

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 pokuša 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 »tehnooptimistične« 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

predstavniki (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
Nič 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 diskriminatno 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 faktorске analize**	Strukturni kanonični koeficienti diskriminantne 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 omogočati 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>