

MNOŽIČNI MEDIJI MED POBLAGOVLJENO POLITIKO IN SLUŽENJEM JAVNOSTI

Na rob aktualnim razpravam o novem zakonu o RTV Slovenija

Povzetek. Članek obravnava specifične značilnosti in probleme regulacije medijev kot javne službe in jih povezuje s temeljnimi, predvsem komunikacijskimi pravicami človeka in državljana. Ideja javne radiotelevizije oz. javnih medijev sploh postavlja v ospredje ideal kulturno in duhovno razsvetljene družbe, v kateri kulturno in duhovno bogastvo ni zvedeno na individualno materialno bogastvo. Da bi ohranili javni značaj in javno odgovornost medijev, je treba zagotoviti sodelovanje civilnodružbenih akterjev pri odločitvah, ki jih sprejemajo javni komunikacijski zavodi, in o njih – sicer so mediji v nevarnosti, da bodo podrejeni političnim oblastem in/ali komercialnim pritiskom.

Ključni pojmi: množični mediji, javna služba, civilna družba, javnost, RTV Slovenija.

Po osemdesetih letih razvoja od prvih začetkov v Veliki Britaniji je javna radiotelevizija v Evropi v turbulentnem stanju, če ne že kar v krizi. Razvoj javne RTV je dosegel zenit v Zahodni Evropi v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je bila ideja komunikacijske blaginje tudi v svetu močno navzoča, kot dobro kaže znamenito poročilo MacBridove komisije (MacBride, 1980/2005), toda prizadevanja za omejevanje moči nacionalnih medijskih monopolov in vpliva države ob hitrih tehnoloških spremembah (digitalizacija) so sprožila nasprotno »deregulacijske« pritiske, ki tako kot na nekaterih drugih infrastrukturnih področjih tudi na področju radiodifuzije v procesih globalizacije poskušajo omejiti javni sektor. Na medijskem in posebej radiodifuznem trgu je prišlo do dramatičnih sprememb, ki so sprožile krizo identitete in legitimnosti javne radiotelevizije; z njimi se je vnovič odprlo vprašanje o pomenu in potrebnosti javne službe na področju radiodifuzije. Medijske politike postavljajo *ekonomske* cilje pred *socialno in politično blaginjo* in so usmerjene predvsem na vprašanja konkurenčnosti, tehnološke inovativnosti, transparentnosti lastništva in nadzora ter pravic potrošnikov. Regulatorji na evropski in nacionalni ravni ne nasprotujejo *komercializaciji* in *poblagovljenju* medijev ali ju celo podpirajo, ker naj bi prispevala k hitrejši splošni ekonomski in tehnološki rasti ter učinkovitejšemu zadovoljevanju potreb medijskih potrošnikov (Ostergaard, 1998; Jakubowicz, 2003).

Skladno s tem se spreminja tudi odnos do javne radiotelevizije. Za novodobni *politični kapitalizem*, iz katerega raste tudi Evropa političnih in gospodarskih elit, videti podpora javnim medijem predvsem ekonomsko neutemeljena, ker omejuje svobodo zasebne lastnine in neposredno ali posredno bremeni državni proračun.

* Dr. Slavko Splichal, redni profesor na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

K dramatičnosti sprememb na področju radiodifuzije so dodatno prispevale spremembe v nekdanjih socialističnih državah, v katerih se je po letu 1990 začel boj za politični in ekonomski prevzem nekdanjih državnih radijskih in televizijskih postaj. V tem delu Evrope ta faza razvoja očitno še ni končana in tudi Slovenija pri tem ni izjema. Če v zahodni različici političnega kapitalizma kapital kroji politiko in prevzema nadzor nad mediji, je za postsocialistično različico značilno, da politična oblast svojo politično moč uporablja (zlorablja) za akumuliranje kapitala in nadzorovanje javnih institucij. V obeh primerih je avtonomija javne radiotelevizije ogrožena.

Sodobne teoretske ali zgolj ideološke kritike javne radiotelevizije ter praktični poskusi njene privatizacije ali – redkeje (npr. v Sloveniji) – poddržavljenja praviloma spregledujejo racionalne temelje javne službe na področju množičnih medijev ter njeno tesno povezanost s človekovimi pravicami. Čas racionalizma in razsvetljenstva ni uveljavil le človekove pravice do svobodnega mišljenja in izražanja, ki kot pravica in dolžnost vsakega državljana konstituirata Kantovo »javno rabo uma«, ampak je prinesel tudi praktično oblikovanje – in ne le teoretsko zamisel – civilne družbe in javnosti, ki sta postala ključna elementa v konceptualizacijah in praktičnem konstituiranju demokracije. Naj sta »civilna družba« in »javnost« tako v teoriji kot v praksi še tako kontroverzni, brez njiju preprosto ni mogoče misliti razvoja (zahodne) civilizacije od konca 18. stoletja naprej.

Z razvojem množičnih medijev državljanji pravice do svobodnega izražanja, ki jo je uveljavilo razsvetljenstvo kot individualno pravico, ne morejo več uveljavljati v polnem obsegu brez sodelovanja drugih državljanov in medijev. Da lahko svoje mnenje javno izrazim, moram imeti dostop do kompleksnih in zelo dragih komunikacijskih sredstev, ki so lahko v zasebni, državni ali javni lasti; ta dostop pa je vse pogosteje omejevan in omogočen le privilegiranim posameznikom in skupinam. »Svoboda tiska« je bila izvorno opredeljena kot svoboda tiskanja, torej kot posameznikova pravica, da tiska. Z razvojem tiska se je pravica zlagoma korporativizirala in danes je svoboda tiska pogosto zmotno razumljena in uzakonjena kot svoboda novinarjev in urednikov ali pa celo kot svoboda lastnikov medijev. Če postane svoboda tiska v celoti podrejena lastninski svobodi (državnemu ali zasebnemu kapitalu), potem v strogem smislu ni nikakršnega razloga več, da bi bila sploh še ustavno varovana, saj v tem primeru ne gre več za pravice in svoboščine državljanov (ki uživajo ustavno varstvo), pač pa za posebno pravico podjetij (ki ne morejo uživati posebnega ustavnega varstva). Zato je izjemnega pomena, da demokratična država zagotavlja obstoj in razvoj t. i. skupnostnih medijev (community media) in še zlasti javnih medijev (public service media), katerih delovanje mora temeljiti na človekovi pravici do svobodnega izražanja. Le v tem primeru so to mediji, ki so »od javnosti in za javnost«, in zato eden od temeljev demokracije, kot pravi Unescova definicija javne radiotelevizije:

Javna radiotelevizija (Public Service Broadcasting) je ustvarjena za javnost, ki jo tudi financira in nadzoruje. Ni ne v lasti kapitala ne države in je svobodna od političnega vmešavanja in komercialnih pritiskov. S pomočjo javne RTV se državljanji informirajo, izražajo in tudi zabavajo. Če jav-

na RTV zagotavlja pluralizem, programsko raznovrstnost, uredniško neodvisnost, odgovornost in transparentnost, lahko služi kot temeljni kamen demokracije (<http://unescodelhi.nic.in/ci/ci_com/prog_body.htm>).

Razlikovanje med »zasebnim« in »javnim« je konstitutivno za življenje v sodobnih kompleksnih družbah ter izrazito kulturno in zgodovinsko določeno. Sodobno razlikovanje je tesno povezano z razsvetljenstvom, vzponom civilne (meščanske) družbe, tržno ekonomijo in političnim predstavnštvom (demokracijo). V tem okviru se je izoblikovala tudi ideja javne službe, ki je tesno povezana s človekovimi pravicami in je zgodovinsko utemeljena na idejah razsvetljenstva in racionalizma, čeprav se je začela udejanjati šele v drugi polovici 19. stoletja (najprej z dobavo vode in plina v mestih, kasneje z električno energijo in zdravstveno oskrbo).

Na področju komuniciranja je »javno službo« treba razumeti v najtesnejši povezavi z idejo javnosti kot načela, ki posreduje med politiko in pravom ter zagotavlja pravičnost, kot ga je razumel Kant v svojem »transcendentalnem načelu javnega prava« – da so namreč vsa dejanja, ki se nanašajo na pravico drugih ljudi in se njih vodilo ne sklada s publiciteto, napačna (1795/1937: 94) – in s tem pomembno vplival vsaj na evropske razprave o tisku in svobodi tiska v 19. in 20. stoletju. Prve ideje o »javnih medijih«, ki naj bi bili osvobojeni tako politične cenzure kot podjetniških oz. lastninskih pritiskov, najdemo že v Marxovih razpravah o svobodi tiska sredi 19. stoletja; ob koncu 19. stoletja se podobne ideje pojavijo v Združenih državah in od tam jih je v začetku 20. stoletja prevzel tudi Ferdinand Tönnies. Tako je Tönnies zagovarjal idejo, naj bi »v vsakem mestu najbolj razgledani in izobraženi možje ustanovili popolnoma neodvisen dnevni časopis«, v katerem bi imele vse uveljavljene politične stranke možnost predstavljati svoje poglede in ki bi bil neodvisen od oglaševalcev; v takem časopisu bi »glasovi ljudstva našli neposreden izraz« (Tönnies, 1922: 575). Podobno (neuspešno) je v istem času Edward C. Hayes v ZDA predlagal, naj bi uzakonili dolžnost časopisov, da dajo enako količino prostora vsaki od štirih najmočnejših strank na zadnjih volitvah (Wilson, 1962: 81). To, kar v praksi ni uspelo pri časopisih, je uspelo pri radiu in kasneje televiziji, vsaj v Evropi. Ko je leta 1926 potekla prva štiriletna licenca Marconijevi zasebni radijski mreži British Broadcasting Company, je britanski parlament sprejel zakon o njeni nacionalizaciji in preimenovanju v British Broadcasting Corporation ter ji podelil prvo desetletno koncesijo. Koncesija naj bi zagotovila korporaciji, ki sta jo vodila svet guvernerjev (Board of Governors) in od sveta imenovani generalni direktor – prvi je bil znameniti John Reith –, neodvisnost od državne oblasti in dobičkonosnih motivov. BBC je tako postala zgled javnopravne regulacije radia in kasneje televizije ne le v Evropi, ampak v večjem delu sveta – z izjemo Združenih držav.

Med javno službo in javnostjo

Ideje javne službe, ki jih že zgodaj srečamo med kritičnimi proučevalci tiska in jih je na področju medijev prvič uzakonil britanski parlament, so – samo na prvi pogled presenetljivo – zagovarjali že utemeljitelji siceršnjega nevmešavanja države v ekonomijo in zasebno lastnino. John Stuart Mill, eden izmed najzlahotnejših in

najbolj strastnih zagovornikov človekove individualne svobode in načela nevmešavanja države v svobodno podjetništvo, je v sklepu pete knjige *Načel politične ekonomije* opozarjal, da je treba »javne službe«, ki jih organizira država, opravljati ne samo na tistih področjih, kjer posamezniki zanje ne kažejo zanimanja, ker niso (dovolj) donosne, ampak tudi tam, kjer delovanja v prid skupnega dobrega ni mogoče financirati na temelju individualnega povpraševanja, ker splošnega interesa ni mogoče zvesti na seštevek posamičnih interesov. Ni dvoma, da so na primer znanstvena odkritja in razvoj znanosti največ prispevali k skupnemu dobremu vsega človeštva, pa vendar bi bilo naivno pričakovati, da je mogoče temeljne raziskave financirati prek povpraševanja na »trgu znanstvenih storitev«, saj posamezniki za razvoj znanosti niso posebej zainteresirani in niti nimajo zadostnih sredstev za (finančno) zahtevne raziskovalne projekte, kot je poudarjal Mill.

Med področji, na katerih ne more veljati splošno načelo »nevmešavanja« in mora – ne le sme – država intervenirati, je Mill posebej poudarjal tudi pomen izobraževanja. Mill je nasprotoval zahtevi, naj tako kot za vsako podjetniško dejavnost tudi za izobraževanje velja, da je najboljši dokaz njegove kakovosti skladnost s potrebami in željami uporabnikov. Tako prepričanje je primerjal z zahtevo, naj bi bolnik sam izbral zdravilo brez vsakega zdravnikovega priporočila ali navodila. Kar zdravstvo počne za telo, to izobraževanje počne za duha: ne v enem ne v drugem primeru pa izbira ne more biti prepuščena spontanemu odločanju posameznikov, saj za to, da bi izbirali sebi v korist, večinoma nimajo dovolj znanja. Če velja, da zna vsak rokodelec najbolje izbrati primerna sredstva za svoje delo, ne velja hkrati, da lahko vsak kupec najbolj merodajno presoja kakovost dobrine, ki jo kupi. Večina posameznikov bi se tako lahko celo odločila, da sploh ne bo povpraševala na trgu znanja.

A ker je izobraževanje nasploh pogoj človekove neodvisnosti – kot »pomoč za delovanje brez pomoči« – je treba vsakega posameznika prepričati v nujnost izobraževanja. Izobraževanje je za Milla eno tistih področij, kjer povpraševanje po njem na trgu ni ustrezen izkaz njegove uporabnosti predvsem iz dveh razlogov: 1. ker izobraževanje ne sme biti podrejeno trenutnim nagnjenjem in potrebam; 2. ker je povpraševanje po znanju najmanjše med tistimi, ki bi ga najbolj potrebovali.

Mill nujnost »vmešavanja« države v izobraževanje ni utemeljeval le z nezadostnim znanjem potencialnih uporabnikov, ampak tudi s tem, da je izobraževanje splošna dobrina, tudi če ga mnogi posamezniki neposredno niso deležni. Namreč: čeprav izobraževalni sistem zagotavlja najkakovostnejšo izobrazbo le manjšini, s tem »vzdržuje nepretrgano nasledstvo najboljših mislecev, ki spodbujajo razvoj znanja in civilizacije nasploh«, kar je dragoceno za celotno prebivalstvo. In ker raznovrstne oblike izobraževanja po Millovem prepričanju ne bodo nikoli tako množično razširjene, da bi lahko organizatorjem (podjetnikom) z dobičkom povrnilo vložena sredstva, je prav, da jih plačuje skupnost kot celota. »Pri izobraževanju je ključna točka razprave naslednja: Nedvomno šolanje, ki je tako oddaljeno v prihodnost, da se ljudje ne morejo prepričati v njegovo koristnost, zanje ni vredno nič več, kot če ga sploh ne bi bilo« (Mill, 1847).

Podobno kot je Mill pred skoraj dvema stoletjema ugotavljal za znanost in izobraževanje, da njuna dejanska (splošna družbena) koristnost ni merljiva z indivi-

dualnim povpraševanjem na trgu, ideja javne radiotelevizije oz. javnih medijev sploh postavlja v ospredje ideal *kulturno in duhovno razsvetljene družbe*, v kateri kulturno in duhovno bogastvo ni zvedeno na individualno materialno bogastvo. Izobraževalne vsebine in vsebine, ki obravnavajo javne zadeve, spodbujajo prizadevanja za razvoj demokracije, česar prav gotovo ne zagotavlja prepuščanje medijev »dereguliranemu trgu«, za kar se zavzema sodobni ekonomistični liberalizem (v nasprotju s klasiki, kot je bil Mill). Javna RTV temelji na načelih univerzalnosti dostopa, raznovrstnosti programov, zadovoljevanja potreb manjšin in deprivilegiranih skupin, spodbujanja informiranega volilnega telesa ter dvigovanja kulturne in izobrazbene ravni.

Javnost v negativni opredelitvi pojmuje kot nasprotje zasebnosti in tajnosti: torej je javno tisto, kar ni bodisi zasebno bodisi tajno. V demokratičnih družbah je videti, da so zahteve po transparentnosti delovanja, odprtosti institucij in dostopnosti informacij v političnem življenju deležne tako rekoč soglasne podpore in da je njihovo uresničevanje povsem neproblematično, pa čeprav razlogi, zaradi katerih naj bi bilo načelo javnosti moralno in pravno superiorno nad varovanjem tajnosti, niso samoumevni. Nasprotno se zdi, da uveljavljanje zahteve po javnosti nasproti pravici do zasebnosti povzroča mnogo več dilem in sporov, zlasti ko gre v nekem konkretnem primeru za vprašanje določitve meje med dosegom javnega nadzora in pravice vedeti ter nedotakljivim območjem uživanja človekove pravice do zasebnosti.

Vendar je videz varljiv. Tako kot v obdobju racionalizma in razsvetljenstva, ko se je bil boj za odpravo cenzure, je tudi danes načelo javnosti še vedno bolj ogroženo zaradi varovanja tajnosti (torej prikrivanja informacij in cenzure iz političnih, vojaških in komercialnih razlogov) kot pa zaradi varovanja zasebnosti. Paradoksalno je, da je v imenu pravice javnosti, da je obveščena, več pozornosti namenjene omejevanju človekove pravice do zasebnosti kot pa omejevanju tajnega delovanja državnih institucij in gospodarskih družb. Z vidika varovanja zasebnosti in tajnosti je problem videti predvsem pravne narave, a dejansko je problem javnosti prvovrstno filozofsko-etično in komunikacijsko-teoretsko, seveda pa tudi eminentno praktično politično vprašanje demokratičnih družb zlasti v tistih razsežnostih, ki zadevajo dostop državljanov do sodobnih komunikacijskih sredstev, deprivilegirane družbene skupine ter dvig (politično)kulturne in splošne izobrazbene ravni prebivalstva, to pa so hkrati natančno tiste razsežnosti, s katerimi so opredeljene funkcije javnih medijev.

Razlogi in pasti regulacije

Ko govorimo o javni radioteleviziji, torej ne gre za *kakršnokoli* »državno vmešavanje«, ki naj zagotovi državljanom določeno vrsto storitev, po katerih posamezniki učinkovito ne povprašujejo v zadostni meri, da bi jih lahko prepustili trgu. Javni mediji bi morali v največji možni meri prispevati k realizaciji človekove pravice do svobodnega izražanja. Delovanje medijev ne razširja samoumevno človekove individualne pravice do svobodnega izražanja, s čimer mediji postajajo temelj demokracije, ampak je v lahko tudi njena omejitev, ker omogoča nastajanje privilegijev.

Obstaja namreč bistvena razlika med osebno svobodo izražanja, ki jo vsak posameznik lahko uresničuje povsem individualno (ko govori, piše, »tiska« letake ali komunicira prek interneta) in mu je osebno tudi zagotovljena, ter svobodo izražanja, ki jo posameznik lahko uresničuje samo v sodelovanju z drugimi in v odvisnosti od njih (npr. s tiskom, radiom, televizijo) in mu ne pripada osebno. Kot poudarja nemški ustavni sodnik Wolfgang Hoffmann-Riem (1984), je v drugem primeru nujno treba zakonsko določiti pravila dostopa do medijev ter njihove naloge in odgovornost v odnosu do javnosti, da bi svobodo medijev lahko interpretirali kot razširitev človekovih pravic; v nasprotnem primeru ni več nikakršnega razloga, da bi svoboda tiska uživala ustavno varstvo kot posebna *človekova pravica*. Zaradi tega tudi je delovanje množičnih medijev tako kot vseh drugih pomembnih kulturnih, političnih in ekonomskih institucij podvrženo zakonski regulaciji.

Da demokratizacija komuniciranja in medijev nujno zadeva tudi ali predvsem njihovo *regulacijo*, danes ni več sporno ne v administrativno-političnih ne v akademskih razpravah. Razlogi za regulacijo so številni. Množični mediji pomembno prispevajo k družbeni integraciji, obenem pa so za večino ljudi najpomembnejši vir informacij, socializacije in razvedrila. Hkrati jih močne družbene skupine uporabljajo kot učinkovito sredstvo prepričevanja in propagande. Vloga medijev v razvoju demokracije je tako pomembna, da mnogi avtorji utemeljeno poudarjajo nujnost vnovičnega premisleka o načelu svobode tiska z vidika dejanskega delovanja medijev in v luči prepričanja, da je demokratični politični sistem preveč pomemben, da bi ga smeli žrtvovati za medije, ki služijo le še razvedrilu kupcev in/ali dobičku lastnikov. Komercialno utemeljena svoboda izražanja in v tem okviru razumljena svoboda tiska, ki je v bistvu utemeljena v lastninski pravici, se namreč ne moreta upravičevati z ustavnim varstvom človekovih in državljskih pravic.

Ključni problem medijske regulacije je v tem, da posega v številne interese konkurenčnih nosilcev družbene moči. Najti nekakšno ravnotežje med pogosto izključujočimi se interesi močno različnih akterjev – kot so na primer medijski lastniki, ki jim mediji služijo kot sredstvo maksimiranja dobička, oglaševalci, politične in oblastne institucije ter civilnodružbene skupine – je temeljni problem regulacije, ki zaradi tega nujno sproža tudi konflikte nasploh in še zlasti v procesih (re)regulacije.

V večini kapitalističnih družb obstaja najostrejši konflikt med zagovorniki svobodnega trga in primata zasebne lastnine kot najustrežnejšega regulacijskega mehanizma ter zahtevami po organizaciji medijev kot javne službe. Fowler in Brenner na primer dokazujeta, da je trg najboljši regulator radiotelevizije, ker povsem zadošča načelom svobodnega iskanja informacij in izražanja, kajti »tisti, ki govorijo popularno in sprejemljivo, nimajo razloga za strah, da jih bo večina obsojala. Samo besede in ideje, ki vznemirjajo in šokirajo, rabijo posebno pomoč ustavnega varstva« (1983: 667). Z drugimi besedami, »svobodni« trg zanesljivo poskrbi, da so izločeni vsi neprijetni in nadležni glasovi.

Bistveni problem tržne regulacije je v tem, da je diskriminacijska do vseh tistih (in to je lahko celo večina) posameznikov in skupin, ki imajo relativno nizko kupno moč. Za obstoj javnosti je v tradicionalnih demokracijah nevarnost podreditve medijev komercialnim interesom videti hujša od političnih pritiskov: prihaja iz sveta velikih gospodarskih korporacij, ki si hočejo v prizadevanjih za čim večji profit

kot učinkovito sredstvo podrediti množične medije. Ti pritiski imajo za posledico tako oblikovanje medijskih vsebin, da: 1. je skladno z interesi oglaševalcev (ne pa občinstev), 2. zagotavlja čim večje naklade, poslušanost in gledanost ter s tem profit (ne glede na družbene funkcije in odgovornost medijev), 3. »dobavlja« soglasje javnosti za korporacijske odločitve, ki so dejansko na škodo večine državljanov (kar je pomembna naloga t. i. »spin doktorjev« v komuniciranju z javnostmi).¹

Ključni problem tržne regulacije je, do človekovo osebno pravico do svobodnega izražanja podreja lastninski pravici: lastnik komunikacijskih sredstev (časopisa, radijske ali televizijske postaje) ima s tem, torej kot lastnik, pravico nadzorovati tudi vsebino. Zakaj bi zasebni lastnik s svojimi komunikacijskimi sredstvi raje skrbel za javno dobro kot zasebni dobiček, če bi bila to samo njegova moralna dolžnost, vendar pa take dolžnosti nimajo lastniki drugih produkcijskih sredstev? Zakaj bi celo spodbujal objavo manjšinskih mnenj in pogledov, kot so zahtevali razsvetljenski avtorji, če bi to ogrožalo njegov dobiček? Odgovor je seveda preprost, kot sta pokazala Fowler in Brenner – noben lastnik tega sploh ne bi storil. Jan van Cuienburg je v empirični raziskavi dokazal, do so »medijski trgi mnogo boljši v odražanju večinskih državljskih interesov in preferenc potrošnikov kot pa v enaki odprtosti do političnih in kulturnih inovacij, ki prihajajo iz manjšinskih vrst«, kar ga je pripeljalo do zaključka, da »v demokratičnih družbah mnenjska dominacija, pomanjkanje politične in kulturne konkurence in druge oblike »tržnih pomanjkljivosti« neizbežno zahtevajo vladno politiko, ki omogoča prodor novih in konkurenčnih idej in mnenj« (1998; poudarki dodani).

Nasprotovanje izključno tržni regulaciji medijev ni močno uveljavljeno le v Evropi, ampak tudi drugod po svetu, vključno v ZDA. Cass R. Sunstein, zaslužni profesor Univerze v Čikagu in član ekspertne skupine, ki je v letih 1997 in 1998 proučevala naloge televizijskih postaj v odnosu do javnosti v ZDA, je na primer prepričan, da tržna regulacija, ki izhaja iz ekonomističnega ideala »suverenosti potrošnika«, ni samo nezadostna, ampak je povsem neprimerna za »medijski trg«. Izobraževalni programi in programi, ki obravnavajo javne zadeve, spodbujajo prizadevanja za razvoj posvetovalne demokracije; tega pa prepuščanje medijev »dereguliranemu trgu« nikakor ne more zagotoviti (Sunstein, 1999).²

Vendar tudi zakonska regulacija medijev prinaša s seboj mnoge nevarnosti in pasti, ki izhajajo iz moči oblastnih in regulacijskih teles, a katerimi lahko država neposredno posega v medije in novinarstvo ter zmanjšuje njihovo avtonomijo.

¹ Ne gre se zato čuditi, da je na primer novinarstvo (ne le v ZDA) bolj kot Bushev poziv k patriotski solidarnosti novinarjev pretresla afera z Los Angeles Timesom, v kateri so prišle na dan vse bolezni sodobnega novinarstva. Los Angeles Times je oktobra 1999 »posvetil« (torej prodal) 116 strani nedeljske priloge otvoritvi novega športnega centra, katerega glavni lastnik je Staples, največji proizvajalec pisarniške opreme. Škandal je razkril alternativni lokalni tednik New Times: lastniki Los Angeles Timesa so se s koncertom Staples dogovorili za delitev dobička od reklam, ki so jih morali podizvajalci pri gradnji športnega centra objavljati v Los Angeles Timesu!

² Med Sunsteinovimi najzanimivejšimi predlogi je ideja »play or pay« (igraj po pravilih ali plačaj) po zgledu ekoloških regulacijskih posegov. Radijske in televizijske postaje naj bi imele možnost izbire med izpolnjevanjem zahtev po neposrednem služenju javnim interesom in financiranjem druge organizacije, ki bi proizvajale take programe, s čimer bi se npr. »odkupile« za svojo pretrano komercialno usmerjenost, ne da bi posebni davki izginjali v katakombah državne administracije.

Že Mill je poudarjal, da demokracije ni mogoče zvesti na demokratično izvoljeno politično oblast in da je bistvenega pomena zagotoviti pluralistično in decentralizirano izvajanje oblasti:

Demokratična ustava, ki je ne podpirajo izčrpno [in detail] demokratične institucije, temveč je omejena na osrednjo vlado, ne samo da ni politična svoboda, ampak pogosto ustvarja prav nasprotnega duha, ki vse do najnižjih razredov prinaša poželenje in ambicijo po politični dominaciji (Mill, 1847: 5. knjiga).

Za najpomembnejše negativne težnje državnih posegov v delovanje medijev, ki jih najdemo tudi v Sloveniji, lahko štejemo naslednje:

1. neposredne ali posredne oblike državnega nadzora medijev: neposredne v primeru državne televizije, posredno prek različnih oblik državnega lastništva in/ali ekonomske podpore;
2. pristranskost množičnih medijev kot posledica vpletenosti političnih strank v izbiro urednikov in strukturo množičnih medijev;
3. visoka stopnja integracije medijskih in političnih elit, ki vključuje veliko profesionalno mobilnost med politiko in novinarstvom.

Negativne posledice tržne regulacije medijev ali tako imenovane »deregulacije« in državno nadzorovanih medijev naj bi pomagala odpraviti socializacija medijev, značilno izoblikovana v modelu javne oz. javnopravne radiotelevizije. Javna služba na področju radiotelevizije oz. medijev sploh postavlja v ospredje nekomercialne komunikacijske storitve in vsebine, ki naj prispevajo k uresničevanju človekovih pravic in spodbujajo prizadevanja za razvoj demokracije s tem, ko ljudem kot posameznikom, članom specifičnih skupin in državljanom na nekomercialni osnovi zagotavljajo ustrezne informativne, kulturno-umetniške, izobraževalne, znanstvene in poljudno znanstvene programe ter programe, ki obravnavajo javne zadeve. Prepuščanje medijev »dereguliranemu trgu«, za kar se zavzema ekonomistični liberalizem, prav gotovo ne more zagotavljati take programske univerzalnosti in raznovrstnosti. To pa seveda ne pomeni, da vsaka konkretna oblika javne službe dejansko izpolnjuje vse te zahteve. Že zaradi tega, ker je velik del dejavnosti javnih medijev povezan oz. odvisen od komercialnih ponudnikov (tehnologije in programov), tekmecev na trgu in oglaševalcev, se ne morejo povsem izogniti komercialnim pritiskom sodobnega dominantnega regulatorja – trga.

RTV kot javna služba

V ekonomističnem razumevanju se ideja javne službe povezuje predvsem z naravno redkostjo dobrine ali storitve ali kompleksnostjo storitve, ki presega individualne investicijske zmožnosti (npr. obramba), ali njeno nedonosnostjo za posameznega izvajalca, kar naj bi upravičevalo nujnost monopola v rokah države. Od tod tudi pogoste poenostavljene predstave, da je javni radijski in kasneje televizijski servis nastal samo zaradi omejene razpoložljivosti frekvenc in da torej s spre-

membami, ki jih prinašajo nove tehnologije, zlasti digitalizacija, in s tem omogočajo nastanek novih komunikacijskih kanalov ter omogočajo publikam večje možnosti izbire, izginja edini razlog organiziranja radiodifuzije kot javne službe (Garnham, 1994: 12).

Toda tako gledanje je močno pristransko. Pri storitvah, ki so neposredno povezane s *temeljnimi človekovimi pravicami*, je pojem javne službe mnogo kompleksnejši, kot je njegov splošnejši ali običajnejši pomen.

1. Univerzalna dostopnost storitve, bistvene za realizacijo temeljnih človekovih pravic, se postavlja kot *etično načelo in imperativ*.
2. Povezuje se z *družbenim konsenzom*, da je treba take storitve zagotoviti vsem ljudem - ne glede na dohodek ali druge razlike med njimi.
3. Tak konsenz temelji na spoznanju, da gre za storitve, ki so *bistvene za človekovo življenje* in morajo zato biti univerzalno zagotovljene.

Za take storitve lahko trdimo s Kantom, da so bistvenega pomena za oblikovanje »civilnega stanja družbe« v nasprotju z naravnimi pogoji človeštva ali, kot bi danes preprosto rekli, civilne družbe. Tri temeljna načela civilnega stanja družbe, udejanjenega z republikansko ustavo, ki naj bi po Kantovem dokazovanju v razpravi *K večnemu miru* edina omogočala večni mir, lahko postavimo tudi za temelj javnega zagotavljanja storitev za zadovoljevanje temeljnih človekovih pravic: 1. svoboda vsakega člana družbe kot človeka, 2. odvisnost vseh članov družbe od ene, skupne zakonodaje, 3. enakost med njimi kot državljani (Kant, 1793/1937: 60; primerjaj Kant, 1793/1917: 235).

Še dodatno razsežnost pa ima javna služba, ko gre za uresničevanje *komunikacijskih pravic*. Že z nastankom pisave je komuniciranje kot človekova generična sposobnost in potreba prenehalo obstajati kot *naravna* pravica. Že pisava je preoblikovala komuniciranje iz poprejšnjega naravnega odnosa v primitivni skupnosti v družbeni oziroma »civilni« odnos. Toda s tem ni le nastala civilizacija. S pisavo se je komuniciranje tudi preselilo iz sfere nelastnine - gole sposobnosti govora ni mogoče odtujiti in torej si je ni mogoče eksterno prilastiti - v sfero lastnine. Več tehničnih komunikacijskih sredstev je vključenih v človeško komuniciranje, večja je potreba tudi po kompleksni socialni organizaciji, ki omogoča učinkovito uporabo teh sredstev, in bolj je možnost komuniciranja odvisna ne le od individualne komunikativne kompetentnosti, ampak tudi (in celo bolj) od dejanskega razpolaganja s komunikacijskimi sredstvi.

Dostop do kompleksnih družbenih oblik komuniciranja postaja tako vse bolj odvisen od lastninske pravice. Z razvojem sodobnih elektronskih množičnih medijev, ki zahtevajo ne le obsežna produkcijska sredstva v komunikacijskih organizacijah in tehnične posrednike, ampak tudi konsumpcijske aparate oziroma kompleksne dekodeerje (radijske in televizijske sprejemnike, računalnike, tiskalnike, satelitske sprejemne antene, kabelske priključke in modeme ...) pri recipientih oz. uporabnikih, postaja vprašanje *dostopa* v najširšem pomenu usodno z vidika vseh treh Kantovih načel civilnega stanja družbe. Storitve, povezane s človekovo temeljno pravico do komuniciranja, je tako mogoče učinkovito zagotavljati le z državno intervencijo, ki zmanjšuje neenakosti med državljani glede možnosti uporabe najrazličnejših (množično)komunikacijskih storitev.

Kot je poudarjala MacBridova komisija:

Obstajajo bistvene razlike med proizvodnjo vsakdanjih dobrin (hrane, obleke itd) in proizvodnjo informacij in kulturnih dobrin. Obeh vrst proizvodnje ne bi smela voditi ista komercialna logika. Cirkulacije sporočil ni mogoče ločiti od etičnih in družbenih norm, duhovnih in kulturnih vrednot. Zato se ukvarjamo z vprašanji, ki zadevajo strukture lastništva, upravljanja in nadzorovanja ter njihove posledice na nacionalni in transnacionalni ravni (MacBride, 1980/2005: 199–20).

Nasploh lahko javne storitve vlada zagotavlja državljanom neposredno (skozi javni sektor) ali posredno s financiranjem zasebnega zagotavljanja storitev. Tudi v primerih, ko zagotavljanje storitev, povezanih z uresničevanjem temeljnih človekovih pravic, ni javno financirano, je podvrženo *strožji zakonski regulaciji*, kot pa velja za večino »čistih« komercialnih sektorjev. To tipično velja za množične medije: Ker ima vsaka vrsta objavljanja oz. publiciranja s pomočjo množičnih medijev v končni posledici *javni značaj in javni pomen*, zahteva posebno regulacijo, ki mora imeti pred očmi zlasti uresničevanje načela javnosti in varovanje pravice do zasebnosti.

V Evropi obstaja več sistemov odgovornosti in modelov javne radiotelevizije (gl. npr. Jakubowicz 2003), kar otežuje postavitve enotne definicije in ima za posledico protislovne poglede na »proizvod«, ki naj bi ga ustvarjala javna RTV. Različnim modelom pa sta skupna vsaj dva osnovna cilja – (1) uveljavljanje in varovanje interesov javnosti ter (2) spodbujanje razvoja demokracije, ki ju ni mogoče uresničiti v komercialnih sistemih.

Bistvena posebnost regulacije medijev kot javne službe je v tem, da ne gre le za neprofitno organizacijo radiodifuzne dejavnosti za zadovoljevanje splošnih interesov prebivalstva, ampak naj bi medije v strogem pomenu postavila v *službo javnosti*, in s tem bistveno prispevala k oblikovanju in zavarovanju javne sfere. Komunikacijskih pravic, katerih uresničevanju je zavezana javna radiotelevizija, ni mogoče prepustiti ponudbi in povpraševanju na trgu, saj so z njimi določeni normativni pogoji demokracije. Iz tega vidika je tržna regulacija, ki izhaja iz ekonomističnega ideala »suverenosti potrošnika«, ne samo neustrezna, ampak tudi povsem neprimeren kot dominanten način regulacije množičnih medijev.

Po drugi strani lahko ne le odsotnost zakonodaje in primat tržne regulacije, ampak tudi omejujoča zakonodaja (posegi države) učinkovito *omejuje avtonomijo* medijev in novinarstva. Ne velja – žal – tudi obratno: nobena (ne zakonska ne tržna) regulacija sama po sebi še *ne more zagotoviti svobode in avtonomije*. Zanju je potrebna tudi ustrezna *demokratska kultura*. Če javno sfero razumemo kot način družbene integracije skozi javni diskurz, torej kot duhovni prostor, ki omogoča integracijo na temelju odprte, javne razprave o zadevah splošnega interesa, moramo pogoje komuniciranja obravnavati kot neke vrste infrastrukturo (politične) javne sfere. Ob tehnološki infrastrukturi za obstoj javne sfere ne zadostujejo samo institucionalna zagotovila avtonomnosti javne sfere, ki jih daje pravna država; potreben je tudi »podporni duh« kulturnih tradicij in vzorcev socializacije, politične

kulture in svobode. Če taka kultura ne obstaja, se težave z regulacijo lahko samo še stopnjujejo. Za neke vrste preskusni kamen demokratične kulture na področju medijev lahko štejemo obstoj *utrjene profesionalne etike v novinarstvu in medijskih poklicih*; brez nje umanjka univerzalni etični temelj javne službe.

Poklicna etika in kriza zaupanja

Verjetno najboljše raziskave položaja in vloge novinarstva v ZDA po znameniti Hutchinsovi komisiji, ki je leta 1947 opredelila načela javne odgovornosti novinarjev in temeljne družbene funkcije javnih medijev, se je konec devetdesetih let lotilo 25 uglednih urednikov in novinarjev, ki so se poimenovali za »komite zaskrbljenih novinarjev«. Novinarja Bill Kovach in Tom Rosenstiel, dva izmed 25 članov te skupine, sta v knjigi *The Elements of Journalism* (2001) objavila devet temeljnih načel, na katerih bi po mnenju skupine moralo temeljiti novinarstvo, da bi uveljavilo avtonomen položaj v družbi: 1. Prva zavezanost novinarstva je resnici. 2. Prva lojalnost je do državljanov. 3. Bistvo novinarstva je strogo preverjanje. 4. Poklicni novinarji morajo ohranjati neodvisnost do tistih, o katerih pišejo. 5. Novinarstvo mora biti neodvisen nadzornik oblasti. 6. Zagotavljati mora prostor za javno kritiko in dogovarjanje. 7. Pomembno mora napraviti zanimivo in relevantno. 8. Skrbeti mora za razumljivost in uravnoteženost novic. 9. Poklicnim novinarjem mora biti dovoljeno izražati osebno prepričanje.

V devetih načelih je povedano malo novega, česar ne bi zagovarjal že teoretski utemeljitelj ideje tiska kot nadzornika oblasti Jeremy Bentham (1791/1994). Idealizirana podoba tiska in novinarstva se v dveh stoletjih ni bistveno spremenila. Kaj pa praksa? Idealistični novinarski pogled se ne ujema z oceno nepristranskega opazovalca novinarskih dogajanj. Pred petimi leti je Philip Judy (1997) ironično ugotovil, da so se predvsem na temelju sodne prakse v novinarstvu izoblikovala načela, ki so v popolnem nasprotju z idealom družbene odgovornosti. Če namreč hočejo novinarji zmanjšati verjetnost, da bi bili v primeru tožbe obsojeni zaradi naklepne žalitve, se morajo ravnati po pravilih, ki so povsem v nasprotju z deklariranimi etičnimi načeli. *Varneje je pisati o pomembnih ljudeh kot o pomembnih zadevah*, saj v razžalitvenih sodbah uživa tisk višjo stopnjo varovanja svobode, če piše o javnih osebah, ne glede na to, ali gre za pomembne družbene zadeve ali seksualne afere. *Preverjanje informacij lahko samo škoduje*, saj bi v morebitni tožbi že pogovor s kolegom novinarjem ali urednikom lahko štel za dokaz, da se je novinar zavedal možnosti zmote ali napake. Naklepnost žalitve se dokazuje z ugotavljanjem, ali je obtoženi novinar nekaj dejansko vedel, pa je zamoledal ali potvoril. Blaženo stanje nevednosti je najlažje doseči oz. ohraniti tako, da ničesar *ne raziskujemo*. *Izogibati se je treba predstavljanju dejstev*, saj so sodišča bolj popustljiva do mnenj kot do dejstev.

Razkorak med idealizmom komiteja zaskrbljenih novinarjev in Judyjevim ciničnim pragmatizmom razkriva globino krize načela svobode tiska, ki jo po prepričanju mnogih kritikov posebej spodbuja »doktrina komercialnega izražanja«, s katero postaja ideja svobode medijev neposredno podrejena ideologiji svobodnega trga. Nič manj od zunanjih (ekonomskih in političnih) pritiskov na neodvisnost novi-

narjev in medijev ne ogroža demokratičnega komuniciranja cehovska zaprtost profesionalnih komunikatorjev (»publicistov«³). Ker za vstop v novinarstvo v veliki večini držav nista potrebni niti formalna izobrazba niti licenca (kot to velja za klasične profesije, kakršni sta pravniška in zdravniška), je sklicevanje na službo javnosti edini temelj, na katerem se legitimira novinarska profesionalizacija: za prave profesije je namreč značilno, da je treba delo opravljati v interesu klientov in ne zaradi svojega lastnega interesa. Vendar se novinarji enako kot lastniki medijev v utemeljevanju svoje profesije pogosto sklicujejo le na tisti del interesov klientov, ki jih je mogoče zadovoljevati z dobičkom, t. j. na človekovo pravico biti obveščen, ne pa tudi na sicer pomembnejšo in izvirnejšo pravico svobodnega objavljanja mnenj.

Skoraj isti čas, ko so Američani sprejemali ustavna dopolnila o človekovih pravicah in je Bentham pisal o publiciteti, je Immanuel Kant v *Berlinische Monatsschrift* zapisal: »Državljanu mora biti s suverenim soglasjem dana pravica, da lahko javno sporoči svoje mnenje glede tega, kar se mu zdi napačno dejanje zoper skupnost ... Svoboda peresa je torej edini varuh človekovih pravic« (1793/1914). Kantovska etika je napotilo k drugačnemu novinarstvu, kot pa ga utemeljuje danes v svetu prevladujoča ameriška filozofija prvega ustavnega dopolnila in svobode tiska na temelju zlasti Benthamovih idej o »sodišču javnega mnenja«, katerega organ – tisk – ima za nalogo nadzorovati oblast. Kantova etika javnosti postavlja v ospredje državljana kot moralno osebo, katere dolžnost je javno uporabljati svoj um in ji gre zato tudi pravica javne uporabe peresa. Tisk in novinarji naj sicer tudi preverjajo, ali oblast deluje skladno z maksimo javnosti, in to vzamejo za svojo dolžnost (in so pri tem v resnici v službi javnosti), a to jih ne more odvezati delovanja za realizacijo po Kantu temeljne pravice državljana, da lahko kritično vihti pero v javnosti. Seveda to ni le vprašanje novinarske etike, ampak je hkrati, kot poudarja že Kant, pravno vprašanje.

Sodobni paradoks je sicer v tem, da dostopa do medijev *ne omogočajo* novinarji ali uredniki, ampak ga *prodajajo* lastniki – in sicer oglaševalcem, ne državljanom. Vloga medijskih profesionalcev v konstituiranju in delovanju javne sfere je še vedno pomembna, a manj odločilna kot v preteklosti. Njihova prizadevanja zmanjšujejo vpliv posameznikov in skupin, ki so izvirno izoblikovali javnost in jih običajno označujemo za »civilno družbo«. Če uporabimo Habermasovo tipologijo akterjev v javni sferi (1992: 440, 453–4), lahko za sodobne razmere ugotovljamo, da odločilne vloge igrajo tisti akterji, ki se samo »pojaviijo pred javnostjo« in ki samo zasedajo že konstituirano javnost, da bi jo izkoristili – politične stranke, interesne skupine, državne institucije in podobni akterji. Drugo skupino akterjev tvorijo publicisti v medijih, ki nastopajo kot odbiralci tem, določajo prednostne teme razpravljanja in neposredno nadzirajo pritok prispevkov in dostop avtorjev do medijev. Ta skupina akterjev je prvotno vzpostavila javno sfero (v času liberalne meščanske javnosti v Evropi), sodobni razvoj medijev pa je relativno zmanjšal njen vpliv na javno razpravljanje v primerjavi s prvo skupino akterjev, ki jo opredeljuje-

³ »Publicist« je oseba, ki obravnava javne zadeve, zlasti tiste v odnosu do javnega prava, in kot avtor predstavlja svoja politična prepričanja (Noelle-Neumann and Schulz 1971, 11); publicist se torej bistveno razlikuje od novinarja kot zgolj zapisovalca ali »novičarske delavca« (news worker). Glagol »publicir« (v tej obliki) se je prvič pojavil v nemščini leta 1472; izhaja iz latinskega glagola »publicare« in pomeni objaviti.

ta politična in ekonomska moč. V podobnem položaju kot publicisti se je znašla tudi tretja skupina akterjev – »tisti, ki izhajajo iz javnosti in participirajo v reprodukciji javnosti«, to so predvsem akterji civilne družbe.

Ob vsem tem ni presenetljivo, da množični mediji izgublajo verodostojnost v očeh svojih »klientov« in njihovo zaupanje. Kot opozarja cela vrsta empiričnih raziskav, se to dogaja v največji meri prav tam, kjer se ta doktrina najbolj uveljavlja, torej v ZDA. V Evropi je raven zaupanja v medije še vedno relativno visoka. Seveda je vprašanje, koliko zaslug ima za to sistem javne radiotelevizije. Po podatkih iz novembra 2001 je v povprečju 64 odstotkov ljudi v tedanji EU zaupalo radiu, 58 odstotkov televiziji ter 46 odstotkov tisku. V novih članicah EU je bila izmerjena stopnja zaupanja v množične medije v povprečju nekoliko nižja, vendar v njih celo bolj zaupajo televiziji kot v stari EU (66 % proti 58 %), manj pa radiu (61 proti 64) in tisku (42 proti 45). Slovenija je po zaupanju v medije nekoliko zaostaja za Litvo, Estonijo, Češko, Slovaško in Latvijo, vendar je zaupanje v povprečju večje kot v »stari« Evropski uniji. Vsaj delno lahko večje zaupanje radiu in televiziji kot tisku v Evropi pripisemo tudi javnopравни ureditvi, čeprav seveda za to ni trdnih dokazov.⁴

Empirični podatki pa nedvoumno kažejo tudi, da *Slovenci mnogo bolj zaupajo množičnim medijem kot večini političnih institucij*. To kažejo tudi podatki iz letošnjega aprila. Predsednika republike in vlade, vojska, Banka Slovenije, šolstvo in varuh človekovih pravic so za večino Slovencev bolj zaupanja vredni kot mediji, a mnogo manj kot medijem ljudje zaupajo vladi, cerkvi, policiji, državnemu zboru, državnemu upravi, sodiščem in, najmanj med vsemi, političnim strankam, ki jim »popolnoma zaupa« ali »delno zaupa« vsega 11 odstotkov polnoletnih prebivalcev Slovenije.

Lahko vsaj domnevamo, da je relativno visoko zaupanje v medije verjetno povezano z njihovo kakovostjo. V raziskavi slovenskih dnevnikov med letoma 1990 in 2000 smo na primer ugotovili, da je manj kot petina trditev o akterjih, o katerih so dnevnikarji poročali, vsebovala vrednotenje. Večine teh trditev niso izrekli novinarji, ampak drugi viri, ki so jih novinarji navajali. Večji delež vrednotnih trditev sta imela v letu 1995 dnevnikarji, ki ju danes ni več – *Slovenec* in *Republika*. Preverljivost virov v dnevnikih dosega dve tretjini in je pri vrednotnih trditvah le za dva odstotka nižja kot pri nevrednotnih.⁵

Podatki sicer odražajo tudi splošne trende tabloidizacije: v dnevnikih časopisih se povečuje delež interpretativnih zvrsti in število fotografij ter upadanje informativnih besedil. Po drugi strani je tudi rutinizacija novinarstva visoka: okrog 80 odstotkov objav poroča o rutinskih in psevdodogodkih (o sejah, obiskih, sporočila za javnost), seveda z izjemo tabloida *Slovenske novice*.

⁴ Podatki so zbrani iz naslednjih virov: Source: L. Bruszt, J. Simon and S. Barnes (1999): *Comparative Research Project »Consolidation of Democracy in Central and Eastern Europe« (Second Wave of the Post-Communist Publics Study)* [Podatkovna baza]. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), 2000 [produkcija]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Arhiv družboslovnih podatkov, 2000 [distribucija]. Podatki so bili zbrani v obdobju med marcem 1998 in marcem 2000.

⁵ Dnevnikarji so bili analizirani v programski skupini Družbeni informacijski in komunikacijski procesi na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani v obdobju 2001–2004.

Dva obraza civilne družbe

Zgornje ugotovitve opozarjajo, da problema kakovosti medijev in novinarstva ni dopustno trivializirati in da se je zato treba (re)regulacije javne radiotelevizije (in medijev sploh) lotevati »s ščepcem soli«, torej s previdnostjo in dvomom.⁶ Tovrstnih opozoril sicer tudi v Evropi ne manjka. V začetku lanskega leta je komite za kulturo, znanost in izobraževanje pri Svetu Evrope sprejel priporočila, ki izhajajo iz sedanje, za javno radiotelevizijo v vsej Evropi kritične situacije, in priporočil vsem akterjem, da se sistematično in poglobljeno lotijo razreševanja te kritične situacije. Komite med drugim ugotavlja:

Javna RTV-služba je življenjsko pomemben element demokracije v Evropi. Po vsej celini njeno prihodnost ogrožajo politični in komercialni interesi, konkurenca komercialnih medijev, medijska koncentracija in finančne težave. Nekatero postkomunistične države še niso začele prehoda od državn nadzorovanih k javnim elektronskim medijem. Drugod je javna RTV-služba v krizi (Council of Europe, 2004: 1).

Na te izzive se je mogoče uspešno odzvati samo z ustreznimi »političnimi in zakonskimi, institucionalnimi in finančnimi okviri ... na temelju obsežne analize sodobnih okoliščin«, pri čemer mora biti vodilo, da javna RTV »služi javnemu in nacionalnemu interesu, ne pa sektorskim političnim ali ekonomskim interesom«.

Kriza javne radiotelevizije, o kateri danes govorimo, ni le rezultat komercialnih pritiskov, ampak v prvi vrsti zadeva njen protislovni odnos do države kot zakonskega regulatorja na eni strani ter do civilne družbe, s katero se legitimira njen obstoj, na drugi strani. Če država ali vlada vidi v radiu in televiziji zgolj podaljšek svoje lastne dejavnosti ali pa učinkovito komercialno orodje, medtem ko sta radio in televizija (seveda pa tudi tisk) jedro konstituiranja in obstoja sodobne civilne družbe, potem je strukturni konflikt med državo in civilno družbo neizogiben. Bistvenega pomena je zato, da država ne zlorabi svoje regulacijske moči proti civilni družbi. V tem smislu komite za kulturo, znanost in izobraževanje pri Svetu Evrope poudarja bistveni pomen delegiranja določenih pristojnosti civilni družbi:

Imenovanje in predlaganje članov radiodifuznih regulacijskih teles ter nadzornih in upravnih teles javne RTV je treba poudariti, kjer je to mogoče, vzeti iz rok politikov ter ju zaupati civilni družbi in profesionalnim telesom. Čeprav v visoko politiziranih družbah ta postopek ni brez tveganja, zmanj-

⁶ O kakovosti predloga zakona o RTV Slovenija, ki ga je Ministrstvo za kulturo objavilo na svojih spletnih straneh 1. aprila 2005, in o tem, kako »obsežno analizo« je opravilo ministrstvo pri pripravi zakona, ne nazadnje veliko pove dejstvo, da je celoten razdelek z naslovom »Prilagojenost predlagane ureditve pravu Evropske unije in prikaz ureditve v drugih pravnih sistemih« plagiat. Izvirniki se nahajajo na spletni strani Evropskega novinarskega centra v Maastrichtu (<http://www.ejc.nl/jr/emland/index.html>). S tem, da so poljubno izbirali posamezne odstavke iz avtorskih prispevkov, ki jih maastrichski center objavlja na svoji spletni strani, in prikriji dejanske vire oz. avtorje teh prispevkov, pa so predlagatelji eklatantno kršili tudi avtorske pravice.

šuje neposredni vpliv politikov na javno RTV (Council of Europe, 2004: 29–30; poudarek dodan).

Podobno kot »zasebno« in »javno« sta se tudi »država« in »civilna družba« uveljavili kot temeljna pojma za opisovanje in pojasnjevanje različnih vrst družbenopolitičnih sistemov, še posebej z vidika stopnje avtonomnosti javne sfere v odnosu do države ter vpletanja državnih institucij v življenjski svet državljanov kot zasebnikov. Seveda je konceptualizacije, ki so v središču pričujoče obravnave, mogoče izpodbijati. Najprej so izpodbitne že definicije pojmov, celo do take mere, da se vsake toliko časa pojavijo ideje, naj bi katerega od pojmov (npr. javno mnenje, civilna družba) enostavno zavrgli. In če v kakšnem primeru morda (za koga) niso sporne definicije, gotovo ni soglasja glede odnosov med pojmi v teorijah, še zlasti normativnih teorijah, npr. ko gre za odnos med javnim in zasebnim, državo in civilno družbo. Odsotnost konsenza glede ključnih pojmov pravzaprav odraža intenzivnost razprav o njih, ki se stopnjuje vse od 17. stoletja. O intenzivnosti razprav pa lahko sklepamo po izjemnem številu knjig in člankov, ki obravnavajo javnost, zasebnost in civilno družbo.⁷

Od prvih idej civilne družbe, ki so se v Evropi pojavile v 17. stoletju, je nastala množica definicij civilne družbe, ki so jih pomembno zaznamovale zgodovinske okoliščine (gl. Seligman 1992). Od vsega začetka je bila razmejitev med pojmom *javnost* in *civilna družba* nejasna; pojma sta bila pogosto uporabljana (in sta pogosto še vedno) sinonimno. Ferguson (1767) je v obdobju, ko je pojem civilna družba (*civil society*) pretežno pomenil civilno stanje družbe oz. civilizirano družbo, civilno družbo izenačeval z javnostjo (*a public*): »Če je *javno dobro* poglavitni cilj posameznikov, je enako res, da je sreča posameznikov veliki cilj *civilne družbe*, kajti kako naj bi bilo *javnosti* dobro, če bi bili njeni posamični člani nesrečni?« (poudarki dodani). Oba pojma, civilna družba in javnost, sta Fergusonu pomenila preprosto socialni agregat posameznikov – državljanov.

V 19. stoletju se pojem *civilna družba* prekriva s pojmom *meščanska družba*⁸; v vsakem primeru je v tem obdobju ekonomska dejavnost temeljni moment civil-

⁷ Ko sem brskal po svetovnem spletu, sem na spletnih straneh Amazon.com, B & N.com ter na EBSCOhost našel:

Beseda v naslovu	AMAZON Število knjig	B & N Število knjig	EBSCO Host Število člankov
PUBLIC	110.216	89.502	1.989.383
Oeffentlichkeit	738	-	-
CIVIL SOCIETY	3.263	7.218	8.803
PRIVACY	3.169	1.255	72.331

⁸ Del pojmovnih zadreg s civilno družbo lahko pojasnimo genealoško, predvsem z razlikami med francosko in nemško »strujo« konceptualizacije civilne družbe. V francoščini se civilna družba izvorno povezuje s pojmom državljan (citoyen) kot udeležencem političnega življenja v skupnosti, torej s političnimi pravicami kot pozitivnimi pravicami (svoboda za). V nemščini je civilna družba Bürgerliche Gesellschaft. Bürger je posameznik, ki se udeležuje ekonomskega življenja, nosilec socialnih pravic in negativnih pravic (svoboda od oz. pred – zlasti pred vmešavanjem države). Bürger je hkrati meščan (fr. bourgeois) in posameznik (individuum).

ne/meščanske družbe. Kantova zasluga je, da je z idejama publicitete in javne rabe razuma delovanje civilne družbe prenesel v javno areno, čeprav s tem tudi prispeval k zameglitvi odnosa med civilno družbo in javnostjo. Pri Tocquevillu že najdemo jasno razlikovanje med »civilno družbo« in »političnim svetom«. Medtem ko so v civilni družbi ljudje med seboj enaki v načinu življenja in iskanju bogastva z enakimi sredstvi, se med seboj razlikujejo glede na udeležbo v politični oblasti (Tocqueville, 1839: Vol. 2, Ch. 1). Podobno se kasneje iz civilne družbe izdiferencira »ekonomski svet«, prvotni temelj avtonomije civilne družbe.

V drugi polovici 20. stoletja se ob vse pestrejših oblikah prostovoljnega povezovanja uveljavi razumevanje civilne družbe, kot ga na primer najdemo v definiciji Centra za civilno družbo (Centre for Civil Society) na London School of Economics nad Political Science:

Civilna družba označuje areno neprisilnega kolektivnega delovanja na temelju skupnih interesov, motivov in vrednot. Njene institucionalne oblike se razlikujejo od oblik države, družine in trga, vendar so v praksi meje med državo, civilno družbo, družino in trgom pogosto kompleksne, zabrisane in spremenljive. Civilna družba vključuje raznovrstnost prostorov, akterjev in institucionalnih oblik, ki se razlikujejo po stopnji formalizacije, avtonomije in moči (CCS, 2004).

572

Najsplošneje torej s »civilno družbo« v sodobnosti označujemo pluralnost in raznovrstnost družbenih odnosov, ki temeljijo na prostovoljnem povezovanju ljudi na temelju solidarnosti in neodvisno od države, ekonomije in družine. Solidarnostni odnosi se oblikujejo v opoziciji do državnih in ekonomskih struktur, ki temeljijo na politični moči in kapitalu na treh ravneh: kot latentna omrežja, kot prostovoljna gibanja, pobude in javnosti (zlasti »nasprotna javnosti«) ali kot institucionalizirane družbe (društva, združenja, organizacije).

Za prostovoljne asociacije, ki so temelj avtonomije civilne družbe v odnosu do države in kapitala, je svoboden in enak dostop do medijev – tako v smislu predstavljanja oz. izražanja specifičnih idej kot osebni udeležbi v delovanju medijev – ne le oživljaljoč, ampak tako rekoč vprašanje »življenja ali smrti«.

Civilno družbo lahko metaforično primerjamo z rimskim bogom Janusom, varuhom hišnih vež in prehodov. Tudi civilna družba stoji v veži, katere varuh je: z enim »obrazom« je obrnjena v zasebnost, z drugim pa v javnost (javno sfero). Zasebnost varuje pred posegi javnosti, javnost pred privatizacijskim pritiski (npr. kapitala), obe pa pred posegi države. Institucionalno razlikovanje med državo in civilno družbo je zato temeljni pogoj parlamentarnih demokracij.

Razmerje med civilno družbo in javnostjo je vse do danes ostalo teoretsko nerazčlenjeno. Če ni nikakršnega dvoma, da je ideja javnosti od Kanta naprej konstitutivna tudi za konceptualizacije civilne družbe, pa je bolj sporno prepričanje, da je mogoče potegniti enačaj tudi med civilno družbo in javno sfero, kot na primer predlaga Edwards (2004): »V svoji vlogi javne sfere postane civilna družba arena debate in razprave kot tudi povezovanja in institucionalnega sodelovanja.« Dejansko se civilna družba ne prelevi v areno, ampak v areno (torej v javno sfero)

vstopi oz. jo konstituira; toda v javni sferi tekmujejo poleg akterjev civilne družbe še drugi, zlasti mediji in akterji moči, za katere Habermas pravi, da se zgolj »pojavnjajo pred že konstituirano javnostjo« in jo poskušajo izrabiti. Civilna družba je temelj konstituiranja in reprodukcije javne sfere, vendar pa je javna sfera po številu in raznovrstnosti nastopajočih akterjev bistvena širša, nedvomno pa se razlikujeta tudi po temeljih (samo)organiziranja: če civilna družba temelji na odnosih enakosti in solidarnosti, je komunikacijsko omrežje javne sfere utemeljeno na načelu publicitete in namenjeno kritičnemu javnemu razpravljanju, v katerem sta vrednoti enakosti in solidarnosti sami lahko predmet razpravljanja.

Pojem »javnosti« je tudi danes središčnega pomena za konceptualizacijo civilne družbe, tako kot je bil v času razsvetljenstva, ko sta bila oba pojma praktično sinonima. Vendar pa se sodobna civilna družba bistveno razlikuje od javnosti v smislu, da celota združenj in organizacij, ki tvorijo civilno družbo, omogoča univerzalni dostop vsem in vsakomur. Svojska razlika med obema pojmom se v sodobnosti izraža tudi ob ideji, da je mogoče »javnost« - vendar pa ne civilno družbo - izenačiti z »občinstvom« (Livingstone, 2005), javno sfero pa z vsebino množičnih medijev, kar pomeni devalvacijo najbolj dragocene odlike javnosti, namreč moč njenih članov, da komunikativno delujejo v vseh registrih od medosebnega do množičnega komuniciranja, bodisi kot govorci, komunikatorji ali avtorji bodisi kot poslušalci, potrošniki ali prejemniki. Nekritično izenačiti javnost z občinstvi pomeni, da je vloga njenih članov zvedena na potrošnjo, reprodukcijo, posnemanje in prirejanje vsebin, ki jim jih posredujejo množični mediji. Na srečo taki radikalni predlogi puščajo »nedotaknjen« pojem civilne družbe, ker sodi primarno v domeno političnih znanosti, ne pa komunikologije. Bilo bi v resnici nerazumno trditi, da so prostovoljne organizacije državljanov enake ohlapni socialni kategoriji razpršenih članov občinstev, ki ne morejo delovati (=izbirati) drugače kot posamično. Prav tako bi zvenelo močno neprepričljivo, da civilna družba v enaki meri kot »elitistični« pojem javnosti (nekaterim konceptualizacijam javnosti se nedvomno upravičeno očita elitizem) podcenjuje ali celo izključuje popularne okuse in prakse, saj civilna družba po definiciji vključuje vse družbene skupine (kar seveda ne pomeni, da med njimi ne vidi nikakršnih razlik). Civilna družba vključuje celoto prostovoljnih državljanskih in družbenih organizacij od ohlapnih, neformalnih družbenih omrežij to bolj formaliziranih struktur, kot so na primer klubi, društva in organizacije s statuti, ki jih pravno zavezujejo.

Ko bi ne obstajala nikakršna razlika med občinstvi ter javnostjo oz. civilno družbo, bi bilo zelo težko, če ne nemogoče trditi, da (lahko) obstajajo bistvene razlike med komercialnimi (zasebnimi) in javnimi mediji. Toda ne glede na to, kako široko pojmujeemo občinstva, je povsem očitno, da se civilna družba le delno prekriva z občinstvi. Seveda so državljanji, ki delujejo v civilni družbi, tudi »sestavni del« občinstev, vendar to ne pomeni, da ne obstajajo bistvene razlike med refleksivnim *delovanjem* v civilni družbi in individualnemu pasivnemu *pripadanju* občinstvu. Ali je delovanje v civilni družbi predvsem politično ali pa prav nasprotno politika leži zunaj dosega civilne družbe, je lahko predmet široke razprave. Nikakršnega dvoma pa ni, da civilna družba lahko obstaja samo avtonomno v odnosu do države in kapitala; avtonomija od države izključuje iz civilne družbe orga-

nizacije, ki si prizadevajo osvojiti politične funkcije (npr. politične stranke), avtonomija od kapitala pa profitno usmerjene organizacije. Tu pa ne tičijo edine nevarnosti za civilno družbo v sodobnem svetu. Za civilno družbo lahko še večjo nevarnost pomeni »večinska neciviliziranost, ki jo ustvarja sama demokratizacija« in se kaže v »impulzivnosti izkoreninjenega in zmedenega volilnega telesa, kratkoročnosti spekulativnih finančnih trgov ter negotovosti, ki jo prinaša organiziran kriminal«, ne nazadnje pa tudi v »brezosebni neodgovornosti sodobnih komercializiranih medijev« (Whitehead, 2002: 84–85). Po drugi strani pa sta politično delovanje, ki nima za cilj zasesti političnih položajev, in prav gotovo udeležba v političnih razpravah (v množičnih medijih ali zunaj njih) nedvomno vključeni v pojem civilne družbe.

Kot je bilo že večkrat poudarjeno, je svobodno in demokratično komuniciranje, vključno z množičnimi mediji, konstitutivno za civilno družbo. Vprašanje je, ali je (oziroma bi moralo biti) »služenje« civilni družbi naloga vseh medijev – tako da bi morala biti v normativnem smislu »brezosebna neodgovornost sodobnih komercialnih medijev« sankcionirana – ali pa imajo javni mediji posebne naloge in odgovornosti. Če je res slednje, potem iz tega izhaja, da se javni mediji sicer ne razlikujejo povsem od komercialnih medijev glede svojih nalog, pač pa se bistveno razlikujejo po stopnji njihove implementacije. Zgodovina medijev jasno opozarja, da je treba danes zgodnje zahteve po univerzalizaciji modela javne službe za medije (npr. pri Bücherju ali Tönniesu) »relativizirati«, saj še ni realistične možnosti, da bi radikalno omejili lastninsko pravico v prid državljske pravice do komuniciranja. Ni torej utemeljeno pričakovati, da bodo razlike med komercialnimi in javnimi mediji v stopnji in vrsti odgovornosti kmalu odpravljene.

V zoženem razumevanju družbene odgovornosti medijev je videti, da obstaja protislovje med avtonomijo in svobodo (medijev) na eni ter njihovo (družbeno) odgovornostjo na drugi strani: večja kot je odgovornost medijev, bolj omejena je njihova avtonomija, in obratno. Odnosi med odgovornostjo in avtonomijo pa postanejo manj protislovni, če medijsko odgovornost obravnavamo kot večrazsežni pojem, ki izraža različne vire odgovornosti. V večplastno strukturiranih odnosih odgovornosti povečevanje odgovornosti ne zmanjšuje nujno njihove avtonomije, in celo obratno se lahko dogaja.

Mediji prevladujoče dolgujejo odgovornost petim osnovnim skupinam akterjev, ki imajo legitimno moč vplivanja na medije. To so: (1) njihovi lastniki, naj bodo zasebni ali javni (državni), (2) komercialni partnerji, kot na primer oglaševalci, (3) profesionalne organizacije zaposlenih v medijih, npr. novinarska združenja, (4) medijska občinstva in (5) civilna družba. Kot kaže preglednica 1, se odnosi med medij in petimi skupinami vplivnih akterjev razlikujejo glede na ključni legitimacijski temelj zahtev po odgovornosti medijev ter glede na prevladujoči način regulacije medijskih obveznosti. Kot kažeta zadnji dve koloni v tabeli, obstajajo bistvene razlike med komercialnimi mediji v zasebni lasti ter javnimi mediji. Normativno gledano bodo komercialni mediji upoštevali predvsem zahteve po odgovornosti do svojih lastnikov, komercialnih partnerjev ter občinstev. Nasprotno pa od javnih medijev pričakujemo uveljavljanje odgovornosti predvsem s spoštovanjem profesionalnih (etičnih) standardov in obveznosti do civilne družbe. Zaradi bolj razveja-

ne odgovornosti imajo (lahko) javni mediji večjo avtonomijo, medtem ko v zasebnih medijih prevladujejo komercialni interesi do take mere, da bistveno omejujejo avtentično medijsko avtonomijo.

Preglednica 1: Načini uveljavljanja medijske odgovornosti

Odgovornost medijev do:	Prevladujoči način regulacije obveznosti	Legitimacijski temelj zahtev po odgovornosti	Normativna moč da vplivajo na medije	
			Komercialne	javne
lastnikov medijev	zakonski	lastninska pravica	Velika	zmerna
ekonomskih partnerjev	pogodbeni (tržni)	maksimiranje dobička	visoka/zmerna	majhna
profesionalnih skupin	etični	profesionalne norme	Zmerna	velika
občinstev	stroškovna učinkovitost (tržna)	pravice potrošnikov (npr. pravica do izbire)	Velika	zmerna
civilne družbe	etična/politična/zakonska	komunikacijske pravice	Majhna	velika

Po eni strani so obveze medijev do civilne družbe »dobrodejne« za medijsko avtonomijo. Po drugi strani - in predvsem - pa vključevanje civilnodružbenih asociacij ne le omogoča civilni družbi učinkovitejše delovanja, ampak tudi prispeva k demokratizaciji družbe v celoti.

Teoretske in pojmovne zadrege s civilno družbo, javnostjo in javno sfero sicer delno otežujejo tudi razumevanje javne medijske službe in s tem vplivajo na različne operacionalizacije, nikakor pa ne postavljajo pod vprašaj ključne ideje - neposredne udeležbe predstavnikov civilne družbe (skupaj z drugimi akterji) v upravljanju in nadzoru javnih medijev.

Obstajajo vsaj trije temeljni normativnoteoretski razlogi za civilnodružbeni nadzor nad »javno« medijsko službo, kot je na različne načine urejena v večini držav Evropske unije in kakršna naj bi bila tudi javna RTV v Sloveniji:

1. *Nujnost nadzora politične oblasti*: Že Bentham je ugotavljal, da je edino zagotovilo, da (politična) oblast ne bo namesto obćih interesov uveljavljala svoje partikularne interese, nadzor »tribunala javnosti«, katerega najpomembnejše orodje je tisk, najpomembnejši člani tribunala javnosti pa časopisni uredniki. Kako naj tisk oz. mediji nadzorujejo oblast, če so pod nadzorom oblasti, ki neposredno ali posredno postavlja urednike? Če so mediji brezobzirno podrejeni državnemu (vladnemu) nadzoru, političnih elit ne morejo izpostavljati javnemu nadzoru. Kolikor bolj se prepletajo ekonomske in politične elite, kar je značilnost sodobnega »političnega kapitalizma«, toliko bolj to medijem preprečuje izvajati vlogo »psa čuvaja«. Nedvomno je participacija civilne družbe v upravljanju medijev in nadzora nad njimi najučinkovitejši način zagotavljanja javnega nadzora nad politično oblastjo.

2. *Nujnost decentralizacije odločanja*: V sodobnih kompleksnih družbah je zaradi razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologij mogoča visoka stopnja

decentralizacije odločanja, po drugi strani pa ta tehnologija omogoča tudi vse večjo centralizacijo. Za demokratično družbo ne more biti sporno, da je ob upoštevanju načela učinkovitosti treba maksimirati decentralizacijo, kar omogoča vključevanje večjega števila akterjev iz različnih geografskih, etničnih, kulturnih, socialnih in političnih okolij v procese javnega razpravljanja in političnega odločanja. Decentralizacija odločanja seveda zmanjšuje moč centralne oblasti in političnih elit, ki zato procesom decentralizacije praviloma niso naklonjene.

3. *Nujnost participacije državljanov*: Reprezentativna demokracija je s transformacijo nacionalnega parlamenta iz prostora za javno razpravljanje o spornih družbenih zadevah v strankarski glasovalni stroj, ki ga vodi izvršilna oblast, izgubila precejšen del demokratične legitimnosti. Že Guizot je legitimnost reprezentativne oblasti utemeljeval z aktivno *vključenostjo* državljanov v politično razpravljanje; brez razpravljanja, publicitete in svobode tiska, ki edini omogočajo državljanom aktivno vključevanje, reprezentativna oblast izgubi legitimnost (Guizot, 1851: 264). Preprečevanje neposredne udeležbe državljanov v upravljanju in nadzorovanju javne medijske službe delegitimira reprezentativno demokracijo, tako kot je reprezentativna demokracija z uveljavljanjem Guizotovih načel delegitimirala absolutistično vladavino.

Brez učinkovite moči civilne družbe, da s svojimi vrednotami, interesi in prioriteta vpliva na javne medije, bi bila ideja medijev kot javne službe oropana konstitutivnih načel javnosti in osebne komunikacijske svoboščine. Moč drugih akterjev, ki lahko vplivajo na javne medije, bi se prekomerno povečala (glej preglednico), tako da bi razlike med zasebnimi in javnimi mediji končno povsem izginile - na škodo ne le civilne družbe, ampak celotne demokratične družbene ureditve.

Participacija civilnodružbenih akterjev v upravljanju in nadzorovanju javnih radiotelevizijskih korporacij je v Evropi zakonsko različno regulirana, praviloma pa povezana tudi s pluralnostjo odločanja o članih upravnih in nadzornih organov v različnih institucijah (parlament, vlada, civilnodružbene organizacije in, kot na primer v Avstriji, tudi državljanji neposredno z volitvami) ter na različnih ravneh (zvezni in lokalni oz. regionalni), kar preprečuje monopolni vpliv aktualne izvršilne politične oblasti.

Paradoksalno je, da slovenska vladajoča politika danes razglša civilno družbo za zgolj masko političnih strank (gl. Krivic, 2005: 5), medtem ko so evropski parlamentarci prepričani, da si »resnične neodvisnosti, nepristranskosti in pluralizma javne RTV ni mogoče zamisliti brez obstoja zdrave demokracije in močne civilne družbe« (Council of Europe, 2004: 7). Paradoksalno je tudi, da je zakon o RTV Slovenija iz leta 2005 po nekaterih rešitvah povsem enak zakonu, ki ga je pred 15 leti uveljavila sedanja vladna garnitura (Demos) in z njim uzakonila strankarsko sestavljeni svet RTV Slovenija, bistveno pa se razlikuje (le) v tem, da je vlada pred 15 leti predlog zakona pospremila z argumentom, da je treba spremeniti »sedanjo strukturo Skupščine RTV Slovenija v korist predstavnikov t. i. civilne družbe (javnosti)« (gl. Splichal, 1994), medtem ko je leta 2005 civilna družba za velik del vladajoče slovenske politike postala moteč in nezaželen akter. Bistvo tega paradoksa je v tem, da je s tem državna oblast prevzela civilnodružbeno držo nezaupanja; toda če

je nezaupanje do državne oblasti, kot je poudarjal Bentham, temelj demokracije, je nezaupanje države do civilne družbe temelj avtokracije.

Pomen političnega konteksta pri spremenjenem odnosu do civilne družbe je očiten. Ob koncu osemdesetih in v začetku devetdesetih let je bil pojem »civilna družba« po vsej Vzhodni in Srednji Evropi tako rekoč sinonim demokratičnih sprememb. Tudi v Sloveniji so bile gibalno političnih sprememb solidarnostne (Odbor za obrambo četverice), medijske (*Mladina*, *Nova revija*), društvene (Društvo slovenskih pisateljev) in politične oblike samoorganiziranja civilne družbe *proti* državni oblasti. S prevzemom politične oblasti se je del nekdanjih civilnodružbenih gibanj in organizacij odrekel svojim koreninam. Če nova, sicer demokratično izvoljena oblast do civilne družbe zavzema podobno avtoritarno držo, kot je bila pred dvema desetletjema značilna za nekdanjo komunistično oblast, si s tem sama spodkopava svojo legitimnost.

LITERATURA

- Bentham, Jeremy (1791/1994): Of Publicity. *Public Culture* 6, 3, 581–95.
- Centre for Civill Society (CCS). 2004. Definition of Civil Society. <<http://www.lse.ac.uk/collections/CCS/introduction.htm>>
- Council of Europe, Parliamentary Assembly (2004): Public Service Broadcasting (Doc. 10029). Report (by the) Committee on Culture, Science and Education.
- Cuilenburg, Jan van (1998): Diversity Revisited: Toward a Critical Rational Model of Media Diversity. V: K. Brants, J. Hermes in L. van Zoonen (ur.), *The Media in Question: Popular Cultures and Public Interests*, 38–49. London: Sage.
- Edwards, Michael (2004): *Civil Society*. Cambridge: Polity.
- Elster, Jon (1998): Deliberation and Constitution Making. V: J. Elster (ur.), *Deliberative Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, 97–122.
- European Media Landscape (2005): <http://www.ejc.nl/jr/emland/index.html>
- Ferguson, Adam (1767): *An Essay on the History of Civil Society*. <<http://www.gutenberg.org/dirs/etext05/8hciv10.txt>>
- Fowler, Mark S., and Daniel L. Brenner (1983): A Marketplace Approach to Broadcast Regulation. V: E. Wartela in D. C. Whitney (ur.), *Mass Communication Review Yearbook* 4, 645–695. Beverly Hills: Sage.
- Garnham, Nicholas (1994): The Broadcasting Market and the Future of the BBC. *Political Quarterly* 65, 1, p11–20
- Gosseries, Axel (2005): Publicity. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2005 Edition), E. N. Zalta (ur.). <<http://plato.stanford.edu/archives/spr2005/entries/publicity/>>
- Guizot, François (1851): *History of the Origin of Representative Government in Europe*. London: H. G. Bohn.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1984): Art. 5, Abs. 1,2. *Kommentar zum Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland*. Bd. 1, 471–584. Neuwied: Luchterhand.
- Hoynes, William (1994): *Public Television for Sale. Media, the Market, and the Public Sphere*. Boulder, Co: Westview.
- Jakubowicz, Karol (2003): *Endgame? Contracts, Audits, and the Future of Public Service Broadcasting*. *Javnost—The Public* 3, 45–62.
- Judy, Philip L. (1997): The First Amendment Watchdog Has a Flea Problem. *Capital University Law Review*, 26, 541–592.

- Kant, Immanuel (1793/1914): Ueber den Gemeinspruch: Das mag in der Theorie richtig sein, taugt aber nicht für die Praxis. *Berlinische Monatsschrift*, 1793, 2, 201–284. <http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/Berlinische_Monatsschrift/index-e.htm>
- Kant, Immanuel (1795/1937): *K večnemu miru*. V: *Dve razpravi*. Ljubljana: Slovenska matica.
- Kovach, Bill in Tom Rosenstiel (2001): *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and The Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Krivic, Matevž (2005): Grimsova 'ustavnopravna' zavajanja. *Delo*, 16. 6., 5.
- Livingstone, Sonia (2005): On the Relation between Audiences and Publics. V S. Livingstone (ed.), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*, 17–49. Bristol: Intellect.
- Luban, David (1996): The Principle of Publicity. V: R. E. Goodin (ur.), *The Theory of Institutional Design*, 154–198. Cambridge: Cambridge University Press.
- MacBride Commission (1980/2005): *Many Voices, One World*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Mill, John Stuart (1847): *The Principles of Political Economy*. (3. izdaja). <<http://www.ecn.bris.ac.uk/het/mill>>
- Mill, John Stuart (1859/2001): *On Liberty*. Kitchener, Ont.: Batoche.
- Ostergaard, Bernt Stubbe (1998): Convergence: Legislative Dilemmas. V: D. McQuail in K. Siune (ur.), *Media Policy. Convergence, Concentration and Commerce*, 95–96. London: Sage.
- Seligman, Adam B. (1992): *The Idea of Civil Society*. Princeton, NY: Princeton University Press.
- Splichal, Slavko (1994): Svoboda medijev in pravica komuniciranja. V: J. Rovšek, D. Antonijević (ur.). *Uveljavljanje političnih, državljskih, ekonomskih in socialnih pravic v pravnem sistemu Republike Slovenije*, 45–71. Ljubljana: Svet za varstvo človekovih pravic in temeljnih svoboščin.
- Sunstein, Cass R. (1999): Television and the Public Interest. *California Law Review* 88, 499–564.
- Tocqueville, Alexis de. (1839): *Democracy in America*. Henry Reeve Transl. Electronic edition deposited and marked-up by ASGRP, the American Studies Programs at the University of Virginia, June 1, 1997. <<http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/home.html>>
- Tönnies, Ferdinand (1922): *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Julius Springer.
- Wilson, Francis Graham (1962): *A Theory of Public Opinion*. Chicago: Regnery.
- Whitehead, Laurence (2002): *Democratization: Theory and Experience*. Oxford University Press. *Oxford Scholarship Online*. <http://www.oxfordscholarship.com/oso/public/content/politicalscience/0199253285/toc.html>