

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Zaniuk

**Avtonomija novinarstva: mit ali
resničnost?**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2004

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Zaniuk

mentorica: Docentka dr. Sandra Bašić-Hrvatin

**Avtonomija novinarstva: mit ali
resničnost?**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2004

KAZALO

PROLOG	4
1 AVTONOMIJA	7
1.1 INDIVIDUALNA AVTONOMIJA - AVTONOMIJA POSAMEZNIKA	9
1.2 INSTITUCIONALNA AVTONOMIJA OZ. AVTONOMIJA ASOCIACIJ	12
2 NOVINARSTVO	19
2.1 ALTERNATIVNI KONCEPTI NOVINARSTVA?	26
2.1.1 <i>The NewStandard</i>	27
2.1.2 <i>Odprto založništvo</i>	29
2.1.3 <i>The Independent Media Centre (IMC)</i>	33
2.2 KDO SO NOVINARJI?	34
3 MIT: NEKDAJ IN DANES	40
4 MIT AVTONOMIJE NOVINARSTVA	45
4.1 LASTNINA.....	47
4.2 PUBLICITETA	49
4.3 'POSEBNA DRUŽBENA MOČ'	50
SKLEP	53
LITERATURA	55

PROLOG

Resničnost današnje dobe na prelomu tisočletja je medijska fascinacija in manipulacija. Trditi je mogoče, da polno živimo v »družbi spektakla«, kot jo je že v zgodnjih 60. v Franciji opredelil Guy Debord. Živimo v »informacijski dobi«, v kateri ex dictione glavno vlogo igrajo predvsem informacije, všteti informacije, kako ravnati z informacijami. Teoretični koncept družbene konstrukcije realnosti, kot sta ga razvila Peter Berger in Thomas Luckmann (1988), ki izhaja iz predpostavke, kot jo v predgovoru slovenski izdaji pojasnjuje Thomas Luckmann, »da je človeška stvarnost 'konstituirana' (v fenomenološkem smislu) in 'konstruirana' (v sociološko-empiričnem smislu) v človeškem, zgodovinskem, družbenem delovanju, in iz predpostavke, da stvarnost 'konstituirata' in 'konstruirata' človeka kot osebno, družbeno, zgodovinsko bitje«, se vzpostavlja tudi preko množičnih medijev. Ti ne le odločilno (so)oblikujejo stališča, mnenja, vrednote in vedenjske vzorce svojih naslovnikov oziroma tistih, ki se izpostavijo njihovim vsebinam, ampak jim jih v prvi vrsti ponudijo kot del edine opredelitve družbenega sveta, ki jim je na voljo. Na področje množičnih medijev, ki ga tradicionalno obvladuje novinarstvo, si prizadeva posegati vse večje število subjektov, da bi posredovali po lastni presoji izbrane in oblikovane informacije in tako vplivali na stališča, mnenja ter porabniško, politično in drugo družbeno vedenje. Najbolj očitno sta tako posegla v osnovno novinarsko dejavnost samo, to je zbiranje, izbiranje in oblikovanje informacij o dejstvih in mnenjih kot »prenos od drugih k drugim«, kot jo pri predmetih teorije novinarstva v idealni obliki opredeljuje dr. Manca Košir, oglaševanje in odnosi z javnostmi.

Dejavnosti, ki so se razvile v današnji informacijski družbi, so razbile monopolni položaj posredovanja informacij občinstvom, ki ga je prvotno imelo novinarstvo. Na spremembo niso bili pripravljene ne praktiki novinarstva, torej novinarji sami, ne njegovi teoretiki. Še več, pri oblikovanju novinarstvu 'sorodnih' panog so začetno kadrovske praznine zapolnili ravno novinarji. Širša družbena s komercializacijo pogojena banalizacija medijev, gnana z oglaševalskimi težnjami po predvidljivih in zanesljivih ciljnih občinstvih, je znotraj medijev in novinarstva povzročila polarizacijo

na tako imenovani resni in rumeni tisk¹; nove komunikacijske tehnologije, ki imajo korenine v internetu, mrežnih povezavah in digitalnih medijih, pa so pod vprašaj ponovno postavile tudi paradigmo množičnega komuniciranja, ki je bila do tedaj uveljavljena le v okviru obstoječih množičnih medijev.

To sicer nenehno se spreminjajočo paradigmo so tako vse od njenega nastanka zaznamovale prav tehnološke in družbene spremembe – med temi še zlasti zavest sprejemnikov oziroma porabnikov množične komunikacije. Z inovacijami in vse večjim globalnim uveljavljanjem in širjenjem novih komunikacijskih tehnologij pa smo priča razmahu množične komunikacije, kakršnega dosedanja zgodovina še ni poznala. Kajti mrežne komunikacijske tehnologije omogočajo tudi povsem novo paradigmo množičnega komuniciranja poleg tradicionalne, ki postavlja urednike v hierarhično vlogo vratarjev, ki odločajo, katere vsebine, na kakšen način in v kakšni obliki bodo umeščene v paradigmo množičnega komuniciranja. Nanje se lahko občinstva množičnega komuniciranja odzivajo le preko institutov, kot so pisma bralcev, ki jih poprej določijo in filtrirajo njegovi upravljavci, in zato nimajo odločilnega vpliva na izbor vsebin oziroma določanje medijske agende, medtem ko tehnologija nove mrežne paradigme množičnega komuniciranja omogoča stalno povratno zanko, feedback, sprejemnikov vsebin. Množično komuniciranje tako ni več zgolj vertikalno, usmerjano znotraj piramidne strukture zbiralcev, oblikovalcev in urejevalcev informacij posameznega množičnega medija, pač pa lahko poteka tudi kot horizontalna interakcija in izmenjava vlog vseh udeleženih pri oblikovanju, posredovanju in sprejemanju množične komunikacije.

Vprašanje o avtonomnosti medijev, novinarjev in novinarstva je zahtevno, ker se novinarstvo intenzivno odziva na družbene in tehnološke spremembe ter se s tem vsebinsko spreminja. Če so v minulih stoletjih za glavno grožnjo svobodi medijev in pluralizmu mnenj veljali politika in politična središča moči, v sodobnosti njihovo avtonomnost nemara še najbolj ogroža podrejanje načelom maksimiranja dobička in politične moči. Ti dve načeli sta sicer legitimni, kolikor ostaneta v svoji sferi, in nelegitimni, kolikor si poskušata podrejata druge sfere, kot je v tem primeru

¹ *Quality vs. yellow press* – čeprav poimenovanje označuje le tiskane medije, ki so bili pač prvo sredstvo novinarske dejavnosti, se v komunikološki teoriji razlikovanje nanaša na značilnosti enega ali drugega novinarskega diskurza celotne medijske dejavnosti.

komunikacijska dejavnost, ki sta ji ti načeli že v osnovi tuji (glej Splichal, 1992:478). France Vreg pa ugotavlja, da je »grožnja pravzaprav politični trg, saj sta v Evropi, še posebej pa v Ameriki hkrati izrazita komercialnost medijev in komercialnost politike. Politiki spreminjajo svoje koncepte in stališča v skladu s stanjem na političnem trgu.« (v Milosavljevič, 2000:10)

S tem pa se tudi že začrtuje referenčni okvir obravnave avtonomije novinarstva v tem delu. Avtonomija novinarstva se pojavlja kot trdno družbeno geslo, ki pomembno usmerja razumevanje novinarstva in njegove vloge v družbi. Hkrati so komunikacijske razmere sodobne družbe zaznamovane s kapitalskimi in političnimi interesi ter pri obravnavi vprašanja avtonomnosti novinarstva neogibno porajajo številne pomisleke. Te pomisleke diplomsko delo strne v vprašanje, ali ni avtonomija novinarstva le mit sodobne družbene realnosti.

Diplomsko delo bo najprej deskriptivno in analitično poskusilo času primerno navesti relevantne opredelitve ključnih pojmov in jih z izbrano temo umestiti v teoretski okvir. Znotraj tega bo najprej treba razjasniti, kaj je avtonomija, kaj je novinarstvo in kdo so novinarji ter kako je mogoče s konceptom avtonomije razlagati njihovo ravnanje in kateri poglobitni dejavniki vplivajo na konkretno, vsakdanje novinarsko delovanje v medijskem in širšem družbenem okolju. Pri tem bo pozorno tudi na poglede, ki se glede omenjenih pojavov pojavljajo v sodobni družbi in določajo njihovo razumevanje in družbeno zaznavo.

Tako glede na družbeno umeščenost in percepcijo novinarstva kakor na povsem praktične vidike odgovornega novinarskega dela si diplomsko delo zastavlja naslednjo izhodiščno hipotezo:

avtonomija novinarstva je eden od mitov sodobne družbe.

1 AVTONOMIJA

Avtonomija je izraz, ki ima široko rabo in še širše pomensko polje. Splošnojezikovni pomen, ki ga navaja Slovar slovenskega knjižnega jezika, označuje avtonomijo kot samostojnost oziroma neodvisnost. Pojem avtonomije² srečujemo zlasti v sodobni politični znanosti, ki ga navezuje tudi na svobodo. Tako sociolog Peter Wagner v svojem delu *A sociology of modernity: Liberty and discipline* pravi: »Ideja svobode kot avtonomije je tako temeljna za današnjo moderno družbo«³ (Wagner, 1994:xii). Milan Zver pa v doktorski disertaciji *Avtonomizem pri Slovencih* ugotavlja, da ideja svobode kot avtonomije ni temeljna le pri tematizaciji posameznika v državi, ampak tudi civilne družbe, institucij in organizacij, manjšin, cerkva, verskih in drugih družbenih skupin, narodov, držav ipd. V vprašanju avtonomije se nekako zrcali tehnološka integracija sveta in vse večja avtonomizacija posameznih družbenih entitet. To sta procesa, ki se deloma dopolnjujeta. Celo splošno uveljavljanje sistema človekovih pravic in svoboščin, ki enoti in posplošuje standarde varovanja posameznika, posamezne države priznavajo kot svetovni metazakon, legitimizacijsko načelo, neke vrste univerzalni kategorični imperativ⁴, pri čemer se prav v imenu človekovih in državljskih pravic odpovedujejo formalni suverenosti nad vsem in vsakomur, ki prebiva na njihovem ozemlju. Lahko govorimo le o formalni odpovedi,

² *Avtonomija*, iz grščine *avtos*, sam, in *nomos*, zakon; samozakonodaja, samozakonitost, samodoločenost; *kar samo vsebuje svojo zakonitost, svoj nomos; samostojno, po lastni zakonitosti delujoče* (Sruck, 1995:43). Izvorno se je pojem nanašal na neodvisni status grškega polisa. Avtonomija je torej v antiki pomenila neodvisnost politične skupnosti. Individualna avtonomija ima domicil v filozofiji, saj so šele v XVII. stoletju filozofi začeli pojem navezovati na posameznika, njegov um in način bivanja. S stališča posameznika razumejo danes pojem avtonomije v različnih vedah drugače: filozofi so bolj ali manj ohranili tradicionalno razumevanje avtonomije kot samozakonodajnosti, samodoločnosti in tudi neodvisnosti človeka od zunanjih avtoritet in prisile, v psihologiji pa je poudarek na duševnih, torej intrapsihičnih strukturah, ki omogočajo svobodo in neodvisnost jaza pred zunanjimi dejavniki kakor tudi kontrolo jaza nad nekaterimi duševnimi funkcijami in nagoni (Zver, 1998:67).

³ Današnjo družbo, utemeljeno na idealih svobode in demokracije, varujejo institucije, ki so zasnovane na načelu svobodnega združevanja. Najpomembnejše med temi so demokratična politična ureditev, tržno gospodarstvo in avtonomno stremenje k resnici, ki ji pravimo znanost. Kljub temu prevladujočemu pogledu se je razvil tudi nasprotni kritični pristop do moderne družbe, ki raje kot osvoboditev pod okriljem modernih institucij poudarja njihovo disciplinarno vlogo. Ta nasprotujoča si pogleda sta zaznamovala celotno moderno zgodovino. Le redkim mislecem, kot sta Karl Marx in Max Weber, se je posrečilo celostno zajeti to temeljno dvojnost moderne dobe (glej Wagner, 1994:xi-xiv).

⁴ Zver pri svojem pojmovanju človekovih pravic in svoboščin izhaja predvsem iz anglosaškega civilizacijskega kroga, z etiko, ki ravno tako izhaja iz le-tega, pa jih v značilni navadi zahodne poloble razširja oziroma posplošuje na ves svet. Pojem avtonomije in njegove aplikacije na sodobno življenje izvirajo iz zahodnega civilizacijskega kroga in njegove miselne tradicije.

ker ne gre za popolno odpoved suverenosti, saj ta izhaja in je legitimizirana prav s pravicami ljudi, katerih del prenesejo na oblastnika z ustavno pogodbo. V procesu razvoja moderne države je namreč Hobbes najprej položil vir oblasti v ljudstvo, ljudstvo pa jo brezpogojno prenese na vladarja. Ker pa je tako vir oblasti protislovno prepuščen samovolji oblastnikov, se pravi, da je vir legitimizacije podrejen legitimiziranemu, je Locke nadgradil pogodbeno teorijo in opredelil, da so naravne pravice ljudi, tj. njihove osebne pravice, neodrekljive, saj ti na oblastnika suverenost prenesejo prav zato, da bi jih zaščitili. Šele Rousseau je vladarju odvzel vso suverenost in jo položil izključno v ljudstvo, kar je temeljno nazorsko izhodišče za nastanek današnje moderne države. To povečuje avtonomijo posameznikov in njihovih ustanov za varovanje svobode ljudi (glej Zver, 1998:67). Pojem avtonomije je glede na svoje pojavne oblike zelo relativen. Zato Zver kot tudi drugi, ki so razčlenjevali pojem in raziskovali vprašanje siceršnje avtonomije v posameznih primerih, razlikujejo med individualno (posameznikovo) in institucionalno (organizacijsko) avtonomijo.

Raziskovalnih pristopov k ugotavljanju avtonomije je več. Lindley, ki avtonomijo posameznika pojmuje kot njegovo samouravnava v družbi v smislu samogospodstva (»self-mastery«), kar naj bi pomenilo, da posameznik gospoduje nad samim seboj in da hkrati ne hlapčuje drugemu, avtonomijo v nasprotju z empiriki meri opisno, s stopnjo heteronomije.⁵ »Razlika med avtonomnimi in heteronomnimi dejanji je dejansko revolucionalizirala našo normativno zavest« (Habermas, 1996:97). Habermas v delu *Between Facts and Norms*, v katerem svojo teorijo komunikativnega diskurza aplicira na položaj in razvoj sodobnega prava, razlikuje med zasebno in javno avtonomijo. Zasebno avtonomijo povezuje z zagotavljanjem varnosti posameznikove svobode, bivanja in lastnine, javno pa na institucionalizirane politične pravice, svoboščine in enakost (Habermas, 1996:84-104). Empiriki pa pojmu avtonomije pripisujejo pomen, ki ga je mogoče meriti. Katz opredeljuje avtonomijo kot število neodvisnih odločitev posameznega dela sistema oziroma mero neprizadetosti

⁵ **Heteronomija**, iz gr. *heteros*, drugi, in *nomos*, red, zakon, pravilo; podrejenost, obvladanost česa ali koga z vnanjo zakonitostjo. Gre torej za odvisnost od zakonitosti, ki jo vzpostavlja oz. uveljavlja kak zunanji dejavnik. Zakon je podan vnanje, *od zunaj*; lahko je koncipiran tudi kot onstranski, transcendenten (Sruk, 1995:135). Lindleyu pomeni pojem *heteronomija* prvič takšna prepričanja, ki so posledica zmote ali pomanjkanja razuma, in drugič takšna delovanja, ki so pod dominacijo drugih ali pa posledica slabosti volje akterja (Zver, 1998:68).

socialnega sistema v interakcijah z drugimi sistemi (Zver, 1998:82). Dahl⁶ jo definira »v političnem smislu (kot politično neodvisnost) z odsotnostjo nadzora drugega; v družbenem socialnem smislu (socialnih odnosih) pa z odsotnostjo regulacije« (Dahl, 1982:16). »Avtonomijo morajo posedovati tako sistem kot organizacije in individumi, čeprav so po drugi strani nadzorovani. Toda vsak razvija 'impulz' v smeri k vse večji lastni neodvisnosti« (Dahl, 1982:33; izvorni narekovaj).

Obravnava zastavljenega vprašanja se nadalje nujno nanaša na dvoje ravni, na katerih se novinarska avtonomija postavlja pod vprašaj. Prvič je to individualna raven novinarja, ki se ukvarja z zbiranjem informacij in produkcijo novic, in drugič je to sistemska raven medijskih organizacij, ki z novinarskimi izdelki zalagajo občinstva.

1.1 Individualna avtonomija - avtonomija posameznika

Posameznik lahko svojo avtonomijo udejanja in uveljavlja na dveh ravneh – navznoter, pri samem sebi (v svoji zasebnosti), in navzven, v odnosu do drugega in drugih (v družbi). Avtonomija posameznika vključuje tako **interpersonalno** (relacijsko) razsežnost, ki predpostavlja, da je lahko posameznik avtonomen le v vzpostavljenih razmerjih do drugega in drugih, kot **intrapersonalno** razsežnost (substančnost), ki predpostavlja racionalno jedro posameznika oziroma osebnost (Zver, 1998:70).

Young je pri vprašanju avtonomije posameznika opredelil dva vidika: **dogodkovni**, ki je v bistvu avtonomija trenutka, in **dispozicionalni**, ki temelji na dolgoročnem procesu samorealizacije. Pojem individualne avtonomije tako vključuje **notranjo** (fenomenološko) in **zunanjo** (dinamično in sistemsko) razsežnost (Zver, 1998:71). Na avtonomijo posameznika vplivajo biološki dejavniki (vpliv dednosti in vloga možganov⁷), dejavniki primarne socializacije (družina, šola, vrstniške skupine...) in družbenosistemski dejavniki, ki določajo obstoječe politično-kulturne

⁶ Podrobneje je politično teorijo Roberta Dahla predstavil dr. Adolf Bibič v Teoriji in praksi št. 5 (maj 1990), str. 629-645.

⁷ »...večja razvitost leve ali desne hemisfere možganov odločilno vpliva na oblikovanje nekaterih osebnih sposobnosti pri posamezniku« (Zver, 1998:71).

vzorci in okviru vedenja posameznikov, identitete, ki si jih posamezniki pridobivajo s socialnim izobraževanjem in vzgojo (Zver, 1998:72).

Individualna avtonomija učinkuje **vertikalno** – kot sklop odnosov državljana in države, ter **horizontalno** – kot sklop relacij med posamezniki. V prvem primeru vstopa posameznik v stik s političnimi avtoritetami, v drugem enakopravno s posamezniki in socialnimi identitetami. »V 'sistemu avtoritete' ima najpomembnejše mesto sodobna država, ki zagotavlja skupnosti identiteto in kohezijo« (Zver, 1998:75; izvorni poudarek). V »sistemu relacij, odnosov«, ki sestavljajo sfero ekonomske moči, bogastva, dobrin, storitev in prostega časa, ima najpomembnejše mesto družba oziroma njena institucionalizirana pojavnost – civilna družba. »Razlikovanje med civilno družbo in državo pa je vsekakor ključni organizacijski princip modernega sveta« (Keane, 1986:45). Moderna država in civilna družba sta sistemsko soodvisni in povezani z modernim pravom.

»Značilnost modernega prava je njegovo priznavanje sfere civilne družbe v modernem pomenu. Totalitarne, religiozne in tradicionalne vrste prava ne priznavajo civilne družbe kot takšne, ali pa je vsaj ne obravnavajo kot posebne, relativno samostojne celote. Moderno pravo pa sferi civilne družbe že načelno priznava originalnost, kar se nato odraža tudi v pravni regulaciji. Moderno pravo sicer postavlja pravne okvire za avtonomno delovanje najrazličnejših svobodnih asociacij (npr. zasebni gospodarski subjekti, društva, verske skupnosti in različna družbena gibanja), vendar pri postavljanju teh okvirov upošteva načelo individualne in kolektivne svobode posameznikov.« (Cerar, 1998:6).

Ena izmed temeljnih predpostavk modernega prava je tudi »...subjektivnost kot pravna avtonomija posameznika in svoboda kritike« (Cerar, 1998:1). Človek, ki je bil v prejšnjih pravnih obdobjih zgolj objekt prava, saj sta bila njegova pravna sfera in način pravnega delovanja v celoti določena »od zunaj« (s strani cerkvene ali posvetne oblasti), pridobi v modernemu pravu določeno avtonomijo. Moderno pravo načelno vsakemu posamezniku priznava kot izvorno določeno sfero osebne svobode. To se v razvitem modernem pravu izraža še posebej v konceptu temeljnih človekovih pravic in svoboščin.

»Uveljavitev temeljnih človekovih pravic pomeni bistveno novo kvaliteto v zgodovini pravnega mišljenja in pravne prakse. Značilnost teh pravic (temeljnost,

splošnost oziroma univerzalnost, neodtujljivost, vezanost na človeka, absolutnost itd.) opredeljujejo posamično človekovo eksistenco in z njo najtesneje povezane dobrine kot izhodišče (modernega) prava. V okviru zgodovinskega procesa pravnega zagotavljanja človekove individualne svobode je uveljavitev te doktrine na splošno privedla do doslej najvišje stopnje posameznikove osebnostne emancipacije.» (Cerar, 1998:6)

Subjektivnost v smislu izvorne avtonomije posameznika pomeni oziroma vodi tudi v sekularnost, kajti posameznik ni več dojet kot od božje volje determinirano bitje, pač pa kot samostojni tvorec in izpolnjevalec svojih misli, volje in dejanj (glej Cerar, 1998:1).

»Posamezniki kot pravni subjekti lahko avtonomijo dosežejo le tako, da hkrati razumejo sami sebe in da delujejo, kot da so sami avtorji pravic, ki se jim pokoravajo, ker se nanje nanašajo. (...) Kot pravni subjekti tudi ne morejo več izbirati medija, v katerem bi lahko aktualizirali svojo avtonomijo. Ne morejo več izbirati jezika, ki bi ga morda radi uporabili. Kajti pravo je vsem pravnim subjektom vnaprej dano kot edini jezik, v katerem lahko svojo avtonomijo izražajo« (Habermas, 1996:126; izvirni poudarki).

Če Habermas za avtonomijo posameznika meni, da je ta preddoločena z jezikom prava in da lahko potemtakem posameznik svojo avtonomijo izraža le skozi pravo, in to kot pravni subjekt, pa Zver opozarja, da na izražanje posameznikove avtonomije bistveno vplivajo tudi kulturni, socialni in politični dejavniki postmoderne informacijske družbe.

»Avtonomija posameznika se torej povečuje vzporedno s povečanjem kulturne, socialne in politične diferenciacije družbe. Postmoderna in informacijska družba s svojimi komunikacijskimi, kulturnimi in nenazadnje materialnimi prednostmi pred družbenimi oblikami pred njo poseduje neprimerno več vzvodov in možnosti za resnično avtonomno delovanje in bivanje posameznika« (Zver, 1998:78).

Lastnosti postmoderne in informacijske družbe povečujejo možnost avtonomizacije posameznika. *»Socialno-politično-kulturne okoliščine in institucionalna infrastruktura seveda niso zadostni pogoj za individualno avtonomijo, so pa nujen. Omogočajo mu, da se posameznik na okolje odziva organizirano, s*

pomočjo institucij» (Zver, 1998:78). Komunikacijske, kulturne in nenazadnje materialne prednosti sodobne družbe in modernega prava omogočajo tudi nadgradnjo Habermasovega razumevanja avtonomije posameznika, saj ta ni več nujno predoločena z jezikom prava, posamezniku pa je ni potrebno več nujno izražati zgolj kot pravni subjekt. Avtonomijo lahko izraža tudi kot subjekt, ki si sam izbere ali določi medij, jezik oziroma polje, v katerem bo stopal v stik s političnimi avtoritetami ter z drugimi posamezniki in socialnimi identitetami. Stik s političnimi institucijami lahko tako poleg po vnaprej določenih in znanih protokolih poteka tudi z državljsko nepokorščino, ki temelji prav na kršenju prava. Drugačno pa se pri stikih z drugimi posamezniki in formalnimi ali neformalnimi socialnimi identitetami avtonomija posameznika izraža tudi mimo predločenosti z jezikom prava v Habermasovem smislu.

1.2 Institucionalna avtonomija oz. avtonomija asociacij

Sodobne družbe so vertikalno in horizontalno funkcionalno diferencirane. V takšnih razmerah gostomrežne institucionalnosti mora biti posameznikom omogočeno prosto ustanavljanje in vstopanje v asociacije, saj le te omogočajo in osmišljajo njegovo avtonomno delovanje. Posameznik uveljavlja in uresničuje večji del svoje svobode, ki je funkcija njegove avtonomije, ravno z vrsto organizacij in institucij, s katerimi stopa v stik (glej Zver, 1998:78-82).

»Posameznik je v sistemu avtonomen, če je njegova aktivnost posledica njegove lastne odločitve, o institucionalni avtonomiji pa govorimo, ko se institucije ali organizacije same odločajo za svoje aktivnosti oziroma, če rečemo s klasikom systemske teorije Fredom E. Katzom, je avtonomija definirana s količino neodvisnih odločitev, ki jih posamezni del sistema lahko stori« (Zver, 1998:82).

»Obseg in količina svobode posameznika je odvisna od institucionalne avtonomije...« (Zver, 1998:82); v zgodovinskem razvoju družbenih ureditev pa je ta daleč najbolj izražena in zakoličena ravno v kompleksni moderni družbi ter na pravni

avtonomiji posameznika temelječemu modernemu pravu⁸, ki kot neodvisen sistem velja v modernih pravnih državah⁹.

»Moderno pravo namreč ne prenese katerekoli državne oblasti oziroma politike, kajti to pravo je združljivo le z demokratičnim ali drugim takšnim političnim sistemom, ki v večji oziroma pretežni meri omogoča uveljavljanje temeljnih formalnih in materialnih (substancnih) značilnosti modernega prava in s tem omogoča tudi obstoj in razvoj pravne države (vladavine prava)« (Cerar, 1998:4).

V taki državi velja avtonomija prava kot celote in avtonomija oziroma svoboda pravnega subjekta. Tako Cerar zaključuje, da

»dandanes pravno državo v širšem (pravnem) smislu tvorijo predvsem naslednja temeljna (pod)načela: a) načelo delitve oblasti; b) načelo varovanja človekovih (temeljnih) pravic in svoboščin; c) načelo, da zakone sprejema parlament kot splošni predstavniški organ; d) načelo pravne varnosti, ki se kaže v predvidljivosti in zanesljivosti pravnih aktov ter v zagotavljanju zaupanja v pravo; e) načelo prepovedi retroaktivnosti pravnih predpisov (razen redkih izjem, ki morajo biti ustavno ali zakonsko izrecno določene); f) načelo jasnosti zakonov in drugih pravnih aktov; g) načelo neodvisnosti sodstva; h) načelo sodnega nadzora upravnih določb; i) načelo omejevanja diskrecionarnega presojanja upravnih organov; j) načelo pravičnosti (sorazmernosti ipd.)« (Cerar, 1998:18).

Moderna, »ustavnopravna država«, avtonomnost njenih institucij, institucionalizirane politične pravice, svoboščine in enakost pa so tudi za Habermasa nujen predpogoj, da lahko sploh govorimo o politični avtonomiji.

»Organiziranost ustavnopravne države pa naj bi naposled služila politično avtonomnim samoorganizacijam v skupnosti, ki so se ustanovile znotraj sistema

⁸ »V časovnem pogledu ni mogoče postaviti jasnega mejnika za nastanek modernega prava, saj so bile stopnje njegovega porajanja različne glede na čas in družbeni prostor. V pojmovnem smislu pa lahko štejemo, da se je ideja modernega prava uveljavila takrat, ko so se v evropski oziroma okcidentalni pravni praksi kot dominantni principi uveljavili pravna avtonomija posameznika in njegova možnost pravne kritike, splošni ekvivalenčni pravni princip (enakopravnost), ideja družbene pogodbe ter princip prava kot sistema« (Cerar, 1998:3).

⁹ Pojem pravna država se je kot jezikovni in intelektualni proizvod nemške liberalno usmerjene teorije izoblikoval v XIX. in na začetku XX. stoletja. Ideja o državni oziroma oblastni organizaciji, ki naj ne vlada nasilno, marveč v skladu z načeli razuma ali naravnega prava, seveda ni izključni proizvod takratnega časa in evropskega oziroma zahodnega sveta, vendar pa se je v poudarjeni in posledično tudi v pravno izdelani obliki izrazila šele v novejši zgodovini in le v zahodnih okoljih, kjer se je razvilo meščanstvo kot posebna in vplivna družbena skupina. V Nemčiji se je načelo omejevanja državne oblasti na pravni način izrazilo skozi pojem *Rechtsstaat*, v Angliji kot *rule of law*, v Franciji kot *separation des pouvoirs* in v Združenih državah Amerike kot *due process of law* (glej Cerar, 1998:16-19).

pravic in v okviru veljavnega prava kot asociacije svobodnih in enakih ustanoviteljev. Institucije ustavnopravne države pa naj bi zagotavljale učinkovito izvajanje politične avtonomije družbeno avtonomnih državljanov» (Habermas, 1996:176).

Tako so za Habermasa po jeziku modernega prava oblikovane institucije ustavnopravne države predpogoj avtonomije vsake asociacije družbeno avtonomnih posameznikov. Pravico avtonomnih posameznikov do svobodnega združevanja je s sociološkega stališča nekoliko drugače opredelil Peter Wagner v svojem delu *A sociology of modernity: liberty and discipline* (1994), v katerem pravi, da ima koncept družbe dva vzporedna pomena: »Prvič je to zbir uveljavljenih družbenih praks. Drugič pa z njim označujemo tiste družbene odnose, ki niso del modernih institucij.« (Wagner, 1994:181) Zato meni, da moderna razumevanja pojma družbe zadnjih dveh stoletjih v grobem izhajajo iz troje razlikovanj med družbo in državo. Razumevanje družbe kot asociacije svobodnih in enakih državljanov utemeljuje pojmovanja države, ki je nastala s skupnim dogovorom o zagotavljanju varnosti in zaščite. Drugače povedano, moderno državo je mogoče jemati kot institucijo, ki zagotavlja prostor družbi, v kateri lahko posamezniki stopajo v medsebojne odnose. Vse XIX. stoletje so tako poudarjali avtonomijo in dinamiko medsebojnih interakcij članov družbe. Podjetniške in državljanske svoboščine so čimmanj omejevali, kolikor so jih, je to bilo zaradi varovanja in ohranjanja reda. Takšno razumevanje družbe je bilo v marsičem preseženo že v drugi polovici XIX. stoletja, ko je vse bolj postajalo očitno, da ne upošteva številnih nezadovoljnih partikularnih družbenih sil in da takšna liberalna država ne zmore zagotavljati splošne varnosti in reda. Pojavila se je potreba po organiziranju družbe. Hannah Arendt je temu posegu države rekla »*upravljanje družbenega*« (*administration of the social*; Wagner, 1994:181). Jurgen Habermas je zadevo opredelil kot sistemsko poseganje – drugi pomemben sistem poleg gospodarstva je postala tudi birokratska država – in ga označil za »*kolonizacijo*

*življenjskih svetov*¹⁰«. Avtoritarno organiziranost družbe, ki se je pojavila z nacionalnimi birokratiziranimi državami, pa sta vdor tržnih praks in posledična komodifikacija¹¹ družbenih odnosov oropala njene raznolikosti in kreativnih potencialov. Vse to je botrovalo pojavu tretjega razumevanja družbe, ki sloni na ponovnem vstajenju civilne družbe oziroma vsaj njenem potencialnem vstajenju kot civilni odgovor na omejevanja in reifikacije¹² organiziranih institucij. Ponovno obujeno razpravo o civilni družbi je mogoče razumeti kot razočaranje, prvič, nad neuspešnimi poskusi, da bi socialistične in socialdemokratske države postale nosilke družbene obnove, in drugič, nad dejanskim doživljanjem dezintegracije koherentnih institucij, ki jih je kolonizirala birokratska država in jim s tem odvzela avtonomijo odločanja. Zato se v današnji družbi posamezniki ne samoorganizirajo le v okviru veljavnega prava, da bi se kot avtonomen subjekt, organizacija vzpostavili proti državi oziroma modernim institucijam, ampak tudi zunaj okvirov veljavnega prava.

Po Wagnerjevem mnenju morajo takšni diskurzi o civilni družbi nujno temeljiti tudi na opazovanju konkretnih družbenih praks. Posebej izpostavlja dva avtorja, ki pri svojem preučevanju konkretnih družbenih praks ciljata zgolj na normativno privlačnost. Tako Alan Touraine s svojo »teorijo družbenih gibanj« kot Michel Maffesoli v svojih pisanjih o »postmoderni družbenosti« (*post-modern sociality*) zagovarjata tezo, da je treba opustiti razumevanje družbe, ki je zasnovana na družbenih temeljih in družbeni koherenci, saj moderna pravna država ter institucije, ki iz nje izhajajo, niso več nujen predpogoj za politično avtonomijo samoorganizacij v skupnosti. To pa ne pomeni, da sprejemata teorije individualizacije, ki se jih oprijemajo teoretiki, ki nadaljujejo perspektive modernistične teorije. Pravita, da je današnje razumevanje družbe treba graditi na bolj procesualnih, fluidnih in akcijsko

¹⁰ *Svet življenja* (*Lebenswelt*, ang. *life-world*); Husserlov izraz za 'življeni' svet institucionalne in vsakdanje izkušnje. Gre za svet, ki ga ustvarjajo ljudje, čeprav se ga ne zavedajo. Schutz in Luckmann sta v svoji knjigi *The Structures of the Life-World* (1973) s svetom življenja označila naravno stališče, vpleteno v vsakdanje doživetje realnosti, ki ne vključuje le naravne izkušnje, ampak tudi družbeni svet (Jary in Jary, 1995:370). Na komunikološkem področju Škrlep (1989:310) ugotavlja, da je pojem svet življenja Habermas povzel po Husserlu in ga navezal na sociološko aplikacijo tega pojma, ki jo je razčlenil Alfred Schutz.

¹¹ *Komodifikacija* (*commodification*, *poblagovljenje*); spreminjanje česa v blago, med drugim človeškega dela, njegovih duhovnih stvaritev in celo človeka samega. Tudi proces, v katerem se za trg proizvaja vedno več blaga in storitev.

¹² *Reifikacija* (*postvarjanje*, *postvaritev*) iz lat. *res*, stvar, in *facere*, delati; zamenjava proizvoda človeške dejavnosti za samostojno stvarnost, zamenjava opisa, modela realnosti za realnost samo. Včasih se pojem *reifikacija* meša s pomeni (*p*)*opredmetenja* kot dejanje ali proces spreminjanja subjekta oz. dejavnika v predmet, v trpni objekt.

naravnanih temeljih. Zato opazujeta predvsem nastajanje novih kolektivov in – institucionalno dejanskih ali le namišljenih – skupnosti, ki zagotavljajo identitete in družbene omejitve znotraj današnjih zahodnoevropskih družb. Razlikujeta pa se predvsem pri poskusu umestitve teh novih družbenih fenomenov v širšo skupnost. Maffesoli tako govori o tribalizaciji in poudarja predvsem različnost in pluralnost teh plemen, ki se ne menijo za celotno družbo in ji nič ne prispevajo. V nasprotju z njim pa Touraine v teh novih družbenih gibanjih vidi potencialni vir in osnovo za kolektivno prenovo družbe. Ta gibanja si namreč želijo razvijati pobude za širše družbene spremembe, zasnovane pa so na ustvarjanju identitete, ki želi postati v družbi kolektivno sprejeta (glej Wagner, 1994:181-183).

Vsem razpravam o novih oblikah politično avtonomnih asociacij pa je kljub njihovi raznoteri pojavnosti skupno predvsem to, da se je s samim njihovim pojavom posledično pojavila tudi potreba po ponovni opredelitvi razumevanja političnega, ker družbene identitete oziroma asociacije, ki se oblikujejo znotraj takšnih plemen in gibanj, torej mimo družbene koherence institucij moderne pravne države, niso zaobjete v modernem pojmu političnega predstavniških demokracij. Demokratični režim, ki posamezniku samostojno ali po prostovoljnih asociacijah omogoča avtonomno udeležbo, Held imenuje »*demokratična avtonomija*« (Zver, 1998:82), v kateri veljajo naslednje institucionalne značilnosti: načelo avtonomije mora biti zavarovano z ustavo, pravicami in svoboščinami, obstajati mora parlamentarna ali kongresna struktura, organizirana okoli dveh zbornic, večstrankarski sistem in sodni sistem, ki vključuje specializirane forume za preverjanje interpretacij.

Avtonomija se sistemsko omejuje na dva načina, in sicer tako, da se del obstoječih alternativ prepove, in tako, da se alternative predpišejo. Zato je Lane razvil model institucionalne avtonomije, v katerem razlikuje med **primarno (polno)** in **sekundarno (limitirano)** avtonomijo (Zver, 1998:83-86). Pri primarni (polni) avtonomiji subjekt sam odloča, **kaj** in **kako** bo delal. Pri sekundarni (limitirani) avtonomiji pa subjekt odloča, **kaj** bo delal, vendar je postopek določen s strani sistema (denimo s poslovnikom, pravilnikom ali drugim zunanjim pravnim aktom). Ponovno obujena razprava o civilni družbi in razprava o novih političnih oblikah samoorganizacij sta posledica kolonizacije življenjskih svetov birokratske države, ki sistemsko ukinja

primarno in hkrati sistemsko, s predpisi ter postopki, omejuje sekundarno avtonomijo. Potreba po ponovni opredelitvi razumevanja političnega pa izhaja iz razprave o družbenih praksah asociacij, v katerih se posamezniki, ki vanje prostovoljno vstopajo, sami odločajo, kaj in kako bodo delovali. Ključna je njihova institucionalna pojavnost. Če so institucionalizirane, potem o njihovi primarni avtonomiji sploh ne moremo govoriti, saj so postopki delovanja in sankcije odklonov predoločeni s strani sistema. V modernem pojmu političnega Heldove demokratične avtonomije pa niso zaobjete, če se organizacije in asociacije kot subjekti same odločajo tudi, ali bodo njegove posamezne institucionalne značilnosti, kot sta na primer večstrankarski parlamentarni sistem ali sodstvo, upoštevale ali ne.

Osnovne zvrsti institucionalne avtonomije se ločijo še na **zunanjo**, ki je funkcija relacij do drugih organizacij in okolja, ter **notranjo**, ki je funkcija stopnje decentralizacije skupnosti oziroma sistema na podsisteme (organizacije, institucije, dejavnosti, vloge ipd.). Decentralizacija ima lahko dva vidika, **teritorialni** pomeni, da sistem (npr. država) prenese svoje pristojnosti na lokalno raven, **funkcionalni** pa se nanaša na področje delovanja; sistem (npr. država) svoje pristojnosti prenese na posamezne specializirane podsisteme (glej Zver, 1998:85). Družbene prakse novih politično avtonomnih asociacij, ki sestavljajo to, čemur pravi Toraine »družbena gibanja« in Maffesoli »postmoderna družbenost«, zaznamujejo tudi **mrežne** relacije in **mrežna** decentralizacija, ki nadomeščajo zunanjo in notranjo zvrst institucionalne avtonomije. Ko se posamezni, drugače avtonomni subjekti, vsakokrat pojavijo kot družbeno gibanje ali postmoderna družbenost, se po akcijski naravnosti relacijsko mrežno povezujejo in se nato – ne glede na teritorialni ali funkcionalni vidik, pač pa glede na svojo svobodno voljo in svoje zmožnosti – poljubno mrežno decentralizirajo.

»Tako posameznik kot organizacija sta usmerjena k temu, da čim bolj obvladujeta oziroma nadzorujeta svoj položaj. Če to uspeša, pravimo, da sta avtonomna« (Zver, 1998:86). Drug vidik avtonomije znotraj sistema pa je **vpliv**, ki ga lahko dosežemo neposredno, s participacijo, ali posredno, s predstavnštvom. Tako posameznik kot organizacija nadomeščata vse manjšo avtonomijo s povečevanjem vpliva in obratno, zmanjšanje vpliva nadomeščata s povečano avtonomijo. Vsak sistem, ki ne upošteva ravnotežja vpliva in avtonomije, je podvržen razpadanju. V normalnih okoliščinah

poskuša vsak subjekt maksimalno izkoristiti svoje vire moči in sposobnosti. To pa počne tako, da se povečuje avtonomija delovanja in/ali vpliv.

V zgodovinskem razvoju in demokratizaciji sodobne družbe ima tako koncept avtonomije zelo pomembno vlogo, saj ga demokracija kot politični in družbeni način življenja vsaj deklarativno predpostavlja kot nujnost za svoj obstoj. Kljub temu pa je jasno, da »zgodovine moderne ne moremo poenostavljeno razumeti le v smislu povečevanja avtonomije in demokracije, ampak jo raje razumemo v smislu spreminjanja vsebinskih temeljev samorealizacije in poudarjanju preusmeritve med individualiziranimi omejitvami in javnimi/kolektivnimi zmožnostmi« (Wagner, 1994:xiv). Po Zveru pa je ključna teza Dahlovega prispevka h konceptualizaciji avtonomije, da je demokratični sistem neločljivo povezan z avtonomijo. »Dahl zavrača koncentracijo in centralizacijo oblasti; tak sistem večine naj zamenja poliarhična, horizontalna razdelitev oblasti na več manjšin, namesto, da bi celotno oblast obvladovala centralna oblast« (Zver, 1998:69). Tudi takrat, ko se zaradi demokratične procedure manjšini kršijo pravice, ji je treba zagotoviti toliko avtonomije, da se njene osnovne pravice in svoboščine ohranijo. Zato Dahlov zakon »ustavnega načela politične avtonomije«¹³, ki ga je zasnoval v svojem delu *Dilemmas of Pluralist Democracy (1982)*, v temelj pluralistične demokracije postavlja avtonomijo celo nad (prav tako nujno) proceduro. Tako govorimo o avtonomiji sodstva, šolstva, civilne družbe, novih družbeno-političnih gibanj... in nenazadnje tudi o avtonomiji medijev in novinarstva.

¹³ Dahl zakon ustavne avtonomije v prevodu Adolfa Bibiča opredeljuje tako: »Kadarkoli je zaradi demokratičnih procedur (misli se predvsem na načelo večine A.B.) manjšina državljanov vztrajno prikrajšana v kakšni pravici, svoboščini ali priložnosti, mora biti tej manjšini dana (granted) takšna stopnja avtonomije (vključno, če je to potrebno, neodvisnost), ki je zadostna za ohranitev te pravice, svoboščine ali priložnosti. Da bi se izognili možni zlorabi tega načela, ki bi jo zagrešili državljani, ki so manj osveščeni, kot domnevamo, da bi morala biti naša Demokratična republika, bi ta problem pomagali razrešiti z dodatno klavzulo: 'Avtonomija bo dodeljena samo, če bo prepričljivo pokazano, da bo nova enota, bodisi delno ali popolnoma neodvisna, ustrezala vsem kriterijem demokratičnega procesa. Naj ta določila, vzeta skupaj, imenujemo ustavno načelo politične avtonomije (Constitutional Principle of Political Autonomy)« (v Bibič, 1990:616).

2 NOVINARSTVO

Slavko Splichal ugotavlja, da je bilo do druge polovice XIX. stoletja izdajanje časnikov obrt. Ob »informativnem tisku«, ki je pomenil dodatno dejavnost tiskarjev knjig, da bi bolje izkoristili kapaciteto strojev, sta obstajala še »mnenjski (politični) privatni tisk« in »uradni (državni) tisk«. Informativne vsebine so bile pretežno omejene na pozornost zbujujoče novosti, posebnosti in lokalne dogodke, posebna lastnost državnega tiska pa je bila prisilno naročanje vsebin. Konec XVII. stoletja nastanejo še »znanstveni časopisi«, katerih vsebine kmalu začne povzemati tudi informativni tisk. Silovitemu družbenemu razvoju XIX. stoletja v državah Zahodne Evrope in v Združenih državah Amerike pa se tudi ta dejavnost ni mogla izogniti.

»...Z legalizacijo politične angažiranosti časnikov, ki jo je dejansko prinesla šele buržoazna revolucija (čeprav ne povsod in v celoti), so se časniki začeli spreminjati iz orožja ekonomsko osamosvajajočega se meščanstva zoper fevdalno državo v sredstvo njegove ekonomske konsolidacije in politične legitimizacije. Izvedena je bila personalna delitev med podjetniško in publicistično funkcijo...« (Splichal, 1981:122).

Uporaba tehnoloških pridobitev¹⁴ na eni strani in razširitev bralske, torej porabniške odjemalske baze na širše množice na drugi strani sta zahtevali in povzročili množično produkcijo tiska za trg. »Razširjanje tiska na vse sloje je pomenilo formalno demokratizacijo, javnost kot dostopnost, predvsem pa – kar je bil tudi smoter - povečevanje produkcije in s tem profita« (Splichal, 1981:123). Do transformacije obrtnega tiska v industrijski tisk, ki je bila dosežena ob koncu XIX. stoletja, je najprej prišlo v Združenih državah z nastankom »rumenega tiska«, ki se je že približeval milijonskim nakladam, nato pa tudi v Angliji in ostali celinski Evropi.

Habermas, ki ga povzema tudi Splichal, v svojem delu Strukturne spremembe javnosti identificira tri stopnje razvoja koncentracije tiska: centralizacija političnega tiska z vse večjo odvisnostjo od strankarske birokracije, začetek slabitve pozicij

¹⁴ K tehnični plati tega razvoja so največ prispevali zlasti izumi pridobivanja papirja iz lesa (1765), parnega tiskarskega stroja (1811), rotacijskega stroja (1864), avtotipije za tiskanje fotografij (1881) in linotipije, vrstičnega stavčnega stroja, (1884) ter električnega telegrafa (1844) in Bellovega telefona (1876) (glej Splichal, 1981:122-123).

političnega tiska v tridesetih letih 20. stoletja in nazadnje celotna depolitizacija tiska. Zgodnji liberalni koncepti so prvotno imeli za cilj publicitete – osebo ali pojav podvreči javnemu rezoniranju in tako zagotoviti kritični nadzor nad izvajanjem oblasti. Z vključevanjem množic v javnost pa se je po Habermasovem mnenju kritična publiciteta sprevrgla v manipulativno ter se s tem omejila zgolj na sredstvo javnega (re)prezentiranja. *»Publicistična funkcija (redakcijsko, novinarsko delo) postane podrejena izdajateljski funkciji: publicistovo delo se pojavlja le kot pogoj produkcije za izdajatelja, lastnika časnika«* (Splichal, 1981:136). Ta proces – v katerem se iz principa kritike (iz) publike *»princip publicitete, na katerem temelji ideja liberalne javnosti, ki je princip kontrole javnosti nad izvajanjem oblasti«* (Škerlep, 1989:304), spremeni v princip dirigirane integracije – označuje Habermas za *»refeudalizacijo meščanske javnosti«*.

»Prvotna osnova publicističnih institucij je prav preobrnjena: v liberalnem modelu javnosti so bile ustanove javnosti publike, ki rezonira, zaščitene pred ukrepi javne oblasti s tem, da so bile v rokah privatnih ljudi. Toda vzporedno z njihovo komercializacijo ter ekonomsko, tehnološko in organizacijsko koncentracijo so se v prejšnjem stoletju zlele v komplekse družbene moči, tako da je prav njihovo zadrževanje v privatnih rokah mnogotero ogrožalo kritične funkcije publicistike« (Habermas v *Strukturnih spremembah javnosti, drugače tudi v Splichal, 1981: 136*).

Zaradi produkcijske komercializacije, ki je terjala razširitev prvotne javnosti z naslavljanjem in vključevanjem množic, namreč ne moremo več govoriti ne o prvotni kritično rezonirajoči politični javnosti, ne o kritični publiciteti, ki jo naslavlja. Tako refeudalizirano meščansko javnost, kot manipulativno publiciteto, s katero jo naslavljam, namreč pogojujejo kapitalskih interesi izdajateljev.

»Z nastankom monopolnega kapitalizma je prišlo do sprememb v sami globalni strukturi družbe. Na eni strani je država začela intervenirati v sfero trga, s čimer je civilna družba izgubila videz avtonomije, na drugi strani pa so organizirani partikularni interesi kapitala in zasebnih združenj (lobiji) začeli posegati v sfero države neposredno, mimo javnosti, kar je pokazalo, da država ni nevtralna institucija, ki nepristransko skrbi za zadovoljevanje vseh interesov« (Škerlep, 1989: 301).

Habermas ugotavlja, da je to porušilo ločnico med civilno družbo in državo ter odpravilo **politično javnost** kot ekskluzivno sfero posredovanja interesov med družbo in državo. Splichal pa ugotavlja, da v množični družbi sestavljajo dominantni tip komuniciranja uradna sredstva komuniciranja, različne javnosti pa postanejo le trgi, na katerih delujejo množični mediji, katerih učinkom pa so izpostavljeni vsi pripadniki množice. Še posebej se je takšno stanje vzpostavilo po drugi svetovni vojni, ko so se uveljavila in razmahnila nova komunikacijska sredstva (radio, televizija in kasneje kabelske in satelitske tehnologije), ki so zahtevala reorganizacijo do tedaj obstoječih načinov medijskega komuniciranja. (Splichal, 1981:136)

»Z razmahom popularnega tiska v 19. stoletju in z razvojem množičnih medijev v 20. stoletju se je publikum spremenil od aktivnega subjekta javnosti v pasivni objekt komercialno naravnanih množičnih medijev« (Škerlep, 1989:306). Sami komunikacijski trgi pa omejujejo svobodo komuniciranja s preprečevanjem vstopa na trg, z monopoli in omejevanjem možnosti izbire ter zamenjavo prevladujoče opredelitve informacije kot javne dobrine v zasebno prisvojljivo blago. Posamezne javnosti iz te imaginarne vsote tržnih javnosti, na katere delujejo množični mediji, tako nimajo več ne proste in svobodne izbire ter ne dostopa do samih kanalov množičnega komuniciranja. Trditev tržnih liberalcev, da trg maksimira individualno svobodo izbire, torej ni točna.

»Neomejena tržna konkurenca v resnici močno deluje proti izbiri določenih državljanov, še posebno manjšin in trenutne oziroma spreminjajoče se večine. Radio in televizija na primer vesta, da je, kadar tekmujeta za publiko, najboljša pot za pridobivanje publike priti v njihova srca s pomočjo množično privlačnih programov« (Keane, 1992:88).

To pa se v medijskem vsakdanjiku odraža v nezadostni različnosti ponujenih programov. *»Splošna programska ponudba postaja relativno ozka, bolj ponavljajoča se in bolj predvidljiva, kakor bi bila sicer. Količina gledalcev neizbežno dominira«* (Keane, 1992:88). To pa nujno pomeni, da so netržne – torej tudi politične – preference bralcev, poslušalcev ali gledalcev odrinjene na stran. *»Tisti, ki nadzorujejo tržno sfero oblikovanja in distribuiranja informacij, že pred objavo določajo, kakšne*

izdelke (knjige, revije, časopise, televizijske programe) bodo množično proizvajali, in tako tudi, katera mnenja bodo uradno pripuščena na trg» (Keane, 1992:89).

Zato Habermas v Strukturnih spremembah javnosti (1989) razlikuje med dvema politično relevantnima področjema komuniciranja v sodobnih družbah. Na eni strani obstajajo **neformalna, osebna mnenja**, ki se pretakajo skozi govorice, javnost pa dosežejo le prek mnenjskih raziskav in volitev, na drugi strani pa **formalna, institucionalno avtorizirana mnenja** organiziranih interesnih skupin, ki se prek propagande in stikov z javnostmi pojavljajo pred ne več eno samo, ampak več javnostmi.

V Habermasovi poznejši interpretaciji javnosti je eden od odločilnih premikov od razlagalnega okvira iz Strukturnih sprememb javnosti pozornost za množstvo javnosti. K temu so ga spodbudile številne kritike, med katerimi je bila najbolj vplivna kritika Niklasa Luhmanna.

»Luhmann se strinja s Habermasom, da je prišlo do strukturnih sprememb javnosti, vendar jih interpretira kot nujni rezultat rasti kompleksnosti sistema in opozarja, da je partikularizacija družbenega sistema v številne specializirane podsisteme zmanjšala učinkovitost vzpostavljanja splošnega javnega mnenja, ki bi zajemalo družbo v celoti« (Škerlep, 1989:308).

Habermas je zato razvil »dvostopenjsko koncepcijo družbe«, v kateri je združil dva diametralno nasprotna pristopa k teoriji družbe – sociološko fenomenologijo in funkcionalistično sistemsko teorijo. »Razmerje med državo in civilno družbo, ki ga uporablja za pojmovni okvir Strukturnih sprememb javnosti, je nadomestil z razmerjem med sistemom in svetom življenja« (Škerlep, 1989:310). Habermas razvije »multidimenzionalen pojem sveta življenja«, ki na eni strani deluje kot nadomestek kategorije civilne družbe, na drugi strani pa označuje tisto sfero, ki jo je v Strukturnih spremembah javnosti označil kot sfero oblikovanja neformalnega, osebnega mnenja. Svet življenja je sociokulturni svet, katerega člani so povezani s skupnim jezikom in skupno kulturno tradicijo, kar zanje vzpostavlja intersubjektivno izkustvo enotnosti objektivnega sveta, v katerem pa prek komunikativne (inter)akcije poteka simbolna reprodukcija družbe.

S širjenjem trga in povečevanjem obsega administrativnih dejavnosti pa se je od sfere sveta življenja ločil »monetarno birokratski kompleks«, ki skrbi za materialno reprodukcijo družbe. Habermas ga pojmuje kot samoregulativni sistem¹⁵, katerega prvi imperativ je samoohranjanje prek systemske integracije. »Ker se je formalizacija interakcij v sistemu interakcije podredila instrumentalni racionalnosti, se je sfera sistema odlepila od komunikativno strukturirane intersubjektivnosti sveta življenja. Z osamosvojitvijo sistema sta se v svetu življenja formirali sferi zasebnosti in javnosti« (Škerlep, 1989:312).

Jürgen Habermas pa v svoji *Theorie des kommunikativen Handelns* (1981) dodaja, da se je kot institucionalno jedro javnosti prek kulturne produkcije, tiska in pozneje množičnih medijev vzpostavilo **komunikacijsko omrežje**, ki omogoča sodelovanje publike »umetnost uživajočih zasebnikov« v reprodukciji kulture in sodelovanje publike državljanov v socialni integraciji, ki je posredovana prek javnega mnenja (glej Škerlep, 1989:316). Enakega mnenja je tudi Denis McQuail, ki v svoji Teoriji množičnega komuniciranja pravi, da so množični mediji vir moči – kot sredstvo kontrole, upravljanja in inovacij v družbi; proizvajalci prostora (arene), v kateri se tako na domači kot na mednarodni ravni odigrajo zadeve javnega življenja; pogosto tudi prostor kulturnega razvoja, tako v umetnosti in simbolnih oblikah kot tudi pri navadah, običajih, življenjskih stilih in normah; in da so postali dominanten vir definicij in podob za družbeno realnost posameznikov, hkrati pa tudi kolektivno za skupine in družbe, kajti znotraj novic in zabave izražajo tudi vrednote in normativne sodbe (glej McQuail, 1994:6-7).

Ker pa je Habermas komunikativno racionalnost vsadil v enostavne vsakdanje interakcije v svetu življenja, iz tega izhaja, da s posamezniki ni mogoče povsem poljubno manipulirati. Množični mediji ne služijo več zgolj »demonstrativni in manipulativni publiciteti«, temveč konstituirajo komunikacijsko omrežje, ki je prvi pogoj za pojavljanje javnosti. Edino področje, na katerem lahko potencialno poteka refleksija družbe kot celote, je tako množstvo javnosti. Vse delne javnosti pa se

¹⁵ »Pojem sistema vpelje Habermas prek prevzemanja nekaterih rešitev systemske teorije Talcotta Parsonsa in Niklasa Luhmanna. V modernih kapitalističnih družbah oblikujeta dimenzijo sistema ekonomski podsystem in politično-administrativni podsystem, ki sta tudi sama razdeljena v številne podsysteme, regulirata pa ju dva 'krmilna medija' – moč in denar« (Škerlep, 1989:312).

usmerjajo na neko »občo javnost«, ki pa v dejanskosti ne obstaja (glej Škerlep, 1989:301-319).

»Tudi v modernih družbah se iz polimorfnih in pomešanih zasnutkov totalitet formira difuzna skupna zavest. To skupno zavest je mogoče koncentrirati in jasneje artikulirati v navezavi na specifične teme in določene prispevke; v zgoščenem komunikacijskem procesu višje stopnje javnosti pride ta skupna zavest do večje jasnosti. Komunikacijske tehnologije kot tisk, radio in televizija dajo izjave na voljo skoraj poljubnim kontekstom in omogočijo visoko izdiferencirano omrežje javnosti – lokalnih in nadregionalnih, literarnih, znanstvenih in političnih, znotrajstrankarskih in specifičnih za združenja, odvisnih od medijev ali subkulturnih. V javnosti so institucionalizirani procesi vzpostavljanja mnenja in volje, ki so kakor koli že specializirani, naravnani k difuznosti in k medsebojni penetraciji. Meje so prepustne, vsaka javnost je odprta vsem drugim javnostim. Iz njihove diskurzivne strukture izhaja komaj prikrita univerzalistična tendenca. Vse delne javnosti se usmerjajo na neko vseobsegajočo javnost, v kateri družba v celoti vzpostavlja vednost o sebi« (Habermas v Škerlep, 1989:316-317).

Navkljub množtvu delnih, stalnih in vedno znova tudi novih medsebojno prelivajočih se javnosti je zadnje stoletje zaznamovalo ravno množično komuniciranje (in množični mediji), namenjeno imaginarni vsoti javnosti, združenih v medijsko javnost. Denis McQuail jo v svoji teoriji množičnega komuniciranja, v kateri so sprejemnik množičnega komuniciranja bralci, poslušalci in gledalci, nadomesti s pojmom **občinstvo**¹⁶. Večina definicij množičnega komuniciranja se pri opredelitvi medijev, osnovnega sredstva novinarske dejavnosti, ujema, da so to sredstva (posredniki, kanali), ki kvantitativno omogočajo povečanje obsega produkcije (običajno posredovanja, razširjanja) sporočil. Torej razširijo krog sočasno komunicirajočih s premagovanjem časovne in prostorske razdalje med ljudmi (glej Splichal, 1981:139-141). Toda, ker je to sočasno komuniciranje pri množičnih medijih, omejeno z vnaprej določenimi protokoli, kot so denimo pisma bralcev, gre pravzaprav zgolj za razširitev kroga sprejemnikov množičnega komuniciranja. Mediji sicer posredujejo tudi med načelno nezdružljivima vrednostnima sistemoma –

¹⁶ Kljub temu pa tudi sam McQuail priznava, »da ima pojem občinstva v množičnem komuniciranju abstraktno in vprašljivo naravo, saj postane pri poslovno tržni medijski logiki merilo, toda ni več prepoznavna družbena kolektiviteta (če je sploh kdaj bila)« (McQuail, 1994:73).

ekonomskim in političnim, ugotavlja Splichal v Spremni besedi k slovenski izdaji Keanovega dela Mediji in demokracija (1992).

»Zakaj bi morali biti potemtakem mediji podrejeni prav zakonom ekonomije in ne politike (ali pa tudi obratno, čemur je naklonjen Keane)? V bistvu gre kajpak za staro tezo mladega Marxa, da svobode tiska in sploh nobene svobode ne gre presojati po meri katerekoli druge dejavnosti, pač pa mora biti utemeljena v lastnih notranjih zakonih« (Splichal, 1992b:8).

Nič drugače naj torej ne bi veljalo tudi za svobodo množičnega komuniciranja in samega novinarstva. Pa je ne glede na lastne notranje kodekse in etiko to res tako? Deklarativno to mogoče drži, glede na številne **politične** in **kapitalske** pritiske na vsakodnevno novinarsko delovanje pa tega v realnosti politične ekonomije XXI. stoletja ni moč trditi. Množični mediji, osnovno sredstvo sodobne novinarske dejavnosti, sicer res posredujejo med načelno nezdružljivima vrednostnima sistemoma – ekonomskim in političnim, predvsem zaradi dejstva, da pa so kot dominanten vir definicij in podob za družbeno realnost tako posameznikov kot kolektivitet hkrati tudi vir moči, pa so od njiju sočasno tudi odvisni. Dejavnost novinarstva namreč ni utemeljena v lastnih notranjih zakonih. Novinarstvo sicer ima lastne kodekse in etiko svojega delovanja, toda njeno upoštevanje ni pogoj za opravljanje dejavnosti, saj na odklone opozarjajo zgolj častna razsodišča, ki pa nimajo na voljo konkretnih mehanizmov, s katerimi bi jih sankcionirale. Tako pogoji opravljanja novinarstva kot delovanja medijev so namreč tudi v sodobnih kapitalističnih družbah sistemsko predoločeni tako s strani političnega podsistema - zakonodajalca kot s strani ekonomskega podsistema - izdajatelja. Razvoj množičnih medijev je sicer pokazal, da je zakonska regulativa in omejevanje medijskih monopolov upravičena in nujna, saj trg ne maksimira individualno svobodo medijske izbire, pač pa množično privlačno in zaradi tega ozko, ponavljajočo se in predvidljivo medijsko izbiro. Toda tako politični kot ekonomski podsistem imata skupno sistemsko težnjo po nadzoru sfere oblikovanja in distribuiranja informacij, s katerimi v komunikacijskem omrežju, ki ga konstituirajo množični mediji, nagovarjajo posamezne javnosti ali neko sicer neobstoječo vseobsegajočo javnost, v kateri družba v celoti vzpostavlja vednost o sebi. Kljub visokim stopnjam zaupanja v medije oziroma samo novinarsko dejavnost so v

realnosti družb politične ekonomije XXI. stoletja večinoma podrejeni tako zakonom ekonomije kot politike.

2.1 Alternativni koncepti novinarstva?

Vseeno pa smo v zadnjem desetletju tehnološkega napredka priča tudi nastanku nekaterih novih globalno uveljavljenih medijev, ki na glavo postavljajo dosedanje postulate tradicionalnih množičnih medijev, zaradi katerih je mogoče govoriti o alternativnem konceptu novinarstva. V prvi vrsti so nastali iz potrebe, da se izognejo sistemskemu nadzoru tradicionalnih institucij ter s tem tudi pritiskom političnega in ekonomskega podsistema.

»V zgodovini ne manjka dokazov, da za revolucioniranje komunikacijske sfere ni dovolj, da si revolucionarne množice prilastijo duhovne potence; polastiti se morajo tudi tehničnih proizvodjalnih sil medijske produkcije, zakaj 'dejanske osvoboditve ni mogoče izpeljati drugače kot v dejanskem svetu in z dejanskimi sredstvi'¹⁷« (Splichal, 1981:160-161).

V novih medijih, katerih tehnične proizvodjalne sile medijske produkcije izhajajo iz *interneta*, mrežnih povezav in drugih digitalnih medijev, informacije ne potujejo več od zgoraj navzdol – kar je značilno za piramidasti model novinarstva tradicionalnih medijev, v katerem so uredniki 'vratarji' (*gate-keepers*) informacij za občinstva - ampak se zdaj gibljejo vzporedno ali pa potujejo celo od spodaj navzgor. Šele tako sočasno komunicirajoči uporabniki teh novih medijev niso več le ciljno občinstvo predhodno obdelanih (in predelanih) informacij, ampak so v uporabi in izpostavljanju informacijam svobodni. Lahko vzamejo samo del informacije ali pa nobene, jo preoblikujejo, se pogovarjajo med seboj, oblikujejo svoje informacije in jih posredujejo nazaj v mrežo. Tako je skorajda dosežen atenski demokratični model trga idej (glej Zaniuk, 1997:50-51). Tako kot v stari Grčiji je sicer tudi sam vstop v horizontalno razpravo, ki jo omogočajo novi mediji, omejen. Za prestop v sistem informacijske in komunikacijske enakosti je namreč potrebno zadostiti tehnološki pogojenosti novih medijev ter izpolniti določene materialne in nematerialne zahteve, kot so na primer računalnik in dostop na medmrežje, infrastrukturne možnosti ter

¹⁷ Izvirni citat K. Marx in F. Engels, Nemška ideologija, str. 27.

znanje za njihovo uporabo. Toda glede na siloviti razvoj in popularizacijo interneta, mrežnih povezav in drugih digitalnih medijev, ki smo mu priča v zadnjem času, je v primerjavi s staro Grčijo treba ugotoviti pomembno razliko. Zaradi svoje notranje doktrine 'odprtosti' so novi mediji in tehnologije, na katerih slonijo, načeloma odprti vsakomur, ki mu v horizontalno razpravo uspe vstopiti. Število njihovih sočasno komunicirajočih uporabnikov pa je vsak dan večje.

Piramidasti model novinarstva, v katerem uredniki kot vratarji informacij za občinstva določajo medijsko agendo oziroma sam izbor od zgoraj navzdol potujočih medijskih vsebin, tradicionalnim medijem omogoča, da nadzorujejo razpravo, ki jo sistemsko sooblikujejo pritiski političnega in ekonomskega podsistema – v imenu prvega zakonodajalci, v imenu drugega pa izdajatelji in oglaševalci. Prehod z analognih na digitalne medije in na alternativni koncept novinarstva pa pomeni kakovosten skok. Uporabniki novih medijev se sami odločajo, kaj hočejo in jih sami oblikujejo. Posledica lažjega dostopa do novic – ta je sicer zaradi tehnoloških danosti sicer še vedno bolj omejen kot pa sam dostop do množičnih medijev – ki so bile prej rezervirane le za izbrance, je upadanje zaupanja v tradicionalne medije. Sam pojav in vse večja razširjenost ter število novih medijev, ki konstituirajo nova komunikacijska omrežja, pa dokazuje, da tradicionalne nadzorovane oblike množičnega komuniciranja in novinarstva vse bolj izgubljajo svoj monopol moči - kot sredstvo kontrole v družbi, kot proizvajalec prostora za zadeve javnega in kulturnega življenja in kot dominanten vir definicij in podob družbene realnosti. Politična in družbena interaktivnost, ki jo narekujejo nova komunikacijska omrežja vse večjega števila novih medijev, pa namesto količine informacij v ospredje postavljata kakovost same informacije.

2.1.1 The NewStandard

Eden od takšnih novih medijev, iz katerega so za razliko od tradicionalnih odstranjeni pritiski ekonomskega in političnega podsistema, je The NewStandard, neodvisni *online* vir novic, ki domuje na spletnem naslovu **<http://newstandardnews.net>** in je projekt organizacije PeoplesNetWorks, ki zagotavlja spletno komunikacijo in logistična orodja aktivistom in *grass-roots* organizacijam.

»The NewStandard je vznemirljiva iniciativa ljudi z veliko izkušnjami in impresivnimi dosežki. Ponuja resnično obljubo zadovoljevanja potreb, ki jih povsod tako močno občutimo: po točnih in res neodvisnih novicah o pomembnih vprašanjih, ki niso omejevale iz strani centrov moči.« (Noam Chomsky v The NewStandard, 2003)

Namen tega vira novic nove vrste, katerega delovanje je podprto zgolj s prispevki bralcev, je, da prinaša ključne in kritične informacije o dogodkih in tendencah, ki vplivajo na življenja ljudi, tako da premosti prepad, ki jih odtuja. Večina današnjih novic namreč kontrolirajo ekonomski ali vladni interesi, proizvajajo pa se po hierarhičnih, kapitalističnih principih. Rezultat česar so netočne ali nepomembne informacije, razočarani novinarji in zmedena ter neusposobljena javnost. Pristranskost novic pa je pogosto zakrita z zahtevami po novinarski objektivnosti. The NewStandard pa je nastal, da bi se tem trendom uprl. Od množičnih medijev se razlikuje po tem, da so pristranske prav vse njegove vsebine. Namesto, da bi se skrival za konceptom 'objektivnosti, nepristranskosti' medtem ko streže interesom vlagateljev in oglaševalcev, je njegov cilj slikati svet, kot ga vidijo ljudje, ki jih zadeva (glej The NewStandard, 2004). Pri tem pa upošteva naslednje principe:

»1. Novice ne smejo ustvarjati profita: posredovanje novic je dejavnost, ki je ne sme poganjati pohlep. Ves naš dohodek porabljamo za plačila osebju in avtorjem prispevkov ter za razširitev naših zmožnosti oblikovanja novic in orodij, ki jih za to potrebujemo. Naši bralci, sodelavci in osebje niso izkoriščani, da bi za kogar koli ustvarjali dobiček.

2. Novice morajo biti usmerjene proti ljudem: obvezani smo, da so naše vsebine brez oglasov. Ker niti eden od naših virov financiranja ni odvisen od oglasov, nas nič ne sili, da bi se z našimi vsebinami prilagajali posameznim potrošniškimi ciljnim skupinam. Iz istega razloga nimamo niti nobenih vlagateljev. The NewStandard financirajo njegovi bralci preko naročnin in prispevkov. Na ta način smo si zagotovili, da je naša osnovna motivacija posredovanje novic, ki so relevantne za vse naše naročnike.

3. Novice morajo biti relevantne: The NewStandard objavlja zgodbe, ki pred javnostjo izpostavljajo odgovornost vlad, korporacij in drugih posebnih interesnih skupin; zagotavlja novice in informacije, ki jih bralci potrebujejo, da bi lahko vplivali na dogodke in življenje; ter spodbuja razumevanje kompleksnih

vprašanj javnega interesa.

4. Delovna mesta morajo biti kolektivno organizirana in polno vključujoča za vse sodelujoče: PeoplesNetWorks deluje na načelih participativne ekonomije – modela, ki je bil oblikovan, da bi spodbujal pravičnost, solidarnost, različnost in samoupravljanje.» (The NewStandard, 2004)

Kljub kolektivistični organizaciji in načelni odprtosti – po sicer vnaprej določenih pogojih (glej The NewStandard, 2004) – do novih sodelavcev in njihovih prispevkov, novi mediji, kot je The NewStandard, ki sicer že presegajo hierarhično organizacijo nadzora razprave tradicionalnih medijev in vanje sistemsko vgrajene pritiske političnega in ekonomskega podsistema, ohranjajo ločnico med občinstvom, torej sprejemniki informacij, in tistimi, ki ga naslavljajo.

2.1.2 Odprto založništvo

Ključni koncept sodobnih alternativ piramidastemu modelu novinarstva tradicionalnih medijev se je razvil iz zamisli *prostega programja*¹⁸ (*free software*), ki se je preko medmrežja uveljavil med uporabniki in programerji programske opreme. *»Prosti programi so tisti programi, ki uporabniku dovoljujejo uporabo, razmnoževanje, razširjanje, razumevanje, spreminjanje in izboljševanje programa«* (Peterlin, 2003: 2). To je koncept *odprtega založništva* (*open publishing*), ki ga Matthew Arnison opredeljuje tako:

»Odprto založništvo pomeni, da je proces nastajanja novic za bralce pregleden. Sami lahko prispevajo zgodbo in vidijo, kako se takoj znajde med drugimi javno dostopnimi zgodbami. Te zgodbe so v najmanjši možni meri prečiščene, tako da pomagajo bralcem najti zgodbe, ki jih iščejo. Bralci lahko spremljajo uredniške odločitve drugih. Lahko se tudi vključijo in pomagajo sprejemati uredniške odločitve. Če se domislijo boljšega načina, kako lahko programska oprema pomaga izoblikovati uredniške odločitve, jo lahko prekopirajo, spremenijo in oblikujejo svojo spletno stran. Če želijo, lahko tudi razširjajo novice, toda zaželeno je, da to storijo na odprtozaložniški spletni strani. Odprto založništvo je enako prostemu programju. Oba koncepta sta {r}evolucionarna odziva na

¹⁸ Tako Slovensko društvo Informatika kot slovensko besedilo definicije *free softwarea* na spletišču GNU uporabljata izraz *prosto programje*, ki je seveda le besedotvorna različica proste programske opreme. V delu *prosto programje* označuje predvsem specifično licenco in z njo označeno prosto programsko opremo.

privatizacijo informacije s strani mednarodnih monopolistov. Na področju programske opreme je to Microsoft. V medijski dejavnosti je to CNN. Tako na področju programske opreme kot na medijskem področju pa je to AOL Time Warner» (Arnison, 2002).

Prosto programje večinoma programirajo prostovoljci, ki si ga izmenjujejo preko interneta. Gre za 'gibanje za osvoboditev programske opreme', katerega glavno vodilo je, da je izvorna koda vsakega posameznega dela prostega programja in njegovih notranjih mehanizmov odprta, tako da ima lahko vsakdo vpogled vanjo. Vsakdo lahko vzame kos proste programske opreme, ga spremeni in svoje spremembe posreduje naprej. Izdelek je na voljo vsem, proces nastajanja pa je prost in pregleden. Zato prosto programje nekateri imenujejo tudi *odprta koda (open source)*, čeprav ta označuje predvsem posebno pobudo (*Open Source Initiative*) razširjanja programske opreme z dostopno izvorno kodo, ne glede na njen lastninski režim¹⁹.

»Natančneje pa lahko kot prosto programje opredelimo vse programe, ki izpolnjujejo naslednje pogoje:

- 1. Prosto razširjanje. Dovoljenje za uporabo programa uporabniku ne sme preprečevati nadaljnjega razširjanja programa. Uporabnik sme program deliti brezplačno ali ga prodajati, sme ga vključevati v zbirke ali distribucije programov in za toni dolžan plačevati odškodnine avtorju programa.*
- 2. Dostopnost izvirne kode. Program mora biti dostopen v izvorni kodi, sme se ga razširjati tako v izvorni kot prevedeni obliki. Če se razširja le v prevedeni obliki, mora biti jasno označena možnost brezplačnega dostopa do izvirne kode. Izvirne kode tudi ni dovoljeno namenoma pisati nepregledno.*
- 3. Izvedena dela in integriteta avtorjeve kode. Program se sme spreminjati, izvedena dela pa se smejo razširjati pod enakimi pogoji kot izvirnik. Avtor lahko zahteva, da se spremembe in dopolnitve razširjajo kot popravki izvirne kode ločeno od izvirnika in jih uporabnik vključi pred prevajanjem programa.*
- 4. Enakopravnost uporabnikov in načinov uporabe. Dovoljenje za uporabo programa ne sme razlikovati uporabnikov ali skupin uporabnikov, niti ne sme razlikovati načinov uporabe programa.*
- 5. Dovoljenje za uporabo ne sme postavljati dodatnih omejitev. Dovoljenje za*

¹⁹ Če se pod oznako - *Open Source Initiative* znajde tudi lastniška oprema, je odprta koda lahko docela nasprotna prostemu programju.

uporabo, ki izpolnjuje zahteve iz prejšnjih točk, mora zadostovati za uporabo programa, ne da bi uporabnik moral pristajati na dodatne omejujoče pogoje, če je program razširjan kot del paketa, dovoljenje za uporabo ne sme omejevati pravic do uporabe programa izven tega paketa. Dovoljenje za uporabo mora tudi dopuščati razširjanje programa v paketu, s programi, ki se razširjajo z drugačnimi dovoljenji za uporabo» (Peterlin, 2003: 2).

Edina obveza prostega programja je, da izdelek ostane prost, da si ga torej nihče nima pravice lastiti, kot se to lahko zgodi s programsko opremo v javni lasti (*public domain*). Dovoljenje za uporabo prostega programja namreč ne varuje avtorja, temveč proces nastajanja prostega programja. *»Vsakdo, ki razširja programje v spremenjeni ali nespremenjeni obliki, mora z njim vred razširjati tudi vse pravice in svoboščine, ki jih je sam prejel, vključno s pravico do nadaljnjega razširjanja in spreminjanja«* (Peterlin, 2003:2). To pa pomeni alternativni način zaščite avtorskih pravic, tako imenovani *copyleft*. Ta že s poimenovanjem nastopa kot diametralno nasprotje klasičnih avtorskih pravic (*copyright*).

»Copyleft je splošna metoda označevanja programske opreme za prosto programje, ki zahteva, da so tudi vse izboljšave in naslednje različice posameznega dela programske opreme prosto programje. To ljudem omogoča, da si program in njegove izboljšave delijo, če si to želijo. Po drugi strani pa onemogoča tistim, ki niso pripravljeni na sodelovanje, da bi prosto programje spremenili v lastniško programsko opremo« (GNU, 1996).

Zamisel o *copyleftu* se je porodila programerjem, ki so združeni v projektu GNU²⁰. Ti ugotavljajo, da ustvarjalci lastniške programske opreme uporabljajo avtorske pravice zato, da uporabnikom odvzemajo svobodo, ustvarjalci prostega programja pa avtorske pravice uporabljajo, da jim zagotavljajo svobodo. Zato so *copyright* preobrnilo v *copyleft*. Njihov namen je:

»dati vsem uporabnikom možnost svobodnega razširjanja in spreminjanja programske opreme GNU. Če bi ji posredniki lahko odvzeli prosto razpolaganje, bi lahko imeli mnogo uporabnikov, toda ti uporabniki ne bi bili več svobodni. Zato namesto, da damo programsko opremo GNU v javno last, jo zaščitimo s

²⁰ Več o GNU Project je na <http://www.gnu.org/gnu/thegnuproject.html>

'copyleftom'. Copyleft pravi, da vsakdo, ki naprej razširja opremo, za ali brez sprememb, mora hkrati razširjati tudi svobodo, da se nadaljnje kopira in spreminja. Copyleft zagotavlja, da vsak uporabnik ima svobodo« (GNU, 1996).

Programska oprema je informacija, to so tudi novice in mnenja. Tako kot programska oprema so tudi novice pod nadzorom mednarodnih globalnih novičarskih sistemov.

»Da lahko vidiš novice, je treba plačati ali z denarjem, ali s časom, ki ga porabiš za oglase, ali kar z obema hkrati. Če hočeš novice ustvarjati, moraš plačati drage svetovalce za odnose z javnostmi. Če hočeš novice pisati, moraš spoštovati korporativne novičarske vrednote tekočega traku produkcije zgodb za čim večji oglaševalski učinek ob čim manjših stroških. Da bi novice urejal, moraš biti tiskovni servis globalne borze ali mednarodna medijska korporacija. Da bi novice distribuiral, moraš imeti vsaj enega od šestih televizijskih oddajnikov v milijonskem mestu. Medijske korporacije predpostavljajo, da je njihovo občinstvo neumno. Toda ustvarjalni ljudje ne kupujejo več stvari, pač pa si jih sami delajo. To pa je težava za medijske multinacionalke. Te ne verjamejo, da je njihovo občinstvo lahko ustvarjalno. To je namreč lahko slabo za dobičke in menedžerske plače. Toda nič ne de. Tudi občinstvo ne zaupa več korporacijskim medijem« (Arnison, 2002).

Šele ko je na komunikacijsko polje kot tehnologija vstopil tudi internet, ki se lahko informacijsko povezuje tudi z drugimi komunikacijskimi sistemi, telefonom, televizijo, radiom in časopisi, se je izoblikovala dosti bolj uravnotežena mreža prenosa informacij, ki sploh omogoča **odprto založništvo** na medkrajevni in globalni ravni. Pri tem pa so po mnenju Matthewa Arnisona najbolj v ospredju ravno 'poklicni vidiki' novinarstva.

»Odprto založništvo predpostavlja, da je bralec pameten in ustvarjalen ter da bi lahko hotel biti pisec, urednik, razširjevalec in celo programer programske opreme. Odprto založništvo predpostavlja, da bralec zna ločiti zanič zgodbo od dobre zgodbe. Da bralec lahko najde tisto, kar išče, in da lahko pri iskanju pomaga tudi drugim. Občinstvu zaupamo in zdi se, da nam to občinstvo vrača z zaupanjem. Odprto založništvo deluje na nasprotnem koncu spektra zaupanja kot korporativni mediji. Ne delujemo zato, da bi ljudi prepričali, da je to dober način

poročanja. Ponujamo prostor, v katerem se lahko ljudje sami zase odločajo, ali je to dober način poročanja ali ne. Potovanje je cilj. Odprto založništvo ni nič novega, to je le elektronska obuditev starodavne umetnosti pripovedovanja zgodb. Odprto založništvo je prosto programje. Je svoboda informacije, svoboda ustvarjalnosti. Odprto založništvo večinoma delajo prostovoljci» (Arnison, 2002).

2.1.3 *The Independent Media Centre (IMC)*

Tako nastajajo novi mediji, kakršen je na primer *The Independent Media Center* (IMC), ki domuje na spletnem naslovu www.indymedia.org. Ta (in njegovi tvorci) se na svojem spletišču predstavlja kot »mreža kolektivno vodenih medijskih prostorov za ustvarjanje radikalnega, natančnega in strastnega pripovedovanja resnice. To počnemo iz ljubezni in navdihnjenosti za ljudi, ki si še naprej prizadevajo za boljši svet, navkljub sprevačanju besed in dejstev s strani medijskih korporacij in njihovi nepripravljenosti, da bi medijsko pokrivalo prizadevanja za osvoboditev človeštva« (Indymedia, b.l.).

The Independent Media Center so leta 1999 ustanovili različne neodvisne in alternativne medijske organizacije in aktivisti²¹ z namenom, da bi na kraju samem zagotovili medijsko pokritje protestov proti Svetovni trgovinski organizaciji v Seattlu. Center je deloval kot zbirno mesto informacij za novinarje in preko svoje spletne strani sproti ponujal poročila, fotografije, zvočni in slikovni material. Iz zbranega materiala je Seattle Independent Media Center (seattle.indymedia.org) naredil serijo petih dokumentarcev, ki jih je vsak dan po satelitskih povezavah distribuiral javnim postajam (*public access stations*) po vseh Združenih državah.

Center je ustanovil svoj časopis, ki ga je distribuiral po vsem Seattlu in preko interneta tudi po drugih ameriških mestih, naredil je več sto zvočnih posnetkov, ki jih je po mreži in po radijskih valovih oddajal Studio X, radijska postaja iz Seattla. Na spletni strani, ki je zasnovana po demokratičnem odprtozaložniškem sistemu, so zabeležili več kot 2 milijona zadetkov in so jo tako predstavljali na spletnih straneh, kot so America Online, Yahoo, CNN, BBC Online in številnih drugih. Preko decentralizirane in avtonomne mreže je v naslednjem letu več sto medijskih aktivistov

²¹ Njihov podroben seznam je na <http://www.indymedia.org/allies.php3>.

ustanovilo neodvisne medijske centre tudi v Londonu, Kanadi, Ciudadu de Mexico, Pragi, Belgiji, Franciji in Italiji. Od takrat so se neodvisni medijski centri vzpostavili na vseh celinah, pripravljajo pa se novi, tako da jih je po vsem svetu trenutno že več kot petdeset. Indymedia.org²², ki jo upravlja mednarodna skupina neodvisnih medijskih aktivistov iz vsega sveta, koordinira tehnološka in uredniška vprašanja vseh neodvisnih medijskih centrov, ki so del mreže Indymedia (glej Indymedia, *b.l.*).

Silovit razmah števila na novih tehnologijah temelječih novih medijev – od katerih je The Independent Media Center pravzaprav le najbolj znan zaradi svojega medijskega pokrivanja množičnih uličnih demonstracij nasprotnikov vojn in globalizacije po diktatu centrov kapitalске moči, kot sta denimo Mednarodni monetarni sklad in Svetovna banka – priča, da je ob tradicionalnih množičnih medijih pri vsaki poglobljeni obravnavi novinarstva nujno upoštevati tudi alternativne koncepte, ki jih uporabljajo in uveljavljajo ti novi mediji. Ob tradicionalnih množičnih medijih, ki svojim občinstvom ponujajo s piramidastim modelom novinarstva nadzorovano razpravo, ki jo sooblikujejo pritiski ekonomskega in političnega podsistema, v prvi vrsti zato da bi se izognili temu nadzoru in pritiskom, sobivajo tudi novi mediji, nove paradigme novinarstva in njihovi uporabniki.

2.2 Kdo so novinarji?

»Novinarstvo je poklic, ki je ključnega pomena za obstoj vsake moderne družbe.²³ Vpleta se v gospodarske, politične in kulturne okvire vsake družbe in je dovzeto tako za družbene kot za tehnološke spremembe. Zaradi te spremenljivosti novinarskega poklica v prostoru (specifične družbene razmere) in času (različne stopnje zgodovinskega razvoja) je težko oblikovati univerzalno definicijo novinarstva« (Erjavec, 1999:7).

Izobraževanje današnjih novinarjev, proces, ki ga Slavko Splichal in Colin Sparks imenujeta »formiranje novinarjev«, je tesno povezano z naravo novinarstva v dani družbi. Ljudje, ki postanejo novinarji, in stvari, ki jih ti kot novinarji počnejo, se skozi

²² Na levi strani spletni strani <http://www.indymedia.org> je mogoče najti seznam vseh neodvisnih medijskih centrov.

²³ »Za normalno funkcioniranje demokratične družbe sta izrednega pomena predvsem posredniška in kritično-nadzorna funkcija novinarstva« (Erjavec, 1999:7).

zgodovino precéj razlikujejo. Tako pravita, da lahko zgodovinsko ločimo vsaj tri različna obdobja novinarstva: zgodnje obdobje priložnostnega ukvarjanja z novinarstvom (*occasional journalist activity*); obdobje polprofesionalnega novinarstva (*part-time journalism*), ki je trajalo od XVII. stoletja vsaj do francoske revolucije, v mnogih državah pa tudi še v XIX. stoletju, in za katero je značilna tesna povezava med splošno vlogo komunikatorja in specifičnim položajem novinarja; moderno obdobje profesionalnega novinarstva (*full-time journalism*). Tudi znotraj posameznih obdobj so velike razlike v razvojni stopnji novinarstva v raznih državah (glej Splichal in Sparks, 1992:209).

Splichal in Sparks ugotavljata, da je novinarstvo težko opredeliti predvsem zaradi:

- (1) *problematičnosti odnosa med novinarji in politično močjo;*
- (2) *nelicenciranega pristopa do novinarstva kot stroke; kot stroka je novinarstvo, kljub svojim formalnim težnjam po licenciranju še vedno zelo odprto in v njem delujejo ljudje zelo različnih izobrazb in poklicev;*
- (3) *težavnosti pri razlikovanju med splošnim aspektom posredovane komunikacije, ki je odprta vsem, in visoko razvitimi in kompleksnimi vrstami komunikacijskega delovanja, omejenega na specifične družbene skupine (Splichal in Sparks, 1992:209).*

Nobena od globalno usmerjenih organizacij, tako tistih, ki se ukvarjajo s stanjem novinarstva (npr. UNESCO – *Section for Free Flow of Information and Communication Research*), kot lastnih mednarodnih novinarskih organizacij (npr. IFJ, *International Federation of Journalists*, ali IOJ, *International Organisation of Journalists*), ni sposobna podati za komunikologe zadovoljive in hkrati splošnoveljavne opredelitve novinarstva. Običajno stališče ljudi, ki so povezani v profesionalne ali sindikalne organizacije novinarjev, je, da čeprav je nemogoče opredeliti, kdo je novinar, je to povsem jasno, ko gledamo dejavnost, s katero se posameznik ukvarja. Kot bi lahko tudi malce v šali povzeli: »*You can't define a journalist, but you know one when you see one*« (Splichal in Sparks, 1992:212). To je Splichala in Sparksa prisililo, da sta obravnavala, kako so zgrajene različne novinarske realnosti. Kljub nekaterim prednostim pogleda, da je novinar prepoznaven po dejavnosti, s katero se ukvarja, pa težava nastopi predvsem zaradi nekonsistentnih meril pri sprejemanju članov v novinarske profesionalne in sindikalne organizacije.

Čeprav so definicije članstva lahko zunanjemu opazovalcu videti nejasne, ravno te bistveno določajo družbeno realnost novinarstva, ker morajo zajeti izredno dinamično, življenjsko in spreminjajočo se realnost, ki kaže, da je novinarstvo nestabilen in fluiden poklic prav zaradi, prvič, izrazite podvrženosti političnim, družbenim in tehnološkim spremembam, ki ga določajo, in drugič, zaradi vedno večjega števila sorodnih dejavnosti, ki posegajo na nekoč novinarstvu monopolno področje množičnega komuniciranja.

Posebno občutljiv položaj nekaterih novinarjev, ki se na eni strani nanaša na pravice posameznikov in na drugi na moč državnega aparata, je povzročil, da so državne oblasti pogosto poskušale natančno definirati pravice in (predvsem) dolžnosti novinarjev. Zato so morale tudi natančno in sistematično opredeliti, kdo je nosilec teh pravic in koga zavezujejo te dolžnosti. **Zakonske in politične definicije** novinarstva so osredotočene zgolj na *'proizvajalce novic'*, ki najbolj zanimajo tako vlade in druge institucije moči v družbi kot tudi posameznike, ki iščejo morebitno zadoščenje ali zasebnost, se pravi njeno varstvo. Zakon o medijih v prvem odstavku 21. člena tako določa: *»Novinar po tem zakonu je oseba, ki se ukvarja z zbiranjem, obdelavo, oblikovanjem ali razvrščanjem informacij za objavo prek medijev in je zaposlena pri izdajatelju, ali pa samostojno kot poklic opravlja novinarsko dejavnost (samostojni novinar)«* (Zakon o medijih, 2001:5).

Šolske definicije slonijo predvsem na dveh različnih pristopih. Prvi je strog pristop, ki temelji na definiranju novinarjev na podlagi njihove vloge v generiranju in razširjanju novic in mnenj v informativnih vsebinah množičnih medijev z namenom služiti javnemu interesu. *»... 'Novinarstvo' je beseda s širokim in različnim pomenom; tako je tudi 'novinar'. Beseda 'novinar' se tako nanaša na osebo, katere prvotni poklic je zbiranje, pisanje in urejanje vsebin, katere v glavnem vsebujejo poročanje ali interpretacijo sprotnih dogodkov«* (W. E. Porter v Splichal in Sparks, 1992:215; izvorni narekovaji).

Drug pristop k definiranju novinarstva je precéj širši. Novinarjem poleg simbolne manipulacije z medijskimi vsebinami o sprotnih dogodkih, ki tako postanejo razumljivi za občinstva, torej informativne in izobraževalne funkcije, pripisuje še zabavno funkcijo. Upoštevati je namreč treba, da *»ni univerzalnih kriterijev izbire*

vsebine sporočanja, ampak je proces izbire novic vedno odvisen od aplikacije vrednostnih kategorij in družbenih vrednot na dogodke. Kriteriji izbire niso absolutni, ampak so vedno v času in prostoru spremenljivi» (Erjavec, 1999:53). Že sama medijska realnost, v kateri danes živimo, nas namreč opozarja na pluralnost in širok spekter različnih pristopov do samega novinarstva. V Evropi se je tako razvil in uveljavil drug, liberalnejši pristop do definiranja samega novinarstva, ki je širše zastavil sam koncept narave novinarja in vrste dejavnosti, ki so zanj značilne. »'Novinar' je vsak, ki je polno zaposlen in kot tak sodeluje v razširjanju informacij, mnenj in zabave« (W. Donsbach in drugi v Splichal in Sparks, 1992:222; izvorni narekovaji).

Obe šolski definiciji, tako 'stroga' kot 'liberalna', sta dodatno omejeni, ker ne razločujeta natančno, ali obdelava medijskih vsebin postane predmet drugih dejavnosti, ki prav tako kot novinarstvo delujejo v javni komunikacijski sferi (npr. odnosi z javnostmi, oglaševanje...), so pa posledica širjenja informacijskega gospodarstva in prevzemanja glavne vloge v gospodarstvu družb (glej Zaniuk, 1997:50-51). Pri novinarstvu – pa tudi nekaterih drugih dejavnosti, ki vanj posegajo zaradi svojih posebnih interesov, npr. odnosi z javnostmi – je bistveno, da se pojasnijo razlogi za konkretno ravnanje novinarjev v njihovem vsakdanjem delu. Če bi hoteli iskanje in predelovanje informacij novinarjev razlagati zgolj skozi osebno gledišče, s katerega novinarji zaznavajo situacije, se bi pri tem omejili le na merilo *pristranskosti in subjektivnosti*. Raziskovalci množičnega komuniciranja pa danes menijo, da je nemogoče ravnanje novinarjev pojasnjevati s tako preprostim pojmom, kot je *pristranskost*. Namesto tega razvijajo teorije, ki obsegajo tri analitične ravni²⁴ (glej Hunt in Grunig, 1995:61):

- ***individualna raven***; mera, do katere je vedénje novinarjev posledica njihovih interesov, pa tudi pristranskosti, vrednot ali idealov;

- ***organizacijska raven***; obsega vse tiste organizacijske dejavnike, ki omejujejo vedénje poročevalca;

²⁴ Tri analitične ravni preučevanja novinarjev je razčlenil Paul M. Hirsch v *Occupational, Organizational, and Institutional Models in Mass Media Research: Toward an Integrated Framework*; drugače v knjigi Tehnike odnosov z javnostmi Todda Hunta in Jamesa E. Gruniga (glej Hunt in Grunig, 1995:61).

- *institucionalna raven*; predpostavlja vse tiste omejitve, ki jih novinarju nalaga širša družba; na primer zahteva, da mora medij poslovati z dobičkom; optika, skozi katero novinarji vidijo svoje bralstvo; novinarska izročila in nezavedni vplivi, ki jih imajo novinarji drug na drugega.

Težko je opredeliti, kdo je novinar. Slavko Splichal ugotavlja, »*da problem izhaja iz dveh osnovnih variant razumevanja novinarskega poklica*« (v Nežmah, 1996:34). Ostra delitev informacij od interpretacij, ki jo propagirajo Američani, je tako po njegovem mnenju celo »slaboumna«. Ljudje berejo časopise predvsem zaradi mnenj, ki jih na ta način pridobijo, ne pa samo zaradi golih informacij. Tisk v Evropi in na začetku tudi v Združenih državah Amerike je bil tradicionalno politično profiliran. Prav s tem mnenjskim tiskom je povezana tudi ideja svobode tiska, pri kateri gre predvsem za svobodo izražanja mnenj. »*Novinar je bil zato razumljen kot sistematični zagovornik določenih mnenj. Na drugi strani pa je ideja nevtralnosti novinarstva, ki naj bi zgolj posredovalo informacije. To pa je povsem nemogoče, ker je že vsaka selekcija informacij utemeljena na interpretaciji*« (Splichal v Nežmah 1997:32-35). Karmen Erjavec v svoji knjigi *Novinarska kakovost* navaja Wolfganga Höbela, ki »*osebne angažiranosti novinarja ne razume kot izražanje novinarjevega mnenja in interesov, ampak ravno nasprotno kot novinarjevo distanco do vsebine in predmeta sporočanja*« (Erjavec, 1999:14). Ločevanje dejstev in mnenj²⁵ pa vidi kot novinarsko načelo, ki je uresničljivo samo v svobodnem medijskem sistemu. Ta novinarska tradicija se je zato najprej pojavila v britanskem in ameriškem tisku. Ločevalna norma ima funkcijo varovalnega ukrepa občinstva, da si lahko neodvisno od novinarjevih interpretacij oblikuje lastno mnenje in je eden od najpomembnejših kriterijev delitve na *popularni* in *kakovostni* tisk. Vsebuje pa dve zahtevi – mnenjsko in vrednostno svobodno oblikovanje vesti, torej prepoved mešanja dejstev in mnenj, ter neenostransko slikanje dogodka in s tem favoriziranje mnenja v informaciji. To pa hkrati pomeni, da:

(1) ima novinarstvo v svojem načinu dela in poročanja dve različni produkcijski kategoriji;

²⁵ Ločevanje dejstev in mnenj, ki ga Erjavceva imenuje *ločevalna norma*, je po njenem mnenju ena od dveh etičnih norm (normi objektivnosti in ločevanja), ki sta osnova novinarskega delovanja (glej Erjavec, 1999:34-48).

(2) ta novinarska zahteva implicitno predpostavlja, da je polnoletni državljan z izbiro različnih dejstev ustrezno informiran o družbeni stvarnosti. To pomeni, da so mediji zrcalo realnosti. Večina komunikologov se danes s to trditvijo ne strinja (Erjavec, 1999:46-47).

Erjavčeva pravi, da je do delitve na kakovostni in popularni tisk prišlo »na prelomu 20. stoletja, ko se je novinarstvo komercializiralo. Z industrializacijo so nastale tiskovne agencije, velike tiskarne in profesionalno organizirana uredništva. Na kratko: nastala je dihotomija med zdaj že uveljavljenim mnenjskim tiskom, ki je bil v prvi vrsti naročniški tisk in informacijskim tiskom, ki se je prodajal na ulici in je zato potreboval dobro inovativno in tržno organizacijo. Informacijski tisk je začel hitro ponujati senzacionalno poročanje« (Erjavec, 1999:46). Primerjanje novinarjev in ugotavljanje njihovih skupnih značilnosti preko nacionalnih meja in kulturnih krogov je tako nehvaležno početje. »Obstaja namreč toliko značilnosti, stališč in načinov obnašanja, za katere lahko rečemo, da so odvisne od specifične situacije, da marsikdo nasprotuje vsakršnemu poskusu, da bi poiskali splošne vzorce in trende« (Weaver, 1996:83). Kljub temu pa Weaver pravi, da se zdi, da obstajajo tudi podobnosti, ki presegajo geografske, kulturne, jezikovne, družbene, verske, rasne in etnične meje. Te se v prvi vrsti nanašajo in opozarjajo na družbeno uzavešeni pomen kritično-nadzorne vloge, ki naj bi jo imelo novinarstvo v sodobni družbeni konstrukciji realnosti po načelih ustavnopravnih parlamentarnih demokracij urejenih držav.

3 MIT: NEKDAJ IN DANES

Vpr.: »Ali lahko shajamo brez mitologij?«

Odg.: »Ne, seveda ne. Kakor tudi ne brez simbolične funkcije. Edina govorica, ki ne razvija drugega smisla, je matematika, ker je tako popolnoma formalizirana« (Roland Barthes v Velikonja, 1995a:9).

Pojem mita danes v znanstvenem smislu obravnavamo tako, kot so ga razumeli v arhaičnih družbah. V teh je mit – v nasprotju s še danes uveljavljenimi poenostavitvami, po katerih je mit le zgodba, izmišljija oziroma fikcija – pomenil neko 'resnično zgodbo'. Ta nova semantična vrednost besede 'mit' je povzročila, da ima v vsakdanjem govoru dva ločena pomena. Pomenski prehod mita v fikcijo se je pričel že v antični Grčiji in se kot tak ohranil vse do današnjih časov. Po Ksenofanu (okoli 565 – 470 pr.n. št.), ki je prvi obsodil in zavrnil 'mitološke' lastnosti bogov oziroma božanstev, ki so jih opevali epski pesniki, so Grki *mythosu* postopoma odvzeli vsakršen religiozen pomen. Ker so ga postavili za nasprotje najprej *logosa* in kasneje *zgodovine*, je *mythos* naposled začel označevati »vse tisto, kar v resničnosti ne more obstajati« (glej Eliade, 1970:5-8). Ne Eliadeja in ne drugih sodobnih raziskovalcev mitov ne zanima več ne duhovna stopnja in ne zgodovinski trenutek, v katerem je mit postal zgolj 'fikcija'. Njihova znanstvena prizadevanja se osredotočajo predvsem na družbe, v katerih je mit še živ, in sicer v takšnem smislu, da ponuja zglede za ravnanje človeka in s tem pomen in vrednost njegovega obstoja. »Mnoga dogajanja, liki in procesi v sodobnih družbah pa izzivalno spominjajo na tiste iz zakladnic arhaičnih oz. **klasičnih** mitologij. Pomenljive podobnosti kljub popolnoma drugačnim časom in okoliščinam ne zbledijo« (Velikonja, 1995a:6).

Seveda je mit težko opredeliti. Eliade pravi, »... da je težko najti definicijo mita, ki bi bila sprejemljiva za vse znanstvenike in ki bi jo istočasno razumeli tudi tisti manj seznanjeni« (Eliade, 1970:9). Sprašuje se, ali je sploh mogoče najti eno samo definicijo, ki bi lahko zaobjela vse vrste in vse vloge mitov v vseh arhaičnih in tradicionalnih družbah? »Mit je namreč kulturna in izredno zapletena stvarnost, ki ji lahko pristopimo in jo razlagamo le z množtvom stališč, ki se med seboj dopolnjujejo« (Eliade, 1970:9). Tako v nadaljevanju ugotavlja, da nam »mit sporoča, kako je zaradi

delovanja nadnaravnih bitij, ena stvarnost začela obstajati, pa naj bo to celotna stvarnost, kozmos ali samo fragment: otok, rastlinska vrsta, ljudsko obnašanje ali ustanova. Vedno gre torej za stvaritev: govori o tem, kako je nekaj nastalo, kako je začelo obstajati» (Eliade, 1970:9).

Posledice takšnega dojemanja mita, ki je prvenstveno značilnost arhaičnega človeka, pa so se prenesle tudi v sodobno moderno družbo. *»Tako kot moderni človek, ki je prepričan, da ga je ustvarila zgodovina, se ima tudi človek arhaičnih družb za rezultat določenega niza mitskih dogodkov. Ne eden ne drugi se ne smatrata 'danim', 'narejenim' enkrat za zmeraj, kot se na primer dela orodje, na dovršen način« (Eliade, 1970:15; izvorni narekovaji). V čem pa se torej razlikujeta? »Medtem ko se moderen človek, ki se ima za rezultat določenega toka splošne zgodovine, ne čuti obvezanega, da bi jo tudi v celoti spoznal, je človek arhaičnih družb primoran ne le, da se spominja mitske zgodovine svojega plemena, pač pa da jo tudi od časa do časa oživlja« (Eliade, 1970:16). Najpomembnejša razlika med njima torej je, da nepovratnosti dogodkov, ki je za modernega človeka važno obeležje Zgodovine, drugi sploh ne opazi (Eliade, 1970:9-16). »Nekatera 'mitska ravnanja' pa so preživela oziroma so se obdržala vse do današnjih časov. Pri tem pa ne gre za 'preživetje' arhaičnega mišljenja, ampak za to, da nekateri aspekti in funkcije mitskega mišljenja tvorijo del človeškega bitja« (Eliade, 1970:163; izvorni narekovaji). Tako je mogoče govoriti tudi o številnih različnih 'mitih modernega sveta'. Na prvi pogled se sicer zdi, da je mitsko organizacijo družbe zamenjala racionalna organizacija.*

»V vseh kritičnih trenutkih človekovega družbenega življenja racionalne sile, ki se upirajo prebujanju starih mitskih predstav, niso več gotove same vase. V teh trenutkih ponovno nastopi čas mita, kajti mit ni bil nikoli zares premagan in obvladan. (...) Njegov trenutek nastopi takoj, ko druge povezovalne sile človekovega družbenega življenja iz tega ali onega razloga popustijo in se niso več sposobne boriti z demonskimi mitskimi silami« (Cassier, 1995:13).

Miti so tako dodobra zaznamovali tudi konfliktno in krvavo XX. stoletje, v katerem so se po Cassierjevem mnenju zgodile tudi novosti v njihovem dojetju – novosti odločilnega pomena, ki so popolnoma spremenile vse naše družbeno življenje.

»Mit so vedno opisovali kot rezultat nezavednega delovanja in kot svoboden plod domišljije. Tukaj pa imamo mit, ki je izdelan po načrtu. (...) Dvajsetemu stoletju, naši veliki tehnični dobi, je bilo namenjeno, da razvije novo tehniko mita. Danes se lahko miti ustvarjajo v enakem smislu in po istih metodah kot katerokoli sodobno orožje« (Cassier, 1995:15).

Še več, v sodobnih družbah lahko *»mitska ravnanja odkrijemo tudi v današnji obsedenosti z 'uspehom', ki je tako zelo značilna za moderno družbo«* (Eliade, 1970:166; izvorni narekovaj). O sodobnih mitih in mitologijah se govori in piše le redko. *»Mitologija pa je neminljivi del družbene konstrukcije realnosti, neukinljivi sopotnik vsakršnih razlag sveta. Brez sočasne analize mitološkega korpusa je raziskovanje družbenih pojavov nepopolno, prikrajšano za njihov pomembni, celo konstitutivni del. Drugače rečeno: dogajanj v družbi ne moremo nikoli razumeti, če ne poznamo njene mitologije«* (Velikonja, 1995a:9).

Najbolj poenostavljen odgovor na vprašanje, kaj je mit danes, pa v enem izmed najpomembnejših del znanstvene literature o mitologijah našega časa, *Mythologies* (1963), ponuja Roland Barthes, ki pravi, da je mit vrsta govora, sistem komunikacije, sporočilo. Mit potemtakem ne more biti objekt, koncept ali ideja; je namreč način označevanja, način signifikacije, forma. Ta pa ni opredeljena s predmetom svojega sporočila, pač pa z načinom njegovega izražanja. Ne pomeni, da je sporočilo, ki ga nosi mit, omejeno le na oralni prenos, saj je lahko sestavljen tudi iz pisnih ali drugih predstavnih oblik – ne le zapisanega diskurza, pač pa tudi fotografije, filmske umetnosti, vseh vrst poročanja in uprizarjanja, športa, javnosti... Vse te so namreč lahko v vlogi podpornikov mitskega govora. Ta je potemtakem vedno zasnovan na gradivu, snovi, ki je že bila obdelana, tako da je primerna za komunikacijo. Vse gradivo, s katerim je opremljen mit – naj bodo to pisne oblike ali podobe – predpostavlja pomensko zavednost; torej da lahko o njem razmišljamo in razpravljamo, tudi če povsem ne verjamemo ali nismo popolnoma seznanjeni z njegovim bistvom, vsebino. Ta sicer ni nepomembna, toda v prvi vrsti šteje, ali gradivo sporoča še kak dodaten pomen, ki se ne nanaša neposredno na njegovo bistvo, ali ne. Sodobni miti se torej reprezentirajo skozi gradivo, s katerim so opremljeni, hkrati pa v družbeni zavesti veljajo kot nekakšne norme, o katerih – vsaj dokler veljajo – ni dvoma. Berger in Luckmann (1988) temu pravita pojmovni mehanizem

vzdrževanja simbolnega sveta²⁶, mitologijo, ki jo definirata kot *»tisto pojmovanje realnosti, ki predstavlja nenehno prežemanje vsakdanjega izkustva in božanskih sil«* (Berger in Luckmann, 1988:104), pa štejeta za njegovo najbolj arhaično obliko.

Drugače kot pri ostalih tipih pojmovnih mehanizmov, ki so postali last specialističnih elit in so se njihovi sklopi znanja bolj in bolj odmikali od vsakdanjega znanja družbe ter je *»vsakdanje življenje potemtakem ostalo prikrajšano za 'sveto' legitimizacijo in tisto teoretsko razumljivost, ki bi ga povezala s celovitostjo simbolnega sveta«* (Berger in Luckmann, 1988:105; izvorni narekovaj), se mitološka znanja približujejo *»preprosti«* ravni. *»Mitologija kot pojmovni mehanizem je najbližja naivni ravni simbolnega sveta, tj. ravni, na kateri obstaja najmanjša možna potreba po teoretskem vzdrževanju sveta onstran dejanske vzpostavitve tega sveta kot objektivne realnosti«* (Berger in Luckmann, 1988:104).

Čeprav pri Bergerju in Luckmannu nastopa mitologija v ožjem pomenu, mitologija v širšem smislu, tj. kot resnična zgodba (rekli bi lahko tudi 'zgodba o resnici'), obsega vse pojmovne mehanizme vzdrževanja simbolnega sveta, kot jih opredelita Berger in Luckmann, in sicer filozofijo, teologijo in znanost ter pravzaprav vsako drugo obliko razlaganja sveta, ki vzdržuje simbolni svet. *»Simbolni svet zagotavlja red v subjektivnem pojmovanju posameznikovega življenjskega izkustva. Izkustva, ki pripadajo različnim področjem realnosti, se namreč integrirajo v isti zaključeni pomenski svet«* (Berger in Luckmann, 1988:93). Pojmovni mehanizmi pa v prvi vrsti legitimizirajo in obenem spreminjajo simbolni svet, zgrajeni pa so tako, da ga branijo pred nosilci alternativnih definicij realnosti, ki že s svojim družbenim obstojem oporekajo statusu realnosti simbolnega sveta v njegovi prvotni podobi.

»Poudariti je treba, da so pojmovni mehanizmi vzdrževanja sveta tako kot vse oblike legitimizacije sami po sebi proizvod družbene dejavnosti in jih je le izjemoma mogoče razumeti ločeno od ostalih dejavnosti v skupnosti, za katero gre. Uspešnost posameznih pojmovnih mehanizmov je na značilen način povezana z močjo tistih, ki z njimi upravljajo« (Berger in Luckmann, 1988:102).

²⁶ *»Simbolni svet razumemo kot matrico vseh družbeno objektiviziranih in subjektiviziranih realnih pomenov: vso zgodovinsko družbo in celotno posameznikovo življenje vidimo kot dogajanje znotraj omenjenega sveta«* (Berger in Luckmann, 1988:92).

Kot način označevanja so miti in mitologija – predvsem zaradi svoje preprostosti, bližine splošno znanim resnicam ter lahke sprejemljivosti in dojemljivosti za širše množice – pomemben del današnjega simbolnega sveta ustavnopravne države in avtonomije, ki jo ta predpostavlja. Repräsentatirajo se tudi skozi gradivo, s katerim so opremljeni, in v družbeni zavesti veljajo kot norme. *»Simbolni svet torej ureja in s tem legitimizira vsakdanje vloge, prioritete in postopke tako, da jih uvršča sub specie universi, tj. v kontekst najsplošnejšega referenčnega okvira«* (Berger in Luckmann, 1988:95). V referenčnem okviru pojmovnih mehanizmov, ki legitimirajo in spreminjajo simbolni svet ustavnopravne države ter ga branijo pred nosilci alternativnih definicij realnosti, je ena od norm v družbeni zavesti tako tudi mit avtonomije novinarstva in novinarjev. Kljub obstoju temu tradicionalnemu razumevanju novinarstva alternativnih vedenj in praks, kljub individualni, institucionalni in organizacijski ravni vplivov na konkretno ravnanje novinarja ter podrejenosti novinarstva ekonomskemu in političnemu podsistemu, pa je mitološki korpus družbene konstrukcije razumevanja in razlaganja novinarstva prav njegov nastanek. O začetkih novinarstva v današnjem smislu lahko namreč pričnemo govoriti šele, ko je z legalizacijo politične angažiranosti tiska v buržoazni revoluciji to postalo orožje proti fevdalni državi. Mit avtonomije novinarstva modernemu človeku v kontekstu najsplošnejšega referenčnega okvira simbolnega sveta XXI. stoletja in pripadajočih norm v družbeni zavesti tako zgolj sporoča, kako je novinarstvo v današnjem smislu nastalo, oziroma – če sklenemo z Barthesovim prepričanjem, da je *»mitologija soglašanje s svetom, toda ne s takim, kot je, ampak s takšnim, kakršen teži postati«* (v Velikonja, 1995b:41) – kakšno teži biti, nikakor pa ne tudi, kakšno dejansko je.

4 MIT AVTONOMIJE NOVINARSTVA

Pri konstrukciji realnosti današnje družbe imajo sodobni množični mediji ključno vlogo. Manca Košir ugotavlja: »Množična občila imajo tako pomembno vlogo, da sem si jo upala označiti z besedo 'usodno', zato ker so eden od najpomembnejših mehanizmov za konstituiranje našega sveta vsakdanjega življenja, ki je primarna in prevladujoča stvarnost, naša *par excellence*« (Košir, 1992:29; izvorni narekovaj). Kot je že pred več kot tridesetimi leti zapisal Mircea Eliade, je prvi logični zaključek obravnavanega, »da se mitske strukture slik in ravnanj današnjim družbam in skupnostim posredujejo po kanalih množičnega komuniciranja« (Eliade, 1970:164). Za referenčni okvir obravnavanega mita avtonomije novinarstva pa je pomembna tudi ena od njegovih ugotovitev, ki se tičejo elit sodobne družbe.

*»Manj pa je v današnji družbi govora o tistem, čemur lahko rečemo miti elite ali izbranih, posebno tistih, ki se kristalizirajo okoli umetniškega ustvarjanja in njegovega kulturnega in **družbenega** ustvarjanja. Pomembno pa je še poudariti, da so se ti miti uspeli uveljaviti zunaj zaprtih krogov posvečenih, predvsem zaradi manjvrednostnih kompleksov javnosti in prizadevanja samih umetnikov« (Eliade, 1970:166-167; dodani poudarek).*

Pritrjujeta mu Berger in Luckmann, ko ugotavljata, da je uspešnost posameznih pojmovnih mehanizmov – med katere štejeta tudi mitologijo – na značilen način povezana z močjo tistih, ki z njimi upravljajo (1988:102-104). Torej tudi z mitom 'avtonomije novinarstva'. »Če pa naj bo totaliteta institucionalnega reda kot pomenske celote res samoumevna, se mora ta red legitimizirati z 'umestitvijo' v simbolni svet.« (Berger in Luckmann, 1988:99; izvorni narekovaj). Že zgolj sam obstoj opredelitve 'avtonomija novinarstva' v današnjem simbolnem svetu pa ne ponudi le objektivizacije²⁷ – tako Berger in Luckmann označujeta zunanjo spoznavno dostopnost – avtonomije novinarstva, ampak tudi njeno legitimizacijo, upravičenje kot del koherentne, samoumevne in edino dostopne družbene realnosti. V institucionalni segmentaciji družbe novinarstvo nastopa kot *pomenski podsvet*, ki ga nosi določena

²⁷ »Proces, v katerem dobijo eksternalizirani proizvodi človeške dejavnosti značaj objektivnosti, je objektivizacija« Berger in Luckmann, 1988:62).

skupnost, novinarji, tj. skupina, ki mu nenehno proizvajajo pomene in v kateri imajo ti pomeni objektivno realnost.

Novinarje združuje specialistično poklicno znanje in tipizirana pragmatična ravnanja, ki jih ne delijo tisti, ki se ne ukvarjajo z novinarstvom, hkrati pa so povezana v lastno pomensko območje in kot tako vključena v simbolni svet, ki institucionalni svet povezuje v celosten pomenski svet. Institucionalni red pa se objektivizira vse do reifikacije²⁸ družbene realnosti institucij in vlog. Novinarji in predvsem novinarstvo ne sestavljajo tako zgolj sklopa znotraj institucionalnega reda, in to tistega sklopa, ki ima institucionalno vlogo pri zalaganju družbenega sveta s pomeni vsakdanje realnosti, ampak so potemtakem (so)oblikovalci simbolnega sveta in obenem kot ločeno območje sami umeščeni vanj, vse do lastne simbolne osamosvojitve in postvarelosti. Kot taki novinarji in novinarstvo niso le tvorec medijske konstrukcije družbene realnosti, ampak hkrati tudi predmet konstrukcije družbene realnosti medijev.

Družbena definicija novinarstva je nenehni izid nasprotnih interesov z neenako močjo in torej neenako možnostjo vsiljevanja svoje definicije realnosti. Udeležene skupine so tiste, ki pri dani definiciji nimajo le interesa, ampak tudi moč v množtvu konkurenčnih interesov postaviti in vsiliti posebne definicije realnosti v skladu s svojimi stališči in z njimi oskrbeti družbo. Veljavna definicija realnosti je vedno skupno delo teh skupin. Zaradi poklicne danosti imajo novinarji sicer privilegirano vlogo pri postavljanju in uveljavljanju lastnih definicij in so zato kljub bistveno močnejšim zunanjim političnim in kapitalskim pritiskom vsaj načelno soudeleženi pri vzpostavljanju definicije novinarstva v družbi.

Skratka z novinarsko dejavnostjo opredeljena skupina sestavlja svoj pomenski podsvet znotraj sodobne družbe, ki ga na lokalnem, državnem in mednarodnem nivoju glede na poklicne zahteve opredeljujejo in usmerjajo kodeksi in drugi stanovski pravilniki delovanja, konkretno pa določajo interesi kapitalskih in političnih centrov moči, ki v stvarnosti avtonomijo novinarstva relativizirajo vsaj po konceptih lastnine, publicitete in 'posebne družbene moči' novinarstva. Sama avtonomija novinarstva in novinarjev – oziroma njena dejanska stopnja, saj o polni avtonomiji novinarstva ni

²⁸ »Z drugimi besedami je reifikacijo mogoče opisati kot skrajno stopnjo v objektivizacijskem procesu, v katerem objektivirani svet izgublja razumljivost ter se utrjuje kot nečloveška, nehumana, negibna dejanskost« (Berger in Luckmann, 1988:86).

mogoče govoriti – je vedno podrejena vsakokratnemu ravnovesju konkurenčnih interesov in družbene moči.

4.1 Lastnina

Kdo ima v lasti javno sfero? To vprašanje si zastavlja tudi Svennik Hoyer, po katerem bi moral javni diskurz ostati javen: *»Javne sfere si tako kot zrak, ki ga dihamo, namreč ne bi smel nihče lastiti; kajti ta je tradicija, ki so jo skozi čas gradili in vzdrževali nešteti sodelavci«* (Hoyer, 1996:73). Toda kakšna je sedanost in prihodnost avtonomije novinarstva kot *»kulturne forme«*, kot ji pravi Hoyer, znotraj naglo rastočih medijskih organizacij? Ali avtonomija novinarstva – oziroma novinarstvo samo, kolikor je avtonomija osnovna podmena njegovega obstoja in dejavnosti – lahko ostane nedotaknjeno s strani strukture medijske industrije, ki ji pripada? Teoretiki novinarstva pravijo, da je avtonomija novinarstva varna, odkar se je novinarstvo profesionaliziralo, toda v vsakdanji novinarski praksi se znotraj vsake medijske organizacije spopadajo altruistične ter ekonomske vrednote maksimiranja dobička oziroma politične vrednote posameznih interesov, ki jih zastopajo izdajatelji.

»Javno vlogo večine novičarskih medijev pa so dolgo časa varovali močna novinarska tradicija in odločni uredniki. Ta javna vloga pa je odvisna od dveh med sabo povezanih pogojev. Prvi je, da mediji naslavlajo probleme, institucije in vrednote civilne družbe. Drugi pa je, da so občinstva njihovih sporočil umeščena v institucionalni kontekst, v katerem lahko državljani vsaj načelno prispevajo k procesu sprejemanja odločitev v družbi« (Hoyer, 1996:78).

Toda po vsem svetu je liberalno dojetanje tiska zaznamovano z osnovno dvoumnostjo med **svobodo lastništva** oziroma sodobnimi prednostmi, ki jih prinaša lastnina medijev, ne glede ali so ti v zasebni ali državni lasti, in **svobodo izražanja**. Ta namreč postavlja pod vprašaj liberalno razumevanje medijske neodvisnosti kot neodvisnosti od vlade, države, pa tudi vsake druge avtoritete, utemeljene le v notranjem medijskem nadzoru. *»Svoboda izražanja in izbiranja informacij v javni sferi namreč predpostavlja raznoterost kanalov, raznolikost medijev, dostop do vseh pomembnih informacij za novinarje, precej neodvisno novinarsko skupnost in zunajmedijsko okolje neodvisnih intelektualcev«* (Hoyer, 1996:76). V sodobnih

liberalnodemokratičnih družbah medijska svoboda združuje tako poslovne interese kot pravico do izražanja, ko pa si ta dva koncepta nasprotujeta, ponavadi prevlada prvi. Tržno načelo v medijih pomeni, da je temeljni cilj vsakega medija dobiček za lastnike, svoboda tiska pa omejena na tiste, ki imajo v lasti katerega od medijev. S tem so povezani tudi pritiski oglaševalcev, ki so glavni vir dohodkov današnjih medijev. James Curran v *The impact of advertising on British mass media* (1992) tako pravi, da sta temeljni zahtevi oglaševalcev oblikovanje stabilnega, zanesljivega in predvidljivega občinstva, kar je posledica potrebe po ozko opredeljenih ciljnih trgih, ter produciranje medijskih vsebin, usmerjenih na ciljna občinstva oglaševalcev. Iz oglaševalskih pritiskov je izšla tudi 'tabloidizacija', ki je izvorno iznajdba britanskega tiska. John Keane (v Mekina, 1997:24-27) ugotavlja, da v »*tabloidni način poročanja*« spadajo senzacionalne vesti, anekdote in zgodbe, ki na bizaren, preprost in kratek način opisujejo javno in tudi zasebno življenje številnih znanih osebnosti. Na straneh cenениh časopisov prevladuje zabava. Ta način poročanja se je zelo hitro razširil tudi na druge množične medije. Toda treba se je otresti zablode, da je kdaj obstajala »*zlata doba*« kakovostnega tiska. Namreč tudi v XIX. stoletju, ko se je pojavil dnevni tisk, so prevladovali pretežno od oglasov odvisni senzacionalistični časopisi. Po Keanu so mediji tako vseskozi rezultat potreb in želja občinstev, ki so se jim pripravljena izpostavljalati.

»V demokratičnih, pluralističnih demokracijah, v katerih je nepredvidljivost del vsakdanjega življenja, je ponavljanje soap oper in nadaljevank, vsakodnevno kupovanje časopisa, nenehno prebiranje vestičk na avtobusu in gledanje televizije vsakodnevna izkušnja, ki ljudem predstavlja nekakšen nadomestek, ki jim daje občutek varnosti in vpetosti v družbo« (Keane v Mekina, 1997:26).

Ta 'nadomestek občutka varnosti in vpetosti v družbo' med drugim kaže mesto novinarstva v pojmovnih mehanizmih za vzdrževanje simbolnega sveta, ki zagotavlja razumljivost, smisel, umeščenost v družbo in posledično občutek varnosti in vpetosti v družbo. Navkljub v družbi očitni potrebi po manipulativni publiciteti zaradi ekonomskih vrednot maksimiranja dobička oziroma političnih vrednot posameznih interesov, ki jih zastopajo izdajatelji, lastniki medijskih organizacij, je to ključno pri vzdrževanju mita o avtonomiji novinarstva.

4.2 Publiciteta

S tendenco poročanja o javnem in zasebnem življenju javnih osebnosti iz politične in komercialne sfere imajo mediji oziroma novinarstvo možnost zadovoljlitve publicitete, ki je potrebna za njihove politične ali kapitalske interese.

S stališča profesionaliziranega novinarstva je porast publicitete, ki v sodobnosti spremlja javne osebnosti, sicer mogoče interpretirati kot kritično vlogo novinarstva, ki je v službi javnosti, torej kot pravico do informiranja. Toda v sodobnih družbah, v katerih se po množičnih medijih konstruira družbena realnost, izhaja porast publicitete javnih osebnosti iz personifikacije političnega prizorišča predstavniške demokracije, pa tudi vseh ostalih segmentov javnega življenja. Temu porastu zato v veliki meri botrujejo same javne osebnosti, ki imajo od tega koristi.

Najboljši možni stik med institucionalnimi interesi, ki jih zastopajo javne osebnosti, ter porabniki in volivci, ki so medijska občinstva, namreč poteka ravno po množičnih medijih. Subjekt, ki si prizadeva širiti informacije o sebi, tega večinoma ne počne sam, pač pa poskuša za to čim bolj izrabiti javna občila. Tako na strani politike kot kapitala je to povzročilo profesionalizacijo virov, ki medije in novinarje zalagajo z odbranimi, ampak po novinarskih standardih 'opremljenimi in oblikovanimi informacijami'. Te potem nespremenjene in neoznačene pogosto najdejo svoje mesto med ostalimi medijskimi vsebinami, čeprav to brezpogojno prepovedujejo vsi notranji pravilniki in kodeksi o novinarskem delu in etiki.

Drugače pa je, če se želijo javne osebnosti zavarovati pred negativno publiciteto. Po razsodbah evropskega sodišča je v primeru javnih osebnosti pravica do informiranja nadrejena pravici do zasebnosti. Pravica do varovanja pred publiciteto namreč ne more biti upravičena, ko za dejanja javnih osebnosti obstaja javni interes. Sandra Bašić Hrvatini tako meni, da če se javna oseba zavzema za določene vrednote in če ima novinar dokaze, da se ta tega v zasebnem življenju ne drži, potem to ne sodi več v zasebnost, marveč v javnost. Vsi tisti, ki nastopajo v javnosti in imajo s tem možnost lažjega dostopa do komunikacijskih kanalov, imajo zato tudi bistveno bolj omejeno pravico do zasebnosti (Bašić v Nežmah, 1997:33). Zaradi tehničnega napredka je danes delitev med zasebnim in javnim zelo zabrisana in zato zasebnost tudi zelo ranljiva. Če prejšnjim socialističnim sistemom očitamo, da so medije

pojmovali kot prenosniške organizacije med državno-partijsko oblastjo in javnostjo ter da so mnenja, ki so odstopala od uradnih stališč oblasti, sicer zatirali tudi s številnimi neformalnimi in neinstitucionalnimi pritiski, predvsem pa s preventivno cenzuro in represivno zakonodajo, torej povsem na sistemskem nivoju, se danes novinarjev poleg ohranjenih neformalnih in neinstitucionalnih pritiskov javne osebnosti lotevajo predvsem kot zasebni tožniki, ki na sodiščih branijo svojo pravico do zasebnosti. Nenazadnje tudi to prispeva k publiciteti, ki jo potrebujejo. Mit o avtonomiji novinarstva se tako s konceptom publicitete vzdržuje predvsem z odnosom do novinarjev in novinarstva, ki ga gojijo publicitete potrebne javne osebnosti, se pravi predstavniki kapitalskih oziroma političnih institucionalnih interesov. To je tako tudi zaradi 'posebne družbene moči' in zaupanja – ponavadi nekajkrat večjega od zaupanja v nosilce političnih interesov – ki jo v očeh sprejemnikov, občinstev množičnega komuniciranja, uživajo novinarji, novinarstvo in mediji nasploh.

4.3 'Posebna družbena moč'

Posebna družbena moč novinarstva naj bi izhajala iz »*tradicionalne vloge urednikov in novinarjev, ki v vsakem mediju predstavljajo 'stran, ki služi javnosti'*« (Hoyer, 1996:77).

Toda novinarstvo se poleg z za njegovo posebno družbeno vlogo naravnimi zunanjimi – kapitalskimi in političnimi – pritiski sooča tudi z vedno večjim notranjim pritiskom 'medijskih podjetnikov'. In zato je prisiljen svojo posebno družbeno vlogo tudi braniti, to pa počne z vzdrževanjem mitologije o lastni avtonomnosti, ki pa pravzaprav zgolj sporoča, kako je novinarstvo nastalo. Uveljavljanje posebne definicije realnosti, oblike simbolnega (pod)sveta, ki ustreza interesom posamezne posebne skupine, v tem primeru novinarstva, je seveda odvisno od njene družbene moči. Če nič drugega, ta namreč pomeni tudi prednost pri simbolnem upravljanju in določanju družbenih definicij, ki se v primeru novinarstva kažejo v prizadevanjih za **profesionalizacijo poklica** in iz nje izhajajočega koncepta **objektivnosti**.

»Objektivnost je namreč profesionalna in ne liberalna ideja. Liberalizem se ukvarja s svobodnim dostopom do trga in svobodno konkurenco. Liberalci poudarjajo pravico do svobodnega izražanja kateregakoli pogleda (objektivnega

ali neobjektivnega), katerega imata urednik ali izdajatelj za primernega. 'Objektivnost' pa se razlikuje v tem, da je produkt družbenega procesa, ki je nad kontrolo posameznika. 'Objektivnost' tako ni individualna ali splošna človekova pravica, kot je pravica do izražanja» (Hoyer, 1996:78; izvirna narekovaja).

Osnovna načela profesionalnega novinarskega dela pa vsebujejo etični kodeksi novinarstva. »Poklicna etika pa služi tudi kot obljuba 'družbi' v zameno za poklicno avtonomijo in monopol nad potrditvijo novih članov poklica, ki ga poklicna skupnost potrebuje, če želi kaznovati odklone od zlatih pravil poklicnega obnašanja« (Hoyer, 1996:78). Kljub navidezni profesionalizaciji poklica in njegovi etiki je mit avtonomije novinarstva nenazadnje tudi v tem, da je novinarstvo 'polprofesija'. Narava sodobnih medijskih organizacij, ki izhajajo iz tradicionalnih medijev, namreč ne dopušča novinarjem, da bi sami sprejemali nove člane ali da bi avtonomno sprejemali odločitve o sankcijah za odklone od stanovsko določenih pravil poklicnega obnašanja. Mit o avtonomiji novinarstva vzdržujejo tudi uradni viri informacij drugih družbene skupin, ki se otesajo neželene javne pozornosti in ki jo hkrati zahtevajo, ko jim ustreza. Tako lahko govorimo celo o prirojenem konfliktu vrednot v razumevanju tradicionalne družbene vloge današnjih medijev: na eni strani je potreba po njihovih družbenih obvezah, torej njihovi 'javni vlogi', na drugi pa potreba po oskrbi z objektivnimi informacijami.

»Profesionalni ideal 'objektivnosti' tako spodbuja novinarje, da v družbi prevzemajo vlogo opazovalcev in jim tako preprečuje, da bi se aktivno posvetili družbenim zadevam. 'Objektivnost', kot jo razumejo mediji, novinarjem nalaga odgovornost le za selekcijo in predstavitev informacij, ne pa tudi za njeno vsebino. Obramba novinarstva kot kulturne forme tako ne temelji na nobeni dejanski družbeni vrednoti. To pa je zelo nevarno, kajti grožnja svobodnemu in družbeno naravnemu novinarstvu izhaja iz samega medijskega sistema« (Hoyer, 1996:80).

Prav v notranjih pritiskih iz samega medijskega sistema, ki jih narekuje načelo maksimiranja profita ali političnih interesov izdajateljev, lastnikov medijskih organizacij, ter v zunanji, sistemski preddoločenosti s strani političnega podsistema – zakonodajalca se zrcali vsa paradoksalnost mita avtonomije novinarstva, ki se nanaša in opozarja na družbeno uzaveščeni mitološki korpus kritično-nadzorne vloge, ki naj

bi jo imelo novinarstvo v sodobni družbeni konstrukciji realnosti po načelih ustavnopravnih parlamentarnih demokracij urejenih držav. Ne glede na obstoječe, v družbeni zavesti zgolj marginalno prisotne alternativne koncepte novinarstva, ki družbeno naravnano in kritično-nadzorno vlogo avtonomnega novinarstva udejanjajo tako, da publicistične funkcije ne podrejajo izdajateljski ali ju celo sploh ne ločujejo, ter ne glede na različne pojavne stopnje avtonomije novinarstva v medijskih organizacijah binarno deljenih na popularni in kakovostni tisk, je družbeno uzaveščen mit avtonomije novinarstva v interesu vse današnje pomensko in institucionalno segmentirane družbe in ne zgolj segmenta, ki ga predstavljajo novinarji in novinarstvo. Od objektivizacije in s tem tudi legitimizacije družbeno konstruirane norme o avtonomiji novinarstva, te 'četrte, nadzorne veje oblasti', imajo namreč povsem konkretne koristi tudi izdajatelji, lastniki in oglaševalci iz ekonomskega podsistema ter akterji iz političnega podsistema, ki pa hkrati družbeno naravnano in kritično-nadzorno vlogo avtonomnega novinarstva sistemsko onemogočajo ter jo predvsem zaradi personalne delitve med podjetniško/izdajateljsko in publicistično funkcijo podrejajo svojim kapitalskim oziroma političnim interesom.

SKLEP

Diplomsko delo si je za izhodiščno hipotezo zastavilo trditev, da je *avtonomija novinarstva eden od mitov sodobne družbe*.

V simbolnem svetu – ki po Bergerju in Luckmannu (1988) oskrbuje s pomenom posameznike in institucionalni svet ter s celostno povezavo družbenih pomenov pomeni referenčni okvir družbene realnosti, referenčni okvir, ki družbeni svet pravzaprav vzpostavlja – tudi novinarstvo in novinarji sestavljajo svoj *podsvet*. V samoumevni in edini dostopni družbeni realnosti, za katero so sodobni množični mediji dominanten vir definicij in podob, je novinarjem in novinarstvu objektivizirana in s tem legitimizirana tudi posebna družbena moč in vloga, saj medije označujejo kar za četrto, nadzorno vejo oblasti. Novinarstvo velja za poklic, ki je zaradi svoje posredniške in kritično-nadzorne funkcije ključnega pomena za obstoj vsake moderne družbe.

Vseeno so – kot se je tudi izkazalo v diplomskem delu ob obravnavi pojmov avtonomija, novinarstvo in mit, ki sestavljajo hipotezo – prav sami novinarji pomemben branik (pa čeprav mitološke) avtonomije novinarstva tako znotraj samega medijskega sistema kot tudi v zunanjem simbolnem svetu. Očitno namreč je, da bodo prav novinarji in uredniki ob pritiskih ekonomskega podsistema izdajateljev, lastnikov in oglaševalcev ter političnega podsistema manipulativne publicitete potrebnih zakonodajalcev vedno razpeti tudi med ozkimi standardi lastne profesionalnosti in širše zavezanosti družbenim vrednotam. V diplomskem delu predstavljeni novi, tradicionalnemu dojetanju novinarstva alternativni koncepti in mediji, ki so se razvili iz mrežnih povezav in digitalne tehnologije, ter konkretna praksa ‘novinarjev aktivistov’ namreč kažejo, da je moč mitološkost avtonomije novinarstva tudi preseči in se povsem približati idealu družbeno naravnane novinarstva. Kljub obstoju temu tradicionalnemu razumevanju novinarstva alternativnih vedenj in praks oziroma definicij družbene realnosti, ki oporekajo statusu realnosti simbolnega sveta, kljub individualni, institucionalni in organizacijski ravni vplivov na konkretno ravnanje novinarja ter kljub podrejenosti izdajateljske funkcije publicistični pa je mitološki korpus družbene konstrukcije razumevanja in razlaganja novinarstva prav njegov nastanek – legalizacija politične angažiranosti tiska v buržoazni revoluciji kot orožje

proti fevdalni državi. Mit avtonomije novinarstva modernemu človeku v kontekstu najsplošnejšega referenčnega okvira simbolnega sveta XXI. stoletja in pripadajočih norm v družbeni zavesti tako zgolj sporoča, kako je novinarstvo, ki je zaradi izrazite podvrženosti političnim, družbenim in tehnološkim spremembam ter vedno večjega števila sorodnih dejavnosti, ki posegajo na področje množičnega komuniciranja, v današnjem smislu nastalo.

Zato je na koncu treba ugotoviti, da se je hipoteza, da je **‘avtonomija novinarstva eden od mitov sodobne družbe’** potrdila za pravilno, vendar je hkrati tudi treba dodati, da so se znotraj sodobne globalizirane družbe že pojavile tudi novinarske prakse, ki mit avtonomije novinarstva ‘udejanjajo’. Njegova splošna uveljavitev, tj. polna simetrija med družbeno prakso in pomenskim podsvetom, ki ga predstavljajo, in s tem dokončna ‘uresničitev’ avtonomije novinarstva, s katero bi se zaradi pomena njegove kritično-nadzorne vloge v družbeni konstrukciji realnosti ustavnopravnih parlamentarnih demokracij publicistična funkcija ponovno združila z izdajateljsko, pa je najverjetneje stvar nekih drugih vrednot v neki drugi družbi.

LITERATURA

- ARNISON, Matthew (2001). Open publishing is the same as free software. Elektronski vir, spletna stran: <http://www.cat.org.au/maffew/cat/openpub.html>, dostop 15. 9. 2002.
- BIBIČ, Adolf (1990). Pluralizem in demokracija v politični teoriji Roberta Dahla. V: Teorija in praksa, št. 5 (maj 1990), str. 608–616.
- BARTHES, Roland (1984). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- BERGER, Peter in LUCKMANN, Thomas (1988). *Družbena konstrukcija realnosti*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- CASSIRER, Ernst (1995). Tehnika sodobnih političnih mitov. V: Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo, letnik XXIII, 1995, št. 176, str. 11-20.
- CURRAN, James. (1992). The impact of advertising on British mass media. V: Teorija množinega komuniciranja. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- DAHL, Robert A. (1982). *Dilemmas of Pluralist Democracy, Autonomy vs. Control*. New Haven, London: Yale University Press.
- Društvo novinarjev Slovenije (1991). *Kodeks novinarjev Republike Slovenije*. Gozd Martuljk: Društvo novinarjev Slovenije.
- ELIADE, Mircea (1970). *Mit i zbilja*. Zagreb: Matica Hrvatska.
- ERJAVEC, Karmen (1999). *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (Zbirka Media).
- GNU (1996). Licenses. Elektronski vir, spletna stran: <http://www.gnu.org/licenses/licenses.html>, dostop 15. 9. 2002.
- HABERMAS, Jürgen (1996). *Between facts and norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- HABERMAS, Jürgen (1989). *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- HOYER, Svennik (1996). Can »objectivity« save the autonomy journalism? Some critical remarks. V: *The Public*, Vol. 3, (1996) št. 3, str. 73-80.
- HUNT, Todd in GRUNIG, James E. (1995). *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: DZS.
- INDYMEDIA (*brez leta*). About Indymedia. Elektronski vir, spletna stran: <http://indymedia.org/about.php3>, dostop 15. 9. 2002.
- JARY, David in JARY, Julia (1995). *Collins dictionary: Sociology*. Glasgow: HarperCollins Publishers.
- KEANE, John (1992). *Mediji in demokracija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- KOŠIR, Manca (1992). Množični mediji kot kulturni izdelek. V: *Nova revija* št.11, str. 28-31.
- McQUAIL, Denis (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi: Sage Publications.
- MEKINA, Igor (1997). Monopolizacija in cenzura: Intervju z dr. Johnom Keanom. V: *Mladina* št.4 (28.01.1997), str. 24-27.
- MILOSAVLJEVIČ, Marko (2000). Prvo pravilo: dvomiti o vsemu: Intervju z dr. Francetom Vregom. V: *Sobotna priloga, Delo* (7.11. 2000), str. 10-11.
- NEŽMAH, Bernard (1996). Volilec je na slabšem kot kupec: Intervju z dr. Slavkom Splichalom. V: *Mladina*, št. 45 (2.11. 1996), str. 32-35.
- NEŽMAH, Bernard (1997). Zaščititi bi morali številnost mnenj: Intervju z dr. Sandro Bašič. V: *Mladina*, št.7 (18.02.1997), str. 40-41.

- PETERLIN, Primož (2003). Model odprtega programja. V: Dunja Kukovec in Nataša Petrešinj (ur.): *Odpri ritmi: berilo 01 = Open beats: reader 01*. Mestna galerija, Ljubljana, str. 2-3.
- SPLICHAL, Slavko (1981). *Množično komuniciranje med svobodo in odtujitvijo*. Maribor: Obzorja.
- SPLICHAL, Slavko (1992a). Pogoj za profesionalno novinarstvo, V: *Naši razgledi št.15* (14.08.1992), str. 478.
- SPLICHAL, Slavko (1992b). Spremna beseda, V: KEANE, John. *Mediji in demokracija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- SPLICHAL, Slavko in SPARKS, Colin (1992). The faith and the situation of journalism as a profession, V: *Teorija množičnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, str. 209-250.
- SRUK, Vlado (1995). *Filozofija*. Ljubljana: Cankarjeva založba (Leksikoni Cankarjeve založbe).
- ŠKERLEP, Andrej (1989). Pojmovanje javnosti v kritični teoriji Jürgena Habermasa. V: Habermas, Jürgen. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Studia humanitatis, str. 301-319.
- THE NEW STANDARD (2003). About The New Standard. Elektronski vir, spletna stran: http://newstandardnews.net/promo2/?action=show_about, dostop 15. 3. 2004.
- THE NEW STANDARD (2004). Content Contributors' Handbook. Elektronski vir, spletna stran: http://newstandardnews.net/contributors/tns_contributors_handbook.pdf, dostop 25. 7. 2004.
- VELIKONJA, Mitja (1995a). Mitologije našega časa, V: *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo*, letnik XXIII, 1995, št. 176, str. 9-10.
- VELIKONJA, Mitja (1995b). Mitologija Srednje Evrope, V: *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo*, letnik XXIII, 1995, št. 176, str. 27-43.
- VRCAN, Oko - Srđan (1988). Poslušne napake in neposlušna avtonomija, V: *Naši razgledi št. 3* (12.02.1988), str. 85-86.
- WAGNER, Peter (1994). *A sociology of modernity. Liberty and discipline*. London and New York: Routledge.
- WEAVER, David (1996). Journalists in comparative perspective: Backgrounds and professionalism. V: *The Public*, Vol.3, (1996) št. 4, str. 83-91.
- ZAKON O MEDIJIH (2001). Ljubljana: Uradni list RS št. 35, 11.5. 2001.
- ZANIUK, Tomaž (1997). Kaj se je zgodilo z novinarstvom? V: *Zofa št. 4* (nov-dec 1997), str. 50-51.
- ZVER, Milan (1998). *Avtonomizem pri Slovencih: doktorska disertacija*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.