

RAZISKOVANJE MEDIJEV IN NOVINARSTVO: »INTEGRALNOST« MED JAVNOSTJO IN PROFESIJO

Slavko Splichal

Članek obravnava teoretske temelje, podobnosti in razlike med »integralnim raziskovanjem« in »integralnim novinarstvom«. Po sami naravi stvari tako družboslovno raziskovanje kot novinarstvo z obravnavanjem družbenih procesov, katerih dolgoročne posledice so za mnoge posameznike in družbene skupine pomembne, neposredno spadata v območje javnega. Medtem ko je pri integralnem raziskovanju poudarek na povezovanju akademskih in zunaj-akademskih akterjev v raziskovalnem procesu, je pri integralnem novinarstvu poudarek na refleksivni publiciteti, namenjeni vključevanju državljanov. Ideja integralnega raziskovanja je v temelju tako deskriptivna kot normativna: meri na nujnost povezovanja obstoječih načinov produkcije znanstvenih spoznanj. Ideja integralnega novinarstva pa je izključno normativna: utemeljuje nujnost določene vrste novinarske produkcije, ker je zanjo »že čas«, saj se različne vrste novinarske produkcije izključujejo, ne pa dopolnjujejo. Tako v raziskovanju kot v novinarstvu odsotnost refleksivnosti omogoča prevlado instrumentalnosti administrativnega raziskovanja in manipulativnega novinarstva.

KLJUČNE BESEDE integralno raziskovanje, integralno novinarstvo, demokratični primanjkljaj, instrumentalnost, refleksivnost, javnost

Media Research and Journalism: "Integrity" between the Public and Profession

The article discusses theoretical foundations, similarities and differences between "integral research" and "integral journalism." By their very nature, both social research and journalism directly belong to the public sphere by dealing with social processes that have significant, long-term consequences for many individuals and social groups. Whereas integral research emphasises the need of inclusion of academic and non-academic actors in the research process, integral journalism emphasises reflexive publicity aimed at citizens' inclusion. The idea of integral research is essentially both a descriptive and normative one: it refers to the need for integration of existing modes of production of scientific knowledge. In contrast, the idea of integral journalism is purely normative: it justifies the necessity of a certain type of journalistic production – because "it is time for it" – rather than interconnection between different types of journalistic productions which are exclusive rather than complementary. Both in research and journalism, a lack of reflexivity allows for domination of instrumentality of administrative research and manipulative journalism.

KEYWORDS integral research, integral journalism, democratic deficit, instrumentality, reflexivity, the public

Od Benthamovih zgodnjih zamisli o tisku in urednikih kot javnomnenjskem »sodišču« (Bentham 1791/2007) prek razprav o radiodifuziji kot »javni službi« v 20. stoletju do sodobnih razprav o nevtralnosti interneta ostaja neodgovorjeno ključno vprašanje: Kako – na kakšen način in predvsem v kakšnih družbenih, ekonomskih in političnih okoliščinah – je oz. bi bilo mogoče in treba udejanjiti načelo javnosti in predvsem njegovo ključno dimenzijo – idejo o množičnih medijih in novinarjih kot »stebrih« javnosti in javne sfere. Ves ta čas, torej dobri dve stoletji, je družbena organizacija množičnega komuniciranja v praksi zaostajala za – sicer manjšinskim – kritičnim razmišljanjem o dejansko možnih in potrebnih spremembah, na katerih nujnost sta po odpravi cenzure posebej intenzivno opozorili industrializacija in komercializacija komuniciranja (Splichal in Dahlgren 2014). Industrializacija in komercializacija tiska in pozneje drugih medijev, ki sta bili »naravni« rezultat kapitalističnega razvoja, sta podredili delovanje medijev logiki kapitala in maksimiranja profita ter s tem uveljavili nekakšno »materialno cenzuro«, ki je močno omejila tudi poklicno novinarsko avtonomijo. K temu je prispevala tudi znanost sama, ki je z »normalnimi koncepcijami« množičnih medijev, kot bi dejal Adorno, prispevala k temu, da se je »človekova pravica do javnosti preobrnila v odmerjeno oskrbo z javnostjo – medtem ko bi morali biti ljudje njen subjekt, so postali njeni objekti« (Adorno 1945, 121) – in potiskala kritično razmišljanje na obrobje.

Ker tako novinarstvo kot družboslovno raziskovanje obravnavata družbene procese, katerih dolgoročne posledice so pomembne za mnoge posameznike in družbene skupine, obe dejavnosti neposredno spadata v območje javnega oz. javnost sploh konstituirata. Narava njune »integralnosti«, ki ji tu namenjamo pozornost, se sicer pomembno razlikuje, v obeh primerih pa odsotnost refleksivnosti kot temelja integralnosti omogoča prevlado instrumentalnosti – bodisi administrativnega raziskovanja bodisi manipulativnega novinarstva.

Integrirano, integralno in kritično raziskovanje množičnih medijev

Adorno je med prvimi opozarjal na institucionalne omejitve in »skušnjave« nekritičnega (empiričnega) raziskovanja kot posledice partikularnih interesov neposrednih ali posrednih financerjev raziskav. Naročniki znamenitega princetonskega »radijskega projekta« (1938–1941),¹ v katerem je sodeloval tudi Adorno, so na primer od raziskovalcev eksplicitno zahtevali, da mora biti raziskovanje v mejah komercialnega radijskega sistema ZDA, kar je pomenilo, da »sam sistem, njegove kulturne in sociološke posledice ter njegove socialne in ekonomske predpostavke ne morejo biti predmet analize« (Adorno 1969, 343). Vprašanje odvisnosti raziskovanja od financerjev je ostalo aktualno vse do danes ali se je celo zaostriло. V enaki maniri kot pred skoraj 80 leti je ameriški kongres leta 2014 zahteval, da Nacionalna znanstvena fundacija (NSF) lahko financira samo raziskovalne projekte, ki so »bistveni za nacionalno varnost ali ekonomske interese ZDA«, in tem ustrezno radikalno zmanjšal sredstva za politološke raziskave (Farrell 2013).

Adorno (1945, 208) je bil kritičen do – včasih nezavednega – konformizma raziskovalcev, ki so pripravljeni molče izpolnjevati zahteve financerjev raziskav in si ne drznejo dvomiti o razlogih in posledicah raziskovanja ali se spraševati o smiselnosti zastavljenih ciljev, o izbranih raziskovalnih metodah ter o interesih posameznikov in skupin, ki so predmet raziskovanja. V zvezi s tem je opozarjal na problematičnost »administrativne tehnike« raziskovanja, ki se uporablja za učinkovito manipuliranje z množicami, zlasti z iskanjem možnih reakcij ljudi na hipotetične spodbude in merjenjem učinkovitosti raziskovalnih postopkov.

Tak pristop je značilen za laboratorijske eksperimente in tržno raziskovanje, kjer so predmeti oz. enote raziskovanja izpostavljeni različnim postopkom (spremenljivkam), da bi ugotovili, kako učinkoviti so. Če sta eksperiment ali analiza uspešna, lahko raziskovalci priporočajo postopek delovanja, s katerim naj bi v praksi dosegli zaželeni učinek (spremembo). Z vidika učinkovitosti raziskovalnih tehnik za manipulacijo z množicami, torej »kako gotovo je mogoče določene cilje uresničiti v danih razmerah«, je Adorno razlikoval med neposredno »izkoriščevalnimi« raziskavami (na primer z namenom prodaje določene dobrine) in »dobronamernimi administrativnimi raziskavami« (na primer, kako z dobro glasbo doseči čim večje število poslušalcev).

Alternativa takemu administrativnemu ali manipulativnemu raziskovanju je zaveza raziskovanju kot družbeni kritiki, ki si drzne problematizirati vsiljene cilje raziskovanja ali vsaj uspešnost njihove realizacije v danih družbenih okoliščinah. Tako usmeritev je Adorno (prav tam, 209) ponazoril s primerom raziskovanja radijskih poslušalcev:

Ne bi smeli raziskovati stališč poslušalcev, ne da bi proučevali, koliko ta stališča odražajo širše družbene vedenjske vzorce in, še več, v kolikšni meri so pogojena s strukturo družbe kot celote. To vodi neposredno k problemu *družbene kritike* radijske glasbe, torej odkrivanja njenega družbenega položaja in funkcije.

Kot je poudarjal Horkheimer (1976, 88), mora družboslovno raziskovanje za svoj osrednji predmet izbrati tisto, za kar je glede na obstoječe praktične razmere »že napočil čas«, čeprav to dejansko še ne obstaja v polno razviti obliki. Tako raziskovalno prizadevanje je lahko videti neproduktivno, ker ne izhaja iz kontinuitete obstoja preteklosti v sedanjosti in sedanjosti v prihodnosti ter torej presega obstoječe, vendar je dejansko produktivno v bolj temeljnem pomenu – namreč s tem, da »ustvarja«, kritično anticipira dejstva, ki dejansko še ne obstajajo, pa imajo za to dejansko možnost, in raziskuje praktične ovire, ki preprečujejo, da bi se ta možnost udejanjila. Produktivnost raziskovanja je torej v ustvarjanju znanja kot »uporabne vrednosti« za dejavno spreminjanje družbe, za realizacijo možnosti, ki so skrite v dejanskem stanju stvari.

Bistvo, ki ga mora raziskovanje zapopasti, zato ni v tem, kar že obstaja, pa čeprav kvantitativno prevladuje, ampak v onem, »za kar je že čas«, v čemer se izražajo razvojne možnosti in nujnosti. Taka raziskovalna usmeritev je nedvomno mnogo zahtevnejša od tradicionalne deskriptivno-manipulativne. Na njeno pomembnost so v zadnjih desetletjih opozorile globalne spremembe, še posebej internet, ki so hkrati izostrile zahteve po večji vključenosti državljanov v (družboslovno) raziskovanje. Pojavile so se ideje ne le »integriranega« (angl. *integrated*), ampak tudi »integralnega« (angl. *integral*) raziskovanja. Integrirano raziskovanje pomeni preseganje monodisciplinarnosti s povezovanjem znanstvenih disciplin in (ali) preseganjem razlik med njimi – od najmanj zahtevne multidisciplinarnosti prek interdisciplinarnosti do najzahtevnejše trans- ali metadisciplinarnosti. Integralno raziskovanje pa ne presega (predvsem) disciplinarnih omejitev, ampak ekskluzivnost ekspertnega raziskovanja. Po sami naravi stvari (zlasti kritično) družboslovno raziskovanje proučuje družbene procese, katerih dolgoročne posledice so pomembne za mnoge posameznike in družbene skupine, zato neposredno spada v območje javnega – skladno z Deweyjevim razumevanjem, da javnost nastane tedaj, ko se posamezniki in skupine, ki jih posredne posledice družbenih »transakcij«, v katerih niso mogli neposredno sodelovati, zavedajo njihovih dolgoročnih in pomembnih posledic ter nujnosti delovanja za uveljavitev svojih (skupnih) interesov »na podlagi metod, ki naj bi uravnale skupne dejavnosti posameznikov in skupin« (Dewey

1927/1999, 56). Ti akterji naj bi bili vključeni tudi v procese načrtovanja in izvajanja raziskav, ki zadevajo njihove interese in potrebe.

Leta 1996 je mednarodna komisija za prestrukturiranje družbenih ved pod vodstvom Immanuela Wallersteina, ki jo je ustanovila Gulbenkianova fundacija, predstavila svoje poročilo *Open the Social Sciences*. Komisija je pozvala k preseganju neproduktivnih disciplinarnih delitev, prikritih interesov in epistemoloških zablod ter k povezovanju humanistike in naravoslovja. Poročilo je doživelo ugodne, pa tudi kritične odmeve, predvsem na račun utopičnega univerzalizma in nezanimanja za taka osnovna vprašanja, kot je vprašanje, komu in za kaj oz. katere namene (naj) služijo znanstvena spoznanja, na kar je še zlasti opozoril Burawoy (2007) ob deseti obletnici poročila. Burawoy (prav tam, 139, 140) v Adorновem in Horkheimerjevem duhu opozarja na razlike v znanstveni produkciji glede na to, *komu* je ta namenjena – akademski publiki ali »družbenim svetovom« zunaj univerze – in čému je namenjena – ali je znanje namenjeno iskanju ustreznih sredstev za doseganje vnaprej določenega, samoumevnega cilja ali pa vključuje tudi razpravo o samih ciljih, ali je torej znanje instrumentalno ali reflektivno.

Burawoyev premislek vodi do tipologije štirih vrst znanja oz. znanstvene produkcije, ki opredeljujejo polje družboslovnega raziskovanja, pri čemer Burawoy zlasti poudarja sodoben pomen »javne sociologije«, »javnih družbenih ved« in »javne univerze«, ki morajo posebej skrbeti tudi za produkcijo doslej zanemarjanega reflektivnega znanja, namenjenega zunajakademski populaciji. S Petrom Dahlgrenom (Splichal in Dahlgren 2014) sva nekoliko modificirala štiri Burawoyeve kategorije zlasti z mislijo na zgodovinske okoliščine in tradicije raziskovanja medijev in komuniciranja, kot so predstavljene v tabeli 1.

TABELA 1

Delitev disciplinarnega znanja

	Akademski publika	Zunajakademski publika
Instrumentalno znanje	profesionalno	administrativno (<i>policy</i> *)
Refleksivno znanje	kritično	javno

* po Burawoyevi tipologiji

Raziskovanje medijev in komuniciranja se sicer pogosto obravnava kot eno izmed (naj)mlajših raziskovalnih področij v družboslovju, čeprav so se nekateri družboslovci že v 19. stoletju zelo dobro zavedali družbenega pomena komuniciranja. Prve razprave o naravi in družbenih funkcijah časopisov so bile napisane veliko pred rojstvom sodobnega družboslovja, že v 17. stoletju. Vendar sta mainstreamovska filozofija in znanost dolgo izkazovali popolno nerazumevanje družbene vloge komuniciranja, kar je rodilo tudi intelektualni prezir do (družbenega pomena) tehnoloških izboljšav v komuniciranju. Že Platon je bil na primer prepričan, da je pisanje manj vredno kot govorjena beseda, češ da ne more odgovoriti na nobeno vprašanje ali se prilagoditi novi situaciji. Podobno sumničavost v tehnološki napredek najdemo še mnogo pozneje v Heglovi *Filozofiji prava*: za Hegla je bil tisk boljši od govora le zaradi »večjega dosega«, vendar pa slabši po bistvenem kriteriju, »v živosti« (Hegel 1821/2001, 254).

Pozneje je tudi časopis pogosto veljal za manjvrednega v primerjavi s knjigo (in pozneje televizija v primerjavi s časopisi itd.). Knies (1853/1883, 4) je bil trdno prepričan, da je učinek novic in tiska le kratkotrajen, saj »v nasprotju s pisnim izobraževanjem skozi knjige njihov namen ni nepretrgano zadovoljevati trajne potrebe«. Še Durkheim komuniciranju ni

priznal statusa »družbenega dejstva«. Medtem ko je Tarde (v Durkheim in Tarde 2008, 761) poudarjal, da je »komuniciranje oziroma sprememba stanja zavesti z delovanjem enega človeškega bitja na drugo temeljno družbeno dejstvo«, je Durkheim (prav tam, 773) ostajal prepričan, da komunikativno proizvedena »misel, ki je v zavesti vsakega posameznika, in gibanje, ki ga ponavljajo vsi posamezniki, zaradi tega še nista družbeni dejstvi«.

To očitno konservativno razumevanje je pozneje ostro kritiziral Tönnies (1922/1998), ki je pokazal, kako je razvoj tiska bistvenega pomena za nastanek javnosti in javnega mnenja, javno mnenje pa je kot ena izmed treh ključnih oblik »kompleksne socialne volje« konstitutivno za »družbo« (*Gesellschaft*) sploh. Prav prevladujoči način družbenega komuniciranja (na eni strani tisk, na drugi strani ustno komuniciranje) tudi bistveno sodoloča razlike med Tönniesovima temeljnima tipoma družbene strukture, *Gesellschaft* in *Gemeinschaft*.

Omalovaževanje družbenega pomena komuniciranja se je kljub temu nadaljevalo še v 20. stoletje. Lippmann (1920/1999, 205) je kritiziral ameriške politologe, ker so »v naših visokih šolah še pred kratkim poučevali politično znanost tako, kot da časnikov sploh ni. Ne govorim o novinarskih šolah, ker so to obrtne šole, namenjene pripravi na poklic. Mislim na politično znanost, ki jo razlagajo bodočim poslovnežem, pravnikom, javnim uradnikom in državljanom na splošno. Pri tej znanosti študij tiska in virov popularnih informacij ni našel prostora«.

Komaj po prvi svetovni vojni je proučevanje tiska in novinarstva v Združenih državah Amerike dobilo svoje mesto v tradicionalnih akademskih disciplinah, kot so sociologija, psihologija in politologija; drugod po svetu še pozneje. Izjema so nemško govoreče države, kjer se je že v 19. stoletju izoblikovala *Zeitungswissenschaft* (časnikarska znanost) in se v obdobju med dvema svetovnima vojnama preoblikovala in preimenovala v *Publizistikwissenschaft* (publicistično znanost), po drugi svetovni vojni pa je ta, relativno kritično zasnovana raziskovalna usmeritev povsem odmrla pod vplivom amerikanizacije raziskovanja javnega mnenja in medijev, pri čemer je bila osrednja vloga »demoskopskega inštituta« Elisabeth Noelle-Neumann v Allensbachu (Splichal 2015a). Konec petdesetih let, ko je v ZDA »komuniciranje postopoma izgubilo svoj položaj pomembne teme v konvencionalno priznanih akademskih disciplinah, [...] so praznino zapolnili oddelki novinarstva in druge poklicno usmerjene fakultete« (Lang in Lang 1983, 130). Institucionalni prehod je spodbudil razvoj nove discipline, za katero sta bila v zgodnjem obdobju značilna predvsem velik interes za učinke množičnih medijev na individualno vedenje in preference ter uporaba kvantitativnih metod zbiranja in analize podatkov (v nasprotju z zanimanjem za širše družbene okoliščine množičnih medijev in javnega mnenja v »predinstitucionalnem« obdobju).

Institucionalizacija nove discipline je tako po svetu kot v Sloveniji in nekdanji Jugoslaviji (kjer je bila na pobudo Franceta Vrega poimenovana »komunikologija« (Vreg 1991) potekala tudi s postavljanjem disciplinarnih pregrad in z izključevanjem. Poimenovanje ter interdisciplinarno zasnovane izobraževalne in raziskovalne programe na področju novinarstva in komunikologije, ki jih je Vreg izoblikoval v Ljubljani, so skoraj v celoti prevzeli na univerzah v Beogradu, Sarajevu, Skopju in Zagrebu. Novi programi so sicer nastajali pretežno v navezavi na politične vede, le v Ljubljani tudi v navezavi na sociologijo v tedanji Visoki šoli za politične vede. Čeprav je v njej največji del socioloških raziskav potekal v centru za raziskovanje *javnega mnenja* in *množičnih komunikacij*, je bil predmet »sociologija javnega mnenja« (zasnoval ga je Bogdan Osolnik, pozneje pa izoblikoval France Vreg; glejte Osolnik 1965; Vreg 1991) z uvedbo novinarskega študija, na katerem je postal »matičen«, za vedno izločen iz programov sociologije in političnih ved ter potem preimenovan v »javno mnenje«. Sociologi in politologi so ovirali ustanovitev centra za raziskovanje družbenega komuni-

ranja, češ da je brez raziskovalnega potenciala, čeprav je Tomu Martelancu (poznejšemu prvemu predstojniku centra) leta 1972 uspelo pridobiti prvi mednarodni raziskovalni projekt na fakulteti (Martelanc idr. 1977).

Kljub vsem oviram se je raziskovanje komuniciranja in medijev skoraj povsod in tudi v Sloveniji v novejšem času razvijalo mnogo hitreje kot marsikatero drugo raziskovalno področje (Nordenstreng 2011). Novodobno ekspanzijo raziskovanja (digitalnih) medijev in komuniciranja v vseh družboslovnih, humanističnih in tudi naravoslovnih disciplinah je povzročil predvsem internet s svojo – doslej za komunikacijski medij nepredstavljivo – vsepovsodnostjo. Hkrati pa je raziskovanje komuniciranja in medijev postajalo disciplinarno vse bolj heterogeno in fragmentirano, kar odseva različne intelektualne izvore in cilje, spremembe medijske krajine (zlasti pojav televizije in interneta) ter njenega družbeno-kulturnega pomena. Zaradi konceptualnih in paradigmatskih razhajanj in naraščajočih specializacij področje še vedno in morda celo čedalje bolj pogreša svojo identiteto ter pri empiričnem raziskovanju pogosto izgublja normativno orientacijo (Splichal 2015b). Zdi se, da so v obdobju »velikih podatkov« (angl. *big data*) vélike teorije in vélika vprašanja na stranskem tiru.

Najrevolucionarnejša družbena sprememba, ki jo je povzročil internet, je »internetizacija« – prodiranje interneta v vse pore posameznikovega in kolektivnega življenja in delovanja – od zasebnega do javnega, v delovnem in prostem času, v proizvodnji in potrošnji, v ekonomiji in politiki (Golding in Splichal 2014). Podobno kot globalizacija, ki jo je Levitt (1983, 93) v eni najzgodnejših razprav o pojmu označil za neizogiben, od tehnologije gnan proces homogenizacije potreb in želja, ki briše razlike med nacionalnimi trgi in ustvarja globalne korporacije, je tudi pojem »internetizacija« – ki je neločljivo povezana z globalizacijo – izvirno nastal zato, da bi opozorili na velik vpliv interneta na obseg, velikost in pomen globalizacije ekonomije (Passaris 2006). Vendar sodobna vsepovsodnost interneta bistveno presega ekonomsko sfero in z vpletenostjo v prav vse družbene procese opozarja na doslej nepredstavljive družbene posledice nove informacijske in komunikacijske tehnologije. Internetizacija (lahko) reproducira, ohranja in (ali) spreminja oblike družbene organizacije, ki so razširjene v celotni družbeni strukturi.

Internet je danes »institucionalno tako močno vključen v delovanje družbe, da se je razblinil občutek o njegovi samostojnosti, njegovi ločenosti od tega, kako po navadi kaj počnemo« (Dahlgren 2009, 150). Brez interneta si sodobne družbe preprosto ni mogoče predstavljati in dejansko niti ne bi mogla obstajati. *Pri tem internetizacija ne prinaša samo koristi, ampak tudi vse več neenakosti, zlorab, vsiljene publicitete, odvisnosti in nadzora. Pod vprašaj postavlja legitimnost in učinkovitost distribucije družbene moči in novih oblik vladanja in – ne nazadnje – sam obstoj demokracije.* Na tako nevarnost vsaj posredno opozarja tudi odprto pismo nekaterih vodilnih strokovnjakov umetne inteligence z začetka leta 2015, ki posebno vlogo v reševanju teh problemov pripisujejo predvsem družboslovnim raziskovalcem (Bratko 2015). *Ti problemi ter njihovo znanstveno »reševanje« so neposredno povezani z usodnima Burawoyevima vprašalnicama, »za koga?« in »za kaj?«.*

Integralno novinarstvo, družbena kriza in kritična publiciteta

Integralno raziskovanje, ki sistematično vključuje (integrira) različne akterje in vrste znanja ter zlasti poudarja pomen refleksivnega znanja, je do določene mere – ne pa v celoti – raziskovalni ekvivalent integralnega novinarstva, kot ga je na začetku 20. stoletja opredelil

Gramsci (2000, 383): Integralno novinarstvo si – podobno kot *kritično* raziskovanje – prizadeva »ne samo zadovoljiti vse potrebe (določene kategorije) svoje javnosti, ampak tudi ustvariti in razvijati te potrebe, da bi prebudilo javnost in jo progresivno širilo«.

Med integralnim raziskovanjem in integralnim novinarstvom je torej pomembna razlika. Medtem ko je pri integralnem raziskovanju poudarek na *povezovanju* »akademičnih« in »zunajakademičnih« akterjev v celoto v raziskovalnem procesu, je pri integralnem novinarstvu (vsaj v Gramscijevi konceptualizaciji) poudarek na refleksivni publiciteti, namenjeni vključevanju državljanov, torej »javni« novinarski produkciji. Ideja integralnega raziskovanja je v temelju tako deskriptivna kot normativna: meri na nujnost povezovanja obstoječih načinov produkcije znanstvenih spoznanj, ki se med seboj sicer delno izključujejo (npr. kritična teorija nasproti administrativnemu empiričnemu raziskovanju), v veliki meri pa tudi prekrivajo in prepletajo in kot celota (torej vsi štirje tipi produkcije) konstituira posamezno znanstveno disciplino ali družbene vede v celoti. V znanosti je dominantni položaj po definiciji rezerviran za »profesionalno znanje« drugi tipi znanstvene produkcije pa so vedno (zgolj) dopolnilnega značaja; produkcija refleksivnega znanja je bila pogosto tudi povsem marginalizirana.

Ideja integralnega novinarstva pa je normativno-kritična: utemeljuje nujnost določene vrste novinarske produkcije, ker ja zanjo »že čas«, kot bi dejal Horkheimer, saj se različne vrste novinarske produkcije (glejte tabelo 2) izključujejo, ne pa dopolnjujejo. Tako kot v znanosti sicer tudi različne vrste novinarske produkcije niso specifične razvojne stopnje, pač pa lahko v različnih časovnih obdobjih hkrati obstajajo različni načini novinarske produkcije, pri čemer eden izmed njih – v sodobnosti nadzorovalna publiciteta – zaseda položaj dominantnega načina produkcije. Ključno vprašanje torej je, kateri način novinarske produkcije bi moral – ker to »zahtevajo« družbene okoliščine – zasedati dominantni položaj, in ne, kako povezati različne vrste novinarske produkcije, ker slednje pač ni mogoče. Za idejo integrativnega novinarstva mora dominantni položaj pripasti refleksivni publiciteti v razmerah, ki omogočajo realizacijo načela občega dostopa državljanov do medijev.

TABELA 2

Tipologija novinarske produkcije

Publiciteta	Naslovniki	
	potrošniki	državljeni
Instrumentalna	nadzorovalna	promocijska
Refleksivna	zagovorniška	javna

Normativnost ne izključuje, ampak – nasprotno – predpostavlja poznavanje in razumevanje zgodovinskih okoliščin in sprememb, ki jih te okoliščine omogočajo, spodbujajo ali zavirajo. Konceptualizacijo integralnega novinarstva, kot jo je razvil Gramsci, je treba povezati z dolgo tradicijo proučevanja vitalnih funkcij medijev in novinarstva za demokracijo, še zlasti z idejami Kanta (1784), Benthama (1791/2007), Marxa (1843/1974) in Deweja (1927/1999). Njihove ideje lahko strnemo v štiri univerzalne demokratične normativne postulate, da morajo mediji: (1) omogočati *formiranje javnosti* s poročanjem o družbenih dogajanjih s pomembnimi dolgoročnimi posledicami za državljane (Deweyjeva konceptualizacija javnosti); (2) spodbujati oblikovanje in izražanje *javnega mnenja* z zagotavljanjem državljskega dostopa do medijev (Kantovo načelo publicitete); (3) omogočati *nadzor* nad političnimi oblastmi z zagotavljanjem vidnosti njihovega delovanja (Benthamovo načelo

publicitete); (4) spodbujati oblikovanje *javne sfere* s kultiviranjem refleksivne publicitete in z mediacijo med vladajočimi in vladanimi, med predstavniki države in civilne družbe (tisk kot Marxov »tretji element« ob državi in civilni družbi).

Tako kot kritično, pa tudi integralno (družboslovno) raziskovanje, je tudi integralno novinarstvo sicer neločljivo povezano s politiko (in pogosto z njo v konfliktu), saj naj bi bilo osredinjeno na razvojna protislovja in konflikte v sodobnih družbah, ki pogosto izvirajo iz odtujenih življenjskih razmer posameznikov in družbenih skupin (Splichal 2008). A težave z integralnim novinarstvom so videti še večje od težav z integralnim raziskovanjem (družbenega komuniciranja).

Kaj sploh je novinarstvo? Kot meni Nerone (2015), je »žurnalizem ,izem'. Je celota zgodovinsko oblikovanih idej in norm, uporabljenih za osmisleitev in vzgajanje novičarskega okolja z identifikacijo praktikov in določanjem njihovih odgovornosti«. Zahtev »novinarstva« ne izpolnjuje vsako »novičarstvo«; vsi »novičarski delavci« niso »novinarji«; ne nazadnje pa so med njimi »dobri in slabi novinarji«.

Medtem ko so novice od vsega začetka razvoja človeške družbe obstajale vedno in povsod, se je novinarstvo kot posebna dejavnost oblikovalo šele v specifičnih družbenih razmerah (tj. z razvojem časopisov) in je tudi zgodovinsko specifično opredeljeno ter spremenljivo glede na specifične okoliščine (npr. z razvojem interneta). Na zgodovinsko določenost novinarskega poklica in težavnost opredelitve »poklicnih komunikatorjev« je opozarjala že »MacBridova« komisija, katere član je bil tudi Bogdan Osolnik (MacBride 1980, 227):

Dokler je bilo komuniciranje razumljeno le kot prenos informacij v običajnem pomenu besede in zlasti kot razširjanje novic, so se v ceh poklicnih komunikatorjev uvrščali predvsem tisti, ki proizvajajo novice – novinarji, uredniki, poročevalci. Danes ni več tako.

Še več: v sedANJI digitalni dobi ne le ni jasnega odgovora na vprašanje, kdo so »poklicni komunikatorji«, ampak »poklicni komunikatorji« tudi niso več edini proizvajalci medijskih vsebin. Medtem ko je bilo v »starih medijih« (tisku, na radiu, televiziji) videti, da obstaja jasna meja med (poklicnimi) komunikacijskimi proizvajalci in (pasivnimi) potrošniki (kupci), so sodobni digitalni mediji močno zameglili mejo med proizvodnjo in uporabo medijskih vsebin.

Ne glede na težave z opredeljevanjem novinarskega poklica oz. poklicev pa sta Bura-woyevi vprašanji »za koga?« in »za kaj?« enako kot za (družboslovno) raziskovanje relevantni tudi za novinarstvo, saj v ospredje ne postavljata akterja (»kdo?«), ampak smoter komunikativnega oz. raziskovalnega delovanja, in je torej razprava o tem, kdo je novinar oz. »poklicni komunikator«, tu drugotnega pomena. Podobno kot že Dewey (1927/1999) je na nujnost transformacije novinarstva, ki naj bo namenjeno državljanom, ne pa pasivnim občinstvom (»za koga?«), in spodbujanju aktivnega državljanstva, ne pa »mobilizaciji« in »potrošništvu« (»za kaj?«), izrecno opozorila MacBridova komisija (MacBride 1980, 200):

Treba je premisliti naše komunikacijske sisteme in prakse. Ali ni skupni cilj preseči enosmerno komunikacijo, ki vse prepogosto vodi v politično indoktrinacijo, nebrzdano potrošništvo in zapovedane vzorce družbenega vedenja? Da bi ga dosegli, se ljudje poskušajo izogniti vertikalni hierarhiji oddajanja in sprejemanja ter prenehati prakso »mobiliziranja« državljanov kot objektov. Vedno bo obstajala potreba po novicah iz zanesljivih in dobro obveščenih virov. Toda če bi ta enosmerni tok prenehal prevladovati kot skoraj edini vzorec in bi se kombiniral s horizontalnimi oblikami distribucije informacij, bi komuniciranje lahko

postalo bolj humano in demokratičnejše, javnost pa bi se otesla pasivnosti in postajala aktivna družbena sila. Težave, s katerimi se soočajo sodobne družbe, so vedno kompleksnejše; njihovo reševanje zahteva državljane z veliko znanja in razumevanja. Če želimo uresničiti določbe Splošne deklaracije o človekovih pravicah ter Mednarodnega pakta o državljanskih in političnih pravicah, ki proglašajo pravico državljanov, da sodelujejo v javnih zadevah, je ključnega pomena spodbujanje preoblikovanja pasivnih občinstev, ki jih obvladujejo vladajoče sile in mediji, v pravo skupnost, ki ji je skupen sistem vrednot in se oblikuje v združevalnih prizadevanjih, v javnostih, ki so veliko več kot pasivni družbeni opazovalci in priče predstav nekoga drugega.

Kritični premislek, ki ga je zahtevala MacBridova komisija, zadeva tako preoblikovanje medijev in novinarstva, da bodo državljanom omogočali »sodelovati v javnih zadevah«, ne pa le »pasivno opazovati predstave drugih«, kar je bila po mnenju MacBridove komisije tedaj – in je po mojem mnenju tudi danes – prevladujoča praksa. V praksi v zadnjih desetletjih lahko spremljamo poglobljanje krize novinarstva, ne pa približevanje »skupnemu cilju«, kot ga je formulirala MacBridova komisija. Tako Blumler (2012, xv) ugotavlja, da se novinarstvo v 21. stoletju sooča z dvojno krizo: na eni strani s krizo možnosti (predvsem finančnega) preživetja novinarskih organizacij, na drugi strani s »krizo državljanske primernosti, ki siromaši prispevke novinarstva k državljanstvu in demokraciji«. Novinarstvo ostaja pretežno instrumentalno – bodisi neposredno instrumentalno (nadzorovalno, podrejeno logiki profita) bodisi posredno instrumentalno (promocijska publiciteta), medtem ko je refleksivno delovanje marginalizirano. Habermas (2015) v zaključku svoje analize, »zakaj je grška politika Angele Merkel zabloda«, opozarja na soodgovornost sodobnega prevladujočega novinarstva in medijev za evropski in globalni demokratični primanjkljaj: »K postdemokratičnemu uspavanju javnosti prispeva tudi preoblikovanje tiska v nadzorovalno novinarstvo, ki z roko v roki s političnim razredom skrbi za dobro počutje potrošnikov.«

Nadzorovalno novinarstvo, kot ga kritično imenuje Habermas (včasih tudi »konstruktivno« ali »terapevtsko« novinarstvo), ne vznemirja javnosti; prinaša predvsem »pozitivne« novice, usmerjene v »iskanje rešitev«, in se izogiba novicam o negativnih in konfliktnih dogodkih, ki vznemirjajo potrošnike. Pomembna torej ni skrb za aktivno državljanstvo, ampak za aktivno potrošništvo. Nemško novinarstvo kajpak ni izjema. Ko je na primer slovenski finančni minister Dušan Mramor decembra 2014 sporočil, da se je vladi uspelo dogovoriti s sindikati glede plač in da zato protestov sindikatov javnega sektorja ne bo, ni skrival zadovoljstva, »ker dogovor omogoča določen mir. *Ta mir pred novim letom, pred božičem, pred Miklavžem seveda pomeni večjo porabo in zato tudi večjo gospodarsko rast*« (MMC RTV SLO 2014), večja decembrska poraba, ki bi jo sicer ogrozilo poročanje o sindikalnih protestih in stavkah, pa naj bi nadomestila del proračunskega primanjkljaja zaradi ohranitve ravni plač, ki jo je uspelo doseči sindikatom. Novinarji naj bi torej skrbeli za okoliščine, ki spodbujajo potrošnjo, ne pa za aktivno državljanstvo, ki »ogroža mir«, v katerem se edino lahko bohoti potrošništvo.

Tako razumevanje (nalog) novinarstva in medijev neposredno ogroža njihove vitalne funkcije za demokracijo, tako kot tovrstno novinarstvo samo neposredno ogroža demokracijo. »Konstruktivno novinarstvo«, ki naj bi objavljalo predvsem »pozitivne« novice in zgodbe, usmerjene v iskanje rešitev, ne pa »negativnih«, ki kažejo družbene konflikte, je le posebna vrsta na potrošnike usmerjenega instrumentalnega novinarstva, podobna načelu maksimiranja dobička neposredno podrejenemu »rumenemu tisku«. Blagorečna poimenovanja, kot so »konstruktivno«, »pozitivno«, »inovacijsko« ... novinarstvo, so s poudarjanjem

določene specifične značilnosti namenjena prej prikrivanju kot pa označevanju bistvenega – namreč instrumentalne terapevtske narave novinarstva, ki legitimira kapitalistični družbeni *status quo*.

IZJAVA O KONFLIKTU INTERESOV

Avtor ne poroča o potencialnem konfliktu interesov.

OPOMBA

1. Pod vodstvom Paula Lazarsfelda se je projekt začel izvajati leta 1937 na univerzi v Princetonu, pozneje pa se je skupaj z raziskovalci preselil v New York na Bureau of Applied Social Research pri Univerzi Columbia.

LITERATURA

- Adorno, Theodor. 1945. "A Social Critique of Radio Music." *Kenyon Review* 7 (2): 208–217.
- Adorno, Theodor. 1969. "Scientific Experiences of a European Scholar in America." V: *The Intellectual Migration: Europe and America, 1930-1960*, uredila D. Fleming in B. Bailyn, 338–370. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bentham, Jeremy. 1791/2007. "O javnosti." V: *Komunikološka hrestomatija 3: Teorije javnega mnenja*, uredil Slavko Splichal, 7–20. Ljubljana: FDV.
- Blumler, Jay. 2012. "Foreword: The Two-legged Crisis of Journalism." V: *The Future of Journalism*, uredil Bob Franklin, xv–xvii. London: Routledge.
- Bratko, Ivan. 2015. Kako lahko umetna inteligenca prevzame oblast? Posvet »Krasni novi digitalni svet? Umetna inteligenca, internetizacija in novi družbeni red«. Ljubljana: SAZU, 2. junij.
- Burawoy, Michael. 2007. "Open the Social Sciences: To Whom and for What?" *Portuguese Journal of Social Sciences* 6 (3): 137–146.
- Dahlgren, Peter. 2009. *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Dewey, John. 1927/1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: FDV.
- Durkheim, Emile, in Gabriel Tarde. 2008. "The Debate between Tarde and Durkheim." Uredil Eduardo V. Vargas idr. *Environment and Planning D: Society and Space* 26: 761–777.
- Farrell, Henry. 2013. *The Coburn Amendment Aftermath*. 22. marec. <http://themonkeycage.org/2013/03/the-coburn-amendment-aftermath/>
- Golding, Peter, in Slavko Splichal, ur. 2014. *Media in Europe: New Questions for Research and Policy*. Strasbourg: ESF.
- Gramsci, Antonio. 2000. *The Antonio Gramsci Reader: Selected Writings, 1916–1935*. Uredil David Forgacs; uvod Eric J. Hobsbawm. New York: New York University Press.
- Habermas, Jürgen. 2015. "Warum Merckels Griechenland-Politik ein Fehler ist." <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/europa-sand-im-getriebe-1>
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich. 1821/2001. *Philosophy of Right*. Prevedel S. W. Dyde. Kitchener, Ontario: Batoche Books.
- Horkheimer, Max. 1976. *Tradicionalna i kritička teorija*. Beograd: BIGZ.
- Kant, Immanuel. 1784. "Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?" *Berlinische Monatsschrift*, 12. december 1784: 481–494.
- Knies, Karl. 1853/1883. *Die politische Oeconomie von Standpunkt der geschichtlichen Methode*.

- Braunschweig: C. A. Schwetschke.
- Lang, Kurt, in Gladys E. Lang. 1983. "The 'New' Rhetoric of Mass Communication Research: A Longer View." *Journal of Communication* 33 (3): 128–140.
- Levitt, Theodore. 1983. The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*, maj/junij: 92–102.
- Lippmann, Walter. 1920/1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: FDV.
- MacBride, Sean, ur. 1980/2004. *Many Voices, One World. Communication and Society Today and Tomorrow*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Martelanc, Tomo, Slavko Splichal, Breda Pavlič, Anuška Ferligoj, Vladimir Batagelj in Mojca Drčar Murko. 1977. *External Radio Broadcasting and International Understanding: Broadcasting to Yugoslavia* (Reports and Papers on Mass Communication, št. 81). Pariz: UNESCO.
- Marx, Karl. 1843/1974. "Rechtfertigung des ++-- Korrespondenten von der Mosel." V: *Marx–Engels Werke*, vol. 1, 189, 190. Berlin: Dietz Verlag.
- MMC RTV SLO. 2014. *Pogajalci parafirali dogovor. Protest v sredo odpade*. 1. december. <http://www.rtv slo.si/slovenija/pogajalci-parafirali-dogovor-protest-v-sredo-odpade/352443>
- Nerone, John. 2015. "Journalism's Crisis of Hegemony." *Javnost—The Public* 22 (4): 313–327.
- Nordenstreng, Kaarle. 2011. "Lost in Abundance? Reflections on Disciplinary." V: *Making the University Matter*, uredila Barbie Zelizer, 194–205. New York: Routledge.
- Osolnik, Bogdan. 1965. *Javno mnenje*, 1. del. Ljubljana: Visoka šola za politične vede.
- Passaris, Constantine E. 2006. "The Business of Globalization and the Globalization of Business." *Journal of Comparative International Management* 9 (1). <http://journals.hil.unb.ca/index.php/jcim/article/view/5666/10661>
- Plato. 360 pr. n. št./1901. *The Republic of Plato*. Prevedel B. Jowett. <http://classics.mit.edu/Plato/republic.html>
- Splichal, Slavko. 2008. "Why Be Critical?" *Communication, Culture & Critique* 1 (1): 20–30.
- Splichal, Slavko. 2015a. "Legacy of Elisabeth Noelle-Neumann: The Spiral of Silence and other Controversies." *European Journal of Communication* 30 (3): 353–363.
- Splichal, Slavko. 2015b. "O (re)konceptualizacijah v raziskovanju komuniciranja." *Časopis za kritiko znanosti* 259: 19–32.
- Splichal, Slavko, in Peter Dahlgren. 2014. "Media Research Paradigms: Conceptual Distinctions, Continuing Divisions." V: *The International Encyclopedia of Media Studies: Research Methods in Media Studies*, vol. 7, uredila Fabienne Darling-Wolf, 39–64. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Tönnies, Ferdinand. 1922/1998. *Kritika javnega mnenja*. Ljubljana: FDV.
- Vreg, France. 1991. "Trideset let komunikacijske znanosti na Slovenskem." *Teorija in praksa* 28 (8–9): 1018–1024.
- Wallerstein, Immanuel, ur. 1996. *Open the Social Sciences. Report of the Gulbenkian Commission on the Restructuring of the Social Sciences*. Stanford: Stanford University Press.

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