

Sudionici prostora javne komunikacije u Sloveniji*Participants of the Public Communication Space in Slovenia**Les participants dans l'espace de la communication publique en Slovénie***Uvod**

Javna komunikacija, određena javnim karakterom uloga i statusa svojih sudionika, te adekvatnim odabirom komunikacijskih kanala i sadržaja, odvija se u konkretnom, socijalno i historijski determiniranom prostoru. Njezini sudionici taj prostor artikuliraju na različite domene, kojima odgovaraju specifični tipovi diskursa. Osnovne domene (i njima primjereni diskursi) u modernim su društvima: domene politike, administracije, prava, medija, umjetnosti, religije, znanosti i obrazovanja. Budući da je analizom nemoguće obuhvatiti cjelokupan prostor javne komunikacije, struktura njegovih sudionika, prema domenama iz kojih potječu i prema diskursima koje upotrebljavaju, može se odrediti samo na osnovi posrednih uvida. Kako sredstva masovnih komunikacija sudjeluju u konstituiranju prostora javne komunikacije, ona mogu pružiti takav uvid u njegovu strukturu, ali pri tome treba voditi računa da ga ona ne prikazuju samo onakvim kakav doista jest nego i onako kako ga percipira njihova publika i onako kako bi željeli da taj prostor izgleda oni koji posjeduju društvenu moć.

Usprkos ovim ograničenjima, i s punom svijesti o njima, istraživanje je pokušalo odrediti strukturu sudionika prostora javne komunikacije na osnovi njihova pojavljivanja na televiziji kao mediju koji danas najjače sudjeluje u konstituiranju javnosti. Prema tome, polazišna je hipoteza istraživanja bila: *Budući da televizija odražava neke karakteristike strukture prostora javne komunikacije i participira u njihovu oblikovanju, na osnovi analize sudionika televizijskih emisija, može se dobiti uvid u određene aspekte toga prostora.* Hipoteza nije sadržavala kvantitativne ni relacijske pretpostavke, jer se radilo o pilot-istraživanju koje je tek trebalo dati takve preliminarne podatke.

Na uzorku televizijskih emisija četiriju slovenskih televizijskih stanica – TV Slovenija, 1. program (SL1), TV Slovenija, 2. program (SL2), TV3 i Tevepika (TVP) –, za koje se moglo pretpostaviti da najviše sudjeluju u formiranju prostora javne komunikacije u Sloveniji i da u svojim programima imaju emisije koje zadovoljavaju kriterije istraživanja, istraživački je tim ispitivao broj sudionika iz pojedinih domena prostora javne komunikacije, količinu njihova aktivnog sudjelovanja u emisijama, tipove diskursa koje upotrebljavaju i sociolingvističke razine njihove jezične upotrebe. Pri tome su se istraživačice pridržavale slijedećih uputa:

1. Svaka istraživačica na odabranoj televiziji analizira 5 sati programa: u tih 5 sati računa se ukupno trajanje analiziranih emisija, bez obzira na to koliko u njima sudionici govore. Emisije se analiziraju u tjednu između 04.03. i 10.03.2002. u večernjem terminu, s početkom između 20 i 24 sati. Iznimno se, ako istraživačica ima vrlo opravdan razlog ili ako nije mogla ispuniti 5 sati analize, smiju analizirati i emisije iz slijedećeg tjedna, od 11.03. do 17.03.
2. Analizira se najmanje 5 emisija, po mogućnosti onih koje se emitiraju u različite dane u tjednu. Emisije se analiziraju u cijelosti, osim u slučaju da traju duže od 90 minuta: u tom se slučaju analiza prekida nakon isteka ovog roka. Posljednja se emisija analizira toliko dugo koliko je potrebno da se ispuni 5 sati ukupnog trajanja analize.
3. Analiziraju se emisije vlastite produkcije koje su u osnovi dijaloške, tj. u kojima osim voditelja/novinara sudjeluju jedan ili više sudionika koji ne pripadaju televizijskoj kući koja producira emisiju. Ne analiziraju se »čiste« informativne emisije (poput dnevnika ili vijesti) niti kontakt-emisije u kojima pretežu gledaoci koji se javljaju u *offu*: ipak, mogu se analizirati dijaloške emisije u kojima je predviđeno da se direktno javljaju gledaoci, ali se njihovo sudjelovanje ne uzima u obzir u analizi.
4. U analizi se mjeri vrijeme govorenja sudionika novinarima: ako je »upadica« novinara (pitanje, komentar...) u iskaz sudionika kraća od 10 sekundi ili ako je »pokrivena« govorom sudionika, ona se ne računa, tj. ubraja se u trajanje iskaza.
5. Protokol istraživanja vodi se za svaku analiziranu emisiju posebno.

Protokolom su bile predviđene slijedeće domene »porijekla« sudionika emisija i sadržaja njihova diskursa: *politika, administracija, pravo, ekonomija, mediji, kultura/umjetnost, religija, znanost/struka, obrazovanje/odgoj, sport, »obični« građani/život, ostalo*. Kao sociolingvistički relevantne jezične razine u analizu su uvrštene ove kategorije realizacije jezičnog sistema: *standard, opći supstandard, kolokvijalni vernakular, dijalekt, žargon, strani jezik, ostalo*.

Rezultati

Prema zadanim kriterijima, od ukupno 20 sati analiziranog programa »vanjski« (»netelevisijski«) predstavnici javnosti zauzeli su gotovo točno 10 sati, koji su uzeti u obzir pri daljoj analizi; sve ostalo vrijeme u emisijama – osim nekoliko *off*-javljanja, koja nisu bila podvrgnuta analizi – »potrošili« su ili novinari/voditelji ili različiti postupci medijskog oblikovanja same emisije. Pri tome je najviše prostora »vanjskim« govornicima prepustila SL1 (3 sata i 20 minuta od ukupno 5 sati, u 5 emisija), a zatim slijede TVP (gotovo 3 sata, u 6 emisija), TV3 (2 sata i 15 minuta, u 6 emisija) i napokon SL2 (1 sat i nepunih 25 minuta, u 7 emisija).

Kako su u priloženim pojedinačnim izvještajima istraživačica iskazani podaci o realnim vremenima i drugim okolnostima za pojedine emisije, u zbirnom se izvještaju svi dobiveni podaci prikazuju u postocima.

MISCELLANEA

Raziskovalni projekti / Research Projects / Les projets de recherche

Domena porijekla sudionika	SL1	SL2	TV3	TVP	Ukupno
<i>Politika</i>	28,43	3,03	-	9,26	12,48
<i>Administracija</i>	-	-	1,35	-	0,33
<i>Pravo</i>	-	-	-	-	-
<i>Ekonomija</i>	6,82	2,15	39,28	9,45	14,92
<i>Mediji</i>	9,64	0,91	-	10,34	6,28
<i>Kultura/umjetnost</i>	20,10	18,46	19,19	-	13,89
<i>Religija</i>	-	-	-	-	-
<i>Znanost/struka</i>	34,34	25,61	-	45,70	27,96
<i>Obrazovanje/odgoj</i>	-	-	-	3,53	1,01
<i>Sport</i>	-	49,38	40,18	21,72	22,83
<i>»Obični« građani</i>	0,67	0,46	-	-	0,30
<i>Ostalo</i>	-	-	-	-	-
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Spol	SL1	SL2	TV3	TVP	Ukupno
<i>M</i>	69,31	62,80	80,25	59,18	68,21
<i>Ž</i>	30,69	37,20	19,75	40,82	31,79
Ukup.	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sadržajne domene	SL1	SL2	TV3	TVP	Ukupno
<i>Politika</i>	58,08	11,10	-	-	21,09
<i>Administracija</i>	-	-	1,47	-	0,33
<i>Pravo</i>	-	-	-	-	-
<i>Ekonomija</i>	1,20	2,95	39,93	6,15	11,78
<i>Mediji</i>	-	0,89	-	4,00	1,30
<i>Kultura/umjetnost</i>	-	17,90	23,68	-	7,96
<i>Religija</i>	-	-	-	-	-
<i>Znanost/struka</i>	-	16,37	-	42,78	14,86
<i>Obrazovanje/odgoj</i>	-	-	-	3,33	0,98
<i>Sport</i>	-	50,34	34,92	6,94	17,15
<i>»Običan« život</i>	40,72	0,45	-	36,80	24,55
<i>Ostalo</i>	-	-	-	-	-
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Jezične razine	Ukupno za sve TV
<i>Standard i supstandard</i>	79,42
<i>Kolokvijalni vernakular i dijalekt</i>	15,38
<i>Strani jezik</i>	5,20
Ukupno	100,00

Diskusija

Budući da je riječ o preliminarnom pilot-istraživanju, obavljenom na relativno malom uzorku, sve rezultate treba promatrati samo kao indikatore koji ne omogućuju izvođenje nikakvih definitivnih zaključaka već samo upućuju na određene tendencije i upozoravaju na moguće teme budućih istraživanja.

Ipak, podatak da je u dijaloškim govornim emisijama, koje su predviđene za prezentiranje različitih sudionika javnog prostora u Sloveniji, tim sudionicima prepušteno samo 50% vremena treba shvatiti kao snažan indikator težnje televizije da sama – i u onim programskim segmentima koji prividno imaju drugačiju namjenu – bitno utječe na konstituiranje javnosti i njezinih domena.

Što se tiče domena »porijekla« vanjskih sudionika analiziranih emisija, velike razlike među pojedinim televizijskim stanicama mogu se, bar djelomično, protumačiti uzorkom emisija na kojem je analiza izvršena, ali zacijelo su povezane i s različitim programskim koncepcijama: visok postotak »političara« na SL1 ili »sportaša« na SL2 i TV3 vjerojatno je više uvjetovan drugim nego prvim razlogom. Donekle iznenađuje velika zastupljenost znanosti/struke svugdje osim na TV3, no ona možda govori o intenciji (i televizija i grupa koje imaju moć) da se prostor javne komunikacije u Sloveniji percipira prije svega kao profesionalno definiran prostor. Izostanak pravnika i predstavnika domene religije zacijelo je uvjetovan izborom emisija, dakle višemanje slučajan, dok je malen broj »običnih ljudi« očekivan. Treba naglasiti da pet domena porijekla (znanost/struka, sport, ekonomija, kultura/umjetnost i politika) pokrivaju 92,08% svih sudionika, a dvije najzastupljenije (znanost/struka i sport) 50,79%.

Spolna distribucija sudionika najujednačenija je na svim televizijskim stanicama i nesumnjivo je posljedica različitih utjecaja pojedinih spolova u slovenskom prostoru javne komunikacije. Prema zapažanjima istraživačica odnos bi vjerojatno bio još povoljniji za muške sudionike da analiza nije provedena u tjednu u kojem je bio 8. mart, te da jedna od emisija nije bila posvećena upravo zbog toga ženama.

Za tematsku raspodjelu vrijede uglavnom ista zapažanja kao i za distribuciju domena »porijekla« sudionika. Visoka prisutnost »svakodnevne« tematike izravno je uvjetovana jednom emisijom (SL1) u kojoj su, prigodom 8. marta, sudionici iz političke domene govorili o uspješnim ženskim karijerama, te je – prema zapažanju istraživačice – i ovdje »pozadinska«, sekundarna tema bila politika. Na taj način već i tako visok stupanj prisutnosti politike na SL1 postaje još veći, a tematska raznolikost ove stanice (u odnosu, na primjer, prema SL2 ili TVP) još manja. U zbirnim rezultatima prvih pet sadržajnih domena (»svakodnevica«, politika, sport, znanost i

ekonomija) obuhvaćaju 89,43%, a prve dvije (»svakodnevnica« i politika) 45,64% ukupnog trajanja.

Budući da su se istraživačice međusobno najviše razlikovale u procjenama jezične razine koju su upotrebljavali pojedini govornici (jer – zbog karaktera istraživanja – nije bila provedena prethodna detaljna instruktaža), u obradi se pokazalo jedino smislenim rezultate prikazati sumarno i objedinjujući pojedine analitičke kategorije. Iz takva prikaza razabire se očekivana tendencija da se u prostoru javne komunikacije (posebno onome koji je primarno politički i profesionalno artikuliran) upotrebljavaju idiomi koji teže standardu.

Zaključak

Usprkos tome što su dobiveni rezultati nesumnjivo parcijalni, oni – po svemu sudeći – potvrđuju početnu hipotezu prema kojoj se ovakvom analizom može stvoriti predodžba o strukturi (»ljudskoj«, jezičnoj i tematskoj) prostora javne komunikacije. U nastavku ovakvih istraživanja, koja bi morala biti provedena na značajno većem uzorku i kao longitudinalne analize, trebalo bi prije svega razraditi instrumente s pomoću kojih bi se razlikovali utjecaji realnog prostora na televizijske emisije od intencije televizije da stvori određenu sliku takva prostora. Isto bi tako, radi potpunosti uvida u situaciju, bilo potrebno analizu proširiti i na druge medije.

**Katja Arzenšek,
Hana Kovač,
Špela Vodopivec,
Samia Žunič,
Dubravko Škiljan**