

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Matevž Trošt**

**INSTRUMENTALIZACIJA JAVNIH MEDIJEV S STRANI  
POLITIČNIH ELIT**

**DIPLOMSKO DELO**

**Ljubljana 2008**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Matevž Trošt**

**Mentor: izr. prof. dr. Andrej Lukšič**

**Somentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatin**

**INSTRUMENTALIZACIJA JAVNIH MEDIJEV S STRANI  
POLITIČNIH ELIT**

**DIPLOMSKO DELO**

**Ljubljana 2008**

## **Instrumentalizacija medijev s strani političnih elit**

Mediji na eni strani predstavljajo predpogoj za demokracijo, na drugi strani pa so lahko izjemno nevarno orodje za manipulacijo z javnostjo, saj močno vplivajo na oblikovanje mnenj, stališč in zaznav državljanov ter zato tudi vzbujajo željo po nadzoru. Na medije vpliva veliko dejavnikov in akterjev z določenimi interesi, pri tem pa sta ekonomija in politika nedvomno najmočnejša dejavnika vpliva. Velja sicer poudariti, da je medijska regulacija z namenom demokratizacije medijev v kontekstu bojev ekonomije in politike pravzaprav brezpredmetna, saj je odvisna od moči posameznih akterjev oziroma elit pri doseganju zastavljenih ciljev, ki izhajajo iz njihovih interesov kot posledica vrednot, načel in pogledov na svet oziroma ideologije. Dejstvo je, da so elite del kateregakoli sistema in časa. Ker obvladujejo vsa bistvena področja družbe in vzvode moči, pa mediji glede na vlogo in pomembnost zagotovo sodijo v to kategorijo. Politična instrumentalizacija medijev zato ne predstavlja preprost problem, ki ga je mogoče rešiti bodisi s spremembo zakonodaje ali zamenjavo oblasti, ampak zapleteno dejstvo, ki je pravzaprav neizogibno.

Ključne besede: Mediji, politika, elita, instrumentalizacija

## **Instrumentalization of media by political elites**

Media on the one hand present a precondition for democracy but on the other they can be an extremely dangerous tool for public manipulation. Because of their strong influence on opinions, points of view and perceptions of citizens they present an element of desire and control. Media are affected by many factors and actors with certain interests but economy and politics are definitely the strongest factors of influence. Media regulation with the intention of media democratization in the context of conflict between economy and politics actually has no relevance because it depends on the power of individual actors or elites in reaching their goals that derive from their interests as a result of their values, principles and world views or ideologies. It is a fact that elites are a part of any system and time. Since they control all the essential areas of society and levers of influence, the media definitely fall into that category. Political instrumentalization of media therefore does not present a simple problem that can be solved just by changing the legislation or state authority, but a complicated fact that is in a way inevitable.

Key words: Media, politics, elite, instrumentalization

<b>1. Uvod</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Politična elita</b> .....	<b>7</b>
<b>3. Javno mnenje in dnevni red</b> .....	<b>9</b>
3.1 Načelo javnosti.....	9
3.2 Oblikovanje dnevnega reda.....	11
3.2.1 Dejavniki uvrstitve in akterji v procesu oblikovanja dnevnega reda.....	13
3.3 Vloga množičnih medijev.....	15
<b>4. Odnos med politiko in mediji</b> .....	<b>18</b>
4.1 Instrumentalizacija .....	18
4.2 Klientelizem .....	18
4.3 Politični paralelizem.....	19
4.3.1 Oblike političnega paralelizma v primeru javne radiodifuzije.....	21
4.4 Profesionalizacija .....	23
4.4.1 Dimenzije profesionalizacije.....	24
4.5 Odnos med političnim paralelizmom in profesionalizacijo .....	26
<b>5. Medijska regulacija</b> .....	<b>28</b>
5.1 Vloga zakonov in države.....	28
5.2 Vloga interesov .....	31
5.3 Vloga novih tehnologij .....	32
<b>6. Ekonomski vidiki</b> .....	<b>34</b>
6.1 Vloga lastništva.....	35
6.2 Vloga subvencij.....	37
6.3 Vloga globalizacije.....	39
<b>7. Mediji: inherenca ekonomije in politike</b> .....	<b>42</b>
<b>8. Zaključek</b> .....	<b>45</b>
<b>9. Literatura</b> .....	<b>47</b>
9.1 Monografije in članki.....	47
9.2 Spletni viri.....	48

# 1. Uvod

Ko sem razmišljal o izbiri teme za diplomsko nalogo, se je odgovor ponudil kar sam. Z zamenjavo oblasti leta 2004 je področje medijev postalo izjemno pomembno politično vprašanje, ki je obsegalo neskončne polemike o vlogi medijev, neodvisnosti novinarjev, kadrovanju, medijskem lastništvu, uravnoteženosti zastopanja, poročanja itn. Tema je vsekakor aktualna tudi danes, s približevanjem dneva novih parlamentarnih volitev pa še toliko bolj.

V diplomski nalogi sem se osredotočil predvsem na problem politične instrumentalizacije medijev, saj menim, da predstavlja stično točko in pravzaprav bistvo omenjenih razprav. Ilustrativen primer aktualnosti omenjene tematike predstavlja dr. Janez Markeš, ki je, preden je 1. avgusta 2007 nastopil svoj petletni mandat in zasedel položaj odgovornega urednika Dela, ob predstavitvi svojega programa poudaril, da si bo kot odgovorni urednik prizadeval, da časniku omogoči suveren vstop v novo razvojno obdobje, v katerem mu bo uspelo ohraniti vse dosežene standarde odličnosti in profesionalizma ter obdržati mesto najpomembnejšega tiskanega medija v državi.<sup>1</sup> Leto kasneje, 4. junija 2008 je svojo odstavitev komentiral "kot poraz civilne države, ki bi v Sloveniji poskušala razvezati logiko blokov in politično instrumentalizacijo."<sup>2</sup>

Dr. Vlado Miheljak je v svoji kolumni za časnik Dnevnik zapisal, da so »mokre sanje vsake politike in vsakega politika imeti vpliv na medije. [...] Razlike med politikami in politiki nastanejo le v vprašanju, kaj je kdo za to pripravljen storiti. Eni zgolj vplivati, drugi direktno pritiskati, tretji prevzemati medije« (Miheljak 2008: 16).

Zakaj je nadzor nad mediji tako pomembno (politično) vprašanje? Kaj in kdo je pravzaprav politična elita? Kakšni so interesi, vzvodi moči in dejavniki vpliva na medije? Kakšna je vloga medijev, javnega mnenja in oblikovanja dnevnega reda? Kakšen je odnos med politiko in mediji ter kakšno vlogo pri tem igrajo novinarji? Kakšna je vloga posameznih akterjev? Kakšna je vloga regulacije medijev? Kakšno vlogo igra ekonomija? Kakšen je odnos med sfero politike, ekonomije in mediji? Ali sploh obstaja neodvisen medij?

---

<sup>1</sup> [http://www.finance.si/187406/Marke%B9\\_novi\\_urednik\\_Dela](http://www.finance.si/187406/Marke%B9_novi_urednik_Dela)

<sup>2</sup> <http://www.delo.si/clanek/61330>

Politično instrumentalizacijo medijev sem poskušal predstaviti ne kot preprost problem, ki ga je mogoče rešiti bodisi s spremembo zakonodaje ali zamenjavo oblasti, ampak kot zapleteno dejstvo, ki je pravzaprav neizogibno.

V drugem poglavju sem predstavil politično elito in njeno vlogo. Skozi različne definicije privilegirane manjšine sem želel prikazati in poudariti lastnost, ki je skupna vsem interpretacijam – to je koncentrirana moč in nadzor.

V tretjem poglavju sem želel prikazati pomen javnosti ter vpliv javnega mnenja in oblikovanja dnevnega reda na demokratični proces, v katerem igrajo ključno vlogo ravno mediji.

V četrtem poglavju sem se osredotočil na zapleten odnos med politiko in mediji. Definiral sem pojem instrumentalizacije, problem klientelizma in se ukvarjal z razmerjem med političnim paralelizmom in profesionalizacijo, kot njegovim nasprotjem in alternativo, ki to pravzaprav ni.

V petem poglavju sem se ukvarjal z medijsko regulacijo. Raziskoval sem vlogo države in zakonov ter vlogo, ki jo pri tem igrajo posamezni interesi. V kontekstu medijske regulacije pa sem ravno tako izpostavil problem, ki ga predstavljajo nove tehnologije.

V šestem poglavju sem želel predstaviti ekonomske vidike vpliva na medije. Proučeval sem vlogo lastništva in subvencij ter izpostavil pomen globalizacije, njene pozitivne in negativne učinke, posledice ter protislovja, ki jih vsebuje.

V sedmem poglavju sem se ukvarjal z mediji kot inherenco ekonomije in politike. Gre pravzaprav za ključno poglavje, v katerem sem želel prikazati omenjena področja kot neločljivo povezana, logiko njihovega delovanja pa v luči politične instrumentalizacije kot nekakšen oksimoron oziroma smiselni nesmisel.

## 2. Politična elita

Monistični koncept države, ki v politični filozofiji in sociologiji velja za antitezo demokratični paradigmi pluralizma, temelji na elitističnih teorijah Pareta, Mosce, Schumpetra in drugih, ki so množicam pripisovali majhne možnosti za politično odločanje in upravljanje družbe (Vreg 2000: 71). Vladavina elite naj bi bila neizogibna značilnost družbenega življenja (Haralambos in Holborn 2001: 524), saj naj bi učinkovito vodenje lahko opravljala le kvalificirana manjšina, ki ima ustrezen socialni status. Določeni socialni razredi naj bi imeli dedne in statusne prednosti pri uveljavljanju političnega vpliva. Elitistični sloj je zato sposoben ustvariti stabilno družbo. Vzdrževal naj bi legitimno ideologijo z nadzorom nad množičnimi mediji ter študijskimi programi na šolah in univerzah, uveljavljal ustrezno zakonodajo, s pravilnim poudarjanjem nacionalnih simbolov in s tem, da zna nezadovoljstvo kanalizirati v politično nevtralne vode (Vreg 2000: 71).

V primeru političnega pluralizma naj bi centre moči sestavljale skupine, ki jih druži skupen interes glede na poklic, družbeni status, ideologijo, sosedstvo, lastništvo itd. Skupine naj bi se med seboj borile za vpliv in izvajale pritisk na vlado, ki mora različne interese uravnotežiti in tudi zadovoljevati. Parlament pri tem predstavlja areno boja za moč in prizorišče političnih odločitev. Tekmovanje med interesnimi in političnimi skupinami pa se pojmuje kot proces soočanja, ki predpostavlja pravila igre, enakopravnost tekmujočih in strpnost do nasprotnikov (Vreg 2000: 70). Gre pravzaprav za dogmatsko in utopično predpostavko o popolni neodvisnosti razredov ter demokratično vzpostavljeni in enako porazdeljeni politični moči (Offe 1985: 122), saj nekateri interesi sploh ne morejo tekrovati in nekatere interesne skupine dejansko ne tekrovajo. Poleg tega so empirične raziskave ugotovile, da je odločanje v pluralistični družbi omejeno samo na nekatera središča moči in prepuščeno elitističnim posameznikom v strankah, ki imajo ekonomsko in politično moč (Vreg 2000: 70).

S politično elito ponavadi označujemo skupino posameznikov z veliko politične moči in vpliva, ki ga poskušajo uveljaviti v kar najširšem delu družbe. Sem spadajo strankarski veljaki, ključne osebe v vladi, medijih, industriji, izobraževalnih ustanovah, šefi velikih organizacij idr.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.radiostudent.si/projekti/demokracija/teksti/09razredniboj.html>, <http://www.foothill.edu/unification/elite.html>, <http://en.wikipedia.org/wiki/Elite>

Novodobna politična elita naj bi pravzaprav vsiljevala monistični model države, ki skuša nadzirati vse bistvene točke politične, ekonomske, informacijske, vojaške, policijske, znanstvene, vzgojno-izobraževalne, pa tudi kulturne moči.

Pri soočanju političnih in interesnih skupin so tako na delu mogočne družbene sile vladajočega razreda, ki imajo na razpolago materialna, finančna in duhovna sredstva ter strokovno in kulturno elito. Celotna ekonomska in politična moč naj bi bila po Vregovem mnenju osredotočena v rokah dveh elit: socioekonomske in politične (Vreg 2000: 72).

Po Millsovem mnenju predstavnikov kapitala in vlade celo ne moremo obravnavati kot dveh ločenih svetov. Politični voditelji naj bi bili nekakšni namestniki ekonomske elite, njihove odločitve pa naj bi na preišljen način koristile interesom ogromnih korporacij. Mills tako vpelje pojem elite moči kot čisti rezultat sovpadanja politične, ekonomske in vojaške moči. Vzpon elite naj bi po njegovem mnenju vodil k slabitvi politike kot resnične in javne razprave o različnih možnih odločitvah. Večina prebivalstva naj bi bila pasivna, nema in pod nadzorom elite moči, ki jo ta podreja s sredstvi psihičnega upravljanja in manipulacijo. Množični mediji pa naj bi ljudem govorili kaj naj mislijo, čutijo, delajo in kaj naj si upajo (Haralambos in Holborn 2001: 526).

Medtem ko je klasifikacija elit odvisna predvsem od interpretacije posameznika, pa sta nesporna njihova moč in vpliv, saj naj bi obvladovale vsa bistvena področja družbe in vzvode moči. Množični mediji pri tem igrajo ključno, a hkrati paradoksalno vlogo, saj na eni strani predstavljajo predpogoj za demokracijo, na drugi strani pa so lahko izjemno nevarno orodje za manipulacijo z javnostjo, ki je bistvena za demokratični proces. V nadaljevanju podrobneje obravnavam omenjeno področje.



## 3. Javno mnenje in dnevni red

### 3.1 Načelo javnosti

V moderni demokraciji, ki velja za produkt razsvetljenstva, se ideja javnosti pojavi kot osnovno moralno načelo. Immanuel Kant (v Splichal 1999: 6) v svoji monografiji *To Perpetual Peace* opiše transcendentalno formulo javne pravice: »Vsa dejanja, ki vplivajo na pravice ostalih ljudi so napačna, če njihova maksima ni konsistentna z javnostjo.« To načelo naj bi poleg etičnega imelo tudi pravno veljavo. Namreč, če javnost ne bi obstajala, tudi pravičnosti ne bi bilo. Ustvarjala naj bi harmonijo med politiko in moralo ter zagotavljala pravni red (Splichal 1999: 6). Odrekanje, morebitno manipuliranje in dajanje nepopolnih informacij javnosti je nasprotno značilnost zaprtih, nedemokratskih in avtoritarnih sistemov. Pri tem gre pravzaprav za kršenje pravice do obveščenosti, ki v meddržavnih dokumentih s področja varstva človekovih pravic velja za temeljno človekovo pravico (Rovšek 2005: 22).

V sodobnih demokracijah se koncept javnosti nanaša predvsem na medije in javno sfero, s poudarkom na javni uporabi razuma in javni razpravi. Množični mediji kot prostor za izmenjavo idej in interesov v tem smislu postanejo predpogoj za obstoj civilne družbe. Za razvito civilno družbo in javnost imata pomemben pomen dve vrsti človekovih pravic:

- tiste, ki so povezane z integriteto, avtonomijo in zasebnostjo posameznika in
- tiste, ki so povezane s svobodo komuniciranja.

Ravno zato so množični mediji sestavni del katerekoli sodobne teorije (politične) demokracije. Pravzaprav ni mogoče podati še tako omejene in formalne definicije demokracije, brez upoštevanja integralne vloge medijev, ki jo imajo pri delovanju vseh elementov demokratičnega sistema. Množični mediji naj bi torej bili inherentno povezani s konceptom demokracije.<sup>4</sup>

Svoboda izražanja je temeljna pravica vsakega posameznika in je pravica, ki ni geografsko omejena. Pripada tako državljanom držav članic EU kot tudi državljanom držav vzhodne in

---

<sup>4</sup> [http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx\\_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx\\_ttnews%5Byear%5D=1998&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1424&tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a](http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx_ttnews%5Byear%5D=1998&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1424&tx_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a)

srednje Evrope ter vsem ostalim. Brez svobode izražanja in svobode medijev demokracija pravzaprav ne bi obstajala (Bašić Hrvatini in drugi 2004: 12).

Odprtost in razvidnost delovanja oblasti je torej temeljnega pomena za politično higieno in delovanje moderne države. Poleg tega je tudi predpogoj za učinkovito uveljavljanje pravice do sodelovanja pri upravljanju javnih zadev. Pri tem je pomembno izpostaviti tudi pravico do obveščeniosti, saj sodi v samo jedro zrele demokracije.

Obveščanje je namreč proces, v katerem je poseben izziv vzpostavljanje dialoga med oblastjo in javnostjo, pri čemer je treba upoštevati posebne značilnosti in potrebe vsakega posameznika.

Politika obveščanja mora organom oblasti pomagati pri uresničevanju političnih ciljev, utrditi demokratično participacijo in na podlagi obojestranskega zaupanja spodbujati dobre odnose z ljudmi ter komercialnim sektorjem. Dobra komunikacija je namreč pogoj za izvrševanje nalog administracije kot oblasti ter (pro)izvajalca dobrin in ustreznih storitev za prebivalce. Učinkovito izvajanje oblasti zahteva torej odprto in pozitivno sodelovanje s prebivalci.<sup>5</sup>

Aktivna vključenost javnosti velja za enega od temeljev demokracije. Državljska participacija je torej v političnem procesu eden ključnih ciljev demokratične družbe (Splichal 1999: 11). Soočanje mnenj in stališč lahko v dinamičnem mnenjskem procesu vodi do soglasja o vprašanju splošnega interesa. Doseganje konsenza pa je temeljni cilj vsake politike in vlade, ki želi vladati v imenu ljudstva in se šteje za demokratično (Vreg 2000: 75).

Brez participacije javnosti v političnem procesu, demokracija izgubi svojo legitimnost. Državljska participacija v javni razpravi je ključen element procesa definiranja družbenih ciljev, ki mora biti dosežen tudi preko vključenosti državljanov v politiko. Ideja javnosti je tesno povezana s konceptom civilne družbe oziroma javnega prostora, ki ga na eni strani zaznamujejo birokratske strukture države in ekonomije (državne institucije in privatne korporacije), na drugi pa privatna sfera družine, prijateljev ter intimnosti. Civilno družbo torej sestavljajo organizacije in aktivnosti, ki nimajo neposrednega političnega oziroma komercialnega značaja in niso motivirane s profitom oziroma močjo. Sestavljena je iz

---

<sup>5</sup> [http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx\\_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx\\_ttnews%5Byear%5D=1998&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1424&tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a](http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx_ttnews%5Byear%5D=1998&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1424&tx_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a)

avtonomnih organizacij in aktivnosti kot so šole in izobrazba, mediji in (množična) komunikacija, cerkve in vera, sindikati in delavska gibanja, profesionalna združenja in zbornice. Medtem ko je javnost vedno povezana z državo, pa je civilna družba kot mreža organizacij in gibanj od nje neodvisna. Seveda to ne pomeni, da te organizacije niso pod nenehnim pritiskom kapitalskih in političnih interesov. V odnosu med avtonomijo in sfero ekonomije in politike, predstavlja namreč civilna družba pomembno silo pri oblikovanju javnega mnenja oziroma konsenza, ki vpliva tako na proces političnega odločanja, kot tudi na njegovo legitimnost (Splichal 1999: 11).

Pri tem velja izpostaviti, da je s pomočjo politike obveščanja, ki temelji na potrebah in interesih posameznika, mogoče prispevati k:

- povečanju demokratičnih pravic ljudi, med drugim tudi z omogočanjem dostopa vsakega posameznika do informacij, ki so potrebne za zaščito družbenih, političnih in pravnih pravic;
- dejanskemu izboljšanju kakovosti posameznikovega življenja s širjenjem znanja o delovanju družbe in z omogočanjem sodelovanja v javnem odločanju kar največ prebivalcem;
- utrjevanju legitimnosti vladne administracije kot avtoritete in zanesljivega upravljavca z javnimi viri, v odnosu do posameznika, komercialnega sektorja in organiziranih interesov;
- učinkovitemu izvrševanju vladnih funkcij s širjenjem znanja o najbolj učinkovitih kombinacijah potrebnih instrumentov v skladu z ureditvijo pravne in socialne države.<sup>6</sup>

### **3.2 Oblikovanje dnevnega reda**

Proces oblikovanja dnevnega reda v političnem sistemu velja za začetno fazo oblikovanja in izvajanja javnih politik. Grdešić, Lester in Steward, Peters, Fink Hafner idr. (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 30) proces oblikovanja dnevnega reda smatrajo celo za ključno fazo procesa izvajanja javnih politik, saj ni mogoče sprejemati nikakršnih odločitev, dokler določene tematike ne pridejo na dnevni red ustreznih političnih institucij. Gre pravzaprav za fazo, ki

---

<sup>6</sup> [http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx\\_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx\\_ttnews%5Byear%5D=1998&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1424&tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a](http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx_ttnews%5Byear%5D=1998&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1424&tx_ttnews%5BbackPid%5D=48&cHash=8b3b51999a)

bistveno določa celoten proces, saj se odloča o prihodnjem odločanju oziroma neodločanju ter pripravi podlaga za proces oblikovanja in izvajanja javnih politik. Proces je tesno povezan z zaznavo relevantnih družbenih problemov in (ne)sposobnostjo transformacije le-teh v predmet političnega odločanja. Zelo je pomembno tudi kdo zazna problem, kakšni so njegovi interesi ter kako se zavzema za rešitev tega problema. Če naprimer problem zaznajo oziroma definirajo nosilci družbene in politične moči (politične stranke, politične institucije, skupine pritiska ipd.), je verjetnost, da se znajde na (javnem) dnevnem redu odločanja o javnih politikah zagotovo večja, kot če ga zaznajo oziroma določijo institucije, ki so zunaj institucij političnega odločanja. Moč prvih se namreč izraža tako pri opredeljevanju in artikulaciji problemov kot pri podajanju rešitev le-teh. Za družbene skupine, ki želijo svoje probleme uvrstiti na dnevni red je (neposreden) dostop do nosilcev družbene in politične moči izjemnega pomena. Pri tem je naprimer skupina, ki ima gostejšo mrežo odnosov, ki sežejo čim višje v družbeni hierarhiji, in z veliko viri, s katerimi razpolaga, praviloma uspešnejša pri uveljavljanju svojih interesov kot skupina, katere omrežje ni dovolj razvejano in nima dovolj virov (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 30).

Oblikovanje dnevnega reda nam torej pokaže, kako je moč porazdeljena v družbi kot celoti in ne le v sferi politike. V sferi javnopolitičnega delovanja namreč nimajo vse skupine, interesi in posamezniki enakega vpliva pri definiranju problemov in njihovem reševanju. Zmožnost podrejenih družbenih skupin, da uvrstijo svoje probleme na dnevni red in jih izpostavijo javnosti, je pomemben kazalec demokratičnosti nekega sistema (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 30). Mediji pri tem igrajo pomembno vlogo, saj imajo pomemben vpliv na oblikovanje javnega mnenja in posledično reševanje problemov. Oblikovanje dnevnega reda je ponavadi očem prikrit proces s precejšnjim vplivom na družbo ter njeno percepcijo določenih tematik in problemov kot relevantnih (Splichal 1999: 7). Pravzaprav nam lahko kot nekakšen kazalnik demokracije veliko pove o značaju določene družbe in uveljavljenosti načel demokratičnega odločanja. V demokratičnih družbah naj bi bilo namreč vsem družbenim skupinam in posameznikom vsaj na formalni ravni zagotovljeno, da izražajo svoja mnenja in uveljavljajo lastne interese. V nedemokratičnih družbah se njihovo sodelovanje ponavadi onemogoča z raznimi represivnimi metodami in sredstvi. Neglede na sistem pa si ponavadi elite kot vladajoči segment družbe pridružujejo posebne pravice pri oblikovanju dnevnega reda (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 30-31).

### 3.2.1 Dejavniki uvrstitve in akterji v procesu oblikovanja dnevnega reda

Možnost, da se določena tematika uvrsti na dnevni red in postane politično-aktualen družbeni problem, je po mnenju Lesterja in Stewarda (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 33) večja, če izpolnjuje naslednje kriterije (več kot jih izpolnjuje, večja je verjetnost njene uvrstitve):

- če tematika zaradi emocionalne nabitosti pritegne veliko medijsko pozornost;
- če tematike ni več mogoče ignorirati, ker je presegla kritično mejo sprejemljivega;
- če je nevarnost, da tematika povzroči škodo velikih razsežnosti, ker utegne prerasti trenutne okvire;
- če se nanaša na vprašanja, ki vključujejo odnose moči in legitimnosti;
- če ima širši družbeni vpliv;
- če je tematika aktualna.

Našteti dejavniki sicer opisujejo in nakazujejo verjetnost uvrstitve javnopolitičnega problema na dnevni red, vendar vseeno ne igrajo tako pomembne vloge kot akterji, ki dnevni red oblikujejo. Pravzaprav v fazi oblikovanja in izvajanja javnih politik zasedajo eno izmed najpomembnejših mest in prevzemajo ključno vlogo pri reševanju javnopolitičnih problemov. Delimo jih lahko na akterje državne in nedržavne ravni. Grdešič (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 35) obe skupini nadalje razvrsti glede na vlogo, ki jo imajo pri oblikovanju dnevnega reda:

- *Politični vrh oziroma nosilci izvršne veje oblasti* so predstavniki ustavne in institucionalne moči, s pomočjo katere na pomembne položaje nameščajo ljudi, ki so si tako ali drugače pridobili njihovo zaupanje. Ti pa nato razpolagajo z različnimi ustavnimi instrumenti, ki lahko neposredno vplivajo in oblikujejo politično življenje.
- *Politični zastopniki, delegati oziroma parlamentarni predstavniki* so kot predstavniki zakonodajne veje oblasti pogosto izpostavljeni in obravnavani s strani medijev in javnosti. Njihova vloga je sicer bolj pomembna v točki sprejemanja alternativ, kot pa v fazi oblikovanja dnevnega reda, a ker so bili legitimno izvoljeni s strani ljudstva oziroma različnih interesno-političnih sfer, vseeno posedujejo velik vpliv na oblikovanje javnopolitičnega dnevnega reda.
- *Uprava in administracija oziroma državna birokracija* z vidika državnih akterjev zaseda najpomembnejšo in najštevilčnejšo mesto v procesih oblikovanja dnevnega

reda. Javni uradniki imajo namreč veliko pravno-proceduralnih znanj o procesih, ki zadevajo fazo dnevnega reda. Aktivno nastopajo v časovni točki oblikovanja in sprejemanja potencialnih rešitev, nekoliko manj pa v sami točki oblikovanja dnevnega reda. Le-ta je pravzaprav odvisna od hierarhije predstavnikov izvršne veje oblasti, kjer višje ravni posedujejo večjo moč in vpliv pri opredeljevanju problemov in artikuliranju alternativnih rešitev.

- *Javnopolitični podjetniki* v fazi procesov oblikovanja in izvajanja javnih politik ravno tako igrajo pomembno vlogo, saj skrbijo za uspešno povezanost potrebnih elementov pri promociji nove ideje. Ponavadi morajo razpolagati z veliko časa in energije, poleg tega pa svoj delež prispevajo tudi s finančnimi sredstvi in slovesom. Vpletenost v javno politiko načeloma izhaja iz osebnih interesov kariernega napredovanja, širjenja in krepitve organizacije, v kateri delajo, doseganja moralnih ciljev, zadovoljstva pri delu ipd.
- *Interesne skupine* predstavljajo nedržavne akterje oziroma drugi pomemben sklop igralcev v fazi oblikovanja dnevnega reda. V to skupino sodijo tudi *politične stranke*, vendar v točki, ko na odločitve vplivajo kot predstavnice civilne družbe in ne institucije parlamenta. Interesne skupine, kot pomemben posrednik med državljanji in oblastjo, usmerjajo pozornost javnosti in politikov na nove probleme oziroma na alternativne in boljše načine reševanja starih. Politične stranke za razliko od interesnih skupin nastopajo tudi na volitvah in nadalje sooblikujejo oblast v sistemu. Ponavadi v parlamentarnih sistemih, kjer delujejo centralizirane in hierarhično organizirane politične stranke, obstaja večja možnost vplivanja na vsebino političnega delovanja kot v sistemih, kjer prevladujejo koalicijske vlade in fragmentirane ter šibke politične stranke.
- *Znanstveniki, strokovnjaki (predvsem javnopolitični analitiki) in svetovalci* ravno tako prispevajo svoj delež k oblikovanju dnevnega reda. Vedno večja kompleksnost procesov zahteva vedno večjo specializacijo, ki jo lahko v procese vnesejo šele strokovnjaki za posamezna vsebinska področja. Danes v teoriji prevladuje predvsem pluralistični pogled na znanje, ki pravi, da strokovnjakov ne smemo obravnavati kot nevtralnih udeležencev v procesu oblikovanja in izvajanja politik. Zaradi lastnih družbenih ali političnih interesov in prepričanj ter s povsem enakimi kompetencami, prihajajo celo do popolnoma nasprotujočih si spoznanj in sklepov.
- *Množični mediji* po mnenju številnih avtorjev - Grdešić, Dye, McCombs in Shaw, Rogers in Dearing, Cobb in Elder idr. (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 36), v fazi

oblikovanja dnevnega reda prevzemajo ključno vlogo, ki jo podrobneje obravnavam v naslednjem poglavju (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 35-36).

### **3.3 Vloga množičnih medijev**

Lahko rečemo, da dogodkov praktično ni, če o njih ne poročajo mediji. Pravzaprav so, vendar namenjeni le omejeni skupini ljudi in kot taki nimajo vpliva na širše okolje oziroma javno mnenje (Gačnik in drugi 1999: 609). Bistvena vloga množičnih medijev v političnem sistemu je namreč oblikovanje in izražanje (javnega) mnenja, saj izbirajo tematike in diskusije ter vsebino javnega interesa, poleg tega pa so njihovi učinki na oblikovanje, stališč, mnenj in zaznav državljanov zelo veliki (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 37). Ljudje sicer imajo sposobnost prezreti informacije, ki jih ne zanimajo, vendar množični mediji vsekakor močno vplivajo na določanje stopnje pozornosti, ki jo posamezniki namenjajo tematikam. Če naprimer nekoga zanima šport na splošno in če so v medijih naslovnice polne zgodb o določenem teniškem turnirju, potem je verjetnost, da bo oseba razmišljala o tenisu namesto o drugih športih, zelo visoka. Propagandisti se ravno tako že od nekdaj zavedajo pomembnosti najvažnejše novice in pridobitve pozornosti ljudi, da razpravljajo o določeni tematiki. V času vojne naprimer propagandisti iz obeh strani usmerjajo pozornost na področja, kjer so njihove sile bolj uspešne. S to tehniko naj bi namreč zviševali domačo moralo in slabili nasprotnikovo (Davison in drugi 1976: 181).

Pri oblikovanju in izražanju javnega mnenja torej velja, da imajo tematike, ki jih množični mediji predstavijo, določen vpliv na prejemnike informacij (Lajh in Kustec Lipicer 2002: 38). Natančneje, obstaja konsenz glede pomembnosti, ki jo določenim tematikam pripisujejo mediji (s tem jim pripišejo tudi javno veljavo) in pomembnostjo, ki jo enakim tematikam pripisujejo posamezniki in družba (Splichal 1999: 7).

Množični mediji naj bi ravno tako pomagali določiti in prikazati omejitve legitimne javne razprave v družbi, vendar v zadnjem času primarno funkcijo medijev v političnem sistemu predstavlja ravno oblikovanje dnevnega reda (Splichal 1999: 7). V kontekstu učinkov medijev na oblikovanje stališč državljanov Dye (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 37) javno mnenje opredeljuje celo kot ključni kazalnik vpliva na prepoznavanje javnopolitičnega problema ter na nadaljnje uvrščanje le-tega na dnevni red. Fenomen javnega mnenja naj bi po njegovem mnenju na fazo oblikovanja dnevnega reda vplival na sedem načinov:

- Predstavljal naj bi vez med mnenjem in javno politiko. Na dnevni red bi tako po idealnem vzoru uvrščali tiste probleme, ki jih zaznava javnost.
- Kljub velikemu učinku medijev, prevečkrat velja zmotno prepričanje, ko se novinarje oziroma posameznike, ki podajajo informacije, enači z javnostjo. Tudi nekaterim odločevalcem naj bi se dogajala podobna napaka, saj se na mnenja omenjenih posameznikov odzivajo, kot na mnenja, ki bi jih izrekla celotna javnost.
- Šlo naj bi pravzaprav za javnopolitični učinek. O njem govorimo kadar prepoznavanje javnopolitičnih problemov prihaja s strani javne politike, ki potem vpliva na javno mnenje, in ne nasprotno. To tezo naj bi podpirali argumenti, da se javno mnenje pod vplivom medijev spreminja tedensko in zato ni stabilno; le malo ljudi naj bi imelo izoblikovano mnenje o številnih javnopolitičnih vprašanjih; odločevalci nimajo dovolj jasnih predstav o tem, kaj si javnost misli, saj večino informacij dobijo s strani oblikovalcev javnega mnenja, vodij interesnih skupin ter drugih vplivnih posameznikov, ki niso 'navadni' državljani.
- Z vidika, da večina ljudi nima izoblikovanega mnenja o večini javnopolitičnih vsebin, so lahko javnomnenjske raziskave pravzaprav sporne. Poleg tega lahko raziskave oblikujejo mnenja in podajajo komentar na podlagi vprašanj in odgovorov, o katerih posamezniki pred tem sploh niso razmišljali. Večina anketirancev tudi poda odgovor, ki se jim zdi trenutno primeren in le redko priznajo, da mnenja o določeni stvari pravzaprav nimajo.
- Zaradi časovnega zamika o pridobivanju mnenj o nekem dogodku, so lahko javnomnenjske raziskave tudi nestabilne.
- Pogosto je problematično tudi samo zastavljanje javnomnenjskih vprašanj, ker se postavlja vprašanja, ki že vsebinsko nakazujejo prevladujoče strinjanje oziroma nestrinjanje v odgovoru.
- Sporna je tudi komunikacija med javnostjo in odločevalci, saj slednji informacije o javnem mnenju dobivajo s strani izbranih, vplivnih posameznikov oziroma skupin. Zaradi tega lahko prejemajo nepopolne oziroma (pre)ozke informacije in posledično napačno interpretirajo javno mnenje (v Lajh in Kustec Lipicer 2002: 38).

Nekatere novejšje ugotovitve vidijo javno mnenje celo kot (primarno) obliko družbenega nadzora. Te predpostavke temeljijo na dognanju, da obstaja neposredna vzajemna povezava



med medijsko vsebino in vedenjem posameznika. Trditve, da je posameznikova izbira neposredna posledica medijskega izpostavljanja v smislu javne izbire, pravzaprav ne vzdržijo argumentov. Lahko so kvečjemu (množične) psevdo-izbire, saj nimajo intelektualnih (reflektivnih) in interaktivnih (diskurzivnih) temeljev. Kljub temu imajo množični mediji, bodisi kot sredstvo izražanja javnega mnenja ali kot instrument vpliva, ključno vlogo v demokratičnem političnem procesu, neglede na to ali tematike ustvarjajo sami ali pa so le-te ustvarjene s strani ostalih družbenih komponent. To pa je tudi razlog, da v vseh demokratičnih družbah vzbuja željo po nadzoru (Splichal 1999: 7).

## **4. Odnos med politiko in mediji**

### **4.1 Instrumentalizacija**

S pojmom instrumentalizacija označujemo predvsem nadzor in upravljanje medijev s strani zunanjih akterjev. To so lahko stranke, politiki, razne družbene skupine in gibanja ter ekonomski igralci, ki želijo s pomočjo medijev vplivati in posegati v politiko. Po tej definiciji gre pravzaprav za politično instrumentalizacijo v smislu promocije interesov in ideologije posameznikov z namenom večanja družbenega nadzora in intervencije v svet politike.

Instrumentalizacija medijev se lahko uporabi tudi v tržne namene. Takšna oblika tržne instrumentalizacije oziroma komercializacije je oglaševanje, vključuje pa lahko vse od pozicioniranja izdelkov in zahteve oglaševalca za spremembo uredniške politike časopisa, do bolj subtilnih oblik izvajanja pritiskov (Hallin in Mancini 2004: 37).

### **4.2 Klientelizem**

S pojmom klientelizem označujemo obliko družbene organizacije, kjer je dostop do družbenih virov, ki ga nadzorujejo določeni skrbniki bodisi iz spoštovanja ali v zameno za razne oblike podpore, omogočen njihovim strankam. Je posebna oblika organizacije, v kateri osebna poznanstva pomenijo več kot formalna pravila. Oblike klientelizma vključujejo tudi povezave med političnimi strankami, cerkvijo in drugimi. Medtem ko privrženost formalnim ter univerzalnim pravilom in postopkom vključuje povezanost s politično kulturo, ki vsebuje idejo občega dobrega in javnega interesa, klientelizem sledi interesu posameznika in ideji občega dobrega nasprotuje. Vse družbe so že bile priča razvoju klientelizma v določenem obdobju njihove zgodovine, klientelistična razmerja pa so do določene stopnje prisotna pravzaprav povsod. Ta razmerja so bila tudi tarča reformnih gibanj, ki so želela preurediti povezave in okrepiti privrženost formalnim ter univerzalnim pravilom in postopkom. Kjer so bila le-ta uspešna, je klientelizem izgubil na pomembnosti in moči.

Klientelizem je povezan z instrumentalizacijo tako javnih kot privatnih medijev. V primeru javnih medijev dogovori potekajo bolj na podlagi politične lojalnosti kot na izključno profesionalnih kriterijih. Lastniki privatnih podjetij bodo ravno tako imeli politične povezave,

ki so bistvene za pridobitev vladnih pogodb, dovoljenj (vključno z licencami za radiodifuzijo) ter drugih ugodnosti, ki so potrebne za uspešno vodenje podjetja. Ti lastniki lahko pogosto uporabijo medijsko imetje kot orodje za pogajanje z drugimi elitami ter za poseganje v politični svet. V večini primerov je primarni namen medijskega lastništva ravno to.

Privrženost pravnim normam je torej šibkejša kjer prevladuje klientelizem. Akterji izkoriščajo povezave, da se izognejo neprijetnim predpisom. To lahko privede do fenomena divje deregulacije, ravno tako pa lahko prispeva k instrumentalizaciji. Zakonodaja in še posebej kršenje le-te, ponuja veliko priložnosti za izvajanje določenih pritiskov. Politiki lahko naprimer s selektivnim uveljavljanjem radiodifuzijske, davčne in druge zakonodaje vršijo pritisk na medijske lastnike. Nasprotno pa lahko medijski lastniki in v nekaterih primerih tudi ugledni novinarji grozijo z objavo kršitev in drugih nepravilnosti izvršenih s strani javnih uslužbencev.

Klientelizem je ravno tako povezan s privatnimi namesto javnimi komunikacijskimi vzorci. Potreba navadnih državljanov po informacijah o javnih zadevah je relativno majhna. Na višjih ravneh pa je proces politične komunikacije ponavadi zaupne narave. Javna zaslišanja in dokumenti niso tako pomembni za politični proces. Dostop novinarjev do relevantnih političnih informacij pa temelji bolj na njihovih političnih povezavah in ponavadi služi procesu pogajanj med elitami namesto zagotavljanju informacij širši javnosti (Hallin in Mancini 2004: 58-59).

### **4.3 Politični paralelizem**

Ko se v osemnajstem in začetku devetnajstega stoletja časopis začne pojavljati kot sila v političnem življenju, postane politično zagovorništvo njegova osrednja funkcija. Politični novinar je bil pravzaprav publicist, ki je svojo vlogo videl v tem, da v imenu političnih načel oziroma stranke vpliva na javno mnenje. Veliko časopisov je bilo v tistem obdobju ustanovljenih ravno na pobudo politične stranke ali določenih političnih akterjev z namenom podpore (Hallin in Mancini 2004: 26).

S pojmom politični paralelizem označujemo prepletenost oziroma stopnjo, do katere je struktura medijskega sistema 'vzporedna' s strukturo strankarskega sistema. Najskrajnejši primer tega predstavlja popolna usklajenost medijske organizacije z določeno stranko in

načeli, ki jih le-ta zastopa v javnosti (Hallin in Mancini 2004: 27). Mediji naj bi tako predstavljali zrcalo, ki odseva delovanje politike (Bašić Hrvatini 2008: 5). Politični paralelizem sestavlja vrsto različnih komponent s katerimi se lahko določi njegova prisotnost v medijskem sistemu:

- Najbolj osnoven indikator je zagotovo *medijska vsebina* oziroma obseg določene politične orientacije različnih medijev v novicah, pri poročanju o aktualnih zadevah in včasih celo v zabavnih vsebinah.
- Drugi pomemben indikator so *organizacijske povezave* med mediji in političnimi strankami ali drugimi vrstami organizacij kot so sindikati, zadruga, cerkev in ostali, ki so ponavadi povezani s političnimi strankami. Veliko medijskih organizacij je bilo v dvajsetem stoletju prepletenih z omenjenimi institucijami, ki so s pomočjo financiranja zagotavljale in pomagale uresničevati lastne interese. Kljub temu, da je danes večina teh povezav že propadla, njihov vpliv ponekod še vedno obstaja.
- Tretji indikator predstavlja *tendenco medijskega osebja, da je aktivno v političnem življenju* oziroma njihovo pripadnost določeni stranki ali zaposlitev v javnem sektorju. Danes to ni več tako pogosto.
- Bolj aktualna je predvsem *tendenco, da se v določenih sistemih karijerne poti novinarjev in ostalega medijskega osebja oblikujejo na podlagi politične pripadnosti*. Zaposlijo se torej v tisti medijski organizaciji, katere politika sovpada z njihovimi lastni prepričanji. Službo lahko dobijo tudi zato, ker želi medijska organizacija uravnotežiti predstavništvo različnih političnih tendenc ali pa zato, ker jim njihova politična usmeritev odpre določene možnosti zaposlitve.
- Še en indikator predstavlja *partnerstvo medijskega občinstva*. Sem spadajo posamezniki, ki podpirajo določeno stranko in njihove tendence, da kupujejo določen časopis ali gledajo določen televizijski program.
- Politični paralelizem se nenazadnje kaže tudi v *vlogi novinarske orientacije in prakse*. Novinarji tako v nekaterih sistemih zastopajo bolj vlogo publicista in vplivajo na javno mnenje, v drugih pa se vidijo kot posredniki nevtralnih informacij. Te razlike v novinarski kulturi so povezane s stilom pisanja in drugimi novinarskimi praksami, odvisne pa so od pričakovanj določenega medijskega sistema.

Pri konceptu političnega paralelizma je potrebno omeniti še dva načina s katerima medijski sistemi upravljajo z razlikami politične pripadnosti in orientacije.

- Prvi način predstavlja zunanji pluralizem, ki ga lahko definiramo kot pluralizem, ki je dosežen na ravni medijskega sistema kot celote. V takšnem sistemu obstaja vrsta medijskih organizacij, ki odražajo stališča različnih skupin in njihovih tendenc v družbi. Za sistem, ki ga določa zunanji pluralizem, je tako značilna visoka raven političnega paralelizma.
- Drugi način upravljanja z razlikami politične pripadnosti in orientacije predstavlja interni pluralizem. O njem govorimo, ko se medijska organizacija izogiba kakršnimkoli institucionalnim vezem s političnimi skupinami ter poskuša vzdrževati nevtralnost in uravnoteženost vsebine. Za tak sistem je značilna nizka raven političnega paralelizma. Interni pluralizem pa se včasih uporablja tudi za označitev medijske organizacije – predvsem organizacije za radiodifuzijo, ki formalno zastopa vrsto političnih sil znotraj lastne organizacije. Politična raznolikost se pri tem odraža v strukturi in posledično v vsebini, kjer naprimer določen del programa pokrivajo novinarji ene politične usmerjenosti, ostalo pa novinarji druge politične opcije. Tukaj lahko govorimo o nekakšni srednji ravni političnega paralelizma, saj je kljub vključenosti politike v strukturo, le-ta enakopravno zastopana (Hallin in Mancini 2004: 27-30).

#### **4.3.1 Oblike političnega paralelizma v primeru javne radiodifuzije**

Javni sistemi za radiodifuzijo in agencije odgovorne za nadzor poslovanja teh sistemov so vsekakor v pomembnem odnosu s političnim sistemom. To razmerje nam lahko služi za prikaz različnih stopenj in oblik političnega paralelizma. Razlikujemo lahko med štirimi osnovnimi modeli:

- Za *vladni model* je značilno, da je javna radiodifuzija nadzorovana neposredno s strani vlade oziroma vladajoče politične opcije. Večina evropskih držav je imela takšen sistem v začetni fazi zgodovine radiodifuzije, sčasoma pa so razvile alternativne institucionalne oblike, ki so ločile storitev javne radiodifuzije in zmanjšale stopnjo nadzora vladajoče politične opcije. Danes takšna oblika nadzora torej še vedno obstaja, vendar v milejši in spremenjeni obliki.

- Primer *profesionalnega modela* predstavlja British Broadcasting Corporation (BBC). Razvili so namreč močno tradicijo, kjer se s storitvijo radiodifuzije ukvarjajo strokovnjaki in ne politični predstavniki. Kljub temu, da generalnega direktorja imenuje premier in da formalna struktura organizacije ne odstopa od tistih, kjer ima država nadzor, neformalne norme in pričakovanja vplivajo na določitev kandidata (Hallin in Mancini 2004: 33).
- *Za model parlamentarne ali proporcionalne reprezentacije* je značilna sorazmerna porazdelitev nadzora nad javno radiodifuzijo, in sicer glede na proporcionalno zastopanost strank v parlamentu. Klasičen primer tega je Radiotelevisione Italiana (RAI) v 1980-ih, kjer so bili poleg proporcionalne zastopanosti članov uprave, po strankarskem načelu dodeljeni tudi vsi trije kanali. RAI 1 so tako upravljali krščanski demokrati, RAI 2 je bil pod nadzorom sekularnih strank, RAI 3 pa pod nadzorom komunistične partije. Imenovanja na funkcije skozi strukturo celotne organizacije so praviloma sledila enakemu načelu. Pri sistemu je šlo pravzaprav za kombinacijo internega in zunanjega pluralizma, saj so imele različne politične sile svoj lasten komunikacijski kanal. Model parlamentarne reprezentacije se pravzaprav od vladnega loči le po proporcionalni zastopanosti pri nadzoru. Realno ima ponavadi glavno besedo še vedno vladajoča večina (Hallin in Mancini 2004: 31, 108).
- *Civilni oziroma korporativistični model* je podoben modelu parlamentarne reprezentacije v smislu porazdelitve nadzora nad javno storitvijo radiodifuzije. Predstavništvo je tako za razliko od omenjenega modela porazdeljeno med različne družbene in politične skupine, ki pa vseeno veljajo za družbeno pomembne. Sem spadajo sindikati, verske organizacije, poslovna združenja in podobni (Hallin in Mancini 2004: 32).

Profesionalni, parlamentarni in civilni/korporativistični model predstavljajo nekakšen odgovor oziroma alternativo popolnemu nadzoru ene politične opcije nad javno radiodifuzijo. Profesionalni model ponuja rešitev v obliki ločitve radiodifuzije in političnih interesov z namenom odstranitve raznih strankarskih in drugih organiziranih oblik interesov iz procesa nastajanja radijskega in televizijskega programa. Parlamentarni in civilni/korporativistični model pa poskušata rešiti omenjeni problem z zagotavljanjem vključenosti vseh večjih skupin v odločevalski proces in zagotoviti delitev oblasti na temelju konsenza. Navedeni modeli se med seboj vsekakor ne izključujejo in se skoraj vedno prepletajo. Pri imenovanju uprave naprimer veliko sistemov javne radiodifuzije uporablja proporcionalno porazdelitev v

kombinaciji s kulturo in pravnimi normami, ki strokovnjakom s področja radiodifuzije omogočajo precejšnjo mero avtonomije. Vsi moderni radiodifuzijski sistemi namreč potrebujejo strokovnjake za njihovo vodenje in noben sistem ne more pravilno delovati, če njihovi strokovnjaki ne uživajo določene stopnje neodvisnosti. Pluralističen politični sistem mora tako vsebovati mehanizme, ki na eni strani blažijo politične pritiske s strani vlade, na drugi strani pa omogočajo odziv na zahteve različnih družbenih in političnih skupin. V kontekstu političnega paralelizma profesionalni model tako predstavlja nizko stopnjo tega spektra, vladni model njegovo nasprotje, parlamentarni in civilni/korporativistični model pa sta nekje vmes (Hallin in Mancini 2004: 32-33).

#### **4.4 Profesionalizacija**

Hallin in Mancini kot nasprotje političnemu paralelizmu postavita profesionalizacijo novinarjev (Bašić Hrvatinić in Petković 2007: 10).

Proti koncu 19. stoletja se začne pojavljati nova oblika novinarstva, ko novinar počasi dobiva status nevtralnega arbitra politične komunikacije. Smatra se ga kot nekoga, ki ni podvržen ozkim interesom posameznikov in skupin, poleg tega pa naj bi podajal informacije in analize, ki niso strankarsko 'obarvane'. To je bilo velikokrat povezano z razvojem tržnega novinarstva, katerega namen je predvsem zaslužek, saj financiranje prihaja s strani oglaševalcev in ne določenih političnih akterjev. Seveda pa ne moremo mimo dejstva, da so te okoliščine privedle tudi do razvoja novinarskega profesionalizma oziroma profesionalizacije (Hallin in Mancini 2004: 26).

Koncept profesionalizacije je bil sicer vedno podvržen ostrim debatam glede definicije, vendar pa lahko rečemo, da je ideja nekakšen sinonim za objektivnost in politično nevtralnost. Kot idealen primer profesionalizacije se v diskusijah ponavadi izpostavljata medicina in pravo, ki veljata za klasična liberalna poklica. Glavna značilnost takih vrst poklicev je, da temeljijo na sistematičnem znanju ali doktrini, ki se jo lahko pridobi le z dolgotrajnim predpisanim izobraževanjem. Novinarstvo v tem pogledu odstopa, saj takšna oblika formalnega strokovnega urjenja ni bistvena za samo opravljanje poklica. Korelacija z navedeno definicijo profesionalizma kot obliko strokovnega urjenja torej ni močna.

Kljub temu, da profesionalizacijo danes največkrat povezujemo s poklicem novinarstva, je o njej pomembno govoriti tudi v primeru drugih poklicev, ki so povezani z mediji. V sistemih za javno radiodifuzijo in še posebej tam, kjer radiodifuzijski kanali veljajo za javno storitev, je naprimer profesionalna avtonomija televizijskih producentov ravno tako pomembna (Hallin in Mancini 2004: 33-34).

#### **4.4.1 Dimenzije profesionalizacije**

Novinarstvo velja za družbeno pomemben poklic predvsem zato, ker naj bi skrbel za obči blagor, tako v komunikacijskem kot tudi materialnem smislu. V komunikacijskem smislu omogoča mnogim, da izrečejo svoje mnenje; ne le tistim, ki ga izrekajo po službeni dolžnosti (politiki in druge javne osebe), temveč tudi obrobnim skupinam oziroma slehernemu posamezniku, saj ima vsak enako komunikacijsko pravico povedati svoje mnenje. V materialnem smislu pa nadzira vladajočo (politično in gospodarsko) elito, ki naj bi upravljala s sredstvi davkoplačevalcev tako, da bodo le-ti od tega kaj imeli v smislu različnih infrastruktur (Gačnik in drugi 1999: 611).

Čeprav novinarstvo odstopa od klasičnih oblik liberalnih poklicev, z njimi vseeno deli določene pomembne značilnosti. Skozi te značilnosti lahko primerjamo medijske sisteme in določimo stopnjo ter obliko profesionalizacije novinarstva. Tako lahko razlikujemo med tremi precej tesno povezanimi dimenzijami:

- *Avtonomija* je vedno igrala osrednjo vlogo pri definiranju profesionalizma. Veliko poklicev poskuša skozi profesionalizacijo doseči večji nadzor nad svojim delom. V primerjavi z zdravniki in odvetniki, ki so ponudniki osebnih storitev, novinarji svoje delo opravljajo v industriji, kjer masovna produkcija velja za normo. Skoraj nikoli nimajo v lasti osebnih sredstev produkcije, ampak svojo plačo prejemajo s strani večje korporacije. Profesionalizacija v nekem smislu nastopi v trenutku zaposlitve, ko pride do diferenciacije med poklicem novinarja in politikom oziroma lastnikom. Novinarji si skoraj nikoli niso pridobili izključne pravice za nadzor medijske organizacije, kljub temu pa lahko rečemo, da so bili izjemno uspešni pri zagotovitvi relativne avtonomije znotraj organizacije kjer so bili zaposleni. Na nek način je nadzor nad delovnim procesom novinarstva tudi kolegialen, saj se izvaja preko ostalih novinarjev. Vsekakor pa je potrebno izpostaviti, da se stopnje novinarske avtonomije med seboj zelo



razlikujejo in so odvisne od obdobja, medijskega sistema in tipa novinarske organizacije v smislu časnikarstva proti radiodifuziji oziroma kakovostnega proti popularnemu časopisju (Hallin in Mancini 2004: 34).

- *Izrazite profesionalne norme* v novinarstvu pomenijo etična načela, ki vključujejo zavezanost k varovanju zaupnih virov, ohranitev ločnice med oglaševanjem in uredniško vsebino, praktične navade kot so objava informacij vrednih objave ter kriterije, ki določajo izjemnost strokovne prakse za pridobitev strokovnega ugleda. Vsi poklici so namreč organizirani tako, da vključujejo določen način življenja, sistem načel, lastno identiteto in nekakšno prepreko tistim, ki niso člani te institucije. Posledica take organiziranosti pa je razvoj skupnih norm, značilnih za določen poklic. Profesionalizacija se tako lahko manifestira skozi kriterij, ki določa ali so nekatere novice vredne objave oziroma kriterij, o katerem se strinjajo vsi novinarji ne glede na njihovo politično pripadnost. Odvisna je torej od mnenj sodelavcev – novinarjev in ne od tistih, ki ne sodijo v to družbo – strankarski veljaki, delničarji ipd. Obstoj določenih profesionalnih norm je pravzaprav povezan z avtonomijo, ki je v primeru nadzora s strani zunanjih akterjev ne bi bilo (Hallin in Mancini 2004: 35-36). Novinarje poleg omenjenega zavezujejo tudi zakonski normativi. Obrekovanje, žaljiva obdolžitve, očitane kaznivega dejanja z namenom zaničevanja in opravljanje so ravnanja, ki so strožje kaznovana, če so storjena preko medijev. Tudi normativi, ki jih določajo profesionalne organizacije, denimo, da morajo novinarji ločevati informacijo in komentar, da so dolžni varovati človeško osebnost in njegovo intimo pred neupravičenim in senzacionalističnim razkrivanjem v javnosti in so posebno pozorni, ko poročajo o družinskih tragedijah, nesrečah, boleznih, otrocih in mladoletnikih, da so dolžni spoštovati poslovno skrivnost itn., vplivajo na raven strokovnosti novinarskega poklica (Gačnik in drugi 1999: 611-612).
- *Usmerjenost k služenju javnosti* predstavlja še en pomemben element koncepta profesionalizma, ki temelji na etiki javnih storitev. Ideja je bila sicer zelo kontroverzna in predmet ostrih razprav učenjakov. Pojavljale so se teze od tega, da gre za ideologijo, ki nasprotuje sistemu kapitalizma, do tega, da koncept altruizma vsebuje skrite cilje, ki služijo upravičevanju ekonomskega monopola in družbene moči strokovnjakov. Ne glede na polemike, ideja novinarstva kot javna dolžnost predstavlja pomembno zgodovinsko pridobitev, ki je ne moremo zavrniti kot 'zgolj ideologijo' in ravno tako ne sprejeti kot čistega altruizma. V primerjavi z drugimi poklici, ki se sklicujejo na profesionalizem, je v novinarstvu etika javne storitve izrazito pomembna,

saj ne vključuje ezoteričnega znanja, poleg tega pa je sklicevanje na avtonomijo in avtoriteto v veliki meri odvisno od sklicevanja na služenje javnemu interesu. Najbolj zgovoren primer razvoja etike javne storitve je obstoj mehanizmov novinarske samoregulacije. V nekaterih sistemih so novinarji formalno organizirani v obliki novinarskih svetov, v primeru elektronskih medijev celo avdiovizualnih svetov, ki svoje posle včasih vodijo neformalno, saj stopnja moči ni nujno odvisna od njihove formalne organiziranosti (Hallin in Mancini 2004: 35-36).

#### **4.5 Odnos med političnim paralelizmom in profesionalizacijo**

Čeprav politični paralelizem in profesionalizacija predstavljata dve ločeni dimenziji, sta pravzaprav zelo povezani. Kjer obstaja visoka stopnja političnega paralelizma, kjer so medijske organizacije močno povezane s političnimi organizacijami in kjer so novinarji močno vpleteni v strankarsko politiko, je stopnja profesionalizma po vsej verjetnosti nizka. Novinarji skoraj zagotovo nimajo dovolj avtonomije razen v primeru, če jo uživajo zaradi visokega političnega položaja. Novinarstvo ravno tako ne oblikuje izrazite skupne kulture in za razliko od občutka za javni smisel, razvije naklonjenost do političnih akterjev, ki so povezani z mediji. Zgodovinsko gledano je torej razvoj profesionalizma močno spodkopal politični paralelizem, saj je zmanjšal nadzor strank in drugih političnih organizacij nad mediji ter ustvaril skupno prakso, ki je zameglila politična razhajanja med medijskimi organizacijami. Neglede na razlike pa kot rečeno med omenjenima dimenzijama obstaja močna prepletenost (Hallin in Mancini 2004: 38):

- Noben resnejši medijski analitik naprimer ne bo zagovarjal novinarske prakse kot dobesedno nevtralne. Tej tematiki so bile posvečene tudi številne in obsežne raziskave, ki so želele dokazati nasprotno, vendar se je izkazalo, da tudi, ko so novinarji iskreno posvečeni profesionalni ideologiji objektivnosti, novice vseeno vključujejo politične vrednote, ki izhajajo iz vrste vplivov, od osnovnega zbiranja informacij, do skupnih ideoloških predpostavk širše družbe (Hallin in Mancini 2004: 27).
- Povezanost omenjenih dimenzij se lahko izrazi tudi v smislu percepcije vloge novinarstva. Kot primer prepletenosti Hallin in Mancini (2004: 39) navajata Curryjevo analizo narave novinarskega profesionalizma v komunistični Poljski. Kljub temu, da je uradna ideologija medije obravnavala kot instrument partije, so poljski novinarji

razvili močno kulturo profesionalizma. Prevlada cenzure, državno lastništvo medijev in politična represija naj bi novinarjem glede na strokovno percepcijo svoje vloge sicer onemogočala delo, a so vseeno razvili močan občutek izrazite identitete in vloge v družbi ter nasprotovali kakršnemukoli vmešavanju oseb, ki niso bile iz novinarskega ceha. Visoko so vrednotili avtonomijo, imeli močan občutek strokovne solidarnosti tudi v obdobjih ostrih političnih konfliktov ter hierarhijo uglednosti, ki je temeljila na stanovski oceni in presegala politična razhajanja. Svoj poklic pa so hkrati videli tudi kot političen oziroma kot sestavni del njihove vloge pri reševanju družbenih problemov. Poročanje o dejstvih so smatrali za nestrokovno in praticirali stil pisanja, ki je velik poudarek dajal komentarju.

- Še en primer, ki ga avtorja izpostavita, je odstop urednika časopisa The Jerusalem Post, Erwina Frankla, zaradi vmešavanja novega lastnika v uredniško politiko časopisa. Pri tem navajata njegovo obrazložitev v kolumni, kjer izpostavi ključne elemente profesionalizacije. V svoji izjavi novinarstvo pojmuje kot nekakšno zaupanje javnosti, navede obstoj skupnih standardov strokovne prakse in poudarja novinarsko avtonomijo. Kljub temu pa sočasno pripiše pomemben pomen interpretativni presoji ter izpostavi misel, da ima vsak časopis svoj karakter, ki piše o zgodbah sedanjosti glede na njegovo videnje le-teh. V izražanju določenih stališč torej ne vidi nekaj nasprotujočega, ampak neločljivo povezanega s pojmom novinarske neodvisnosti in novinarstva v smislu zaupanja javnosti. Po njegovem mnenju je namreč pomembna ohranitev integritete procesa družbene presoje in ne nevtralnosti kot take. Takšna percepcija se precej razlikuje od severno ameriškega videnja profesionalizma kot politične nevtralnosti oziroma objektivnosti (Hallin in Mancini 2004: 38-41).

Našteti primeri torej vzbujajo dvom in nasprotujejo ideji o profesionalizmu in političnem paralelizmu kot nezdružljivih dimenzijah. Po mnenju Hallinija in Mancinija (2004: 41) je politični paralelizem skozi večino dvajsetega stoletja in še posebej v severni in srednji Evropi koeksistiriral z visoko stopnjo novinarskega profesionalizma, kar danes do določene mere še vedno velja (Hallin in Mancini 2004: 41).

## 5. Medijska regulacija

Časopisje je v sedemnajstem in osemnajstem stoletju z zelo omejeno naklado prispevalo k širitvi revolucionarnih idej, ki so delegitimizirale avtoritarno politično ureditev in razširile prizorišče javne debate, bistvene za reprezentativno obliko vladavine. Zgodovina pa je tudi polna primerov zlorabe medijev, in sicer od najskrajnejših oblik zatiranja družbe do izkoriščanja v komercialne namene (Splichal 1999: 11). Mediji so torej nekakšen prevladujoči element javnega prostora, njihov vpliv pa je nesporen (Gačnik in drugi 1999: 609).

O medijih se velikokrat govori, da so četrta veja oblasti. S svojim kritičnim poročanjem in obveščanjem javnosti naj bi posredno nadzorovali zakonodajno, sodno in izvršilno oblast. Omenjene tri veje bi morale sicer nadzorovati in uravnavati ena drugo, vendar se mediji zdijo njihov končni razsodnik. Mediji naj bi v določenem smislu bili nekakšen pes čuvaj demokracije (Gačnik in drugi 1999: 611).

Dvajseto stoletje predstavlja obdobje širitve javnega prava, katerega osnovna karakteristika je ustanavljanje predpisov in teles, ki vladajo in izvajajo nadzor nad različnimi javnimi zadevami in politikami. Med drugim vključuje tudi varnost pri delu, javno zdravstvo, zaščito okolja, šolstvo, javne storitve, komercialne standarde, promet, komunikacijo in nenazadnje tudi množične medije (Splichal 1999: 9).

### 5.1 Vloga zakonov in države

Država igra pri oblikovanju medijskega sistema pomembno vlogo (Hallin in Mancini 2004: 41), poleg tega pa je med dejavniki vpliva na javnost vsekakor najvplivnejša. Država namreč obvladuje vse institucionalne mehanizme izražanja interesov in političnih stališč, ima na razpolago zasebni in državni kapital, vojsko in policijo, odločujoč vpliv na množične medije in na lokalne voditelje. V interakcijo z javnostjo stopa zato, da izvaja svoj program in državno politiko ob konsenzu z javnostjo in tako ohranja oblast (Vreg 2000: 77).

V kontekstu vpliva na medijski sistem obstajajo velike razlike tako v obsegu kot v obliki državne intervencije. Najboljši primer državne intervencije zagotovo predstavlja storitev javne radiodifuzije, ki je bila do nedavnega v večini držav celo edina oziroma primarna oblika

radiodifuzije. V zadnjih letih se je vsekakor zgodil premik v smer tržne naravnosti javne radiodifuzije, vendar storitev javne radiodifuzije še vedno ostaja pomembna za večino držav, saj naj bi po definiciji splošnega normativnega okvira temeljila na štiri predpostavkah:

- služila naj bi trem osnovnim funkcijam za občinstvo: izobrazbi, informiranju in zabavi;
- ustrezala naj bi različnim okusom in ponujala specifične kot tudi popularne vsebine;
- zagotavljala naj bi univerzalen sprejem programov na celotnem nacionalnem teritoriju in vzdrževala primeren nivo tehnične kakovosti prenosov;
- zagotavljala naj bi vsebine etničnim, jezikovnim, regijskim, verskim in drugim manjšinam.

Poleg tega, da javna radiodifuzija predstavlja najpomembnejšo obliko državnega lastništva medijev (do nedavnega je v večini držav oblast upravljala tudi s telekomunikacijsko infrastrukturo), si v večini držav oblast lasti tudi časopisne agencije in druga z mediji povezana podjetja, bodisi neposredno ali preko podjetij, ki so v državni lasti (Hallin in Mancini 2004: 43). Subvencije, ki jih podrobneje obravnavam v nadaljevanju, so ravno tako prisotne in igrajo pomembno vlogo. Te so lahko neposredne ali posredne ter so namenjene bodisi medijski organizaciji ali posameznemu novinarju (npr. v obliki znižanih davčnih stopenj ali ugodnosti pri koriščenju javnega prevoza). Država in državna podjetja so poleg tega tudi oglaševalci, ki so v večini primerov zelo pomembni. Subvencije v filmski industriji so ravno tako običajne.

Druge oblike državne regulacije vključujejo:

- zakone, ki prepovedujejo obrekovanje, urejajo pravico do odgovora in varujejo zasebnost;
- zakone, ki prepovedujejo sovražni govor;
- zakone, ki ščitijo novinarje pred političnim poseganjem v vsebino ter urejajo in ščitijo zaupnost virov;
- zakone, ki urejajo dostop do informacij javnega značaja;
- zakone, ki urejajo področje medijske koncentracije, lastništva in konkurence;
- zakone, ki urejajo politično komunikacijo, posebej v obdobju volilnih kampanj;

- zakone, ki urejajo licenciranje in vsebino radiodifuzije, vključno s političnim pluralizmom, jezikom itn.

V najširšem smislu lahko pravzaprav ločimo med relativno liberalnimi medijskimi sistemi, kjer je državna intervencija omejena in mediji prepuščeni tržnim silam, in sistemi, kjer se družbeno demokratične tradicije manifestirajo skozi večjo vlogo države pri lastništvu, financiranju in upravljanju z mediji. Vsekakor obstajajo tudi subtilnejše variacije in posebne kombinacije medijskih politik, ki so se razvile v različnih sistemih in so ponavadi tesno povezane s širšimi vzorci odnosov države in družbe. Učinkovitost medijske regulacije ravno tako igra pomembno vlogo. Šibka vloga države je namreč lahko rezultat namerne politike, ki favorizira tržne sile ali pa neuspešnosti političnega sistema pri ureditvi in uveljavitvi medijske politike (Hallin in Mancini 2004: 43-44).

Na novo oblikovane države vzhodno-srednje Evrope so naprimer re-regulirale njihove medijske sisteme z različnimi stopnjami učinkovitosti. Splošen uspeh in rezultat naporov, da bi vzpostavili resnično demokratičen sistem, ki bi temeljil na sektorju javne storitve, je zelo omejen. Obsežne spremembe medijske zakonodaje so obsegale predvsem strukturno in vsebinsko regulacijo, vendar so bile večinoma neuspešne. Regulacija vsebine (kakšna naj bo vsebina ter kako naj bo izbrana in predstavljena v programu, vključno s kvotami?) ni prispevala k povečanju kakovosti. Regulacija strukture (medijsko lastništvo, organizacija, financiranje, upravljanje, nadzor, postopki za pridobitev licence, pravila, ki urejujejo dostop do informacij javnega značaja itn.) ravno tako ostaja neučinkovita, saj kršitve pogosto niso preganjane bodisi zaradi političnih razlogov in/ali splošnega pomanjkanja osebja ter tehničnih sredstev za izvajanje določenih zakonov (Splichal 1999: 20).

Razvijajoče se oblike participacije v medijih bivših komunističnih držav spominjajo na spreminjajočo se naravo politične participacije na Zahodu, vendar ne tudi na stopnjo participacije. Na eni strani so oblike regulacije radiodifuzije očitno sposojene s strani držav zahodne Evrope, na drugi strani pa je dostop do teh aktivnosti še vedno strogo omejen in v večini držav v regiji na voljo le politični eliti – v nekaterih državah celo samo vladajoči koaliciji (Splichal 1999: 20).

Poleg medijskega lastništva, financiranja in regulacije ima država kot vir informacij pomembno vlogo tudi pri definiranju novic, z velikim vplivom na tematike in oblikovanje

javnih vsebin. Politični sistem in vpliv države pri tem nista nujno povezana. Poudariti je namreč potrebno, da vpliv države na definiranje vsebin v sistemih z liberalno medijsko politiko ni nujno šibkejši kot v sistemih kjer prevladuje močnejša državna intervencija pri medijskem lastništvu, financiranju in regulaciji (Hallin in Mancini 2004: 44).

Na medijske sisteme poleg političnih spremenljivk vplivajo še številni drugi dejavniki. Mediji namreč v določenem pogledu sicer predstavljajo zelo pomembno politično institucijo, vendar so hkrati tudi podjetja.

## **5.2 Vloga interesov**

Medijska regulacija je odvisna tudi od številnih interesov, ki med seboj tekmujejo. To so lahko:

- interesi medijskih lastnikov z namenom promocije določenih idej;
- želje občinstva po določenih medijskih vsebinah;
- skupni interesi civilne družbe, ki želi dostop do medijev z namenom objave mnenj in prispevati k vsebini;
- splošni družbeni interesi z željo, da mediji opravljajo funkcijo javne storitve;
- vladni interesi z željo promocije svojih stališč, kot tudi ohranitve pravic vseh državljanov.

Doseganje pravega ravnovesja med različnimi interesi oziroma akterji predstavlja pravzaprav ključen problem pri vzpostavljanju nadzora nad mediji. Ideja demokratizacije v luči medijske svobode se naprimer že od samega začetka sooča s tistimi, ki zagovarjajo svoboden trg kot najučinkovitejši nadzorni sistem. Poleg tega razvoj satelitske televizije in globalne, računalniško vodene komunikacijske mreže spremlja tudi pravna praznina oziroma določena stopnja nejasnosti glede pravnega nadzora. V nekem smislu problemi in nasprotujoči si interesi stimulirajo težnje po oblikovanju globalnega, tržnega tipa regulacije. To bi vsekakor prispevalo k zmanjšanju pravnih nejasnosti, vendar skoraj zagotovo pokopalo idejo o medijih kot javni storitvi (Splichal 1999: 9).

### 5.3 Vloga novih tehnologij

Elektronski mediji so se še ne dolgo nazaj soočali s popolnoma drugačnimi izzivi kot danes. Tekma za gledalce in oglaševalce je bila precej manjša. Tradicionalni mediji in njihovi regulatorji pa se potenciala novih komunikacijskih tehnologij še niso zavedali. Danes se elektronski mediji soočajo z edinstvenim in dinamičnim medijskim okoljem, ki pa je posledica vedno močnejše medijske tekme. Razvoj tehnologije je namreč prispeval h konvergenci med različnimi vejami medijske industrije, tako z vidika pošiljatelja kot prejemnika. Povezovanja in prevzemi so spremenili areno, v kateri delujejo ključni akterji, odgovorni za nadzor medijske hiše. Z odstranitvijo zakonskih ovir, rastjo strateških povezav in partnerstev med medijskimi družbami ter vplivom globalnega medijskega prostora na zabavo in informacije, se je medijsko okolje popolnoma spremenilo. Število ključnih akterjev na medijskem trgu se je zmanjšalo, poleg tega pa je težnja po deregulaciji medijev postala vse glasnejša. Tehnološke spremembe pa so najbolj vplivale na tradicionalne medije, saj nove tehnologije počasi prevzemajo njihovo vlogo. Ravno zato se pojavljajo težnje po skupni regulaciji tradicionalnih in novih medijev ter vprašanja o vlogi javnih medijev in smiselnosti njihovega družbenega poslanstva.<sup>7</sup>

Elektronski mediji naprimer – zaradi posebnih tehničnih možnosti in potrebe po regulaciji – predstavljajo težak izziv tudi medijski svobodi, ki je bila vzpostavljena v osemnajstem in devetnajstem stoletju. Medij radiodifuzije, ki temelji na elektromagnetnem spektru, mora biti, kot vsak promet, tehnično reguliran in koordiniran ter veljati za javno dobrino. Zato morajo zasebna in javna podjetja za radiodifuzijo, katerim je bila podeljena licenca bodisi s strani vladnih ali parlamentarnih institucij, imeti določene obveznosti pri opravljanju javne storitve (Splichal 1999: 11).

Tudi digitalizacija televizije, razvoj računalniškega komuniciranja z internetom ter konvergenca medijev odpirajo mnoga nova vprašanja o zakonitostih komunikacijskih procesov in njihovi zakonski regulaciji, še zlasti z vidika komunikacijskih pravic kot dela temeljnih človekovih pravic. Kritično razumevanje in regulacija teh procesov je namreč pogoj za omejevanje negativnih posledic globalizacije, saj bi sodobni globalizacijski procesi bili brez tega razvoja preprosto nemogoči.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/14/svet/>

<sup>8</sup> [http://www.komunikologija-mks.si/o\\_studiju/mnozicni-mediji-in-pravo/](http://www.komunikologija-mks.si/o_studiju/mnozicni-mediji-in-pravo/)



Razvoj novih tehnologij in elektronskih medijev uporabnikom ponuja boljše možnosti za delo, omogoča dostop do globalne mreže podatkov ter pošiljanje informacij in slik z vseh delov sveta. Posameznik lahko preko interneta v najkrajšem času elektronsko najde najnovejše informacije. Na zaslonu se mu pojavlja več javnih informacij in vladnih sporočil. Na internetu lahko poišče kompleksne analize in časopise v elektronski obliki. Javne razprave lahko politiki elektronsko vodijo. Novinarji lahko hitreje opravljajo intervjuje. Medijske organizacije in novinarji lahko s pomočjo kibernetskega prostora spremljajo in od občinstva dobivajo vse vrste povratnih informacij (Vreg 2001: 6).

Napredek na področju novih tehnologij in elektronskih medijev naj bi torej v določenem pogledu povečeval število in raznovrstnost komunikacijskih kanalov ter možnosti informiranja, vendar pa velja poudariti, da je ideja popolne raznolikosti lahko tudi zavajajoča. Kljub spremembam, h katerim so nedvomno prispevale nove komunikacijske tehnologije, igrajo mediji in omrežja, tradicionalna in moderna vprašanja, procesi vplivanja, iskanja konsenza, izražanja mnenja, identitete, enakosti in svobode ter medijski nadzor še naprej pomembno in ključno vlogo pri razvoju komunikacije v postmodernej družbi. Spremembe, ki so jih prinesla stoletja, so pravzaprav evolucijske namesto revolucijske. Nove komunikacijske tehnologije imajo naprimer v tehnološkem smislu lahko revolucionaren značaj, vendar pa družbene posledice, ki iz tega naslova izhajajo, ne morejo revolucionalizirati kulturne, politične in ekonomske kontinuitete (Splichal 1999: 11).

## 6. Ekonomski vidiki

Množični mediji predstavljajo morda najboljši primer, da nobena aktivnost ne more biti popolnoma neodvisna od politike in kapitala. Ko torej razmišljamo o načelih demokratičnih medijev, se moramo vprašati, na kakšni zgodovinski osnovi temelji transformacija družbene komunikacije kot generične sposobnosti in človeške potrebe v enosmerno komunikacijo, ki temelji na profitu? Vse demokratične družbe se namreč soočajo s podobnimi problemi, kako zagotoviti dostopnost starih in novih medijev vsem državljanom in kako jih uporabiti kot javne instrumente v dobro državljanov, namesto kot sredstvo za prepričevanje potencialnih potrošnikov ter volivcev in/ali za generiranje profitov in moči?

Napori za demokratizacijo komunikacije bi morali v določenem pogledu biti usmerjeni v splošno reformo in re-regulacijo komunikacijskih omrežij in množičnih medijev. Hoynes (v Splichal 1999: 18) navaja štiri osnovna komunikacijska načela, ki naj bi omogočala operacionalizacijo ideala demokratične komunikacije:

- načelo raznolikosti, ki vključuje pogoj raznovrstnosti perspektiv, ustvarjenih s pluralnostjo skupin in političnih razlik;
- načelo participacije, ki temelji na potrebi po razvoju struktur za aktivno participacijo državljanov;
- načelo interakcije, ki omogoča več kot enosmerno komunikacijo;
- načelo kriticizma, ki temelji na potrebi po kritični primerjavi različnih (političnih) orientacij in mnenj.

Hoynes (v Splichal 1999: 18) dodaja, da se omenjena načela lahko materializirajo samo v primeru družbenega lastništva, ki je pravzaprav ključno načelo in vključuje implementacijo vseh naštetih načel. V realnosti je proces ponovne prilastitve generičnih komunikacijskih sposobnosti in sredstev skozi socializacijo (množične) komunikacije preveč kompleksen, da bi bil dosežen samo z transformacijo privatne v javno lastnino. Moderna zgodovina socializma namreč utopiste, ki verjamejo, da so revolucionarna dejanja lahko mogoča in učinkovita za vedno, postavlja na laž, neglede na zgodovinske okoliščine. Družbeni odnosi namreč ne omogočajo radikalnih sprememb le kot posledice enega, enodimenzionalnega dejanja na kateremkoli področju človeške dejavnosti in sfera komunikacije pri tem ne

predstavlja izjeme. Lahko torej rečemo, da obstaja izjemno majhna verjetnost, da bi množična komunikacija bila demokratično preurejena in edinstveno socializirana samo z legalno odpravo ene od oblik medijskega lastništva oziroma kakršnegakoli podobnega dejanja (Splichal 1999: 18).

## 6.1 Vloga lastništva

Lastništvo predstavlja pomemben dejavnik vpliva in regulacije medijev. Poznamo pa različne oblike ter stopnje nadzora medijskih sistemov, kjer lahko ločimo med:

- tistimi, ki so pod strogim vladnim nadzorom;
- tistimi, kjer obstaja mešan vladni, javni in privatni nadzor;
- tistimi, ki so pretežno v zasebni lasti (Davison in drugi 1976: 49).

Velja opozoriti, da v državah, kjer prevladuje zasebno lastništvo medijev, poznavanje formalnega lastnika radiodifuzije oziroma časopisa še ne omogoča poznavanja politike, ki jo le-ta izvaja. Lastnike ali pokrovitelje lahko recimo zanima le dobiček in zato malo pozornosti posvečajo objavi vsebine, lahko pa so zelo vplivni ter namensko posegajo in narekujejo vsebino.

Enako velja za države kjer so mediji v javni lasti. Nekje so precej neodvisni, medtem ko so druge prisiljeni slediti vladnim navodilom. Včasih pa prihaja celo do primerov, ko so mediji regulirani s strani vlade, podvrženi močnim pritiskom iz tujine. Obstaja torej veliko oblik lastništva in nadzora medijskih sistemov. Kako dobro služijo družbi pa ni tako zelo odvisno od formalne strukture, temveč od njihovega delovanja v praksi (Davison in drugi 1976: 55).

Pomembno vlogo pri lastništvu igra tudi proces, ki ga zaznamuje premik iz fragmentacije v integracijo. Pri tem gre pravzaprav za težnjo večjih ekonomskih enot po prevzemu manjših in težnjo manjših ekonomskih vrednot po pridružitvi večjim silam. Gre tudi za željo posameznikov po nadzoru celotnega produkcijskega procesa in še posebej v zadnjem času, željo ekonomskih enot po iskanju stabilnosti preko raznolikosti. Ni mogoče doreči, da naj bi bili množični mediji, bolj kot drugi deli gospodarstva, podvrženi omenjenim težnjam. Glede na začetno fragmentiranost medijskih podjetij, pa je bil ta premik vsekakor osupljiv (Davison in drugi 1976: 34).

Za področje medijev so značilne štiri vrste koncentracije lastništva, ki vključujejo:

- Mešan nadzor: lastništvo več kot enega tipa medija na določeni lokaciji – naprimer, lastništvo radijske postaje s strani lokalnega časopisa.
- Večkraten nadzor: lastništvo več kot ene enote medija – naprimer, lastništvo skupine časopisov na različnih lokacijah.
- Skupen nadzor: lastništvo medija s strani podjetij, ki zastopajo različne interese – naprimer, lastništvo televizijske postaje s strani neke zavarovalnice. Proces deluje tudi v obratni smeri: Podjetja z medijskimi interesi lahko postanejo konglomerati s širjenjem na druga področja.
- Oligopolni nadzor: nadzor manjše skupine ljudi oziroma peščice večjih enot nad procesom medijskih operacij – naprimer, nadzor televizijskega zabavnega programa s strani večje organizacije.

Ekonomsko organizacija množičnih medijev, ki v vedno bolj kompleksnem gospodarstvu sledi logiki drugih podjetij, postaja vedno večja in bolj zapletena. Nevarnosti, ki se pojavljajo in vključujejo koncentracijo in nadzor, spominjajo na nevarnosti kateregakoli monopola nad surovinami, saj vključujejo možnost manipulacije s ceno in količino ter omejujejo potrošnikovo izbiro. V praksi se pri medijih stanje čistega monopola bodisi v gospodarskem ali informacijskem smislu skoraj nikoli ne pojavi (Davison in drugi 1976: 36), vendar pa to v luči demokratičnih načel in medijske svobode ne pomeni prav dosti.

Kjer obstaja visoka raven koncentracije kapitala, bo tudi relativno visoka stopnja medsebojnega sodelovanja medijskih lastnikov in države. Sodelovanje pa lahko poteka v obliki subvencij in regulacije, v obliki klientelizma in strankarskih zavezništev ter kot že omenjeno, poseganja v vsebino zaradi poslovnih interesov (Hallin in Mancini 2004: 47).

Koncentracija lastništva ima sicer v določenem pogledu lahko tudi pozitivne učinke, saj prinaša informacijske koristi, ki javnosti drugače ne bi bile omogočene. Velikost večje medijske korporacije lahko naprimer prispeva k organizaciji sredstev ter zbiranju in širjenju novic na ravni, ki še nikoli prej ni bila dosežena. Poleg tega pa lahko povečanje skozi diverzifikacijo v načeloma tvegano medijsko področje vnese stabilnost, ki omogoča boljše načrtovanje ter porabo talenta in denarja (Davison in drugi 1976: 36). Kljub omenjenim

pozitivnim učinkom, pa ima koncentracija lastništva popolnoma drugačne implikacije, z močnejšim vplivom in večjo težo kot primer racionalne porabe sredstev.

Danes ima peščica posameznikov in korporacij v lasti veliko večino medijev. Do svojega medijskega lastništva je prišla z odkrito podporo političnih elit držav, v katerih delujejo. Pri tem velja poudariti, da koncentracija lastništva pravzaprav ni značilnost današnjih družb (Bašić Hrvatin in drugi 2004: 10). Kot že rečeno ključen problem predstavlja ravno razmerje med politiko, kapitalom in mediji. Politiki namreč uporabljajo (in zlorablajo) medije za lastno politično promocijo, saj je danes brez medijske podpore praktično nemogoče biti na oblasti. Boj za nadzor nad mediji je zato predvsem boj za nadzor nad pozornostjo (Bašić Hrvatin 2008: 5). Medijski lastniki pa na drugi strani uporabljajo svoje medije za promocijo in podporo lastnih političnih stališč in politike, za doseganje lastnih zasebnih (korporativnih) interesov. Njihovi motivi so lahko osebni, politični, ideološki ali komercialni. Kljub omenjenim motivom pa je rezultat ponavadi vedno enak - lastniki določajo vsebino, ki nam jo mediji ponujajo (Bašić Hrvatin in drugi 2004: 10-12).

Koncentracija medijev vpliva tako na medijsko vsebino kot tudi na samo novinarstvo. V medijih prevladuje tržno naravnano oziroma 'ubogljivo' novinarstvo, v katerem so interesi lastnika in oglaševalcev ponavadi pred interesi državljanov (Bašić Hrvatin in drugi 2004: 12). Privatizacija medijev namreč nima nikakršne zveze z etiko delovanja medijev, še manj pa z odgovornostjo do javnosti (Bašić Hrvatin in Milosavljević 2001: 7). Marsikatera medijska vsebina služi samo kot ozadje za propagiranje oglaševalskih ali sponzorskih izdelkov in storitev. Ker so interesi lastnika enaki interesom 'informacije', je cenzura zato še bolj učinkovita. Raziskovalno novinarstvo in raziskovalne novinarske zgodbe obstajajo le še v redkih medijih, poleg tega pa imajo lastniki medijev novinarje za nepotreben strošek. Racionalizacija poslovanja v medijih ponavadi vključuje zniževanje plač, zmanjševanje števila novinarjev in nespoštovanje kolektivnih novinarskih pogodb. Neodvisnost medijev je torej predvsem v rokah lastnikov, posledično pa tudi svoboda izražanja vsakega posameznika (Bašić Hrvatin in drugi 2004: 12).

## **6.2 Vloga subvencij**

Izvajanje političnih interesov posameznikov je vsekakor bolj učinkovito s pomočjo nadzora in omejevanja dostopa do informacij, ki so relevantne za druge. Skozi dvajseto stoletje so javne

oblike cenzure zamenjale bolj sofisticirane oblike subvencij, ki poskušajo bodisi neposredno ali posredno reducirati stroške prejemanja in (re)produciranja informacij. Poleg tega poskušajo informacije udeležencem v procesu narediti bolj dostopne bodisi z nižanjem cene ali celo brezplačno. Medtem ko neposredne subvencije ne skrivajo tesnih povezav med tistim, ki subvencije daje in tistim, ki jih oddaja, pa posredne subvencije to povezavo zameglijo.

Zaradi ovir med informacijami in javnostjo, postane javno zaupanje v zbiralce in posrednike informacij pomemben dejavnik pri procesu množične komunikacije. Informacije, ki prihajajo s strani zainteresiranih virov, javnost ponavadi percipira kot manj kredibilne v primerjavi s tistimi, ki prihajajo s strani nezainteresiranih. Kredibilnost informacijskih virov namreč temelji na politični nepristranskosti, poleg tega pa je povezana s splošnim, javnim namesto posebnim, privatnim interesom. Akterji (s posebnimi interesi) se ravno zaradi tega v večini primerov odločijo za posredno obliko subvencioniranja, saj otežijo in prikrijejo povezanost z informacijo, ki jo posredujejo. Informacije namreč izgubijo svojo kredibilnost v trenutku, ko se razkrije vir.

Subvencije v določenem pogledu vključujejo predpostavko, da je dostop do informacij omejen. Ovirajo svobodno politično izražanje in silijo množične medije, da se podredijo političnim ali komercialnim načelom in pričakovanjem tistih, ki subvencije nudijo. Avtoritarni in paternalistični vzorci ponavadi potekajo vzporedno s komercialnimi oblikami subvencij. Včasih jih nadomeščajo, včasih pa celo sodelujejo pri vzpostavljanju nadzora nad mediji. Povezanost dejavnikov politične moči in lastništva množičnih medijev je v tržnih ekonomijah torej moteč, a pravzaprav neizogiben pojav.

Pluralnost oziroma množica medijskih kanalov naj bi nekako zvišala možnosti, da nezaželena dejstva ter nesubvencionirane, nekonformistične in nepristranske informacije pridejo v javnost. Težava, ki pri tem nastopi je, da osamljeni in odročni glasovi na ogromnem tržišču težko dosežejo veliko število potrošnikov. Zgolj pluralnost medijev še ni zanesljiv indikator stopnje družbene svobode, saj lahko ustvarja iluzijo raznovrstnosti vsebine, pri tem pa prikrije dejstvo, da so mediji omejeni s samocenzuro in na udaru posameznikov, ki subvencije nudijo. Ideja pluralnosti postane še bolj vprašljiva v primeru, ko medijski sistem postane koncentriran in nadzorovan s strani manjšega števila velikih transnacionalnih korporacij (Splichal 1999: 8).

### 6.3 Vloga globalizacije

Nastanek globalnega političnega in ekonomskega prostora so po Vregovem mnenju sprožili trije glavni dejavniki:

- nove informacijske in telekomunikacijske tehnologije,
- kompetitivnost in konkurenčnost ter
- liberalizacija in potrebe trga (Vreg 2001: 6).

Danes moderni množični mediji presegajo globalne razlike v jeziku in kulturi ter celo ovire, ki jih predstavlja nepismenost (Bagdikian 2004: XII). Uporaba sodobnih informacijskih tehnologij (interneta, elektronske pošte, mobitela...) v profesionalne, trgovske, industrijske, novinarske, politične, propagandne, politično marketinške in druge namene, vpliva in spreminja strukturo družbe (Vreg 2001: 6).

Medijski sistemi se vse bolj širijo v obsegu in nadzoru. Vpliv poteka od bolj k manj razvitim delom sveta, ki jih ponavadi naredi tako odvisne kot tudi ranljive. V smislu medijev so posledice transnacionalizacije morda res manj odvisne od strankarske politike, vendar pa je običajno ponujena vsebina še najbolj oddaljena od javnega interesa. Poleg tega nima nič opraviti z možnostjo, da je občinstvu omenjena medijska vsebina morda bolj všeč kot vsebina, ki je na voljo v domačem jeziku ali da obstaja veliko povpraševanje po omenjenih vsebinah. To tendenco namreč spodbujajo naraščajoči pritiski transnacionalnih korporacij, ki so na primer državne oblasti prisilile, da so na področju radiodifuzije dale na voljo več kanalov in omogočile prosto pot tako privatnim kot tujim ponudnikom (Splichal 1999: 17).

Globalizacija je tudi večdimenzionalen in protisloven pojav. Finančni trgi so sicer postali globalni, vendar pa to ni enako vsestranski ekonomski globalizaciji. Trgi blaga in storitev ter še posebej trgi dela, so še vedno daleč od tega, da bi bili globalni, so pa selektivno transnacionalni, saj nikjer ne obstaja en sam svetovni tržni prostor, kjer bi čisto vse ekonomske enote tekmovala med seboj.

Poleg pozitivnih posledic globalizacije se moramo zavedati tudi njenih negativnih ekonomskih, političnih in kulturnih posledic, ki jih bo imela za svet in še zlasti za manj razvite države. Veliki večini ljudem namreč grozi, da bodo ostali brez dela in bodo prisiljeni

iskati druge oblike preživetja. Mediji naj bi tako s pomočjo multimedijske in televizijske zabave pomagali pri pasivizaciji frustriranega prebivalstva.

Politiki še naprej zagovarjajo parlamentarno obliko demokracije in državljanom zagotavljajo, da njihov glas šteje ter iščejo ravnotežje med interesi družbenih skupin, ker želijo zmagati na volitvah. Po volitvah pa ponavadi ključno vlogo igra t.i. 'denarna glasovalna pravica', kot ji olepševalno pravijo ekonomisti, saj v globalni družbi vladajo zakoni kapitalizma.

Na globalni ravni, kjer nastaja globalna država (javna oblast), ki jo oblikujejo politične elite, birokracije in globalna ekonomija transnacionalnih korporacij, je simetrija v trikotniku država-ekonomija-civilna družba popolnoma porušena.

Procesi globalizacije so okrepili nastanek in dominacijo globalnega kapitala ter globalnih ekonomskih in političnih elit. Lastniki medijev, ki so ponavadi tudi solastniki različnih industrijskih, naftnih ali transportnih korporacij in zasledujejo svoje kapitalske interese, vplivajo na konstituiranje informacijskega področja in konstrukcijo globalnega medijskega diskurza. Kapitalski, politični in državni upravljavci z mediji poskušajo skupinske ali lastne interese prikazati kot skupne in obče. Manipulacija z javnostjo in z državljani se pogosto zakriva tudi z vsesplošnimi standardi, normami in vrednotami ter pogosto tudi z načeli Združenih narodov o človekovih pravicah (Vreg 2001: 6-7).

Tudi mišljenje, da lahko svobodna konkurenca omogoči prosto pot na tržišče vsem opcijam, je v obdobju globalizirane monopolizacije bodisi naivno ali pa ignorantsko. Predstava o prostem trgu idej namreč temelji na številnih napačnih predpostavkah:

- da naj bi vsi imeli prost dostop do trga,
- da je maksimizacija profita v interesu vseh namesto v interesu peščice lastnikov,
- da trg z določeno vsebino ne zadovoljuje samo interese večine, ampak tudi različne interese manjšin ter
- da je trg dovolj velik za dobičkonosnost vsake organizacije za radiodifuzijo in časopisa.

V resnici je lahko iz komunikacijskega procesa izključeno veliko število potencialnih bralcev, poslušalcev in gledalcev, ki ne sledijo večinskim interesom in preferencam. Objava le sprejemljive vsebine in izogibanje informacijam, ki bi predstavljale morebitno grožnjo



recipročni komunikaciji in inovacijam, bi sčasoma privedlo k stagnaciji družbe, ne samo v smislu demokracije, ampak tudi razvoja na splošno.

Korporacije in transnacionalna podjetja so si nakopičile tolikšne količine znanja, da družbena uporaba le-tega vedno bolj dominira nad starimi oblikami organizacije – tudi nad tistimi, ki so bile tradicionalno odgovornost vlad. V nastajajoči informacijski družbi so se mogočna transnacionalna podjetja spremenila v nekakšne ‘družbene možgane’, ki s svojim omrežjem obvladujejo vsa (socialna, kulturna, komunikacijska in politična) področja družbe. Krepi in razrašča se informacijski in zlasti internetni globalni kapital. Ključno vlogo proti dominaciji omenjenega pa lahko igra ravno država (Vreg 2001: 7).

## 7. Mediji: inherenca ekonomije in politike

V zadnjem stoletju se je vloga dveh najpomembnejših dejavnikov moči – političnih strank in ekonomskih akterjev – močno spremenila (Splichal 1992: 118). Država in trg se danes bolj kot kdajkoli prepletata. V sodobnih industrializiranih deželah pa so se meje tradicionalnih kategorij dokončno podrle. Države se množično vpletajo v vsa področja ekonomije. Znotraj državnih birokracij nastajajo tržni sistemi, medtem ko tržni sektorji ustvarjajo svoje kvazi državne organizacije (Splichal 1992: 113-114).

Ta sprememba je vplivala tudi na položaj medijev. Po Gouldnerjevem (v Splichal 1992: 118) mnenju so namreč ujeti med javnostjo na eni in direktorji ter voditelji institucij, organizacij, gibanj ter ostalih družbenih hegemonskih elit, na drugi strani. Resničen problem predstavlja torej odnos med mediji in političnimi strankami doma in v tujini, njihove povezave s poslovnim svetom ter številnimi skupinami in interesi, ki vplivajo in so vodeni s strani javnosti (Splichal 1992: 118).

Imanentna funkcija množičnih medijev je, da nadzirajo delovanje, vlade, strank, sindikatov, podjetnikov, skratka vso politično in ekonomsko elito. V tem procesu imajo ambivalentno vlogo, saj odsevajo in branijo voljo javnosti, hkrati pa ohranjajo dobre stike z vlado in njenimi institucijami, ki so vir najpomembnejših informacij (Vreg 2000: 86).

Sferi politike in ekonomije, ki kljubujeta javnosti, vodijo različna načela:

- politično sfero (vključno z državo) vodi načelo maksimizacije moči,
- ekonomsko sfero pa načelo maksimizacije profita.

Obe načeli se sicer srečata v komunikacijski sferi, vendar nobena od njiju ne vpliva na različnost, participacijo, interakcijo in kriticizem. Procesi množične komunikacije so podrejeni načelom, ki dominirajo v politični in ekonomski sferi skozi različne oblike neposrednega in posrednega nadzora, ki ga izvajajo država in privatne korporacije (Splichal 1999: 18). Ekonomsko-politične elite obvladujejo medijsko tržišče, medije in posledično tudi vršijo svoj vpliv (Maršič 2008: 8-9), ki vključuje vse od cenzure in propagande do oglaševanja in političnega marketinga. Osnovne pravice posameznikov v civilni družbi torej v

večini zamenjujejo pravne entitete (korporacije, politične stranke in država), ki obvladujejo množične medije bodisi neposredno kot lastniki ali posredno, kar danes predstavlja večino, v obliki oglaševalcev ter drugih oblik subvencij. Čeprav je izjemno težko razkriti posreden vpliv korporativne politike na odločitve urednika, se je to v praksi večkrat potrdilo (Splichal 1999: 18).

Vprašanje politične neodvisnosti medijev je po Garnhamovem (v Splichal 1999: 12) mnenju tudi kontroveržno, saj lahko težnje po doseganju politične svobode oslabijo ekonomsko učinkovitost. To naj bi sicer predstavljalo eno stran nasprotja med obema sferama. Na drugi strani pa ima lahko ekonomska determiniranost množične komunikacije tudi politične posledice, ki se odražajo v nesvobodi. Stopnjo politične svobode lahko namreč stopnja materialne produktivnosti zavira (Splichal 1999: 18). Pri tem velja poudariti, da je v odnosu med politiko in ekonomijo ponavadi politika tista, ki v primeru kršenja individualnih ter korporativnih pravic in svoboščin velja za odgovorno (Splichal 1999: 12).

Dve sferi, ki vplivata na sfero množične komunikacije – ekonomija in politika – sledita torej različnim načelom, ki so povezana z določenim vrednotnim sistemom in dejanji. Če obstajata dva konfliktna ekonomska in politična sistema vrednot in odnosov – mediji pa so pod njunim vplivom oziroma posredujejo med njima – zakaj naj bi bili mediji podvrženi zakonom ekonomije namesto politike in obratno? Mediji namreč niso samo komercialna podjetja, ampak tudi politična institucija *par excellence*. S siljenjem kanaliziranja politične komunikacije skozi komercialne medije, se javna komunikacija transformira v potrošništvo in državljani v potrošnike.

Nasprotja med politično in ekonomsko avtonomijo medijev, ki temelji na instrumentalizaciji ponavadi nekompatibilnih političnih in ekonomskih ciljev, sicer ne morejo biti rešena samo s političnimi oziroma ekonomskimi sredstvi. Ideja 'ponovne prilastitve' recimo ne more biti razumljena v kontekstu lastniških odnosov, saj ideja množičnih medijev kot javne lastnine in storitve ne vključuje razlastitve privatnega medijskega lastništva. John Dewey (v Splichal 1999: 19) naprimer zagovornikom socializma, ki zahtevajo, da se industrijo iz rok privatnih lastnikov odvzame, utemeljuje in poudarja, da javnost nima drugih rok razen tistih, ki pripadajo posameznemu človeškemu bitju. Namreč, ker posamezniki koncentrirano politično moč zlorablajo z namenom služenja privatnim interesom, bodo ravno tako in z enakim namenom zlorabljali tudi koncentrirano ekonomsko moč (Splichal 1999: 19-20).

Trg sam ali v kombinaciji s političnim (strankarskim) pluralizmom, ne zagotavlja enakosti in svobode. Tržne sile lahko tako širijo kot tudi zmanjšajo demokratični potencial medijev. Kljub temu, da je trg v določenem smislu le teren za različne politike in koalicije, ki temeljijo na različnih ideologijah ali anti-ideologijah, so medijski sistemi vzpostavljeni, vzdrževani in sčasoma odpravljeni na podlagi političnih odločitev. Ker medijski razvoj vključuje podporo ekonomije, lahko pestra raznolikost medijev obstaja samo v cvetočem gospodarstvu. Medtem ko odsotnost tržne ekonomije vsekakor naredi medije politično odvisne, pa nasprotno ne drži, saj tudi tržna ekonomija ne more zagotoviti medijske avtonomije (Splichal 1999: 19-20).

Komercializem naprimer po Močnikovem mnenju služi politični eliti že sam po sebi, strukturno – tudi če njegovi producenti ne bi zavestno poskušali ugajati vsakokratnim oblastnikom. Komercializmu namreč ustreza in zato obnavlja oblast brez razločevanja vladajoče garniture. Ne javni in ne zasebni mediji v okoliščinah, ko si strankarski establišment z monopolom nad državnimi aparati poskuša zagotoviti monopol nad javnostjo in nad politiko nasploh, ne morejo zares ogroziti teh poskusov; kaj šele da bi pomagali prebiti horizont, v katerem sta početje in ta vrsta establišmenta sploh mogoča (Močnik 2003: 139).

Sferi politike in ekonomije sta z torej s komunikacijsko sfero neločljivo povezani. Povedano z drugimi besedami – mediji so inherenca ekonomije in politike. Glede na logiko delovanja omenjenih sfer, politična instrumentalizacija medijev predstavlja nekakšen oksimoron oziroma smiselni nesmisel. Kljub temu, da so mediji sestavni del demokracije, pa so podvrženi pravilom politike in ekonomije, kjer imajo elite ponavadi glavno besedo. Le-te usmerjajo in narekujejo njihovo delovanje in vsebino, kar pa je pravzaprav v nasprotju z demokratičnimi načeli. Politična instrumentalizacija medijev je torej smiselna in neizogibna posledica inherence in logike delovanja politične in ekonomske sfere.

## 8. Zaključek

Lahko rečemo, da demokracija brez medijev praktično ne bi mogla obstajati. Mediji namreč predstavljajo prostor za izmenjavo idej in soočanje različnih interesov, kar naj bi posledično vplivalo na zmanjšanje napetosti v družbi in prispevalo k občutku 'večje' pravičnosti. Veljajo tudi za predstavnika četrte veje oblasti, saj naj bi posredno nadzorovali zakonodajno, sodno in izvršilno oblast, pri tem pa igrali vlogo nekakšnega končnega razsodnika. Nenazadnje so tudi komunikacijski kanal med oblastjo in državljani, katerih participacija je ključnega pomena pri doseganju konsenza kot temeljnega cilja vsake politike, ki se šteje za demokratično. Svoboda medijev pri tem vsekakor igra ključno vlogo, ki pa je po mojem mnenju izredno relativna in vprašljiva. Kljub temu, da predstavljajo predpogoj za demokracijo, so lahko izjemno nevarno orodje za manipulacijo z javnostjo, saj močno vplivajo na oblikovanje mnenj, stališč in zaznav državljanov ter zato tudi vzbujajo željo po nadzoru.

Na medije sicer vpliva veliko dejavnikov in akterjev z določenimi interesi, vendar pa velja poudariti, da sta ekonomija in politika nedvomno najmočnejša dejavnika vpliva. Kljub temu, da ju na prvi pogled vodijo različna načela maksimizacije moči in profita, pa se na področju medijev srečata in sta pravzaprav njihov sestavni del. Medijska regulacija z namenom demokratizacije medijev je v kontekstu bojev ekonomije in politike pravzaprav brezpredmetna, saj je odvisna od moči posameznih akterjev oziroma elit pri doseganju zastavljenih ciljev, ki izhajajo iz njihovih interesov kot posledica vrednot, načel in pogledov na svet oziroma ideologije. Dejstvo je, da so elite del kateregakoli sistema in časa. Ker obvladujejo vsa bistvena področja družbe in vzvode moči, pa mediji glede na vlogo in pomembnost zagotovo sodijo v to kategorijo.

Tudi z vidika odnosa med politiko in mediji lahko zaključimo, da je neodvisnost novinarjev in medijev vprašljiva oziroma malo verjetna. Profesionalizacija kot sinonim za objektivnost in politično nevtralnost naj bi naprimer predstavljala nekakšno nasprotje političnemu paralelizmu oziroma popolni usklajenosti načel medijskega sistema z načeli določene politične opcije. Kljub temu, da naj bi ideja strokovnosti vključevala avtonomijo, zavezanost določenim profesionalnim normam in usmerjenost k javnosti, še ne pomeni, da gre dejansko za objektivnost. Vsak posameznik, pa naj bo še tako močno posvečen profesionalni ideologiji objektivnosti, se namreč ne more izogniti lastnim političnim vrednotam. Navajanje

objektivnih dejstev potrebuje interpretacijo, ki je vedno povezana s takšnim ali drugačnim pogledom na svet oziroma določeno ideologijo. V tem kontekstu je torej 'problem' usklajenosti načel medijskega sistema z načeli določene politične opcije ravno tako brezpredmeten, saj neodvisnost v pravem pomenu besede ne obstaja.

Glede na vse naštetu lahko rečemo, da se logiko politične instrumentalizacije medijev ne da 'razvezati', saj je vsebovana v logiki delovanja (medijskega) sistema in z njim povezanimi razmerji moči. Kot že rečeno - mediji so inherenca ekonomije in politike. Glede na logiko delovanja omenjenih sfer, kjer imajo elite ponavadi glavno besedo, lahko zaključimo, da je politična instrumentalizacija pravzaprav zelo smiselna. Ravno zato so: »moke sanje vsake politike in vsakega politika imeti vpliv na medije,« in ravno zato »razlike med politikami in politiki nastanejo le v vprašanju, kaj je kdo za to pripravljen storiti. Eni zgolj vplivati, drugi direktno pritiskati, tretji prevzemati medije« (Miheljak 2008: 16). Politična instrumentalizacija medijev je torej neizogibno dejstvo – še več, koncept demokracije pravzaprav postavlja pod vprašaj.

## 9. Literatura

### 9.1 Monografije in članki

- Bagdikian, Ben H. (2004): *The new media monopoly*. Boston: Beacon press.
- Bašić Hrvatini, Sandra in Brankica Petković (2007): *In temu pravite medijski trg? : vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bašić Hrvatini, Sandra in Marko Milosavljević (2001): *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih : regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bašić Hrvatini, Sandra, Lenart J. Kučič in Brankica Petković (2004): *Medijsko lastništvo : vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bašić Hrvatini, Sandra (2008): Politika in mediji – tri zgodbe in pol. *Delo*, 9. 2., 5.
- Davison, Walter Phillips , James Boylan in Frederick T. C. Yu (1976): *Mass media : systems and effects*. ZDA: Praeger publishers, Inc.
- Gačnik, Mija, Martina Merslavič in Franci Zavrl (1999): Odnosi z mediji med ideologijo, normativi in pragmatizmom. *Teorija in praksa: družboslovna revija* 34 (4), 609-617.
- Hallin, Daniel C. in Paolo Mancini (2004): *Comparing media systems: three models od media and politics*. ZDA: Cambridge University Press.
- Haralambos, Michael in Martin Holborn (2001): *Sociologija: teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Lajh, Damjan in Simona Kustec Lipicer (2002): Proces oblikovanja dnevnega reda. V Danica Fink Hafner in Damjan Lajh (ur.): *Analiza politik*, 29-45. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Maršič, Bojan (2008): O stanju na medijskem trgu. *Dobro jutro*, 12. 4., 8-9.
- Mihelj, Vlado (2008): Delovno mesto: nadurednik. *Dnevnik*, 11. 6., 16.
- Močnik, Rastko (2003): Ali se novinarstvo lahko upre svojemu zatonu? V Serge Halimi: *Novi psi čuvaji*, 133-156. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Offe, Claus (1985): *Družbena moč in politična oblast*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Rovšek, Jernej (2005): *Zasebno in javno v medijih : pravna ureditev in praksa v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

- Splichal, Slavko (1992): *Izgubljene utopije? : paradoksi množičnih medijev in civilne družbe v postsocializmu*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Splichal, Slavko (1999): Ownership, regulation and socialisation : rethinking the principles of democratic media. *Javnost - The public* 6 (2), 5-24.
- Vreg, France (2000): *Politično komuniciranje in prepričevanje : komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Vreg, France (2001): Globalizacija in elektronska demokracija : politološki-sociološki vidiki razvoja informacijske družbe. *Teorija in praksa: družboslovna revija* 38 (1), 5-28.

## 9.2 Spletni viri

- Bizjak, Ivan (1998): *Pravica do obveščnosti – temeljna človekova pravica*. Dostopno na [http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx\\_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx\\_ttnews%5Byear%5D=1998&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1424&tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=48&cash=8b3b51999a](http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx_ttnews%5Bcat%5D=23%2C24%2C25&tx_ttnews%5Byear%5D=1998&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1424&tx_ttnews%5BbackPid%5D=48&cash=8b3b51999a) (10. avgust 2008).
- Brlek, Igor (2008): *Boj nasprotij: O razredih, slojih, elitah*. Dostopno na <http://www.radiostudent.si/projekti/demokracija/teksti/09razredniboj.html> (10. avgust 2008).
- Honecker, Erich (2008): *The political elite*. Dostopno na <http://www.foothill.edu/unification/elite.html> (10. avgust 2008).
- Komunikologija – medijske in komunikacijske študije (2006): *Množični mediji in pravo – predstavitev študijskega programa*. Dostopno na [http://www.komunikologija-mks.si/o\\_studiju/mnozicni-mediji-in-pravo/](http://www.komunikologija-mks.si/o_studiju/mnozicni-mediji-in-pravo/) (10. avgust 2008).
- STA (2007): *Markeš novi urednik Dela*. Finance. Dostopno na [http://www.finance.si/187406/Marke%20novi\\_urednik\\_Dela](http://www.finance.si/187406/Marke%20novi_urednik_Dela) (10. avgust 2008).
- STA (2008): *Markeš: "Svojo odstavitev jemljem kot poraz civilne države"*. Delo. Dostopno na <http://www.delo.si/clanek/61330> (10. avgust 2008).
- Wikipedia (2008): *Elite*. Dostopno na <http://en.wikipedia.org/wiki/Elite> (10. avgust 2008).



- Žilič-Fišer, Suzana (2002): *Velika Britanija: Polemike o novi medijski zakonodaji*. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/14/svet/> (10. avgust 2008).