizadevanjih, da bi merili javno mnenje: (1) razvoj takih postopkov za merjenje stališč, ki bi vključevali vsaj najznačilnejše vzorce stališč pri večini posameznikov (pri milijonih posameznikov); (2) razvoj metod vzorčenja, ki bi bile ustrezne za proučevanje velikih javnosti na podlagi najmanjših možnih reprezentativnih vzorcev. Albigu se je zdela rešitev problema ustreznega vzorčenja precej preprosta v primerjavi s postavitvijo splošnega modela merjenja stališč. Bil je sicer vnet zagovornik javnomnenjskih poizvedb, a je hkrati opozarjal na preveč množično, premalo kritično in zato pogosto neveljavno uporabo te metode. Kot razloga za možno razvrednotenje mnenjskih poizvedb je poudarjal zlasti (1) omejevanje zbiranja podatkov na podatke v obliki odgovorov na vprašanja in zanemarjanje drugih metod ter omejevanje raziskovanja na štetje odgovorov namesto na merjenje stališč ter (2) nerazumevanje interakcije med raziskovalcem in anketirancem ter (ne)hotno manipulativno formulacijo vprašanj.

V iskanju odgovora na vprašanje, kaj je in kaj bi morala biti vloga mnenj, ki jih imajo člani večjih javnosti o javnih zadevah, je Albig menil, da se analitiki poizvedb prepogosto motijo v ocenah kvalitete in kvantitete javnega mnenja. Pogosto namreč preveč poudarjajo pomembnost javnega mnenja o množici zadev, o katerih dejan-

sko sploh ne obstaja kako pomembno mnenje. Zato je Albig dvomil o smiselnosti pogostega izvajanja mnenjskih poizvedb, ki da sploh niso v interesu javnosti.

Po drugi strani pa je Albig menil, da lahko poročanje o rezultatih poizvedb vpliva na mnenja bralcev, še posebej pri temah, o katerih sami nimajo (trdnih) mnenj. Navajal je rezultate mnenjske poizvedbe v Mehiki leta 1945, v kateri je 81,2 odstotka vprašanih družboslovnih znanstvenikov in 72,5 odstotka novinarjev odgovorilo, da objava rezultatov mnenjskih poizvedb vpliva na njihova mnenja. Vloga objavljanja rezultatov poizvedb je gotovo lahko uvrščanje tem na dnevni red (angl. *agenda setting*) in lahko poveča podporo večinski poziciji, torej povzroči zagonski moment. Vendar pa je le malo verjetno, da lahko objavljeni rezultati intenzivirajo razmišljanje o zadevah, ki jih poizvedbe obravnavajo, saj objavljeni rezultati poizvedb – nasprotno – zapletene zadeve močno poenostavljajo. Po Albigu sicer poizvedbe ne nosijo nikakršne odgovornosti za poenostavljeno razmišljanje javnosti; poenostavitev ne povzročajo poizvedbe, saj je poenostavljanje značilno za način mišljenja večine tistih, ki so vključeni v poizvedbe.

Napačne zaznave

Pri empiričnem raziskovanju mnenj se srečujemo še s tretjo veliko skupino problemov – z napačnimi zaznavami in mnenji. Najsplošnejšo tematizacijo sistematično napačnih zaznav značilnosti družbenega okolja zasledimo v Gerbnerjevi kulti-vacijski teoriji, ki poskuša pojasniti vpliv televizijskih programov (zlasti tistih z nasilnimi vsebinami) na mnenje in vedenje ljudi. Osrednja teza kulti-vacijske teorije je namreč, da »televizija specifično in merljivo prispeva h gledalčevi konceptiji realnosti« (Gerbner, Gross, Morgan in Signorelli 1980, 10). Gerbner je s sodelavci v nizu raziskav ugotovil, da mnenja »težkih« televizijskih gledalcev (ki so televizijo gledali več kot štiri ure dnevno) o odnosih v družbi pogosto bolj ustrezajo mnenjem oz. podobam, ki jih prikazuje televizija, kot pa dejanskim razmeram v družbi (npr. mnenje o splošni razširjenosti kriminala v družbi je posledica pogostosti predvajanja nasilnih vsebin na televiziji, ki jih »težki« gledalci ponotranjijo do te mere, da ga obravnavajo kot dejansko naraščanje nasilja v družbi).

V teoriji spirale molka je poskušala Noelle-Neumannova (1974, 44) nasprotno dokazovati, da imajo ljudje nekakšen kvazistatistični organ, s katerim opazujejo družbeno okolje – predvsem ob podpori množičnih medijev – ter zanesljivo ocenjujejo porazdelitve mnenj v družbi in moč oz. možnost prevlade določenih mnenj v javnosti. Skratka, ljudje naj bi bili intuitivno sposobni zanesljivo ocenjevati »mnenjsko klimo« v družbi, tako da bi lahko z njo primerjali in ji prilagajali svoja mnenja. Ideja je vabljava in na abstraktnoteoretski ravni intuitivno videti veljavna, toda vrsta empiričnih študij razkriva, da posamezniki relativno zanesljivo ocenjujejo mnenja drugih in mnenjske razlike le znotraj svojih primarnih in sekundarnih družbenih skupin, v katerih so spletene tesne komunikacijske vezi. Nasprotno pa mnogo bolj selektivno, pristransko in napačno zaznavajo svoje bolj oddaljeno in posredovano (mediatizirano) družbeno okolje in tudi množične medije.

Problem pristranskega ocenjevanja (mnenj) drugih dobro ilustrira pojav učinka na tretjo osebo (angl. *third-person effect*). Ljudje so pogosto prepričani, da svoja mnenja oblikujejo samostojno, neodvisno od vpliva množičnih medijev ali da je vpliv množičnih medijev (zanemarljivo) majhen. Hkrati pa dvomijo o sposobnosti drugih ljudi, da bi se uprli vplivom množičnih medijev, mnenjskih voditeljev in

drugih virov mnenj ter propagiranih oblik vedenja. Na druge (tretje osebe) naj bi torej mediji zelo vplivali.¹

Učinek na tretjo osebo je dveh vrst: (1) pomeni, da je posameznik prepričan o svoji neodvisnosti od vpliva, npr. medijev, medtem ko temu vplivu tretja oseba podlega, ali (2) da se posameznik, ki je sicer prepričan o svoji avtonomiji, odziva zaradi pričakovanih učinkov na tretjo osebo (npr. posameznik je prepričan, da poizvedbe ne vplivajo na njegove volilne odločitve, a ker je hkrati prepričan, da vplivajo na odločitve tretje osebe, se zavzema za predvolilni embargo na objavo rezultatov poizvedb). Kot kažejo raziskave, je učinek na tretjo osebo zelo pogost v politični propagandi in oglaševanju (Johnson-Cartee 2005, 41).

Tovrstne študije dokazujejo, da je ideja o posameznikih, ki naj bi imeli nekakšen kvazistatistični organ, s katerim bi lahko zanesljivo merili mnenjsko klimo, (pre)huda poenostavitev, če ne zмотa. Kot kažejo modeli koorientacije, se situacije popolnega kognitivnega prekrivanja in natančnosti v interakciji ali v ocenjevanju drugih pojavljajo le izjemoma. Množinska nevednost, nesoglasje, namišljeni konsenz in druge vrste napačnih zaznav in (ali) nesporazumov se lahko pojavljajo enako pogosto kot pravo soglasje ali zanesljiva zaznava.

Ljudje so pogosto nagnjeni k zmotnemu prepričanju, da imajo drugi enako mnenje kot oni sami (ne glede na to, kakšno je dejansko večinsko mnenje), ali pa so zmotno prepričani, da se mnenjsko ne ujemajo s svojim okoljem. Vrsta raziskav je potrdila veljavnost hipoteze o množinski nevednosti, po kateri ljudje napačno zaznavajo mnenja drugih. Tako se na primer pogosto ne zavedajo, da delijo svoje mnenje z drugimi člani iste skupnosti oziroma da pri njihovem zaznavanju mnenj drugih posameznikov prevladuje zrcalna zaznava ali učinek navideznega soglasja – tj. da posamezniki svoja mnenja zaznavajo kot skladna z mnenjem večine v svojem okolju, čeprav tako kognitivno prekrivanje sploh ne obstaja (gl. tabela 1).

Pojem množinska nevednost (angl. *pluralistic ignorance*) je uvedel Allport (1932, 218, 219) in z njim označil težnjo ljudi, da kot javno mnenje sprejemajo mnenje, ki ga imajo sami in za katero bi želeli, da bi bilo tudi mnenje drugih. Povezoval ga je tudi s situacijo, v kateri večina članov neke skupine (ali družbe) javno sprejema normo ali mnenje, ki ga (jo) zasebno zavrača – ker so prepričani, da ga sprejemajo tudi drugi. Pozneje se je pojem množinska nevednost pogosto uporabljal za situacijo, v kateri so pripadniki večine oz. večinskega mnenja prepričani, da so v manjšini, in nasprotno (Glynn, Ostman in McDonald 1995, 262). Tako bi na primer večina anketirancev v mnenjski poizvedbi lahko izrazila naklonjenost smrtni kazni iz zmotnega prepričanja, da smrtno kazen podpira večina ljudi, čeprav ji sami intimno nasprotujejo – kar kajpak pomeni, da ji dejansko nasprotuje večina ljudi, medtem ko bi poizvedba pokazala, da večina smrtno kazen podpira. V poizvedbah je razlika med pravim in nepravim soglasjem nemogoče ugotoviti.

Množinska nevednost je povezana z »učinkom neme priče« (angl. *bystander effect*).² Ljudje verjetneje ukrepajo v nepričakovani (nevarni) situaciji, kadar so sami, kot pa takrat, kadar so prisotni tudi drugi ljudje, »priče«. Ob prisotnosti drugih ljudi lahko posameznik iz njihove pasivnosti sklepa, da se jim ne zdi potrebno/primerno ukrepati. Nihče torej ne bi ukrepal, čeprav bi celo večina med njimi zasebno mislila, da bi bilo treba kaj storiti. To je primer množinske nevednosti. Drugi razlog pasivnosti je lahko pričakovanje prisotnih, da bo ukrepal nekdo drug, s čimer ljudje razpršijo svojo odgovornost in jo preložijo na druge. Na to opozarja dognanje, da

ko se nekdo vendarle odloči za ukrepanje, je večja tudi verjetnost, da bodo sledili tudi drugi in mu pomagali.

Pojem množinska nevednost v Allportovem pomenu, ko ljudje zmotno domnevajo, da večina deli njihov mnenje, je sčasoma nadomestil pojem »učinek nepravega konsenza« – gre za zmotno zaznavo prevladujočega konsenza, ki dejansko ne obstaja. Če člani neke skupine dosežejo konsenz o določeni zadevi, pa ne komunicirajo s člani drugih skupin oz. z ljudmi, katerih mnenje je nasprotno, si zmotno ustvarijo predstavo, da večina misli enako kot oni. V primeru odnosa do smrtno kazni bi to pomenilo, da posameznik vidi svojo podporo smrtni kazni kot skladno z mnenjem večine, čeprav večina izraža nasprotovanje smrtni kazni.

Ti primeri dokazujejo, da ljudje nimajo zanesljive statistične intuicije, kakor je trdila Noelle-Neumannova. Njen odgovor na tovrstne kritike je bil, da v njenem modelu ne gre za to, ali so ljudje natančni v svojih ocenah glede manjšinskih/večinskih mnenj, temveč za to, ali lahko zaznajo spremembe v smislu povečevanja ali zmanjševanja podpore svojim mnenjem (Noelle-Neumann 1984, 72). Toda razen pri volilnem vedenju in strankarskih preferencah, kjer so stvari zaradi rednih volilnih poizvedb in objav njihovih rezultatov nekoliko jasnejše, tudi za tako domnevo ni empirične osnove. Čeprav so spremembe v zaznavanju javnega mnenja in spremembe volilnih preferenc v korelaciji, to še ne dokazuje, da zaznava večinskega mnenja vpliva na spremembe volilne namere oz. vedenja.

Pojasnitve napačnih zaznav so le delne. Domneve o napačnih zaznavah družbenih dejstev, kot so javno mnenje, učinki množičnih medijev ali socialni indikatorji (npr. ocena tveganosti določenega načina vedenja), so bolj domneve o njihovem empiričnem obstoju kot teoretske (pojasnjevalne) domneve. Različne vrste napačnih zaznav, ki jih lahko empirično izmerimo (gl. tabelo 1), nastajajo v situacijah, za katere ni izčrpne pojasnitve, ki bi odgovorila na vprašanja, zakaj so zaznave javnega mnenja oz. mnenja drugih nezanesljive in napačne ter kakšne so družbene posledice napačnih ocen.

Hipotetično lahko trdimo, da se zmotne zaznave precej verjetno pojavljajo v pluralističnem, demokratičnem okolju, kjer je ena stranka, kandidat ali mnenje soočeno z množico alternativ in torej ni preprosto določiti, katera od alternativ ima večinsko podporo. V bolj avtoritarnem okolju pa je verjetneje, da (javno) mnenje ni o neki »sporni zadevi«, ampak le o neki »družbeni zadevi« – o »temi iz javne situacije« (Noelle-Neumann 1979, 180) ali »o kakšnem čustveno ali vrednostno določenem vprašanju« (Noelle-Neumann 1980/1993, 179), saj kako zares nasprotno mnenje dejansko sploh ne obstaja. V takih situacijah je zelo verjetno, da posameznikov kvazistatistični instinkt zaznava poleg sprememb tudi dejansko večinsko/manjšinsko mnenje. V statističnem smislu lahko pričakujemo, da bodo posamezniki natančno zaznali podporo za svoja stališča, če porazdelitev mnenj (na primer za ali proti) zelo odstopa od normalne (Key 1961/1967; Salmon in Kline 1985, 15).³ Toda taka situacija ni pogosta, ko gre za politične zadeve v demokratičnih družbah. Kljub temu pa je Noelle-Neumannova zgolj »presenečena nad poročilom« za ZDA, ki govori, da »66 odstotkov ni moglo oceniti, kako misli večina ljudi. V Nemčiji nismo nikoli odkrili tako visokega odstotka« (Noelle-Neumann 1984, 73).

Poleg širše družbene pojasnitve, ki jo ponuja kultivacijska teorija, lahko do določene mere različne vrste napačnih zaznav pojasnimo tudi s Festingerjevo psihološko teorijo kognitivne disonance (Festinger 1957/1962). Po njegovem mnenju

posameznikovo delovanje v smeri zmanjševanja kognitivne disonance vključuje vedenjske spremembe, spremembe v mišljenju ter previdno izpostavljanje novim informacijam in novim mnenjem. Le redko se zgodi, da z izpostavljenostjo množičnim medijem posameznik izčrpa vse informacijske možnosti, ki so mu na voljo, pa še tedaj izbira medijske vsebine skladno s svojimi interesi in z zaznavanjem interesov v svojih referenčnih skupinah. Festingerjeva teorija disonance napoveduje, da se posamezniki izogibajo komuniciranju in medijskim vsebinam, ki bi povzročale disonanco, s selektivnim izpostavljanjem (z izbiranjem komunikacijskih dejanj, medijev in sporočil) in s selektivno pozornostjo (s pozornim spremljanjem le tistih delov sporočil, ki ne povzročajo disonance). Zaradi tega posameznikovo zaznavanje medijskih vsebin ne more biti neke vrste objektivna (statistična) vsebinska analiza, temveč je subjektivna, pristranska in delna interpretacija, ki jo spodbuja prizadevanje za doseganje soglasja z drugimi člani v referenčni skupini, kar je osnovni način zmanjševanja disonance in doseganja konsonance. S selektivnim izpostavljanjem in selektivno pozornostjo se lahko mnenja posameznika in njegove referenčne skupine utrdijo ne glede na to, ali so ta mnenja tudi večinska v širšem (npr. nacionalnem) obsegu ali ne.

Tabela 1: Hipotetične pojasnitve nezanesljive oz. napačne zaznave mnenjske klime

Vrsta napake:	Posameznik izraža svoje mnenje kot:	Posameznik zaznava mnenja drugih ali večinsko mnenje kot:	Pojasnitev
Množinska nevednost (angl. <i>pluralistic ignorance</i>)	mnenje, za katero zmotno misli, da je večinsko	manjšinsko mnenje	ljudje zmotno menijo, da je njihovo dejansko mnenje manjšinsko, čeprav je večinsko
Učinek nepravega konsenza (angl. <i>false consensus effect</i>)	mnenje, za katero zmotno misli, da je večinsko	skladno z usvojenim svojim mnenjem	ljudje napačno mislijo, da večina meni enako kot oni, v resnici pa menijo drugače in to mnenje izražajo
Zrcalna zaznava (angl. <i>looking-glass perception</i>)	svoje dejansko mnenje	svoje mnenje	zrcaljenje svojih mnenj in podob o sebi na pomembne druge ali večino
Zatajitvena projekcija (angl. <i>disowning projection</i>)	večinsko mnenje	svoje mnenje	projiciranje svojih negativnih mnenj in podob o sebi na druge
Zagonski moment (angl. <i>bandwagon effect</i>)	večinsko mnenje	večinsko mnenje	posnemanje tistih, ki so že spremenili svoje mnenje
Nerealni optimizem (angl. <i>unrealistic optimism</i>)	omejevanje tvegane vedenja	spodbujanje tvegane vedenja	podcenjevanje tveganosti svojega vedenja in precenjevanje tveganosti vedenja drugih
Učinek na tretjo osebo (angl. <i>third-person effect</i>)	od medijev neodvisno mnenje (upiranje neželenemu vedenju)	od medijev odvisno mnenje (podleganje neželenemu vedenju)	precenjevanje svoje in podcenjevanje tuje odpornosti proti delovanju medijev

Predvolilne poizvedbe in učinek na tretjo osebo v Sloveniji

V nedavno opravljeni mednarodni primerjalni raziskavi o kulturah političnega komuniciranja v devetih evropskih državah (Avstriji, na Danskem in Finskem, v Franciji, Nemčiji in Španiji, na Švedskem, v Švici in Sloveniji) je 47,5 odstotka od 150 anketiranih slovenskih politikov menilo, »da je za demokracijo dobro, da mediji redno poročajo o javnomnenjskih anketah«, in samo 18,6 odstotka, da to ni dobro, medtem ko se jih 33,9 odstotka ni opredelilo. V naklonjenosti mnenjskim poizvedbam slovenski politiki celo prekašajo precej svojih kolegov v zahodni Evropi, med katerimi jih v povprečju 42,9 odstotka presoja poročanje o poizvedbah kot dobro za demokracijo, medtem ko jih 24 odstotkov meni nasprotno (34,8 odstotka je neodločenih). V Evropi je prepričanje o koristnosti javnomnenjskih poizvedb za demokracijo posebej razširjeno med finskimi in španskimi politiki in novinarji, kjer jih je o tem prepričanih skoraj dve tretjini, medtem ko je največ skeptikov na Danskem.

Mnogo bolj kot politiki so o pomembnosti poročanja o rezultatih javnomnenjskih poizvedb prepričani slovenski državljani, saj jih je med 356 naključno izbranimi 78,9 odstotka prepričanih, da je to dobro za demokracijo. Enako meni tudi 73,9 odstotka vprašanih novinarjev in urednikov v Sloveniji.

V raziskavi Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi je le 26,8 odstotka anketiranih novinarjev in politikov prepričanih, da javnomnenjske poizvedbe ne zrcalijo dejanskega javnega mnenja. Mnogo kritičnejši so le švedski politiki (42,3 odstotka) in novinarji (41,5 odstotka). Podobno prepričanje delijo tudi slovenski novinarji (32 odstotkov), presenetljivo pa ne tudi politiki, saj jih le 12,9 odstotka – skoraj dvakrat manj kot njihovih kolegov po Evropi – ocenjuje, da so mnenjske poizvedbe neveljavne. To prepričanje si delijo z avstrijskimi, s finskimi in z nemškimi politiki. Celo slovenski državljani so z 21,7 odstotka precej bolj zadržani do mnenjskih poizvedb.

V raziskavi se je med slovenskimi anketiranci učinek na tretjo osebo najizraziteje pokazal pri odgovorih na vprašani o vplivu mnenjskih poizvedb na anketirance in na druge (na tretjo osebo). Večina slovenskih politikov – 53,7 odstotka – je prepričanih, da objava rezultatov predvolilnih poizvedb vpliva na volilno vedenje ljudi.

Slovenski politiki s takim prevladujočim prepričanjem močno odstopajo od svojih evropskih kolegov. V povprečju sedmih zahodnoevropskih držav 32 odstotkov politikov – in precej manj, 23,2 odstotka novinarjev – meni, da objave rezultatov predvolilnih poizvedb vplivajo na volilno vedenje državljanov. O tem so zlasti prepričani danski in finski politiki ter švedski (34,8 odstotka) in španski novinarji in uredniki (35,5 odstotka), medtem ko politiki na Švedskem v očitnem nasprotju s svojimi novinarskimi sodržavljani volilnim poizvedbam ne prisojajo vpliva na državljane.

Uredniki in novinarji v Sloveniji so mnogo bolj skeptični od politikov: s 35,1-odstotno prepričanostjo o vplivu objav na volilne rezultate so podobni švedskim in španskim kolegom.

V nasprotju s kritičnim mnenjem o vplivu objave rezultatov predvolilnih poizvedb na volilno vedenje državljanov so le štirje od 150 anketiranih slovenskih politikov izjavili, da predvolilne poizvedbe vplivajo na njihovo izbiro na volit-

vah. Tudi približno enako majhen delež novinarjev in urednikov (3,4 odstotka) je prepričanih, da rezultati predvolilnih poizvedb vplivajo na njihove odločitve, vendar jih tudi precej manj (34,4 odstotka) od politikov verjame, da so takemu vplivu močno podvrženi državljani.

Učinek na tretjo osebo se sicer manj izrazito, a še vedno zelo značilno, kaže tudi v odgovorih običajnih državljanov v Sloveniji. Medtem ko jih 56,6 odstotka meni, da javnomnenske ankete vplivajo na odločitve (drugih) ljudi na volitvah, jih tak vpliv na same sebe priznava samo 24,1 odstotka.

Tabela 2: Kako vidijo slovenski novinarji, politiki in državljani vpliv predvolilnih poizvedb na volilne odločitve pri sebi in pri drugih državljanih (v odstotkih)

Stopnja strinjanja	Javnomenjske poizvedbe vplivajo na odločitve na volitvah:					
	na druge ljudi			na mene osebno		
	novinarji	politiki	državljani	novinarji	politiki	državljani
Zelo se strinjam.	10,3	12,9	18,2	0,7	0,7	9,5
Strinjam se.	24,8	40,8	38,4	2,7	2	14,6
Neodločen/-a sem.	37,9	28,6	24,4	6,8	8,8	10,5
Ne strinjam se.	20,7	13,6	11,9	24	23,8	19,3
Zelo se ne strinjam.	6,2	4,1	7,1	65,8	64,6	46,1
N =	150	150	355	150	150	355

Čisti učinek na tretjo osebo je tako daleč največji pri slovenskih politikih, saj jih je mnogo več kot polovica prepričanih, da se odvisnost od predvolilnih poizvedb (lahko) dogaja samo drugim državljanom, njim samim pa ne. Pri novinarjih in državljanih je čisti učinek približno enak in dvakrat manjši kot pri politikih: med enim in drugimi je okrog tretjina anketirancev prepričanih, da ankete nanje ne vplivajo, vplivajo pa na (druge) državljane.

Pod predpostavko, da je vpliv predvolilnih poizvedb na volilno vedenje ljudi ocenjevan (med politiki) kot *negativen*, lahko dejstvo, da so politiki doslej brezbrizno ali celo nenaklonjeno opazovali prizadevanja za odpravo embarga na objavo volilnih napovedi v medijih v zadnjem tednu pred volitvami, pojasnimo s paternalističnim odnosom politikov do svojih sodržavljanov. Kot kaže raziskava, so po eni strani (slovenski) politiki sicer precej močno (nadpovprečno v primerjavi s kolegi po Evropi) prepričani o veljavnosti mnenjskih poizvedb in njihovi koristnosti za demokracijo, še mnogo bolj pa tudi, da objava njihovih rezultatov vpliva na volilne odločitve državljanov. Prepoved objave rezultatov v zadnjem predvolilnem obdobju v medijih naj bi domnevno zmanjšala vpliv poizvedb na volilno vedenje – vendar samo, če bi veljala še neka druga predpostavka, da namreč teh rezultatov ni v svetovnem spletu.

Medtem ko je za drugo predpostavko povsem jasno, da ne velja, je veljavnost prve predpostavke vsaj sporna. Ni namreč jasno, zakaj bi informacija o volilnih namerah sodržavljanov negativno, ne pa *pozitivno* vplivala na posameznikovo glasovanje, kar naj bi sicer veljalo za vse druge informacije, npr. o programih političnih strank, o predvolilnih obljubah kandidatov, o preteklem delovanju enih in drugih itd. V nasprotju z dvostrankarskim sistemom je v večstrankarskem sistemu

informacija o volilnih namerah drugih volivcev izjemno pomembna za racionalno odločitev, saj je izbira kompleksnejša. Irelevantna je sicer za vernike, ki vedno volijo isto stranko, za vse druge pa je dragocena, saj lahko s svojim glasom v večji meri krojijo izid volitev, kot če glasujejo slepo, saj razpolagajo z informacijo, kolikšna je verjetnost, da bo njihov glas dosegel želeni učinek (in zato npr. ne bodo glasovali za stranko, ki nima možnosti priti v parlament, oz. bodo premislili, kako glasovati, da bodo zagotovili zmago koaliciji strank, ne pa posamezni stranki). Skratka, odrekanje *zanesljivih* informacij o volilnih namerah državljanov, ki jih zagotavljajo predvolilne poizvedbe kot del institucionaliziranega političnega sistema, je odrekanje pravice do racionalne(jše)ga glasovanja na volitvah, ki ga enako kot cenzura predvolilnih poizvedb poskuša preprečiti tudi strankarska predvolilna propaganda.

Tabela 3: V politiki se včasih govori o levici in desnici. Kam bi uvrstili svoje poglede in kam večino slovenskih državljanov na lestvici, na kateri je 1 levi politični pol, 7 desni politični pol, 4 pa politična neopredeljenost? (Deleži so navedeni v odstotkih.)

Politična usmerjenost	Novinarji		Politiki		Državljeni	
	osebno	večina Slovencev	osebno	večina Slovencev	osebno	večina Slovencev
1 – levi politični pol	17	1,4	19,6	3	11,8	14,4
2	24,1	7,6	29,7	3,7	10	6,9
3	31,9	41	15,9	40,3	12,9	3,4
4 – neopredeljeni	23,4	34	18,1	42,5	49,3	58,1
5	1,4	7,6	12,3	8,2	4,8	6,1
6	0,7	1,4	2,9	1,5	6,2	6
7 – desni politični pol	1,4	0,7	1,4	0,7	4,9	5,2
N =	150	150	150	150	355	355

Objavljanje rezultatov predvolilnih poizvedb lahko močno zmanjša pojava *množinske nevednosti* in *zrcalne zaznave* kot specifičnih napačnih zaznav, ki lahko krojijo izide volitev. To lahko ponazorimo z odgovori anketirancev na vprašanje o njihovi politični usmerjenosti in oceni politične usmerjenosti večine Slovencev. Z odgovori na vprašanje, kam bi uvrstili svoje poglede na lestvici, na kateri je 1 levi politični pol, 7 desni politični pol, 4 pa politična neopredeljenost, se je *absolutna* večina novinarjev (73 odstotkov) in politikov (65,2 odstotka) ter relativna večina državljanov uvrstila na levi pol. Med državljani je bilo razmerje 24,7 : 17,3 za levo opcijo ob 58,1 odstotka neopredeljenih (gl. tabelo 3).

Primerjava z odgovori na vprašanje o politični opredeljenosti večine državljanov kaže, da pri novinarjih in politikih prihaja do izrazite zrcalne zaznave, saj levo usmerjenost pripisujejo dvakrat večjemu deležu državljanov, kot se jih za levo opcijo dejansko izreka (24,7 odstotka): novinarji 50 in politiki 47 odstotkom.

Pri državljanih lahko ob zrcalni zaznavi levega pola opazimo tudi elemente množinske nevednosti pri desnem polu, čeprav sta obe mnogo manj izraziti kot pri politikih in novinarjih. Državljeni, ki se uvrščajo na desni pol (17,3), podcenjujejo delež desnih volivcev (15,9 odstotka), medtem ko oni na levem polu precenjujejo delež levece (24,7 : 34,7).

Do teh pojavov, tako kot do vseh drugih napak v zaznavanju mnenja drugih oz. večine, sicer ne prihaja izključno zaradi pomanjkanja informacij, vedno tudi ne predvsem zaradi tega. Ne glede na to pa trdnejša institucionalizacija mnenjskih poizvedb v politični sistem z jasneje določenimi (etičnimi) pravili izvajanja poizvedb in objavljanja rezultatov lahko samo zmanjša, ne pa poveča napačne zaznave.

Opombe

1. Pojav »*third-person effect*« je prvi raziskoval in poimenoval Davidson (1983).
2. Ta učinek sta prvič dokazala Darley in Latané (1968) v laboratorijskih eksperimentih leta 1968.
3. Key (1961/1967, 28) je operacionaliziral konsenz s porazdelitvijo mnenj v obliki J-krivulje oziroma obrnjene J-krivulje: »Čeprav je temelj konsenza izrazita unimodalnost porazdelitve, in ne njena oblika črke J, je oblika J mogoče imeti za idealen tip porazdelitve mnenja pri konsenzu. Pri krivulji v obliki črke J se stališča velikega dela populacije koncentrirajo na stališčni lestvici, medtem ko so drugače misleči, ki jih je malo, razpršeni od modusa, tako da nastane krivulja v obliki črke J ali obrnjene J.«

Literatura

- Adorno, Theodor W. 1964/2005. Opinion Research and Publicness. *Sociological Theory* 23, 1, 120–123.
- Albig, William. 1939. *Public Opinion*. New York: McGraw Hill.
- Althaus, Scott L. 2006. False Starts, Dead Ends, and New Opportunities in Public Opinion Research. *Critical Review* 18, 1–3, 75–106.
- Allport, Gordon. 1935. Attitudes. V: *A Handbook of Social Psychology*, 798–844. Worcester, MA: Clark University Press.
- Allport, Floyd Henry, Milton Dickens in Richard L. Shanck. 1932. Psychology in Relation to Social and Political Problems. V: P. S. Achilles (ur.) *Psychology at Work*, 199–252. New York: Whittlesey House.
- Blumer, Herbert. 1948. Public Opinion and Public Opinion Polling. *American Sociological Review* 13, 542–554.
- Converse, Philip E. 1964. The Nature of Belief Systems in Mass Publics. V: D. E. Apter (ur.), *Ideology and Discontent*, 206–261. New York: The Free Press.
- Converse, Philip E. 1987. Changing Conceptions of Public Opinion in the Political Process. *Public Opinion Quarterly* 51, 4 - Part 2, S12–S24.
- Darley, John in Bibb Latané. 1968. Bystander Intervention in Emergencies: Diffusion of Responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology* 8, 377–383.
- Davidson, Phillips W. 1983. The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly* 47, 1, 1–15.
- Dnevnik*. 2007. Dnevnik.si se je znašel pod lupo oblasti: Inšpektorat MNZ posegel v svobodo tiska. *Dnevnik*, 30. 10. 2007.
- Festinger, Leon. 1957/1962. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan in Nancy Signorielli. 1980. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication* 30, 10–29.
- Ginsberg, Benjamin. 1989. How Polling Transforms Public Opinion. V: M. Margolis in G. A. Mauser (ur.), *Manipulating Public Opinion*, 271–293. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Glynn, Carroll J., Ronald E. Ostman in Daniel G. McDonald. 1995. Opinions, Perceptions, and Social Reality. V: T. L. Glasser in C. T. Salmon (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 249–280. New York: Guilford Press.
- Hyman, Herbert H. 1957. Toward a Theory of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 21, 1, 54–59.
- Johnson-Cartee, Karen S. 2005. *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Kant, Immanuel. 1800. *Logik: ein Handbuch zu Vorlesungen*. Königsberg. <<http://www.textlogik.de/kant-logik.html>>.

- Key, V. O., Jr. 1961/1967. *Public Opinion and American Democracy*. New York: Alfred A. Knopf.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1974. The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24, 2, 43–51.
- O'Gorman, Hubert J. 1986. The Discovery of Pluralistic Ignorance: An Ironic Lesson. *Journal of the History of the Behavioral Sciences* 22, 4, 333–347.
- Osborne, Thomas in Nikolas Rose. 1999. Do the Social Sciences Create Phenomena? The Example of Public Opinion Research. *British Journal of Sociology* 50, 3, 367–396.
- Rokeach, Milton. 1968. *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Salmon, Charles T. in Gerald D. Kline. 1985. The Spiral of Silence Ten Years Later: An Examination and Evaluation. V: K. R. Sanders, L. L. Kaid in D. Nimmo (ur.), *Political Communication Yearbook*, 3–29. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Sanders, Lynn M. 1999. Democratic Politics and Survey Research. *Philosophy of the Social Sciences* 29, 2, 248–280.
- Splichal, Slavko. 2007. Javno mnenje v bunkerju. Zakaj so politiki sovražno razpoloženi do empiričnega raziskovanja?. *Dnevnikov objektiv*, 21. 4. 2007, 7.
- Splichal, Slavko. 2008. Från opinionsstyrd demokrati till globala styrelseformer utan opinion. V: O. Petersson (ur.), *Medierna : folkets röst?*, 29–50. Stockholm: SNS Förlag.
- Tönnies, Ferdinand. 1922. *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Julius Springer.

JAVNO MNENJE IN JAVNOMNENJSKE POIZVEDBE

POGLED SLOVENSКИH
NOVINARJEV IN POLITIKOV

ALEKSANDER SAŠO
SLAČEK BRLEK

Povzetek

Članek analizira institucionalno umeščeno javnomnenskega poizvedovanja znotraj političnega sistema in sistema množičnih medijev ter implikacije, ki jih ima institucionalizacija javnega mnenja v obliki poizvedb za konceptualizacijo pojavnosti. Poglobljeni intervjuji z novinarji in uredniki treh slovenskih dnevnikov (*Dela*, *Dnevnik* in *Večera*) ter anketa na vzorcu slovenskih politikov in novinarjev so uporabljeni za osvetlitev subjektivnih odzivov na institucionalno umeščeno poizvedovanje. Avtor trdi, da je enačenje rezultatov poizvedb z javnim mnenjem teoretsko nevzdržno in celo nedemokratično, da pa instrument poizvedb sam ni inherentno nedemokratičen. Analiza institucionalne umeščeno poizvedovanja in subjektivnih odzivov nanjo nakazuje, da so možne drugačne, demokratičnejše, rabe poizvedovanja. Te bi se morale odpovedati enačaju med javnim mnenjem in rezultati poizvedb.

Aleksander Sašo Slaček Brlek je mladi raziskovalec v Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani; e-pošta: saso.brlek-slacek@fdv.uni-lj.si.

*Kajti predmet se ne izčrpa v svojem cilju, temveč v svoji izvedbi.
Prav tako rezultat ni resnična celota, temveč le skupaj s postajanjem;
cilj sam po sebi ni živ, temveč splošen*
Hegel (1807/1988, 5).

Uvod

Merjenje mnenjske klime s poizvedbami je v prejšnjem stoletju postalo del vsakdanje realnosti državljanov, novinarjev in politikov, živčih v zahodnih demokracijah. Noelle-Neumannova (1979/2007, 208) je ugotavljala, da so rezultati poizvedb postali »dnevni tok, ki politike navaja, da se v tem znanju gibajo varno in naravno, kot nekdo v temni sobi, ki ve, kje je vsak kos pohišva«. Leta 1980 je takratni washingtonski urednik časopisa *New York Times* Bill Kovach (1980, 567) pripomnil, da le stežka povzame spremembe, ki jih je v novinarsko delo prinesla uporaba poizvedb, ker »je orodje poizvedovanja postalo tako močno integrirano v naš proces odločanja, posebej pri političnem poročanju, da sem si le s težavo priklical v spomin, kako je potekalo delo, ko tega orodja še nismo imeli«. Javnomenjske poizvedbe so v času zatona kritične javnosti nadomestile tisk kot prevladujočo institucionalizacijo javnega mnenja, ugotavlja Splichal (1997, 280, 281).

V Sloveniji so mediji intenzivnejši interes za objavljanje rezultatov javnomnenjskih poizvedb razvili na začetku devetdesetih let, ko je prehod iz enopartijskega v večstrankarski sistem ustvaril potrebo po empiričnem popisovanju volilnih preferenc državljanov in merjenju podpore, ki jo politični akterji uživajo med državljani. Maja Turnšek (2006, S80) je na primer v analizi člankov o javnomnenjskih glasovanjih v slovenskem tisku ugotovila, da prevladujejo prav »podporna glasovanja,« tj. glasovanja, ki »merijo podporo političnih predstavnikov v tekmovalni situaciji bližajočih se volitev ali pa stopnjo zaupanja, ki jo dosegaajo predstavniki aktualne oblasti« (ibid., S79).

Plodna tla za razširitev poizvedovanja je nudila razmeroma uveljavljena praksa mnenjskega raziskovanja v Jugoslaviji, katerega prvi poskusi segajo že v leto 1950 (Splichal 1997, 300). Praksa poizvedovanja se je uveljavila v šestdesetih letih prejšnjega stoletja, v letu 1968 je v Sloveniji prišlo do trajne institucionalizacije, ko se je začel izvajati program Slovensko javno mnenje pod vodstvom Nika Toša (ibid., 301). Ukvarjanje s problemi empiričnega popisovanja mnenj, čeprav ga je spremljal kritični pogled na pozitivistično »buržoazno« komunikologijo, ni bilo apriorno odklonilno do javnomnenjskih poizvedb. Tudi izobraževanje novinarjev je bilo vseskozi umeščeno na družboslovno fakulteto (Visoko šolo za sociologijo, politične vede in novinarstvo, poznejšo Fakulteto za sociologijo, politične vede in novinarstvo, današnjo Fakulteto za družbene vede), kar je pomenilo, da so bili seznanjeni s kvantitativnimi metodami in je bila vpeljava poizvedb v novinarsko delo olajšana.

Danes se okoliščine delovanja javnomnenjskega poizvedovanja v Sloveniji ne razlikujejo bistveno od tistih v drugih zahodnih demokracijah. Poizvedbe po naročilu medijev in političnih akterjev izvajajo številne komercialne organizacije. V okviru Centra za raziskovanje javnega mnenja na Fakulteti za družbene vede se od leta 1995 dalje izvaja projekt Politbarometer, rezultate katerega objavljajo številni mediji, med drugim *Delo*, *Dnevnik* in *Večer* ter obe največji slovenski televizijski hiši.

Spremembe pojmovanja javnega mnenja pod vplivom javnomnenjskih poizvedb

Institucionalizacija javnega mnenja v obliki javnomnenjskih poizvedb je močno vplivala tudi na teoretsko razmišljanje o pojavu. Converse (1987, 13) meni, da je razcvet industrije javnomnenjskega poizvedovanja »homogeniziral definicijo [javnega mnenja] in jo za zdaj stabiliziral.« V primerjavi s skorajda nepregledno množico definicij javnega mnenja, ki jih omenja na primer Childs (1965), naj bi praksa javnomnenjskega poizvedovanja prispevala k temu, da so se raziskovalci v veliki meri poenotili, da je javno mnenje identično rezultatom javnomnenjskih poizvedb, ko jim odštejemo naključne merske napake. Skladno z maksimo Kafkovega psa (»Ko imaš hrano v gobcu, si za zdaj dobil odgovor na vsa vprašanja«) je praktična uporabnost poizvedb, predvsem pri napovedovanju izidov volitev, zadošila teoretska razmišljanja o naravi pojava.

Conversovo ugotovitev težko razumemo kot pohvalo. Homogenizacija in stabilizacija definicije javnega mnenja sami po sebi nista odliki. Odsotnost soglasja o teoretski definiciji med drugim izhaja iz protislovnosti samega pojma. Splichal (1997, 43) omenja dva: *notranje* protislovje med pojmom javno in mnenje ter *zunanje* med izražanjem in udejanjanjem javnega mnenja. K temu lahko dodamo še protislovje med idejo javnosti kot težnje po razrešitvi sile v mediju razuma: »Vladavina javnega mnenja je, njeni lastni ideji sledeč, red, v katerem se vladanje nasploh razkroji; veritas non auctoris facit legem« (Habermas 1962/1990, 153) in družbenim nadzorom, ki je po Neumannovi (1995) najpomembnejša funkcija javnega mnenja.¹

Operacionalna definicija, ki se poskuša izogniti realnim težavam definiranja javnega mnenja, na mesto prizadevanja k objektivnosti postavlja subjektivno samovoljo. Namesto vprašanja, v kolikšni meri uspe konceptom prodreti v pod njimi zajete pojave, postane soglasnost raziskovalcev kriterij veljavnosti. Albig (1957) je v pregledu člankov, objavljenih v *Public Opinion Quarterly* med letoma 1936 in 1956, ugotovil, da je hitra rast medijske industrije povzročila porast kvantitativnih člankov, ki se ukvarjajo s specifičnimi problemi učinkov, na račun teoretskih generalizacij in postavljanja etičnih vprašanj o procesu množičnega komuniciranja. Ekvivalenten učinek je imela industrija poizvedovanja na raziskovanje javnega mnenja: praktični problemi vzorčenja, zastavljanja vprašanj, zanesljivosti merjenja ipd. so izpodrinili teoretska in normativna razmišljanja. Te ugotovitve postavljajo pod vprašaj Berelsonovo (v Lazarsfeld 1957, 40) tezo o »sedmi fazi« raziskovanja javnega mnenja, ko naj bi to začelo sistematično integrirati teorijo in empirično raziskovanje.

Prevlada operacionalne definicije, da je javno mnenje to, kar merijo javnomnenjske poizvedbe, ni potekala brez upora. Različni avtorji so opozarjali na problem veljavnosti merjenja, ki ga operacionalna definicija prikriva. Rogers (1949/2007) je izpostavil, da poizvedbe ne morejo izmeriti trdnosti, kristalizacije in intenzivnosti mnenj ter da poizvedovalci samovoljno enačijo eno dimenzijo merjenega pojava (število posameznikov, ki se opredeli na določen način) s celoto pojava, ki je dejansko večdimenzionalen. Poizvedovanju je očital »psevdomerjenje«, saj si poizvedovalci ne prizadevajo določiti enote mnenja, kar bi omogočilo, da bi namesto odnosa med instrumentom in pojavom dejansko merili odnose med pojavi.²

Blumer (1948/2007) je kritiziral veljavnost javnomnenjskega poizvedovanja na osnovi popačenih predpostavk o družbi: poizvedbe implicitno predpostavljajo, da

je družba agregat enakovrednih in atomiziranih posameznikov, medtem ko je po njegovem mnenju sestavljena iz funkcionalnih skupin in se posamezniki razlikujejo tako po položaju znotraj skupine kot po vplivnosti skupine kot celote. Bourdieu (1972/2007) je izpostavil, da javnomnenjsko poizvedovanje temelji na določenih predpostavkah, ki ne ustrezajo realnosti, namreč (1) da imajo vsi posamezniki mnenje o zadevi, glede katere poizvedbe zahtevajo, da se opredelijo, (2) da so vsa izmerjena mnenja enakovredna in (3) da obstaja konsenz glede tem, o katerih poizvedbe sprašujejo.

Riesman in Glazer (1949, 635) sta prav tako poudarjala, da implicitna predpostavka poizvedovanja, da so posamezniki družbeni atomi, ne ustreza dejanski situaciji, v kateri se mnenja oblikujejo in izražajo. Podobno kot Bourdieu sta avtorja (ibid.) menila, da je javnomnenjsko poizvedovanje prirejeno habitusu višjih razredov: tistih, ki imajo oblikovana mnenja o političnih problemih in vedo, da so njihova mnenja družbeno vplivna. Ko anketar pristopi do pripadnikov nižjih razredov, so ti postavljeni v situacijo, ki ne ustreza njihovemu habitusu: od njih se zahteva, da se vedejo, kot da imajo mnenje in kot da je to mnenje lahko vplivno (ibid., 643). Na osnovi tega avtorja (ibid.) postavljata pod vprašanj eno ključnih predpostavk javnomnenjskega poizvedovanja: da se odgovori različnih respondentov razlikujejo zgolj kvantitativno.

Poizvedovalcem ni uspelo argumentirano ovreči kritik veljavnosti poizvedovanja, so pa poizvedovanje zagovarjali na osnovi njegove domnevne praktične uporabnosti. Woodwardova (1948, 552) je v odzivu na Blumerjeve kritike, ki jim je očitala »znanstveni nihilizem,« trdila, da je nepošteno od poizvedovalcev zahtevati definicijo pojava, ki ga merijo, saj gre za aplikativno znanost. Podobno je Gallup (1966/2007) trdil, da bi se morali osrediniti na praktične učinke poizvedb, ki po njegovem mnenju omejujejo vpliv skupin pritiska, tako da njihove trditve o številčnosti podpornikov podvržejo empirični presoji, povečujejo kreativnost oblasti in prispevajo k temu, da so pogledi ljudi upoštevanji v procesu vladanja. Tudi on je menil, da je definicija merjenega pojava v primerjavi s praktičnimi učinki poizvedb postranska zadeva: »Pomembno vprašanje ni, kaj sestavlja javno mnenje, temveč, ali se javno mnenje – pri tem mislim večinsko mnenje, sešteva v kaj smiselnega« (Gallup 1938/2007, 213).

Slikanica brez slik

Temeljni kamen spremembe pojmovanja javnega mnenja je redukcija pojava na mnenja posameznikov. Allportov (1937) vehementen napad na to, kar je razumel kot prevladujoče pojmovanje javnega mnenja, se obrača proti animističnim prispodobam, ki javnemu mnenju kot pojavu *sui generis* pripisujejo lastno voljo. Mnenje, trdi Allport (ibid., 10), lahko obstaja zgolj na ravni posameznika, kjer bi se moralo tudi začeti vsakršno empirično raziskovanje javnega mnenja. Sklep, ki ga Allport izpelje, nikakor ni samoumeven. Park (1972/1995, 16) je poudarjal, da bi se pri empirično uporabni konceptualizaciji obče volje, rudimentarna oblika katere je prav javno mnenje, morali osredinjati predvsem na obstoj trajnega odnosa med posamezniki – torej na družbeno strukturo – ne toliko na interakcije med posamičnimi voljami. Sploh če javno mnenje pojmuje kot »v osnovi *primere vedenja*« (Allport 1937, 13; poudarki v izvirniku), ni razumljivo, zakaj naj bi raziskovanje začeli prav pri posamičnih mnenjih, in ne strukturi interakcije, ki prav tako kot notranje dispozicije

posameznikov določa njihovo vedenje. Kar je Adorno (1951/2003, 16) očital Heglu, namreč da si »posameznika kot takega v veliki meri naivno predstavlja kot ireducibilno danost«, ne velja nič manj za Allportovo pojmovanje javnega mnenja.

Poizvedovalci so se takim zagatam izognili tako, da so zanemarili vedenjsko dimenzijo in s tem še toliko močneje zapadli animizmu. Objavljeni rezultati javnomnenjskih poizvedb so parodija *Bilderverbota*, ki ga je izrekel Allport. Ko skuša množico abstraktnih mnenj, izločenih iz konteksta mnenjskih procesov, spraviti na skupni imenovalac, se mora poizvedovanje opreti na abstrakcije, ki niso nič manj mitološke od špekulativnih idej, po katerih javno mnenje, obdarjeno z lastno dušo in voljo, želi, deluje in odloča. Ta paradoks je Adorno (1951/2003, 160) ponazoril na propadu razsvetljskega mišljenja, ki je ob poskusu bega pred mitološkim slikanjem zapadlo racionalizirani obliki mitologije: »Vseprisotne podobe to sploh niso, ker predstavljajo splošno – povprečje, standardni model – kot posamično, posebno, ki ga hkrati zasmehujejo.« Poizvedovanje predstavlja statistično abstrakcijo – povprečje ali porazdelitev odgovorov respondentov – kot obstoječo, ob tem pa ni zmožno na samih mnenjskih procesih pokazati ustreznosti postopkov, ki so jo proizvedli.

Allportov napad na špekulacijo je bil samouničujoč: z redukcijo javnomnenjskih procesov na odzive posameznikov in zanemarjanju strukturnih dejavnikov, ki določajo izmenjavo mnenj, postane generična ideja javnega mnenja, ki bi ustrezala dejanskim mnenjskim procesom, nemogoča. Javno mnenje v tem kontekstu postane nekaj, kar mora biti konstruirano *a posteriori*. Taka abstraktna konstrukcija je prav tako mistična kot prisposode, do katerih je bil kritičen Allport. Javnomenjsko poizvedovanje se je zaradi abstrahiranja od realnih mnenjskih procesov prisiljeno sklicevati na fikcijsko »idejo kolektivnega, nadorganskega bitja, ki se ne nanaša na sam proces oblikovanja mnenj, temveč na javnost, ki 'ima' mnenje« (Allport 1937, 8).

Individualna mnenja, osvobojena normativnih zahtev kritične tradicije, lahko zaživijo v popolnoma drugačnem kontekstu. Ta kontekst je osvetlil Luhmann (2002), pri katerem pojem javnega mnenja postane svojevrstno depolitiziran. Luhmann (ibid., 285) izpelje pojem javnosti iz nezmožnosti delnih sistemov družbe, da bi z medsystemsko komunikacijo pripisali določene iritacije sistemu družbe kot celote (družba kot sistem sistemov ne more funkcionirati kot adresat ali vir komunikacije). Delni sistemi so soočeni z iritacijami, izvora katerih ne morejo locirati in verificirati v drugem sistemu, tako da bi z njim komunicirali: »Točno to generalizirano drugo stran vseh znotrajdružbenih družbenih sistemov lahko imenujemo javnost« (Luhmann 2002, 285). Javno mnenje loči od psihičnih procesov (individualnih mnenj) in ga prenese na raven delovanja družbenih sistemov: razume ga kot medij samoopazovanja političnega sistema.

Produkt delovanja javnega mnenja so po Luhmannu (2002, 298, 299) »sheme, na katere se mora opirati politično odločanje«. Določitev tem v mediju javnega mnenja omogoča, da politični sistem opazuje kvantitativno porazdeljevanje posamičnih mnenj, predvsem pa, »ali podpora narašča ali upada« (ibid., 303). Tako razumljeno javno mnenje primarno ustvarjajo množični mediji: »funkcija množičnih medijev ni toliko ustvarjanje določenih orientacij, temveč lansiranje in procesiranje tem« (ibid., 305). Tega ne počnejo avtonomno, saj so informacije, ki jih dobijo iz političnega sistema, vedno že »preparirane, izbrane glede na javno mnenje« (ibid., 310).

Konsenz po Luhmannu ni funkcija delovanja javnomnenjskih procesov: »Dejansko temelji stabilnost (tj. zmožnost reproduciranja)³ družbe predvsem na ustvarjanju objektov, ki so lahko predpostavljene v nadaljnji komunikaciji« (1995, 177, 178). Tako po Luhmannu (1995, 29) mediji objavljajo teme, za katere je po njihovi objavi znano, da so znane, kar omogoča nadaljnjo komunikacijo, nikakor pa ne prejudicira opredelitve zasebnih mnenj in medijskih prispevkov glede teh tem. Integracija nekomenzurabilnih zasebnih mnenj ne poteka v javni razpravi, temveč znotraj političnega sistema, ki je sposoben uveljaviti kolektivno zavezujoče odločitve.

Poizvedovanja Luhmann eksplicitno ne omenja, a je implicirano v njegovem razumevanju javnega mnenja. Praksa poizvedovanja temelji na predpostavki, da so teme, o katerih poizvedovalci merijo porazdelitve notranjih preferenc, respondentom znane. Politični sistem se mora pri samoopazovanju zanašati na množične medije, prek katerih lahko politični akterji na podlagi »informativskih subvencij« ali kot uradni viri lansirajo določene teme ali dosežejo vidnost. Glede teh objektov (tem, osebnosti, organizacij) lahko posamezniki, ki tvorijo populacijo javnomnenjskega poizvedovanja, oblikujejo notranje dispozicije, ki jih zaznava javnomnenjsko poizvedovanje. Poizvedovanje je ključen element samoopazovanja političnega sistema. Po Luhmannovem pojmovanju javnomnenjski procesi ne potekajo avtonomno, temveč jih strukturira politični sistem. Nabor posamičnih mnenj je zanj amorfna gmeta, ki jo je treba oblikovati, kar zmoreta politični sistem in sistem množičnih medijev. Redukcija javnega mnenja na subjektivne dispozicije posameznikov je prav tem posameznikom odvzela njihovo vlogo pri oblikovanju javnega mnenja in jo prenesla na družbene institucije.

Ideja javnega mnenja je bila že od nekdaj del političnih bojev in pomen koncepta se je zgodovinsko spreminjal tudi zaradi interesov, vezanih na različne konceptualizacije: »Javnost ni nekaj jasno začrtanega, temveč je polemična« (Adorno 1964/2003, 533). Teoretske spremembe, ki jih je prinesla praksa javnomnenjskega poizvedovanja, so lahko indikator sprememb družbene funkcije javnega mnenja in njegove institucionalne umeščenosti. Če sledimo Habermasovi (1962/1990, 343) konceptualizaciji čistih tipov kritične in manipulativne publicitete, lahko ugotovimo, da je teoretski korelat manipulativne publicitete »socialnopsihološka razrešitev pojma« (ibid.) javno mnenje.

Tudi Mayhew (1997) meni, da je ideja javnega mnenja, kot jo predpostavljajo javnomnenjske poizvedbe, posledica zatona kritične publicitete. Spremenjena ideja javnosti, prenesena s področja trženjskega raziskovanja, ustreza praktikom »nove javnosti« (ibid., 138) pri njihovih prizadevanjih za omejevanje javne razprave. Poizvedovalce zanima zgolj trenutni posnetek mnenj, ob tem pa zanemarjajo proces javne razprave. Javnostne poizvedbe, trdi Mayhew (ibid., 140), so nelegitimne reprezentacije javnega mnenja, saj ustvarjajo komunikativno situacijo, ki javnosti ne omogoča, da bi ugovarjala mnenju, ki ga kot njenega predstavljajo poizvedbe.

Ključni princip delovanja nove javnosti je po Mayhewu (1997, 189) »racionalizacija prepričevanja«. Trženjsko raziskovanje je razvilo tehnike za ugotavljanje preferenc potrošnikov in za merjenje ter izboljševanje učinkovitosti oglaševanja, tehnike, ki so bile prenesene na področje javnomnenjskega poizvedovanja (ibid., 196–201). Predpostavke instrumentalnega prepričevalnega komuniciranja so se s tem prenesle na polje politike, te predpostavke pa, kot je opozarjal Rogers (1949/2007, 234), niso skladne z načeli demokratičnega komuniciranja. Tretji gradnik nove javnosti so bili

odnosi z javnostmi, ki so se v Združenih državah Amerike razvili zaradi strahu pred tem, da bi vznemirjene javnosti izsilile podjetjem sovražno vladno regulacijo (Mayhew 1997, 204). Na tej točki je vplivanje na procese oblikovanja javnega mnenja postalo ključni interes nove javnosti.

Habermas (1962/1990) opozarja, da »socialnopsihološka razrešitev pojma« javno mnenje, ki je teoretski korelat javnomnenjskega poizvedovanja, zanemari tako javnost kot mnenjskost. Predmet javnomnenjskega poizvedovanja so vse notranje dispozicije, ki so zmožne generirati izbiro standardiziranega odziva (na primer izbiro na petstopenjski Likertovi lestvici), medtem ko Habermas (ibid., 349) opozarja, da mora mnenje posameznik biti zmožen verbalizirati. Tudi atribut javnega si mnenje pridobi »zgolj zaradi povezave s skupinsko dinamiko« (ibid.). V praksi javnomnenjskega poizvedovanja se javnost mnenja še bolj razblini: ni več vezana niti na empirično obstoječe skupine, v katerih lahko vsaj hipotetično predpostavljamo mnenjsko izmenjavo med člani, temveč na agregat arbitrarno določene populacije ali na priložnostni vzorec publike oddaje ali obiskovalcev spletne strani. Zaradi take redukcije subjekt javnega mnenja ne obstaja drugače kot nepreverjena predpostavka, medtem ko javno mnenje postane artefakt metode.

Zanemarjena je tudi javna situacija, v kateri se lahko edino oblikuje javno mnenje: Sanders (1999) meni, da javnomnenjsko poizvedovanje ne ustreza situaciji, v kateri se oblikuje javno mnenje, saj anketarji popisujejo popolnoma zasebna mnenja. Tudi pojem mnenja je dvoumen. Wiebe (1953) je opozarjal na nezadostno ločevanje med mnenji in stališči ter odsotnost konceptualizacije odnosa med njimi. Podobno je Rokeach (1968) opozarjal, da bi javnomnenjsko poizvedovanje moralo upoštevati vlogo vrednot pri oblikovanju mnenj, kar bi »javnosti« omogočilo, da »podrobneje prouči svoje vrednote in stališča, različne neskladnosti v svojem vrednotno-stališčnem sistemu in neskladnosti v vrednotno-stališčnem sistemu javnih figur« (Rokeach 1968, 559).

Da se poizvedovalci tako vehementno izogibajo definiranju pojava, ki ga domnevno merijo, in konceptualizaciji odnosa s povezanimi pojavi, ni posledica malomarnosti: da lahko »javno mnenje«, kot ga merijo poizvedbe, opravlja svojo funkcijo za politični sistem, mora postati docela nedoločno: »Javnost postane koherentni agregatni subjekt, ki misli in želi brez protislovij. Iskanje monokromatskih večin na koncu zaduši njegovo pluralnost« (Lewis 1999, 213). Ta premik je jasno izražen že pri Allportu (1940, 252), ki je o posamičnih stališčih in mnenjih pisal kot o »energijah«, ki vplivajo zgolj na to, ali bodo voditelji zmožni uresničiti svoje cilje ali ne. Javnomenjski proces s tem postane reificiran, javno mnenje se spremeni v surovino, ki postane objekt manipulacije odločevalskih instanc. S to redukcijo se izgubi, kar je v ideji javnega mnenja bistvenega:

Ko poizvedovalske organizacije trdijo, da vedo, kaj javno mnenje je, pogosto pozabijo poudariti, da vladavina javnega mnenja svoje demokratične vrednosti ne črpa iz predpostavke suverenosti ljudstva, temveč iz načina, na katerega je ta uresničena. Njeno uresničevanje vključuje način, na katerega se oblikujejo politični problemi, svobodno in popolno razširjanje relevantnih informacij o teh problemih in nedoločljivo obdobje razprave, ki vodi v kristalizacijo tistega skupnega občutka skupnosti, v katerega verjamejo resnični demokrati (Leiserson 1949, 32).

Na kratko lahko spremembe, ki jih je v razumevanje javnega mnenja prineslo poizvedovanje, povzamemo tako:

Tabela 1: Spremembe pojmovanja javnega mnenja pod vplivom javnomnenjskih poizvedb

	Implicitno pojmovanje javnega mnenja, kot ga merijo poizvedbe	Normativna kritična tradicija
Smer delovanja	politični sistem → civilna družba	civilna družba → politični sistem
Atribut javnosti	relevantnost za oblast	nastanek v specifičnih komunikacijskih okoliščinah
Mnenje	vsaka notranja dispozicija	oblika komunikativnega delovanja
Konsenz	ustvarjen <i>a posteriori</i> , artefakt metode	težnja razprave
Avtonomija	subvencionirano	avtonomno
Subjekt javnega mnenja	arbitrarno določena populacija	javnost
Situacija, v kateri so mnenja izražena	zasebna	javna
Javno mnenje	statični prerez mnenj reprezentativnega vzorca državljanov v danem trenutku	dinamični proces
Temeljni namen raziskovanja	napovedovanje	razumevanje

Institucionalna umeščenost javnomnenjskega poizvedovanja

Kritike veljavnosti merjenja in odziv poizvedovalcev nas napeljujeta k temu, da poizvedb ne presojava kot operacionalizacijo, temveč kot institucionalizacijo javnega mnenja. Plowman (1962, 333) je sklepal podobno: »Konvencionalne javnomnenjske poizvedbe ne merijo javnega mnenja, če pa jih vzamemo zares, same postanejo del javnomnenjskega procesa.« Ključ do razumevanja sprememb v konceptualizaciji javnega mnenja moramo iskati predvsem v zunajznanstvenih dejavnikih: kot specifična institucionalizacija javnega mnenja so poizvedbe ujete v dinamiko interesov institucij, ki jih zaznavajo kot priložnost za povečevanje družbenega vpliva ali grožnjo njihovem delovanju. Ključni instituciji z objektivnim interesom za izvajanje javnomnenjskega poizvedovanja sta politični sistem in množični mediji.

Poizvedovanje je bilo že od začetka tesno povezano z množičnimi mediji: »Od samega začetka je četrta veja oblasti najdejavnejše podpirala poizvedovanje. Prvo zabeleženo poizvedbo je izvedel časopis: Harrisburg Pennsylvanian je leta 1824 v Willmingtonu, v Delawaru, izvedel priložnostno poizvedbo« (Cantril 1976, 46). Na začetku 20. stoletja so že mnogi časopisi v ZDA objavljali rezultate priložnostnih poizvedb (Crespi 1980, 462).

Priložnostne poizvedbe, ki jih je v 19. in na začetku 20. stoletja objavljala tisk, so bile po mnenju Herbstone (1995, 97) namenjene za izboljševanje javne podobe kandidatov in niso bile predstavljene kot »objektivne« podobe mnenjske klime. V tisku, ki je bil v veliki meri glasilo posamičnih političnih strank, so bile »uporabljene

kot retorično orožje v neizprosnem ideološkem spopadu besed, ki je izbruhnil pred večino volitev« (ibid.). Poizvedbe, ki so kazale številčnost podpore, v tem kontekstu niso bile predstavljene kot odsev javnega mnenja, temveč so bile uporabljene kot eden izmed mnogih argumentov v retoričnem spopadu.

Sodobno predstavljanje rezultatov javnomnenjskih poizvedb je precej drugačno: množični mediji nagovarjajo široko in raznovrstno občinstvo, kar pomeni, da so rezultati poizvedb predstavljeni kot odsev javnega mnenja. Sistematično vzorčenje omogoča, da se lahko mediji sklicujejo na javno mnenje celotne populacije neke države. Povečala se je tudi pogostost objavljanih člankov na osnovi rezultatov javnomnenjskih poizvedb: že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je New York Times v povprečju vsak tretji dan objavil en tak članek (Paletz et al. 1980, 497). V osemdesetih letih je v ZDA poročanje rezultatov poizvedb začelo strmo naraščati: v letu 2000 je bilo v primerjavi z letom 1984 objavljenih devetkrat več poizvedb o podpori kandidatom na volitvah (Traugott 2005, 644). Brettschneider (1997, 252) je med letoma 1980 in 1994 v nemškem tisku opazil strm porast člankov, povezanih z rezultati javnomnenjskih poizvedb. Podobno Weimann (1990, 398) ugotavlja za izraelski tisk v osemdesetih. Strömbäck (2009, 62) ugotavlja, da na Švedskem takega trenda ni mogoče zaznati, leta 2006 pa je bilo približno deset odstotkov časopisnih člankov neposredno povezanih z rezultati poizvedb.

Tudi če rezultati niso objavljeni, so lahko za urednike vodilo pri alokaciji resursov: ob poročanju o političnih kandidatih morajo sprejemati odločitve o tem, koliko in katere novinarje naj posvetijo poročanju o določenem političnem kandidatu ter koliko prostora oz. časa naj posvetijo temu kandidatu v mediju. Medtem ko je pri uveljavljenih politikih njihova funkcija lahko delujoč indikator potrebnih resursov, so uredniki pri novih kandidatih lahko v dilemi, ki jo pomaga razrešiti javnomnenjsko poizvedovanje. Roll (1982, 65) je ugotovil, da mediji več pozornosti in boljše kadre namenjajo političnim kandidatom, ki se v poizvedbah dobro odrežejo.

Rezultati poizvedb so za novinarje tudi vodilo pri poročanju: razkrivajo premike v volilnih preferencah, percepciji državnih institucij in mnenjih državljanov o političnih problemih, ki so lahko uporabljeni kot izhodišče za novinarsko raziskovanje in komentiranje. Ismach (1984) ugotavlja, da so metode družboslovnega raziskovanja postale pomemben element preiskovalnega novinarstva. Naraščajoč pomen kvantitativnih družboslovnih metod je bil omogočen z uveljavitvijo medijev kot naročnikov, ne zgolj potrošnikov že opravljenih poizvedb (ibid., 108).

Rezultati poizvedb pa so tudi primerne novice, saj so, kot ugotavljata Atkin in Gaudino (1984, 122), konkretni, objektivni, se ukvarjajo s politično relevantnimi temami, poleg tega pa so primerni za »ustvarjanje novic« (von Hoffman 1979) (poizvedbe lahko aktualizirajo kako brezčasno tematiko ali pa z merjenjem odzivov državljanov ohranjajo interes za kak dogodek, ki je sam po sebi že zastarel). Atkin in Gaudino ugotavljata (1984, 126), da so poizvedbe skladne tudi s samopercepcijo novinarjev kot »četrtega stanu«, saj rezultati poizvedb dodajajo težo njihovim trditvam, da zastopajo glas ljudstva. Rezultati poizvedb so lahko, tudi če niso objavljeni, za tisk informacija, ki mu omogoča, da se po nepotrebnem ne oddaljuje od mnenj bralcev. Verjeten učinek poizvedb na delo novinarjev je zato tudi zmanjševanje samovolje urednikov, ko se sklicujejo na javno mnenje, ki sta jo v Združenem kraljestvu kritizirala Marx (1861; 1862) in pozneje Harrisson (1940/2007).

Drug pomemben impulz za razcvet javnomnenjskega poizvedovanja je prišel iz političnega sistema. Bela hiša se je že konec 19. stoletja zanašala na analizo časopisov

in uporabljala priložnostne poizvedbe za ocenjevanje mnenj državljanov, poizvedovanje na reprezentativnem vzorcu državljanov pa je v Belo hišo pripeljal Franklin D. Roosevelt (Jacobs in Shapiro 1995, 164). Zanimanje za mnenja državljanov je bilo izrazito pragmatične narave: »Zanj so 'javnost' sestavljale tiste skupine zunaj vlade, katerih stališča bi lahko pomembno vplivala na njegove politične načrte. Skrb za stališča javnosti je bila tesno povezana s prizadevanji za povečevanje politične moči« (Steele 1974, 195). Leta 1940 je bil ustanovljen *Office of Public Opinion Research* pod vodstvom Hadleyja Cantrila, ki je po naročilu Bele hiše opravljal javnomnenjske poizvedbe (ibid., 208). Ustanovitev urada je bila prelomna točka, saj so rezultati javnomnenjskih poizvedb postali primarni vir informacij o mnenjih državljanov, kar pa ni spremenilo Rooseveltovega odnosa do javnega mnenja: »[Roosevelt] na stališča javnosti ni gledal kot na pobude, ki nastajajo zunaj Bele hiše, temveč kot na morebitne ovire na poti, za katero se je že bil odločil« (ibid., 215). Hadley Cantril (v Sudman 1982, 303) je glede Rooseveltovega odnosa do poizvedb pripomnil: »Kolikor vem, Roosevelt svojih ciljev nikoli ni spremenil zaradi tega, ker se je zdelo, da je javno mnenje proti njemu ali pa je neobveščeno. Take informacije je uporabil, da je javnost hitreje in učinkoviteje pridobil za odločitve, za katere je sam menil, da so najboljše za državo.«

Vlogo javnomnenjskih poizvedb v političnem procesu lahko razumemo, če vpeljemo Bourdieujev (1981/2005) idealni tip političnega polja. Po njegovem mnenju so politiki v situaciji, ko se morajo hkrati boriti za podporo skupin, za katere trdijo, da jih reprezentirajo, in za »monopol nad legitimno rabo objektiviranih političnih resursov – zakona, vojske, policije, javnih financ itd.« (ibid., 181). Politične stranke, ki so glavni akterji tega boja, morajo »na eni strani razviti in razširiti reprezentacijo družbenega sveta, ki jim omogoča pridobiti podporo največjega možnega števila državljanov, in na drugi strani pridobiti položaje (moči ali kake druge), ki jim omogočajo izvrševati moč nad tistimi, ki so jim jo podelili« (ibid.).

Poizvedbe so po eni strani instrument, ki politikom omogoča oceniti podporo, ki jo uživajo, in jim pomaga pri povečevanju ali ohranjanju podpore. Bower (1948, 108) je že zelo zgodaj opazil ta potencial poizvedb, ki lahko politikom omogočijo boljše definirati in dosežati skupine volivcev, ki so odločilne za rezultat volitev. King in Schnitzer (1968) sta v šestdesetih letih v ZDA opazala trend k vedno večji vlogi javnomnenjskega poizvedovanja v predvolilnih kampanjah. To je bil tudi čas, ko se je v Beli hiši vzpostavil trajen aparat za naročanje in analiziranje javnomnenjskih poizvedb⁴ (Jacobs in Shapiro 1995). Štirinajst let pozneje je Roll (1982, 64) ugotovil, da je postalo financiranje političnih kandidatov močno odvisno od rezultatov javnomnenjskih poizvedb. Mayhew (1997, 213, 214) je ugotovil, da je bilo poizvedovanje od leta 1952 ključno orodje za ocenjevanje učinkov predsedniških kampanj v ZDA in je kandidatom pomagalo zasnovati prepričljivejša sporočila.

Objavljeni rezultati poizvedb so tudi reprezentacija reprezentacije: s tem ko reprezentirajo podporo, ki jo politiki uživajo pri tistih, ki naj bi jih predstavljali, lahko okrepijo ali omajajo legitimnost izvoljenih predstavnikov. Ta dvojni pomen reprezentacije kot zastopanja volje državljanov in javnega predstavljanja statusa je dobro zajel reper Nas v besedni igri: »I'm out for presidents to represent me (say what?) / I'm out for dead presidents to represent me.«

Ker so objavljeni rezultati poizvedb o podpori indikator legitimnosti, politike ne zanimajo zgolj kot kazalnik notranjih dispozicij, ki lahko ovirajo ali prispevajo

k izvrševanju političnih odločitev in vplivajo na medijsko pozornost, ki jo lahko pričakujejo. Politikom je v interesu, da jim objavljene poizvedbe prikazujejo čim večjo podporo, kapital, ki ga lahko unovčijo tudi znotraj političnega polja. »Ko mi gre dobro v poizvedbah, je blagajna polna,« je leta 1968 pripomnil Nixon (v Roll 1982, 63).

Tako pojmovano javno mnenje ni uporabljeno, da bi državljanom omogočilo sodelovanje pri sprejemanju odločitev, temveč se v medijskem poročanju pojavlja »če je lahko uporabljeno v razpravi, ki poteka med političnimi elitami« (Brookes et al. 2004, 70). Lewis (1999, 206) ugotavlja, da ko rezultati poizvedb kažejo, da je večinsko mnenje v prid ukrepom, ki niso zastopani v političnem sistemu, ti rezultati ne pridobijo širokega obtoka v medijih. Namen poizvedb je osmišljati, ne spreminjati razmerja političnih sil.

Nixon na primer v primerjavi z Rooseveltom rezultatov poizvedb ni uporabil, da bi državljanem prepričal ali informiral, temveč je rezultate poskušal uporabljati v namene manipulativne publicitete. Bela hiša je poizvedovalcem pošiljala predloge vprašanj, poročila poizvedb dobivala na vpogled, še preden so bila objavljena, da je lahko pripravila ustrezno medijsko kampanjo, vplivala na to, kateri rezultati bodo objavljeni in kateri ne ter kako bodo sporočila za tisk oblikovana (Jacobs in Shapiro 1996, 524). Da taka praksa ni posebnost ameriškega prostora, dokazujejo poskusi diskreditacije rezultatov poizvedb na strani slovenskih politikov,⁵ ki jih te poizvedbe ne prikazujejo v najboljši luči, in poskusi manipulacije z rezultati, kot je bil razkrinkan primer programa, delujočega v računalniku stranke SDS, ki je med spletnim glasovanjem generiral glasove v prid Janezu Janši.

Primerjava odnosa slovenskih novinarjev in politikov do javnomnenjskih poizvedb

V nadaljevanju so predstavljeni intervjuji z odgovornima urednikoma *Dela* in *Dnevnika* ter novinarko, ki je pri *Večeru* odgovorna za oblikovanje vprašanj ter komentiranje rezultatov poizvedb,⁶ in podatki, zbrani v okviru raziskave Kulture političnega komuniciranja v zahodni Evropi. Analiza je opravljena na podzorcju politikov in novinarjev.⁷

V intervjujih se je izkazalo, da so teoretska spoznanja o uporabi poizvedb v medijih, ki so nastala predvsem v kontekstu Združenih držav Amerike, uporabna tudi za Slovenijo. Intervjuvanci sicer niso menili, da Kovacheva trditev o temeljitih spremembah novinarskega dela pod vplivom poizvedb velja za njih, a se je med intervjujem pokazalo, da je vloga poizvedb podobna kot v državah, kjer ima poizvedovanje daljšo tradicijo. Razlike so v stopnji integracije poizvedb v novinarsko delo, ne toliko v kvalitativno drugačni integraciji.

Rezultati poizvedb so novice, za katere uredniki menijo, da so že same po sebi zanimive za občinstvo. Kot se je izrazil odgovorni urednik *Dnevnika*: »Javnosti vračamo informacijo ... , kakšno je prevladujoče mnenje znotraj nje same.« Poleg tega so uredništvom dnevnikov na voljo longitudinalni podatki za določene spremenljivke (npr. podpora vladi, strankarske preference), katerih spremembe so lahko izhodišče za komentarje. Poizvedbe imajo pomembno vlogo tudi pri odločitvah o količini pozornosti, ki bo namenjena predstavitvi političnih kandidatov pred volitvami.

Ladd (1980, 576) ugotavlja neskladnost med institucionalnimi logikami poizvedovanja in množičnih medijev: mediji želijo informacije objaviti čim hitreje,

strokovno izvedena poizvedba in analiza rezultatov pa zahtevata čas. Prav tako ugotavlja (ibid., 577), da mediji težijo k »relativno jasnim in nedvoumnim sklepom«, medtem ko poizvedovanje razkriva »ambivalentnost, negotovost in neinformiranost ali nepoznavanje problemov v popularnem mišljenju«. Intervjuvanci so poročali, da je ta neskladnost večinoma razrešena v prid novinarjev in urednikov: ti določijo, katera vprašanja bodo zastavljena, in vplivajo tudi na statistično obdelavo podatkov.

Intervjuvanci so poizvedbe zaznavali kot potencialno grožnjo uredniški avtonomiji in so poudarjali svojo neodvisnost. Urednik *Dnevnika* je vztrajal, da »uredniška politika ni vezana na anketne rezultate, anketni rezultati so za nas pomembna informacija, so neka zanimivost, uredniška politika gre pa svojo pot«. Tudi urednik *Dela* je trdil: »V devetdesetih ali pa petindevetdesetih odstotkih se zanašamo na lastna znanja, dejstva, vedenja, intuicijo in šele potem pride ta verifikacija [s poizvedbami]. Nikoli je ne postavljamo v prvi plan.« Novinarka *Večera* je menila, da poizvedbe premočno vplivajo na uredniško politiko. Problematizirala je predvsem, da rezultati volilnih napovedi vplivajo na pozornost, ki jo časopis posveča kandidatom. Zdi se, da je vpliv poizvedb na uredniško politiko največji pri Delu: če novinar zagovarja mnenje, za katero poizvedbe kažejo, da mu demografski segment bralcev *Dela* močno nasprotuje, ga odgovorni urednik opozori na to neskladje.

Javnomnenjsko poizvedovanje opravlja različne funkcije za politike in za novinarje. Politikom omogoča »samoopazovanje« v mediju javnega mnenja, kot se je izrazil Luhmann (1995); nediferencirano gmoto zasebnih mnenj lahko na podlagi poizvedovanja razumejo v terminih podpore ali nasprotovanja njihovim programom, projektom in javni podobi. Objavljeni rezultati javnomnenjskih poizvedb so v političnem sistemu, kjer številčnost glasov, dobljenih na volitvah, določa razmerje sil v parlamentu, indikator legitimnosti in želja politikov je, da se v javnomnenjskih poizvedbah, katerih rezultati so objavljeni, izkažejo čim bolje.

Novinarji so za javnomnenjske poizvedbe zainteresirani zaradi njihove novičarske vrednosti. Poizvedbe niso zgolj primerne novice, temveč so razmeroma neodvisne od dogajanja po svetu, o katerem novinarji poročajo: dogodek, ki je že zastaral, lahko ponovno zaživi v odzivu javnega mnenja, brezčasne tematike, ki imajo prav zaradi svoje brezčasnosti nizko novičarsko vrednost, dobijo značaj novice, če se pojavijo v obliki rezultatov javnomnenjskih poizvedb. Poizvedbe pa so za novinarje privlačne tudi, ker potrjujejo samopercepčijo novinarjev kot »psov čuvajev«, hkrati pa kot podatki, pridobljeni na podlagi znanstvene metodologije, niso podvrženi sumu subjektivnosti.

Na podlagi različnega objektivnega odnosa do javnomnenjskih poizvedb lahko pričakujemo, da se bodo med novinarji in politiki pojavile tudi razlike v subjektivnih percepcijah. V naslednji tabeli so predstavljena povprečja odgovorov novinarjev in politikov na vprašanja o vplivnosti, veljavnosti in zaželenosti objavljanja rezultatov javnomnenjskih poizvedb.

Politiki in novinarji se pri pojmovanju vplivnosti javnomnenjskih poizvedb med sabo bistveno ne razlikujejo. Razlike se pojavijo pri dveh trditvah, ki vsebujeta vrednotenje poizvedovanja: ali so poizvedbe veljavna operacionalizacija mnenj populacije in ali bi bilo za demokracijo dobro, da mediji redno objavljajo rezultate poizvedb. V obeh primerih so novinarji poizvedbam bolj naklonjeni kot politiki. To

Tabela 2: Primerjava odnosa politikov in novinarjev do javnomnenjskih poizvedb (aritmetične sredine na lestvici od 1 do 5)

	Kolikšen je po vašem mnenju vpliv javnomnenjskih anket na oblikovanje in uresničevanje politike v Sloveniji?	Za demokracijo je dobro, da mediji redno poročajo o javnomnenjskih anketah.	Javnomnenjske ankete prikazujejo resnična mnenja populacije.	Politiki ne morejo izpeljati svojih namer, če ankete kažejo, da jim ljudje nasprotujejo.	Politiki izgubijo ugled v svoji politični stranki, če se slabo odrežejo v javnomnenjskih anketah.	Novinarji so kredibilnejši, če se pri poročanju sklicujejo na rezultate javnomnenjskih anket.
Politiki	3,5	3,6	2,5	2,6	3,1	2,7
Novinarji	3,4	4,1	2,9	2,5	3	2,8
Skupaj	3,4	3,8	2,7	2,6	3	2,8

Sive celice: razlike v povprečjih bi bile v primeru reprezentativnega vzorca statistično značilne pri tveganju manj kot odstotek.

lahko pojasnimo z razlikami v strukturnih okoliščinah, v katerih akterji delujejo. Delovanje političnega sistema ni toliko vezano na objavo rezultatov poizvedb, samoopazovanje sistema prav tako lahko uspeva, če so mu rezultati dostopni, a ne objavljeni. Objavljeni rezultati so za politike lahko koristni, ko kažejo na številčno podporo, toda prikazana podpora je lahko tudi skromna ali upadajoča.

Ker številni avtorji menijo, da imajo rezultati javnomnenjskih poizvedb visoko novičarsko vrednost in ustrezajo samopercepciji novinarjev kot nadzornikov oblasti v imenu državljanov, lahko pričakujemo, da bo med novinarji pozitiven odnos do poizvedb povezan s cilji, ki si jih pri poročanju prizadevajo doseči.

Tabela 3: Korelacije med vrednotenjem javnomnenjskih poizvedb in cilji, ki si jih novinarji pri poročanju prizadevajo doseči (Pearsonovi korelacijski koeficienti)

Kako pomembno je za vas	Za demokracijo je dobro, da mediji redno poročajo o javnomnenjskih anketah.	Javnomnenjske ankete prikazujejo resnična mnenja populacije.
... da enakovredno upoštevate različne poglede na politične zadeve?	0,251(*)	0,095
... da državljanom zagotovite informacije, ki jih potrebujejo za pretehtano oblikovanje političnih sodb?	0,174(*)	0,030
... da objavljate informacije, ki so zanimive za čim širše občinstvo?	0,111	0,044
... da občinstvu predstavljate svoje poglede na politično dogajanje?	0,033	0,017
... preverjati izjave politikov in nadzorovati njihovo delovanje?	0,202(*)	-0,051
... da javnosti čim hitreje posredujete informacije?	0,375(*)	0,132

(*) Korelacija bi v primeru reprezentativnega vzorca bila statistično značilna pri tveganju manj kot pet odstotkov.

Podatki nakazujejo, da se pozitiven odnos do poizvedb povezuje s pojmovanjem novinarske objektivnosti, ki je dandanes pretežno razumljena kot uravnoteženo poročanje različnih pogledov na temo. Prav tako so rezultati poizvedb zaradi znanstvenih metod vzorčenja razumljeni kot primeren vir informacij, na osnovi katerih lahko državljani oblikujejo sodbe. Ker so razumljeni kot reprezentacija volje ljudstva, so tudi uporabni za nadzorovanje politikov v imenu državljanov.

Povezava odobravanja objavljanih rezultatov poizvedb z željo po čim hitrejšem posredovanju informacije se na prvi pogled zdi paradoksalna: navsezadnje priprava, izvedba, analiza in interpretacija rezultatov poizvedbe zahtevajo čas, zato je nujen časovni zamik med samim dogodkom in objavo rezultatov javnomnenjske poizvedbe. Predvidevam, da so novinarji pri odgovarjanju na ta vprašanja imeli pred očmi predvsem podperne poizvedbe, ki so tudi najbolj razširjen tip. Te poizvedbe poskušajo emulirati situacijo volitev, še preden se te zgodijo. Pri novinarjih se vrednotenje ažurnosti verjetno povezuje z vrednotenjem poizvedb zaradi njihove napovedne vrednosti: ob odsotnosti objavljenih rezultatov poizvedb bi državljani morali čakati do naslednjih volitev, da bi izvedeli, koliko podpore uživajo posamične politične stranke, poizvedbe to informacijo posredujejo tudi med volitvami.

Sklep

Problematičnost javnomnenjskih poizvedb ni toliko v tem, da lahko povzročijo določene negativne učinke (prim. Splichal 1997, 312–319), temveč da so v veliki meri postale nadomestek za javnomnenjski proces, katerega del so. Glede tega, da bi bilo nerealistično in celo kontraproduktivno omejevati objavljane rezultate javnomnenjskih poizvedb, se lahko strinjamo z Worcesterjem (1980, 559):

V svobodni družbi ni mogoče prepovedati poizvedb: če bi bile prepovedane, bi politične stranke izvajale še več poizvedb kot zdaj in bi rezultate še pogosteje posredovale novinarjem; drugič, borzni posredniki in druga »gosпода« Cityja bi izvajala zasebne poizvedbe in rezultate posredovala novinarjem (ali pa si jih preprosto izmišljala, kot to počne že zdaj); tretjič, tuji mediji bi naročali zasebne poizvedbe v Združenem kraljestvu in jih objavili v tujini, ti rezultati pa bi seveda prišli v našo državo, kjer bi mediji o njih poročali.

Omejevanje ali prepoved objavljanih poizvedb bi te še toliko bolj potisnilo v roke »nove javnosti« in odprlo nove možnosti manipuliranja – z Gallupom (1966/2007, 220) in Allportom (1940, 250) se lahko strinjamo, da zaradi objavljanih rezultatov javnomnenjskih poizvedb močne interesne skupine ne morejo zavajati politikov in državljanov glede številčnosti njihove podpore. Tudi Adorno (1952/2003, 478) je menil, da se v poizvedbah skriva demokratični potencial. Problematično je, da je praksa javnomnenjskega poizvedovanja izpodrinila razumevanje dinamične narave javnomnenjskega procesa in normativnih zahtev, vezanih na tako pojmovanje: da bi morale biti zagotovljene okoliščine, v katerih si državljani lahko avtonomno oblikujejo mnenja v razumni razpravi, in kanali, po katerih lahko tako oblikovana mnenja vplivajo na politični proces. Kar bi moralo biti kritična zahteva, poizvedbe dogmatično jemljejo kot predpostavko in se s tem pregrešijo zoper svoj predmet. Prevladujoča uporaba metode ignorira imanentno zahtevo raziskovanja, namreč »da korak k bistvenemu ne poteka samovoljno in na osnovi fiksiranih predstav, ki so od zunaj prenesene na fenomene, temveč iz fenomenov samih« (ibid., 485).

Če javnomnenjskih poizvedb ne sprejmemo kot statične slike stanja »javnega mnenja« v danem trenutku, temveč kot enega izmed mnogih elementov v dinamičnem procesu, lahko tudi to orodje prispeva k večji demokratičnosti političnega procesa. Kot so demonstrirali James Fishkin in njegovi sodelavci v eksperimentih z deliberativnim poizvedovanjem, ki jih izvajajo v Centru za deliberativno demokracijo Univerze Stanford,⁸ popisovanje mnenj nikakor ne izključuje upoštevanja dinamične narave javnega mnenja. Še več, v obdobju naraščajoče nestabilnosti volilnih preferenc postaja vedno očitnejša nezmožnost javnomnenjskega poizvedovanja, da na osnovi sondiranja mnenj reprezentativnega vzorca državljanov v neki časovni točki ponudi zanesljivo podobo javnega mnenja, ki bi lahko bila podlaga političnim odločitvam. Ta premik je priložnost, da se pozornost preusmeri s statičnih posnetkov, ki želijo reprezentirati javno mnenje, na okoliščine njegovega oblikovanja. Javnomenjske poizvedbe lahko razkrivajo protislovja in mnenjske premike, ki so potrebni razlage in s tem usmerjajo pozornost preiskovalnega novinarstva. Že Link in Freiberg (1942, 88) sta opozarjala na protislovnost rezultatov javnomnenjskih poizvedb (na primer hkratna podpora zmanjševanju javnega dolga in izvajanju zelo dragih vladnih projektov), razrešitev katerih bi bila ključna za izboljševanje veljavnosti javnomnenjskih poizvedb. Sprejemanje protislovij namreč ne dopušča reifikacije rezultatov poizvedb, temveč zahteva refleksijo na celoten družbeni proces, v katerem se mnenja oblikujejo, krožijo in medsebojno vplivajo.

Za novinarje javnomnenjske poizvedbe predstavljajo tudi orodje, s katerim lahko povečajo svojo avtonomijo in se približajo proklamiranemu idealu »četrtega stanu.« Tudi če novinarji ne prevzamejo celotnega arzenala družboslovnih metod, ki ga predlaga Meyer (2002), jim poizvedbe omogočajo, da lansirajo teme, ki jih politični sistem zanemarja, če imajo te široko popularno podporo. Razmeroma visoki stroški, povezani z izvajanjem javnomnenjskega poizvedovanja, omogočajo naročnikom velik vpliv na njihovo izvajanje (Miller 1995, 109), kar so v slovenskem kontekstu potrdili tudi intervjuji, opravljeni v treh političnih dnevnikih. Prevladujoča uporaba javnomnenjskih poizvedb za popisovanje podpore demokratičnim institucijam in izvedenim ali načrtovanim odločitvam političnih akterjev zato že v danih okoliščinah ni edina realistična možnost. Javnomenjske poizvedbe omogočajo novinarjem, da lansirajo kontroverzne teme, ob tem pa ne ogrozijo videza objektivnosti: kot se je izkazalo v analizi, se pri novinarjih želja po nepristranosti pri poročanju povezuje s podpiranjem objavljanja rezultatov javnomnenjskih poizvedb.

Splichal (1997, 358) ugotavlja, da je norma objektivnosti, ki se je uveljavila zaradi želje medijev po privabljanju množičnega občinstva, prinesla favoriziranje mnenj avtoritet, ki so pridobila status dejstva, medtem ko je novinarjevo mnenje ostalo zgolj mnenje. Javnomenjske poizvedbe imajo potencial, da to razmerje spremenijo, če ga bodo novinarji v prihodnosti le znali bolje izkoristiti. Nedemokratična raba javnomnenjskih poizvedb ni pogojena z naravo samega instrumenta, temveč z njihovo umeščenostjo v »novi javnosti«. Mediji imajo kot naročniki poizvedb možnost, da poizvedbe uporabijo za namene kritične publicitete. V tem kontekstu poizvedbe tudi ne bi delovale in bile predstavljene kot nadomestek za kompleksne javnomnenjske procese, temveč kot eden izmed instrumentov za osvetljevanje določenega vidika teh procesov.

Opombe:

1. Gl. Splichal (2005, 48–56) za izčrpnjšo razpravo o pojmovanjih javnega mnenja kot oblike nadzora in Splichal (2004) glede s tem povezanega odnosa med vidnostjo in močjo.
2. Glede nesmiselnosti interpretacije univariatnih distribucij odgovorov na mnenjska in stališčna vprašanja gl. tudi Schuman in Presser (1996).
3. Medtem ko pri Heglu (1821/1979, 24) še obstaja sporni enačaj med resničnostjo in razumnostjo, Luhmanna zanima zgolj resničnost (zmožnost reproduciranja). Obe teoriji sta tendenciozni, a je pri Heglu še mogoče čutiti »ost idealizma: uresničiti idejo« (Marcuse 1937/2004, 190), ki v Luhmannovi teoriji docela topi.
4. Murray in Howard (2002) sicer opozarjata, da so med predsedniki precejšnje razlike v obsegu naročanja javnomnenjskih poizvedb, a trend k povečanju je opazen. Jacobs in Shapiro (1995, 171) ocenjujeta, da je Nixonova administracija med letoma 1969 in 1972, če korigiramo za inflacijo, investirala pet milijonov dolarjev v javnomnenjsko poizvedovanje. Po podatkih Murraya in Howarda (2002, 550, 551) so izdatki Busheve administracije med letoma 1989 in 1992 primerljivi, izdatki Reaganove in Clintonove administracije pa nekajkrat večji. Nixon je bil svojčas »najpozornejši opazovalec poizvedb« (Lang in Lang 1980, 543), Bush se je v primerjavi s predhodnikom in z naslednikom v Beli hiši nanje zanašal podpoprečno, pa vendar so izdatki Busha in Nixona primerljivi.
5. Janez Janša je, ko so rezultati poizvedb kazali upadanje podpore njegovi stranki, izjavil: »Ninamedia in podobne agencije javnega mnenja ne merijo, ampak ga skušajo ustvariti. Zato jim ne zaupajte« (navedeno po članku Mihaela Korsike in Marka Lovca, Janez in njegova resnica, Mag, 14. 1. 2009).
6. Nestrukturirani intervjuji z urednikom *Dela*, urednikom *Dnevnika* in novinarko *Večera* so bili opravljeni med 23. in 29. septembrom 2009 ter so trajali od pol do ene ure.
7. Gl. Splichal (2009) za podrobnejše podatke o raziskavi.
8. Jedrnat opis deliberativnega poizvedovanja je dostopen na <http://cdd.stanford.edu/polls/docs/summary/>.

Literatura

- Adorno, Theodor W. 1951/2003. *Minima Moralia: Reflexionen aus dem beschädigten Leben*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. 1952/2003. Zur gegenwärtigen Stellung der empirischen Sozialforschung. V: T. W. Adorno, *Soziologische Schriften I*, 478–493. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. 1964/2003. Meinungsforschung und Öffentlichkeit. V: T. W. Adorno, *Soziologische Schriften I*, 532–537. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Albig, William. 1957. Two Decades of Opinion Study: 1936–1956. *Public Opinion Quarterly* 21, 1, 14–22.
- Allport, Floyd H. 1937. Toward a Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 1, 1, 7–23.
- Allport, Floyd H. 1940. Polls and the Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 4, 2, 249–257.
- Atkin, Charles K. in James Gaudino. 1984. The Impact of Polling on the Mass Media. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 472, 119–128.
- Blumer, Herbert. 1948/2007. Javno mnenje in javnomnenjske poizvedbe. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 237–248. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Bourdieu, Pierre. 1972/2007. Javno mnenje ne obstaja. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 249–262. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Bourdieu, Pierre. 1981/2005. Political Representation: Elements for a Theory of the Political Field. V: P. Bourdieu, *Language & Symbolic Power*, 171–202. Cambridge: Polity Press.
- Bower, Robert. 1948. Public Opinion Polls and the Politician. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 259, 104–112.
- Brettschneider, Frank. 1997. The Press and the Polls in Germany, 1980–1994: Poll Coverage as an Essential Part of Election Campaign Reporting. *International Journal of Public Opinion Research* 9, 3, 248–265.

- Brookes, Rod, Justin Lewis in Karin Wahl-Jorgensen. 2004. The Media Representation of Public Opinion: British Television News Coverage of the 2001 General Election. *Media, Culture & Society* 26,1, 63–80.
- Cantril, Albert H. 1976. The Press and the Pollster. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 427, 45–52.
- Childs, Harwood L. 1965. *Public Opinion: Nature, Formation and Role*. New York: D. van Nostrand.
- Converse, Phillip E. 1987. Changing Conceptions of Public Opinion in the Political Process. *Public Opinion Quarterly* 51, Supplement: 50th Anniversary Issue, S12–S24.
- Crespi, Irving. 1980. Polls as Journalism. *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 462–476.
- Gallup, George. 1938/2007. Merjenje javnega mnenja. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 212–214. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Gallup, George. 1966/2007. Javnomnenjske poizvedbe in politični proces – preteklost, sedanjost in prihodnost. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 216–221. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Habermas, Jürgen. 1962/1990. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Harrison, Tom. 1940/2007. Kaj je javno mnenje? V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* 3, 175–187. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Hegel, Georg W. F. 1807/1988. *Phänomenologie des Geistes*. Hamburg: Felix Meiner.
- Hegel, Georg W. F. 1821/1979. *Grundlinien der Philosophie des Rechts*. <<http://www.zeno.org/Philosophie/M/Hegel,+Georg+Wilhelm+Friedrich/Grundlinien+der+Philosophie+des+Rechts>>
- Herbst, Susan. 1995. On the Disappearance of Groups: 19th- and Early 20th-Century Conceptions of Public Opinion. V: T. L. Glasser in C. T. Salmon (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 89–104. New York: Guilford Press.
- Ismach, Arnold H. 1984. Polling as a News-Gathering Tool. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 472, 106–118.
- Jacobs, Lawrence R. in Robert Y. Shapiro. 1995. The Rise of Presidential Polling: The Nixon White House in Historical Perspective. *Public Opinion Quarterly* 59, 2, 163–195.
- Jacobs, Lawrence R. in Robert Y. Shapiro. 1996. Presidential Manipulation of Polls and Public Opinion: The Nixon Administration and the Pollsters. *Political Science Quarterly* 110, 4, 519–538.
- King, Robert in Martin Schnitzer. 1968. Contemporary Use of Private Political Polling. *Public Opinion Quarterly* 32, 3, 431–436.
- Kovach, Bill. 1980. A User's View of the Polls. *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 567–571.
- Ladd, Everett Carl. 1980. Polling and the Press: The Clash of Institutional Imperatives. *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 574–584.
- Lang, Gladys Engel in Kurt Lang. 1980. Polling on Watergate: The Battle for Public Opinion. *Public Opinion Quarterly* 44, 530–547.
- Lang, Kurt in Gladys Engel Lang. 1984. The Impact of Polls on Public Opinion. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 472, 1, 129–142.
- Lazarsfeld, Paul F. 1957. Public Opinion and the Classical Tradition. *Public Opinion Quarterly* 21, 1, 39–53.
- Leiserson, Avery. 1949. Opinion Research and the Political Process: Farm Policy an Example. *Public Opinion Quarterly* 13, 1, 31–38.
- Lewis, Justin. 1999. The Opinion Poll as a Cultural Form. *International Journal of Cultural Studies* 2, 2, 199–221.
- Link, Henry C. in A. D. Freiberg. 1942. The Problem of Validity vs. Reliability in Public Opinion Polls. *Public Opinion Quarterly* 6, 1, 87–98.
- Luhmann, Niklas. 1995. *Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Luhmann, Niklas. 2002. *Die Politik der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Marcuse, Herbert. 1937/2004. Über den affirmativen Charakter der Kultur. V: H. Marcuse, *Schriften, Band 3: Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung 1934–1941*, 186–226. Springe: zu Klampen.
- Marx, Karl. 1861. Die Meinung der Journale und die Meinung des Volkes. *Die Presse*, 31. december. <http://www.mlwerke.de/me/me15/me15_430.htm>
- Marx, Karl. 1862. English Public Opinion. *New-York Daily Tribune*, 1. februar. <<http://marxists.org/archive/marx/works/1862/02/01.htm>>
- Mayhew, Leon H. 1997. *The New Public*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Meyer, Philip. 2002. *Precision Journalism: Reporter's Introduction to Social Science Methods*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Miller, Peter V. 1995. The Industry of Public Opinion. V: T. L. Glasser in C. T. Salmon (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 105–131. New York: Guilford Press.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1979/2008. Javno mnenje in klasična tradicija: ponovno ovrednotenje. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija 3*, 198–210. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1995. Public Opinion and Rationality. V: T. L. Glasser in C. T. Salmon (ur.), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 33–54. New York: Guilford Press.
- Murray, Shoon Kathleen in Peter Howard. 2002. Variation in White House Polling Operation: Carter to Clinton. *Public Opinion Quarterly* 66, 4, 527–558.
- Paletz, David L., Jonathan Y. Short, Helen Baker, Barbara Cookman Campbell, Richard J. Cooper in Rochelle M. Oeslander. 1980. Polls in the Media: Content, Credibility, and Consequences. *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 495–513.
- Park, Robert E. 1972/1995. The General Will. V: Lyman (ur.), *Social Movements: Critiques, Concepts, Case-Studies*, 9–26. Houndsmills: Macmillan.
- Plowman, D. E. G. 1962. Public Opinion and the Polls. *British Journal of Sociology* 13, 4, 331–349.
- Riesman, David in Nathan Glazer. 1949. The Meaning of Opinion. *Public Opinion Quarterly* 12, 4, 633–648.
- Rogers, Lindsay. 1949/2007. Poizvedovalci: Javno mnenje, politika in demokratično vodenje. V: S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija 3*, 223–236. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Rokeach, Milton. 1968. The Role of Values in Public Opinion Research. *The Public Opinion Quarterly* 32, 4, 547–559.
- Roll, Charles. 1982. Private Opinion Polls. *Proceedings of the Academy of Political Science* 34, 4, 61–74.
- Sanders, Lynn M. 1999. Democratic Politics and Survey Research. *Philosophy of the Social Sciences* 29, 2, 248–280.
- Schuman, Howard in Stanley Presser. 1996. *Questions & Answers in Attitude Surveys: Experiments on Question Form, Wording and Context*. Thousand Oaks: Sage.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: Teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko. 2004. Vidnost in moč v javnem mnenju. *Javnost—The Public* 11, supplement, S13–S28.
- Splichal, Slavko. 2005. *Kultura javnosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko. 2009. Javno v zasebnem, zasebno v javnem: Javnomnenske poizvedbe v političnem procesu. *Javnost—The Public* 16, supplement, S5–S20.
- Steele, Richard W. 1974. The Pulse of the People: Franklin D. Roosevelt and the Gauging of American Public Opinion. *Journal of Contemporary History* 9, 4, 195–216.
- Strömbäck, Jesper. 2009. Vox Populi or Vox Media? Opinion Polls and the Swedish Media, 1998–2006. *Javnost—The Public* 16, 3, 55–70.
- Sudman, Seymour. 1982. The Presidents and the Polls. *The Public Opinion Quarterly* 46, 3, 301–310.
- Traugott, Michael W. 2005. The Accuracy of the National Preelection Polls in the 2004 Presidential Election. *Public Opinion Quarterly* 69, 5, 642–654.
- Turnšek, Maja. 2006. Poročila o javnomnenskih glasovanjih kot poseben novinarski žanr. *Javnost—The Public* 13, supplement, S75–S91.
- von Hoffman, Nicholas. 1979. Public Opinion Polls: Newspapers Making Their Own News? *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 572–573.
- Weaver, David H. in Maxwell E. McCombs. 1980. Journalism and Social Science: A New Relationship? *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 477–494.
- Weimann, Gabriel. 1990. The Obsession to Forecast: Pre-election Polls in the Israeli Press. *Public Opinion Quarterly* 54, 396–408.
- Wiebe, G. D. 1953. Some Implications of Separating Opinions From Attitudes. *Public Opinion Quarterly* 17, 3, 328–352.
- Woodward, Julian L. 1948. Public Opinion and Public Opinion Polling: Discussion. *American Sociological Review* 13, 5, 552–554.
- Worcester, Robert M. 1980. Pollsters, the Press, and Political Polling in Britain. *Public Opinion Quarterly* 44, 4, 548–566.

SLAVKO SPLICHAL

SLOVENIAN POLITICAL JOURNALISM IN THE EUROPEAN PERSPECTIVE

This article presents theoretical and methodological design of two research projects, whose results are discussed by several contributions in the 2009 supplement of *Javnost-The Public*. Political Communication Cultures in Western Europe (2006-2010) is an international project under the auspices of the European Science Foundation, whose objective to analyze the relationship between political elites and the media on the basis of survey data collected in nine western European countries: Austria, Denmark, Finland, France, Germany, Slovenia, Sweden, Switzerland, and Spain. The second project, Diversity and political orientation of the Slovenian daily newspapers 1990-2005, is aimed at identifying changes in content and design, and main characteristics in presenting political affairs in the Slovenian daily press by using methods of content analysis. Though methodologically heterogeneous, the two projects are similar in their focus on the processes of modern mediated political communication, professional roles and strategies of its participants - journalists and politicians - and interest in strengthening a democratic political culture.

COBISS 1.01

IGOR VOBIČ

NORMATIVE TYPES OF JOURNALISM AND REPORTING ON POLICY THROUGH THE OPTICS OF SLOVENIAN JOURNALISTS, POLITICIANS AND CITIZENS

The article examines social specificity of normative assumptions of journalism through the lenses of journalists, politicians and citizens with an emphasis on contemporary political, economic and cultural dynamics in Slovenian journalism and media environment. Literature review reveals five normative types of journalism, in terms of the kind of service journalists provide to the clients and primary functions of journalists in the society: meditative, advocacy, enlightenment, entertainment and communitarian journalism. The text frames the debate on types of journalism by (re)considering profound changes in the relationship between state, civil society and media in Slovenia after adoption of Western-type democracy and market economy two decades ago, which have transformed normative grounding of journalism, relationship between journalists, politicians and citizens and their functions in political life and journalism. The main research objectives of the article are to identify perceptions of surveyed Slovenian journalists, politicians and citizens on journalists' functions in reporting on politics, examine the differences between these groups of respondents in politically, economically and culturally specific context of media and journalism, and reflect on contemporary status of journalism and journalists in politics through the prism of normative types of journalism.

COBISS 1.01

JERNEJ PIKALO
ANDREJA TRDINA

DEPOLITICISATION OF THE POLITICAL: DEALING WITH POLITICAL ISSUES IN SLOVENIAN DAILIES

The article examines the process of depoliticisation of the political by looking at how political issues have been dealt with in the Slovenian dailies in the period between 1990 and 2005. Depoliticisation is defined by parallel processes of neo-liberalism and globalism that share politics of diminishing influence of demos on democratic decisions of political communities. Content analysis of Slovenian dailies in the years of 1990, 1995, 2000, and 2005, reveals the following changes towards depoliticisation: Slovenian actors increasingly quote international actors as a reference during that period; international actors quoted by Slovenian actors are increasingly presented as depersonalised; there is a growing consent among Slovenian political sources in quoting privatised economic actors; the decreasing level of expressed disagreements is accompanied by growing personalisation of economic actors.

COBISS 1.01

MAJA TURNŠEK HANČIČ

ACCESS TO THE MEDIA – A PRECONDITION FOR CRITICAL PUBLIC

The article builds upon the normative concept of the public as a group of people who publicly and critically deliberate upon matters of common concern. Such a public deliberation should be characterised, first, by openness to all who are potentially affected by the issue at hand, and second, by critical reflection and oversight upon public authorities with the primary aim of providing social changes. The author analyses results of two research projects, Political Communication Cultures in Western Europe and Diversity and Political Orientation of Slovenian Daily Press, 1990-2005, in order to answer three main research questions: (1) what is the diversity of sources of attitudes expressed in the Slovenian daily newspapers and in readers' letters to the editor, (2) what is the diversity of the users of new media, and (3) to what extent are citizens who are actively involved in public debate, critical of the political authorities and the operation of mass media in Slovenia?

COBISS 1.01

SLAVKO SPLICHAL
**THE PUBLIC IN THE PRIVATE, PRIVATELY ABOUT
THE PUBLIC:
OPINION POLLS IN THE POLITICAL PROCESS**

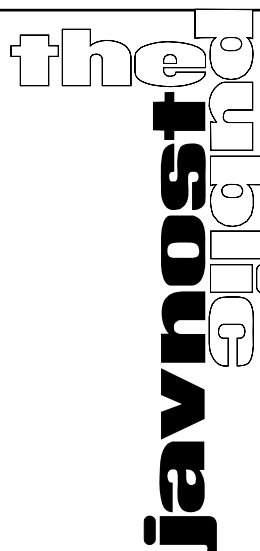
The article deals with changes to the conceptualization of public opinion polls brought about by the invention of public opinion polls, and their structural similarity to certain institutionalised political processes, such as elections and referendum. Author considers that the opinion polls should be addressed as part of an institutionalized political system, not as "scientific instrument for public opinion research." The political institutionalisation of polls requires the establishment of detailed rules of implementation of polling and report on its results in the media, which can also reduce the likelihood of misperceptions in the opinion processes, which are illustrated in the article with examples of the third-person effect and looking-glass perceptions from the Slovenian part of the European research project on political communication cultures (2006-2010).

COBISS 1.01

ALEKSANDER SAŠO SLAČEK BRLEK
**PUBLIC OPINION AND PUBLIC OPINION POLLS:
VIEWS OF SLOVENIAN JOURNALISTS AND POLITICIANS**

The article analyses the institutional embeddedness of public opinion polling in the political system and the system of mass media and the implications of the institutionalization of public opinion in the form of public opinion polls for the conceptualization of public opinion. In-depth Interviews with editors and journalists of three Slovenian dailies (*Delo*, *Dnevnik* and *Večer*) and a survey of Slovene politicians and journalists are used to illuminate subjective responses to the institutional logic of polling. It is argued that the equalisation of poll results with public opinion is theoretically untenable and even undemocratic, but that the instrument of polling is not inherently undemocratic. The analysis of the institutional embeddedness of polling and subjective responses to it suggest that other, more democratic, uses of polling are possible, which are contingent upon dissolving the equation mark between public opinion and poll results.

COBISS 1.01



Javnost—The Public Subscription

Individuals:

one year €45.00
two years €80.00
three years €110.00

Institutions:

one year €90.00
two years €170.00
three years €240.00

Send subscriptions to: EURICOM, Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija, fax: +386 1 5805 106, or use the subscription form at our web site <http://www.euricom.si>

Javnost—The Public ORDER FORM

Please enter our/my subscription for the following year:

2010

2011

2012

Name/Institution _____

Address _____

City _____ State _____

Zip/Postcode _____

Signature: _____



NAVODILA ZA AVTORJE

Priprava rokopisov

Rokopise pošljite na naslov uredništva po elektronski pošti v formatu Microsoft Word/Windows. Če uporabljate drugačen urejevalnik besedil, shranite dokument v formatu Word. Zaradi lažjega anonimnega recenziranja naj bodo imena in naslovi avtorjev v posebnem dokumentu.

Maksimalna dolžina člankov je 50.000 znakov (8.000 besed). Besedilo pošljite z enojnim razmakom, uporabljajte črke Times Roman 12 in ne poravnajte desnega roba. Vsak odstavek naj se začne z enojnim umikom. Med odstavki naj ne bo dodatnega razmika. Ne uporabljajte nobenih drugih urejevalnih orodij razen uporabe kurzive in mastnih črk.

Naslovi naj bodo kratki, jasni in ne daljši od sto znakov. Lahko uporabljate večje in mastne črke za ločevanje med različnimi ravnmi naslovov, vendar jih ne številčite. Naslovi prvega in drugega reda naj bodo v svoji vrsti, naslovi tretjega reda pa na začetku odstavka pred prvim stavkom.

Gradivo, citirano iz drugega vira, naj bo v dvojnih narekovajih; če je daljše od 300 znakov, naj bo v posebnem odstavku v kurzivi in z umikom od levega in desnega roba.

Vsaka tabela ali slika naj bosta na posebnem listu za seznamom citiranih del. Imeti mora zaporedno številko in kratek naslov. V besedilu naj bo označeno, kam je treba vvrstiti tabelo ali sliko ("Vstavi Tabelo 1 / Sliko 1"). Uporabljajte orodje za oblikovanje tabel v programu Word.

Reference, opombe in citati

Reference v besedilu

Osnovna oblika citiranja v besedilu je (Novak 1994). Za navajanje strani uporabljajte (Novak 1994, 7-8). Če citirate delo z več kot tremi avtorji, zapišite "in drugi" (Novak in drugi 1994). Za navajanje več del istega avtorja uporabite podpičje; če so dela izšla istega leta, jih ločujte s črkami abecede (Kosec 1934a; 1934b; 1936). Uporabite "n.d.", če letnica publikacije ni znana.

Opombe

Za bistvene opombe ali navajanje neobičajnih virov uporabite opombe na koncu članka in jih označite z zaporednimi številkami, ki so nadpisane na ustreznih mestih v besedilu.

Informacija o avtorju in zahvale

Avtor naj bo predstavljen s polnim imenom in priimkom, institucijo, v kateri je zaposlen, in e-naslovom. Zahvale naj bodo zapisane na koncu besedila pred opombami.

Seznam citiranih del

Vsa dela, citirana v besedilu, naj bodo razvrščena po abecednem vrstnem redu za opombami.

Članek v revijah:

Novak, Janez. 2003. Naslov članka. *Javnost-The Public* 10 (volumen), 3 (številka), 57-76 (strani).

Knjiga:

Novak, Janez in Peter Kodre. 2007. *Naslov knjige: Podnaslov*. Kraj: Izdajatelj.

Poglavje v knjigi:

Novak, Janez. 2006. Naslov poglavja. V: P. Kodre (ur.), *Naslov knjige*, 123-145. Kraj: Izdajatelj.

Navajanje internetnih virov:

Novak, Janez. N.d. Global Revolution. <<http://www.javnost-thepublic.org/>> Retrieved October 1, 2006.

Recenziranje

Uredništvo uporablja za vse članke obojestransko anonimni recenzentski postopek. Članke recenzirata dva recenzenta. Urednik lahko brez zunanje recenzenta zavrne objavo neustreznega članka.

NOTES FOR AUTHORS

Manuscript Preparation

Manuscripts should be submitted electronically as e-mail attachments to the Editor in Microsoft Word for Windows format. If you are using another word-processing program, please save the file as Word for Windows documents. To facilitate blind review, names and affiliations of authors should be listed on a separate file.

Maximum length of articles is 50,000 characters (8,000 words). Single space your text, use preferably 12-point Times Roman and a ragged (not justified) right margin. Indent the first line of each paragraph with a single tab and use only one hard return between paragraphs. Do not lay out (design) your manuscript. Do not format text beyond the use of italics or, where necessary, boldface. Do not use headers and footers.

Headings in articles should be concise and descriptive and should not exceed one hundred characters. A few basic formatting features (larger font, bold) should be used to make clear what level each heading is. Major sub-heads should appear on a separate line; secondary sub-heads appear flush left preceding the first sentence of a paragraph. Do not number headings and subheadings.

Material quoted directly from another source should be in double quotation mark or set in a separate paragraph in italics with increased indent when longer than 300 characters.

Each table or figure must appear on a separate page after the Reference List. It should be numbered and carry a short title. Tables and figures are indicated in the manuscript in the order of their appearance ("Insert Table 1 / Figure 1 about here"). Use the table feature in Word to create tables.

References, Notes, and Citations

References within the Text

The basic reference format is (Novak 1994). To cite a specific page or part: (Novak 1994, 7-8). Use "et al." when citing a work by more than three authors (Novak et al. 1994). The letters a, b, c, etc. should be used to distinguish different citations by the same author in the same year (Kosec 1934a; Kosec 1934b). Use "n.d." if the publication date is not available.

Notes

Essential notes, or citations of unusual sources, should be indicated by superscript numbers in the text and collected on a separate page at the end of the article.

Author Notes and Acknowledgements

Author notes identify authors by complete name, title, affiliation, and e-mail account. Acknowledgements may include information about financial support and other assistance in preparing the manuscript.

Reference List

All references cited in the text should be listed alphabetically and in full after the Notes.

Journal Article:

Novak, Janez. 2003. Title of Article. *Javnost-The Public* 10 (volume), 3 (number), 57-76 (pages).

Book:

Novak, Janez and Peter Kodre. 2007. *Title of the Book: With Subtitle*. Place: Publisher.

Chapter in a Book:

Novak, Janez. 2006. Title of the Chapter. In P. Kodre (ed.), *Title of the Book*, 123-145. Place: Publisher.

Electronic Citations and References:

Information that you get from the Internet should be documented, indicating the date of retrieval. Novak, Janez. N.d. Global Revolution. <<http://www.javnost-thepublic.org/>> Retrieved October 1, 2006.

Review Procedures

All unsolicited articles undergo double-blind peer review. In most cases, manuscripts are reviewed by two referees. The editor reserves the right to reject any unsuitable manuscript without requesting an external review.

the public journal

Izdajatelj:
Fakulteta za družbene vede
Univerze v Ljubljani za
Evropski inštitut
za komuniciranje in kulturo

Published by
Faculty of Social Sciences,
University of Ljubljana, for
the European Institute for
Communication and Culture

Editor
Slavko Splichal

Glavni urednik
Slavko Splichal

Cover Design
Miran Klenovšek
MEDJA KARLSON

Oblikovanje naslovnice
Miran Klenovšek
MEDJA KARLSON

Typesetting
Karmen Zahariaš

Računalniški prelom
Karmen Zahariaš

Printing
LITTERA PICTA d.o.o.
Rožna dolina c. IV/32-34
Ljubljana

Tisk
LITTERA PICTA d.o.o.
Rožna dolina c. IV/32-34
Ljubljana

Ljubljana
Slovenia
2009

Ljubljana
2009