

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Knavs

Predstavljanje politike v tabloidih:
Slovenska politična scena v Direktu

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Nina Knavs

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

Predstavljanje politike v tabloidih:
Slovenska politična scena v Direktu

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Predstavljanje politike v tabloidih: Slovenska politična scena v Direktu

Tabloidi so mediji, ob katere se je najlaže obregniti, saj so zavestno zavrgli mnoge novinarske norme. Med najpogostejšimi očitki je, da zanemarjajo pomembna dogajanja v družbi, medtem ko svoje bralce »hranijo« z nepomembnimi trivialnostmi, ki jih pač zanimajo. Takšno je tudi stališče, ki ga velik delež avtorjev zavzame v razpravah o odnosu tabloidov do politike. Pri tem se naslonijo na idealizirana razumevanja politike kot prostora, v katerem se soočajo programi in ideje, tabloidno osredotočanje na osebnosti, zakulisne intrige in nizkotne interese pa je prikazano kot melodramatsko pretiravanje. Sama nasprotno pokažem, da personalizacija politično sfero resda pretirano poenostavlja, a jo hkrati demistificira, kar je lahko emancipatoren dejavnik. Pri tem sem analizirala sem tudi, kako je ta nov tip diskurza o politiki s tabloidom Direkt prišel tudi v Slovenijo. Ta nov tip diskurza je po vzoru tujin tabloidov na senzacionalističen način poročal o igrah moči v politiki, korupciji in nepotizmu, pri tem pa je v ospredje postavil politične osebnosti. To sicer velja le za začetno obdobje izhajanje tabloida, medtem ko bila pred koncem izhajanja prilagoditev tabloidnemu stilu pogosta le še na oblikovni in retorični, ne pa tudi na vsebinski ravni.

Ključne besede: tabloidno novinarstvo, politika, personalizacija, Direkt

Tabloid presentation of politics: Slovenian political playground in Direkt

It is very easy to show contempt for tabloids, since they deliberately neglect many norms of journalism. One of the most common accusations is that they »feed« their readers with trivia they are interested in instead of informing them about important aspects of society they should be interested in. Most authors take a similar point of view when discussing tabloid attitude towards politics, leaning on ideal understandings that are portraying politics as a forum where competitive ideas and programmes meet. Tabloid interest in personalities, backstage intrigues and selfish interests is, on the other hand, understood as a melodramatic exaggeration. My analysis on the contrary shows that while personalisation in fact oversimplifies political sphere, it also demystifies it, which can be a factor of emancipation. Beside this, I analysed how this type of discourse upon politics came to Slovenia with daily tabloid Direkt. Looking up to foreign tabloids, Direkt focuses on sensational coverage of political playground, corruption and nepotism while highlighting political personalities. Such discourse however appeared only in the first period of Direkt – in its final period, adaptation to tabloid style vanished from the content level and was only present on the layout and rhetoric level.

Key words: tabloid journalism, politics, personalisation, Direkt

KAZALO

1	Uvod.....	5
2	Tabloidnost.....	8
2.1	Značilnosti tabloidnega novinarstva.....	8
2.2	Modeli množičnih medijev.....	9
2.3	Zakaj beremo tabloide?	13
3	Kako tabloidi pojasnjujejo politični svet.....	18
3.1	Politiki kot elita	18
3.2	Tabloidno moraliziranje in »zdravi razum«	20
3.3	Tabloidi v vlogi amaterskih psihologov	23
4	Odnos med politiko in tabloidi.....	25
4.1	Tabloidi kot politični akterji.....	25
4.2	Od personalizacije in zvezdnitva k virtualni politiki	27
4.3	Napadi na tabloidno razumevanje politike in njegova obramba	32
5	»Kvarjenje« javne sfere – tabloid kot izraz popularne kulture	37
6	Direkt- prvi slovenski tabloid, ki je politiko postavil v ospredje	41
6.1	Zgodovina Direkta.....	41
6.2	Analiza prispevkov v Direktu.....	43
6.2.1	Metodologija.....	43
6.2.2	Analiza prispevkov o slovenski politiki, objavljenih oktobra 2005	45
6.2.3	Maj 2007	54
6.3	Analiza.....	59
7	Zaključek.....	61
8	Literatura	66

1 Uvod

Tabloidi zbujajo radovednost in ogorčenje. S senzacionalizmom, posvečanjem velike pozornosti škandalom in zabavanjem bralcev skušajo pritegniti čim večje občinstvo, hkrati pa so z načrtnim zavračanjem vrednot in funkcij kakovostnega novinarstva idealna tarča kritikov medijskega sveta, ki te standarde tudi postavljajo. Čeprav drži, da se je verodostojnost prispevkov v tabloidih že večkrat izkazala kot vprašljiva, njihove kritike pogosto zmoti že diskurz, prek katerega predstavljajo družbo. Tabloidom se sicer pogosto očita, da se posvečajo le trivialnemu in zasebnemu, zanemarjajo pa informiranje državljanov, kamor sodi tudi poročanje o politični sferi. Za marsikateri evropski tabloid to ne drži, ravno tako ne drži, da tabloide zanima zgolj zasebno življenje politikov. Tabloidi tako na značilno nevljuden način poročajo tudi o korupciji, nepotizmu in drugem nemoralnem ravnanju v njihovih vrstah, ki škodi javnemu dobremu.

V svojem diplomskem delu bom analizirala predstavljanje politike v tabloidnem tisku, pri čemer sem pokazala, kako ta tip diskurza o politiki s tabloidom Direkt prihaja tudi v Slovenijo. Pri tem želim razgraditi mehanizme, ki znotraj tabloidov usmerjajo poročanje o politiki ali pa nanj vplivajo. Predpostavila sem, da tabloidi politično prizorišče predstavljajo predvsem prek osebnosti, medtem ko zanemarjajo politične programe, ideje, kompleksnejša ozadja problemov, vzroke in posledice, ter težje razumljive politične teme. Predpostavila sem tudi, da so za tabloide zanimive predvsem tiste politične osebnosti, ki so trenutno akterji »vročih« političnih tem.

V prvem poglavju bom na kratko obravnavala značilnosti tabloidnega novinarstva, kot jih vidijo medijski teoretiki. Mnoge med njimi so hkrati tudi očitki, ki nanj letijo: pojasnjevanje družbenega sveta skozi osebni okvir, naravnost k zabavanju bralcev, senzacionalizem in stereotipno obravnavanje realnosti.

Drugo poglavje predstavi modele množičnih medijev po Leighleyu (2004, 9). Vrednotenje tabloidne reprezentacije politike je odvisno od vloge, ki jo medijem pripišemo. Tabloidi zagotovo niso prav uspešni poročevalci o objektivnih dejstvih, zato pa se lahko izkažejo kot nevtralni nasprotniki uradne resnice ali advokati javnosti. Če menimo, da so zgolj iskalci profita, bomo v težnji tabloidov, da čim večje občinstvo pritegnejo za vsako ceno, zagotovo našli potrditev takšne predpostavke.

Na vprašanje, s čim tabloidi pritegnejo svoje občinstvo, pa tudi, ali bi se moralo to njihovega branja res sramovati, bo skušalo odgovoriti tretje poglavje. Stephenson (1998, 20) na primer ugotavlja, da je pomanjkanje resnih tem v tabloidih posledica tega, da te njihovih s človeškimi zgodbami obsedenih bralcev pač ne zanimajo, čemur so se prilagodila tudi uredništva. Tabloidom večina razprav očita ravno pomanjkanje informativnosti in nesposobnost ustvarjanja prostora za politično razpravo. Razumevanje političnega se izkaže kot bistveno za presojanje tabloidnih vsebin, ki se nanašajo na politično sfero.

Četrto poglavje Politiki kot elita se bo dotaknilo ambivalentnega odnosa, ki ga tabloidi gojijo do privilegiranih posameznikov, med katere sodijo tudi politiki. Kot pojasni Langer (1998, 49–50), se v tabloidih elitnost in navadnost poveže v strukturo podobnosti in razlike skupaj z bralčevim prispevkom, elitna osebnost pa je hkrati humanizirana in povečevana. Pri tem me bo še posebej zanimalo, kakšno sporočilo o politični sferi nasploh daje takšen diskurz bralcem tabloidov.

V poglavju Tabloidno moraliziranje in »zdravi razum« se bom poglobila v pravičniško držo, ki jo pri upovedovanju intrig, korupcije in drugih moralno spornih ravnanj politikov največkrat zavzamejo tabloidi. Moraliziranje, ki lahko sega do zavestno sovražne države, je pomembno orodje preiskovalne tabloidnosti (tako jo poimenuje Glynn 2000, 122–125). Ta se od raziskovalnega novinarstva v resnih medijih loči predvsem po tem, da ni zavezana videzu objektivnosti. Ugotavljam pa, da je lahko ta vrsta zavračanja norm kakovostnega novinarstva, ki tabloidne prispevke sicer velikokrat popelje v melodramo in golo špekuliranje, tudi njihova prednost, saj jih na drugi strani odveže nereflektiranega povzemanja uradnih virov.

Personalizacijo, enega najbolj značilnih elementov tabloidnega novinarstva, bom obravnavala v poglavju Tabloid kot amaterski psiholog. Kompleksna politična vprašanja ali odločitve tabloid poenonostavi v prestižne igrice posameznikov, pri čemer izpostavi njihov značaj. Kot ugotavlja Hall Jamiesonova (2003, 2), gre v tem procesu za psihološko profiliranje politikov, ki na podlagi javnih in zasebnih momentov povleče grobe sklepe. Med drugim se v tem poglavju sprašujem, v kolikšni meri personalizacija in psihološki orisi politikov vplivajo na norme v politiki.

O vplivanju tabloidov na politično sfero podrobneje govori naslednje poglavje Odnos med politiko in tabloidi. Leighley (2004, 8) odnose med javnostjo, mediji in političnimi elitami

opredeli kot medsebojno soodvisnost. Tudi tabloidi spreminjajo politiko, ko politične odločitve, usmeritve in stranke obravnavajo zgolj kot okvir dogajanja, središče njihovega zanimanja pa so politiki kot posamezniki. V tem poglavju bom ugotavljala še, kakšne spremembe se v zadnjih letih dogajajo v politiki. Še posebej me zanima pojav političnega zvezdnitva, ki je del širšega družbenega premika od vsebin k podobam. Stranke tako vse bolj ugotavljajo, da volilne baze ne aktivirajo programi, ampak reprezentacije politikov kot močnih, privlačnih in kredibilnih osebnosti. S spremenjeno propagando, ki velikokrat narekuje tudi same politične odločitve, politična sfera povratno vpliva na tabloide. Tabloidi svojim bralcem predstavljajo vidike politike, ki se v resnih medijih pojavijo bistveno redkeje: politične spletke z vsemi mesenimi podrobnostmi, zavezništva, osebne zamere in značaje politikov. Akademske razprave pogosto obsojajo takšno personalizacijo in trivializacijo resnih vprašanj, hkrati pa izražajo zaskrbljenost za sposobnost politične presoje pri njihovih bralcih. Razprave o tabloidih sicer velikokrat zamegljujejo predsodki in kulturne hierarhije.

S tem preidem na naslednje poglavje Tabloidi kot izraz popularne kulture, v katerem vprašanje odnosa do tabloidnega razumevanja politike razširim na odnos uporabnikov visoke kulture do popularne kulture in njenih uporabnikov. Tabloid se pokaže kot neracionalni Drugi resnega časopisa, bralec tabloida pa kot »neuki« Drugi izobraženega bralca resnih časopisov.

V poglavju Zgodovina Direkta bom povzela začetek izhajanja Direkta, njegov položaj na slovenskem časopisnem trgu in uredniške spremembe do leta 2007, ko se je preimenoval v Indirekt. Pri tem se bom na kratko dotaknila tudi pred začetkom izhajanja napovedane uredniške politike in pripovedi nekdanje novinarke Direkta Ane Jud o načinu dela na Direktu, ki je po njenih besedah vključeval tudi povzemanje nepreverjenih informacij. V verodostojnost tabloidov in njihovo upoštevanje etičnih standardov se v svojem diplomskem delu sicer ne spuščam (razen ko se mi zdi to potrebno v povezavi s temami, ki jih obravnavam podrobneje). Menim namreč, da je smiselno presojanje tabloidnega diskurza o politični sferi ločiti od presojanja drugih vidikov tabloidnega novinarstva. V razpravah o tabloidnem novinarstvu so ti vidiki pogosto pomešani, v velikokrat upravičene in dobro argumentirane kritike odnosa tabloidov do novinarske etike in preverjanja informacij pa je pogosto zavito še aprioren odpor do tabloidnega diskurza.

Tudi pri analizi Direktovih prispevkov sem se osredotočila na diskurz, prek katerega tabloid prikazuje slovensko politično prizorišče in njegove akterje. Analizirala bom, kakšne so

značilnosti slovenske politike, kot jih prikazuje Direkt, na kakšen način ta o njih poroča, katera področja politične sfere najraje izbira za upodabljanje v svojih prispevkih in katerim vidikom znotraj njih daje poudarek. Za analizo sem si izbrala oktober 2005, torej začetek izhajanja Direkta, in maj 2007, nekaj mesecev, preden se je preimenoval v Indirekt. Za ta dva meseca sem se odločila zato, ker predstavljata dve zelo različni uredniški politiki znotraj istega tabloida.

2 Tabloidnost

2.1 Značilnosti tabloidnega novinarstva

Po Kleinovi (1998, 81) je prilagoditev tabloidnemu stilu mogoča predvsem na treh ravneh: na vsebinski, jezikovni/retorični ali pa oblikovni. Pri tem obstajajo različne stopnje prilagoditve na kontinuumu med ekstremno tabloidiziranim in absolutno »resnim«.

Birdova (1998, 36) poudari, da enotna in jasna definicija tabloidizacije sicer ne obstaja, konsistentne pa so pri tem nekatere teme. Med njimi je vzpon »pripovedovanja zgodb« kot novičarskega stila, ki se osredotoča na osebno pripoved o posameznikih. Sparks (v Bird 1998, 36) meni, da je ena najbolj bistvenih značilnosti tabloidnega stila, da tabloidno razumevanje osebnega postane pojasnjevalni okvir, znotraj katerega je kot nekaj jasnega predstavljen družbeni red. S tabloidizacijo pokrivanja političnih vsebin se povezuje tudi vse manj resnih informacij o politiki, naravnost k zabavanju bralcev, senzacionalizem, »infotainment« in politični simbolizem namesto dejstev (Schatz, Pfetsch in Krüger v Klein 1998, 81). Za tabloidizacijo sta značilni tudi prevlada vizualnih podob nad analizo in racionalnim opisom ter naraščajoča uporaba dramatizacijskih tehnik, kot sta povečava fotografij in rekonstrukcija (Bird 1998, 36).

Lutharjeva (1998, 148–208) ugotavlja, da pri obravnavi popularnega tiska prevladuje prepričanje, da je najpomembnejša razlika med kakovostnim in popularnim tiskom v vsebini-zanj naj bi bile značilne druge novičarske vrednote kot za kakovostni tisk. V nadaljevanju pa ugotovi, da pri obravnavi popularnega tiska ni problematično predvsem ugotavljanje vzorca selekcije dogodkov, ampak stereotipne oblike obravnave realnosti. Kot najbolj obči značilnosti popularnega tiska pa Lutharjeva označi senzacionalizem in personalizacijo. Kot zapiše, je senzacionalizem eden temeljnih pogojev za unovičenje in narativizacijo dogodkov v rumenem tisku. Melodrama v popularnem tisku bralcem govori, da se »svet novice vrti okrog

najosnovnejših in močnih čustev ljubezni, sovraštva, grabežljivosti, užitka, pohote in gnusa. Senzacionalizem kot estetska značilnost časopisne melodramatizacije torej predstavlja svet, ki ga upravljajo moralne in emocionalne sile« (Luthar 1998, 208).

Kleinova (1998, 85) je v analizi naslovov v osrednjem nemškem tabloidu Bild iz let 1987, 1990 in 1994 identificirala okvire, ki predstavljajo stalne in ponavljajoče se vzorce pokrivanja področja politike. Daleč prevladujoči okvir je poimenovala »politiki kot običajni ljudje«. Obstajajo tri različice tega okvirja: »politiki kot ranljiva bitja«, »politiki v prostem času« in »promocija politika kot enega izmed nas«. Personalizacija kot najbolj značilna lastnost tabloidov je veljala tudi na področju diskurza političnih novic. Drugi okvir je »politika kot osebna konfrontacija ali dogovor«, ki politično odločanje prikaže kot boj ali pa sodelovanje med osebami, pri čemer je politično tekmovanje zreducirano na personalizirano, za elito rezervirano tekmo. Poleg tega so politične odločitve ali rezultati prikazane kot rezultat herojskih dejavnosti ali izjemne predanosti posameznikov. Kleinova pa je identificirala še štiri okvirje: »političarke kot tipične ženske«, »blok moči nasproti ljudem« (z dvema različicama: »odtujenost« ter »ogorčenost in poziv«), okvir »politična izobrazba in nasveti« ter »antikomunistični« okvir.

Po rezultatih analize Kleinove je v Bildu presenetljivo skoraj umanjkal okvir »spolni škandal«, vsaj kar se tiče pokrivanja nemškega političnega prizorišča (uporabljen je bil le za tuje politike). O nemoralnem spolnem vedenju nemških politikov so v najboljšem primeru poročali le, če ti politiki niso bili več na svojih položajih ali pa če so bili popolnoma neznani. Kleinova to pripiše zakonodaji, ki strogo varuje pravico do ugleda, dobrega imena in zasebnosti. Osebnosti političnega življenja v skladu s to zakonodajo uživajo posebno močno zaščito pred obrekovanjem, poročanje o sferi spolnosti pa je največkrat nezakonito. Povsem drugače je v Veliki Britaniji, kjer ni posebne zakonodaje v zvezi z zasebnostjo. Poleg tega za razliko od Nemčije, kjer ima Bild na svojem področju monopol, britanski tabloidi intenzivno tekmujejo med seboj. Posledice so lahko zniževanje standardov, bolj ohlapen odnos do etičnih norm in naraščanje senzacionalizma (Klein 1998, 89).

2.2 Modeli množičnih medijev

Ko teoretiki in drugi opazovalci sveta medijev, ki so hkrati mnenjski voditelji, presojujejo o vlogi, vplivu in pomenu tabloidov v sodobni družbi (pa tudi o njihovi kakovosti), zelo

pogosto izhajajo iz različnih razumevanj vloge medijev. Glede na svoje osnovno stališče, kakšni naj bi mediji bili, ugotavljajo, koliko posamezen medij štrli prek robov te idealizirane šablone. Manj kot se ji prilega, manj opravlja družbeno zaželeno vlogo, iz česar sledi, da je tudi manj kakovosten in manj v službi javnega interesa. Pri tem je zanimivo, da so od teh pričakovanj močno oddaljeni prav vsi mediji, ki jih ustvarjajo medijski profesionalci. Sodeč po ostrih kritikah, ki letijo nanje iz akademskih krogov, levji delež novinarjev in urednikov očitno ne zna ali pa noče ustvarjati kakovostno in etično. Najbolj priročna argumenta, s katerim pojasnjujejo takšno vedenje celotne poklicne skupine, je neusposobljenost in slaba po čim večjem dobičku. Takšna percepcija je v Sloveniji postala del »zdrave kmečke pameti«, ki se jo pogosto zamenjuje s kritičnim spremljanjem medijskih vsebin. Del izhodiščnega problema so tudi mediji sami, saj so se pisanju o medijskem svetu in konkurenci dolgo izogibali (v zadnjih nekaj letih se je to zaradi zunanjih pritiskov na njihovo delo sicer nekoliko spremenilo). Razmišljanja o stranpoteh medijskega sveta so bila zato namesto medijskim »insajderjem« na mnenjskih straneh običajno prepuščena poznavalcem medijskih modelov, pogosto opremljenim s predsodki, ki so se nabirali skozi prebiranje znanstvenih razmišljanj o medijih in njihovi vlogi. Že informativne vsebine »resnih« medijev njihovi kritiki običajno pospremiijo z očitki, da jih pesti tabloidizacija, torej vdiranje osebnega vidika in zabavanja občinstva v poročanje o pomembnih javnih vprašanjih, na testu ustrežanja medijskim modelom pa avtomatično padejo tabloidi, ki so »sporno« tabloidizacijo izumili in se v njej izpopolnjujejo iz prispevka v prispevek.

Leighley (2004, 9) našteje več modelov množičnih medijev; gre za alternativna razumevanja vlog, ki jih imajo množični mediji v družbi. Te modele po njegovem oblikujejo novinarji, javnost in politiki, ki ocenjujejo ravnanje medijev. Vsem tem modelom so lastne domneve o naravi oblasti, državljanov kot občinstva ali trga in pomembnosti zasebnega lastništva medijev, ob tem pa modeli predpostavljajo, čigavim interesom (in na kakšen način) množični mediji strežejo.

● **Poročevalci o objektivnih dejstvih:** Glavna predpostavka je, da imajo množični mediji le omejeno vlogo v politični komunikaciji med vlado in državljani. So le prenašalci informacij, orodje za državljane in vlado, ne pa aktivni udeleženci v komunikacijskem procesu. Onstran natančnega portretiranja dejanskega sveta politike in družbe nimajo mediji nobene posebne vloge. Najpogostejši primer zanašanja na ta model je trditev poročevalcev, da poročajo le o dejstvih, in enako je pričakovanje s strani občinstva.

- **Nevtralni nasprotniki:** Množični mediji igrajo po tem modelu močno vlogo pri spremljanju vladnih predstavnikov, njihova glavna vloga pa je, da odkrijejo resnico in »preverjajo« ravnanje vlade. Ta model predvideva, da so ljudje motivirani z lastnimi interesi in da mora družba omejiti možnost politikov, da jih uveljavljajo v škodo javnega interesa. Množični mediji imajo nalogo kritičnosti zaradi omejevanja potencialnih zlorab, novice pa naj »resnico« vladnih uradnikov izzovejo, tako da bo javnost seznanjena s pravo resnico.

- **Advokat javnosti:** Ta model novinarjem nalaga družbeno odgovornost uporabe procesa zbiranja informacij za spodbujanje vladnih predstavnikov in javnosti k razpravam o politično pomembnih vprašanjih. Poročanje o »golihih dejstvih« je glede na to razumevanje resna napaka sistema množičnega komuniciranja. Mediji glede na ta model zavzemajo edinstven položaj v političnem sistemu in naj zato odgovorno nudijo informacije in diskusijo o javnih zadevah, razsvetljujejo javnost, da si bo sposobna vladati in kot pes čuvaj spremljajo vlado. Poleg tega naj bodo odgovoren medij oglaševanja za gospodarstvo v družbi, nudijo naj zabavo in vzdržujejo finančno samozadostnost (da ne bodo pod vplivom posebnih interesov). Novinarji, ki sprejemajo ta model, imajo državljane za enako pomemben vir informacij in mnenj kot politične akterje.

- **Iskalci profita:** Pri tem modelu je poudarek na tem, da so mediji podjetja v zasebni lasti, novice pa so produkt ustvarjanja dobička. Državljeni in drugi vidiki demokracije so za ravnanje medijev, ki nimajo nobene druge odgovornosti kot ustvarjanje dobička za lastnike, nepomembni. Če novice, ki se proizvajajo, niso dobičkonosne, bodo modificirane, posamezniki v občinstvu pa so za razliko od prejšnjih modelov tu le tarča tržnega tekmovanja.

- **Propagandisti:** Glavni namen medijev je glede na ta model delo v interesu nosilcev moči. Mediji tako legitimirajo politike in interese države. Poleg trenutnih vladnih uradnikov gre tu tudi za širši vladajoči razred, pravzaprav pa je cilj, poleg ustvarjanja dobička, legitimiranje statusa quo. Državljeni se funkcije medijev večinoma ne zavedajo, novinarji pa jo razumejo. Tisti, ki jo izzovejo, so hitro utišani.

Kateremu modelu najbolj ustrezajo tabloidi kot posebna vrsta množičnih medijev? Ker so manj podvrženi normi objektivnosti, zagotovo niso poročevalci o objektivnih dejstvih. Njihova značilnost je »golim dejstvom« nasprotna živa, hiperbolična interpretacija. Tabloidi so tisti medij, ki se jim naravnost zgolj k dobičku najpogosteje očita. Ob tem se jim očita

tudi, da javnost odvrtačo od pomembnih družbenih vprašanj, oziroma da na »dnevni red« postavljačo irelevantne teme: da torej ne ustrezajo videnju tistega, kar Leighley poimenuje »advokat javnosti«. Lutharjeva (1997, 50) o tem pravi, da se je sicer treba zavedati ekonomskih interesov pri značilnostih popularnega novinarstva, kot je vizualizacija ali »pozgodbljenje«. Kljub temu pa tisti, ki skušajo nove novinarske trende označiti zgolj kot rezultat ekonomske motivacije, ne uspejo pojasniti politike popularnega novinarstva. Takšna razumevanja ne morejo dati odgovora na vprašanja o ustvarjanju pomena v posameznem novinarskem tekstu, kako se ta pomen lahko fiksira in dolgoročno nevtralizira. Lutharjeva (prav tam) nasprotuje govorjenju o škodi zmanjšanja javnosti na račun novih trendov v novinarstvu, ki nepolitično agendo ali naraščajočo vizualizacijo vsebine izenačuje z neemancipatornimi učinki. Namesto tega predlaga raziskovanje novih oblik glede na tip kolektivne integracije, torej odnosa posameznika s skupnostjo, ki jo podpirajo (oziroma, kakšno simulirano družbo promovirajo). Poleg tega bi morala biti moralna vizija posameznega novinarskega diskurza presošana skozi spremenjene oblike in senzibilnosti visoke modernosti (Luthar 1997, 50).

Tabloidi, če gre za tiste, ki se političnih tem ne izogibajo, pa vsaj delno ustrezajo modelu nevtralnih nasprotnikov. Če želijo pritegniti čim širši krog bralcev, jim morajo ponuditi nove zgodbe, torej ne povzemati pristranskih sporočil, predstavljenih na tiskovnih konferencah različnih nosilcev politične moči. V njihovi naravi je, da predstavljajo temno, »meseno« stran politike in politikov, in poročajo o zakulisnem ravnanju, za katerega si politiki ne želijo, da bi bilo javno znano. Če gre za ravnanje, pri katerem politiki svoj privilegiran položaj izrabljajo v nasprotju z javnim interesom, razkritje takšnega ravnanja, še zlasti če je senzacionalistično in tudi s tem dostopno večjemu krogu volivcev, politike vsaj delno omejuje v njihovi samovolji. To velja že za samo možnost razkritja pa tudi za distanco do resnice vladnih uradnikov skozi njeno smešenje. Seveda pa se na drugi strani pri tabloidih pogosto postavlja vprašanje verodostojnosti njihovih zgodb, preverjanja objavljenih informacij: modelu nevtralnega nasprotnika ustrezajo le, če temu posvetijo dovolj pozornosti.

Pomembno je dodati še, da o tem, kateremu modelu bodo mediji najbolj ustrezali, ne odločajo zgolj novinarji, ki ustvarjajo prispevke v medijih ter javnost in politiki, ki jih ocenjujejo njihovo ravnanje (te tri subjekte namreč izpostavi Leighley, 2004). Že pri javnosti in politikih sta ključna dodatna dva vidika. Na uredniško politiko posameznega medija, ki vsaj delno »živi« od oglaševanja, na primer zagotovo vpliva interes javnosti za posamezne teme oziroma

»okus« občinstva, ki ga ne moremo enačiti s kritičnim ocenjevanjem ravnanja medijev. Na drugi strani je treba upoštevati tudi večni interes politike, da prek mehanizmov, kot je vpliv na oglaševalce, v čim večji meri sooblikuje medijsko krajino. Politika zato nikakor ni le opazovalec, ki prek kritičnega presojanja medijev in mnenjskega voditeljstva vpliva na njihovo zastopanost v posameznem modelu. Na modele množičnih medijev, torej pogled, kakšna naj bi bila vloga medijev in kakšna je dejansko pri posameznem mediju, pa vplivajo tudi gospodarstveniki. Na eni strani so vplivni kot lastniki medijev, na drugi pa kot tisti, ki v njih oglašujejo, pri čemer imajo oboji svoje ekonomske in politične interese.

2.3 Zakaj beremo tabloide?

Stephenson (1998, 20) opaza, da so britanski tabloidi v zadnjih letih močno oklestili proračune za pokrivanje resnih novic, na primer pri pokrivanju dogajanja v svetu. To je posledica tržnih raziskav in uredniških instinktov. Oboji se strinjajo v sklepih, da bralce tabloidov resne novice zanimajo le malo, dogajanje v svetu pa sploh ne. Zanimajo jih človeške zgodbe, obsedeni pa so s svetom zabavištva in britansko kraljevo družino. Vsebina tabloidov se je temu prilagodila.

Za razumevanje priljubljenosti tabloidov je pomembno vprašanje, na kaj se posamezniki osredotočajo, ko berejo ali gledajo novice. Raziskava Pew Centra iz leta 2002 (v Leighley 2004) je pokazala, da občinstvo najbolj pozorno spremlja novice o lokalnem dogajanju (31 odstotkov), kriminalu (30 odstotkov), zdravju (26 odstotkov) in športu (25 odstotkov). Šele zatem sledi politika (lokalno pozorno spremlja 22 odstotkov, državno in mednarodno pa 21 odstotkov anketirancev). Pri tem je zanimiv tip občinstva, ki spremlja politične novice: na interes zanje imajo posebej močan vpliv izobrazba, dohodek in starost. Višje ko je vse troje, večja je verjetnost za zanimanje za politične novice. To pomeni, da slednje pritegnejo predvsem starejše pripadnike višjega družbenega razreda.

Nekateri kritiki pojasnjujejo privlačnost senzacionalističnih prispevkov tako, da občinstvo označijo kot iskalce senzacij, ki potrebujejo vse večje odmerke razkritij ali pa so morbidno radovedni (Zuckerman in Haskins v Bird 1998, 34). Občinstvo, ki ima raje »nepopolne« novice, takšne kritike ožigosajo kot patološko ali abnormalno. Poleg tega, kot pravi Langer (v Bird 1998, 36), občinstvo pogosto obsojajo, češ da mu manjka okusa in da ni sposobno presojati. Calcutt (1998, 165) opaza, da kritiki »medijske pokrajine« sami sebe pogosto vidijo

kot zadnje utrdbe demokratične tradicije, ki kljubujejo v okolju konstantnega bombardiranja z medijskimi podobami. Nastopajo s pozicije, po kateri so praktično vsi ostali podlegli medijskemu razcvetu. Ta pozicija v sebi skriva domnevo, da je zavajajoči vpliv tabloidnih časopisov in satelitske televizije onesposobil veliko večino splošne javnosti.

Tako znova pridemo do razumevanja vloge, ki naj bi jo mediji opravljali. Bralci tabloidov in njihovi motivi so za kritike tabloidov pogosto zanimivi zgolj skozi prizmo tabloidnega izogibanja vlogi, ki »pritiče« medijem. Lutharjeva (1998, 136) piše, da »večina razprav tematizira nesposobnost popularnega tiska za omogočanje racionalne razprave zaradi premajhne informativnosti in neustreznosti novičarskih vrednost v njem«. Gre za strogo ločevanje zabave od informacij ter željo po novinarskem poročanju brez alegorije, metafore in iluzije (Connell, Sparks in Dahlgren v Luthar 1998, 136). Popularni tisk takšne razprave označijo kot obsojanja vreden, ker obravnava nepolitične dele realnosti- škandal, kriminal, trivialno, zasebno in osebno. V popularnem tisku so mehke novice namesto trdih, zanimive namesto pomembnih, človeške zgodbe namesto informacij, zgodbe o moralnem redu in neredu v družbi namesto kronike o velikih možeh ob pomembnih dogodkih (Luthar 1998, 136).

Pri tem je najpomembnejše vprašanje, kaj jemati kot politično: ali je to zares le tisto, kar medijem v obliki psevdodogodkov (tiskovnih konferenc, tako imenovanih »briefingov« in sporočil za javnost) »servirajo« politični akterji oziroma njihove službe za odnose z javnostmi. Ogromen delež prostora, ki ga politiki namenjajo resni mediji, zavzamejo različni umetno ustvarjeni dogodki- agendo namesto medijev na ta način določajo politiki, o katerih poročajo. Poročanje o takšnih dogodkih običajno povzema kup public, ki so neznansko oddaljene od politične realnosti, politiki pa pri tovrstnem informiranju javnosti navadno izpadejo skoraj takšni, kot bi si želeli. Čeprav so škandali, kriminal in zasebne intrige pomembni dejavniki v ozadju politike, pa politiki, ki si prizadevajo za čim lepšo podobo, ne želijo, da bi jih njihovi volivci poznali. Njihovo stališče je razumljivo, ni pa razumljivo, zakaj bi jim morali v tem, da gre za nepolitične in obrobne vidike, ki javnost odvrčajo od »bistvenih« vprašanj, pritrjevati tudi mediji in medijski kritiki. Ker novinarje izčrpava preveč dosledno »pokrivanje« psevdodogodkov, jim namreč zmanjka časa za poglobljanje v zgodbe in probleme, za katere si politika želi, da bi ostali čim dlje od oči javnosti. S psevdodogodki se utrjuje tudi mistifikacija politike in politikov, ki je v njihovem interesu. V njih se kažejo

kot tisti, ki družbene probleme predvidijo, razumejo in rešujejo, mediji pa jim prek poročanja o teh dogodkih takšno vlogo bolj ali manj priznavajo.

Tudi Lutharjeva (1998, 136–137) je kritična do »javnovedenjskih« analiz, ki pri govoru o trivializaciji javne sfere ali terorju intime razmišljajo v okvirih ozkega razumevanja politike, značilnega za klasično industrijsko družbo (politika kot proces odločanja znotraj vladne sfere države). Razumevanje politične informacije teh raziskovalcev se ujema prav z agendo, ki jo določa institucionalizirana in organizirana politika, kakršno kritizirajo. Tak pogled kritično teorijo odveže od analiziranja pomenske produkcije kulture popularnega žurnalizma-moralizatorsko-politično presojo lahko dajo takšne analize že vnaprej zaradi »neinformativnosti«, »neracionalnosti«, »apolitičnosti« in »komercialnega motiva« te kulture.

Glynn (2000, 105) ugotavlja, da takšna zaskrbljenost glede nesofisticiranosti občinstev tabloidnih medijev vodi v ponovno definiranje meje med novinarstvom, potrebnim za preživetje demokracije, in tabloidnim novinarstvom, ki ga imajo mnogi raje. Na vprašanje, zakaj ima del občinstva raje tabloidno poročanje, se tako lahko gleda tudi s popolnoma drugega zornega kota. Po Glynnovem (2000, 233) razcvet tabloidnosti v televizijskih programih izziva tradicionalno novinarsko ozko videnje, kaj sme šteti kot »javno vprašanje«. Ta ozkost je posledica velike investiranosti »uradnega« novinarstva v znanje, skrbi in vrednote izobraženih belcev srednjega razreda.

Delno pa se v ozadju ozkega medijskega razumevanja politike kaže tudi univerzitetno izobraževanje novinarjev, ki pred vstopom v svet medijev veliko slišijo o akademskih konceptih politike in javne sfere, kakršni bi ti po mnenju teoretikov morali biti, bolj malo pa o osebnem in »človeško« pritlehnem, na katerem velikokrat temeljijo politična dejanja. Na tovrstnih ozkih razumevanjih politike se velikokrat napajajo tudi predstave teoretikov o kakovostnem in nekakovostnem novinarstvu. Skozi na ta način pridobljena stališča, ki delujejo kot nekakšen »superego«, lahko novinarji presojajo, ali so osebni vidiki politike, na katere naletijo pri luščenju plasti posamezne politične zgodbe, sploh vredni upovedovanja. Na situ teoretičnega ideala politike in kakovostnega novinarstva vsaj pri resnih medijih s tem ostaja velik del pomembnih podrobnosti, dogajanj ali njihovih vzrokov, ki tema idealoma ne ustrezata.

Pri presojanju tabloidnega diskurza o politiki je pomemben tudi pogled v zgodovino. Lutharjeva (1998, 26–28) ob pojasnjevanju razvoja rumenega tiska zapiše, da je

razvoj okoli 1930 pripeljal do visoke stopnje domačijskosti in kolokvialne neformalnosti v časopisih, ki se je zgledovala po neformalni konverzaciji, jezik ni upošteval tradicionalne slovnice. Na veliko so uporabljali klišeje, da bi čim bolj posnemali govornjene vzorce. Angleški tabloidni tisk jezika ni več uporabljal kot sredstvo vzdrževanja in reprodukcije socialne hierarhije, kot na primer angleški elitni tisk. Hiperboličnost, pretirana čustvenost in senzacionalnost so bile tudi elementi zasebne konverzacije. Izbrana in cenzurirana oralna kultura je tako postala del javne sfere, tiskana beseda pa je postopoma vedno bolj imitirala prijateljski govor.

Lutharjeva (1998, 28) ob tem ugotavlja še, da je popularni časopis s svojimi naslovi, povzetki in drugimi vizualnimi sredstvi, prav tako kot današnji tabloidi, vzbujal občutek berljivosti, živosti in dostopnosti. Morda je ključ do razumevanja, zakaj številni bralci raje posežejo po tabloidnem prikazu sveta, prav v tem, da je njegova interpretacija v tabloidih, za razliko od »resnih« časopisov, dostopna tudi »neposvečenim«.

Nekateri ob tem poudarjajo, da veliko tabloidnih prispevkov ni le »lažje prebavljivih«, ampak tudi bolj politično uporabnih od dolgih, podrobnih in za mnoge dolgočasnih analiz (Mc Nair 1999, 68). Če nadaljujem še z razmišljanjem o dostopnosti medijskih vsebin občinstvu, lahko ugotovim, da s tem, ko s »piedestala« elitnosti, ki jo obvladujejo zgolj resni časopisi, tabloidi spravijo poročanje o politiki, svojemu občinstvu približajo tudi samo politiko. Ko jo upovedujejo tako, da je zanimiva za bistveno širši segment družbe, kot ga dosežejo resni časopisi, lahko zmanjšujejo pogostost stališča »mene pa politika ne zanima«. To jim daje nekaj emancipatornega potenciala pri deprivilegiranih in nižje izobraženih družbenih slojih, ki so v politično sfero (pasivno) vključeni zgolj kot potencialni volivci.

Posmehljiv in nespoštljiv tabloidni novičarski stil je tako lahko tudi subverziven- ljudem omogoča, da izzovejo »blok moči«. Birdova (1998, 36) je do takšnega razumevanja sicer zadržana, saj ni prepričana, da je skeptično branje zares tipično za večino potrošnikov tabloidnih novic. Potrošnje tabloidov ne vidi kot zares subverzivne, po drugi strani pa se upre tudi temu, da bi v užitku ob tabloidnem novičarskem stilu iskala pomanjkanje razuma. Člane

občinstva prej vidi kot aktivne in selektivne bralce, ki se pri vseh vrstah novic vprašajo enako-kako se to nanaša na moje življenje in zakaj bi moral biti pozoren.

Občinstvo pa je na eni strani v primežu tega, kar bi ga po mnenju novinarjev in kritikov novinarstva moralo zanimati, z druge strani pa ga »vleče« tisto, kar v resnici pritegne njegovo pozornost. Če bi razumeli, kaj je to, kar pritegne pozornost, bi lahko razvili novinarstvo, ki bi sprejelo tabloidni stil, občinstvo pa bi vseeno spodbujalo k bolj aktivnemu udejstvovanju v političnem življenju, meni Birdova (1998, 36). Parker in Deane (v Bird 1998, 37) ugotavljata, da sicer le majhen odstotek ljudi priznava, da spremlja škandale in svet zabavništva, podatki pa kažejo, da ve javnost o takšnih zgodbah več kot o katerikoli drugi kategoriji novic. Kritike osuplja, da ljudje toliko časa razmišljajo o trivialnih temah, vendar gre pri tem za razliko pri dojetanju vloge novic med njimi in občinstvom. Kritiki novinarstva novice namreč definirajo glede na učinkovitost posredovanja informacij o svetu. Tako predpostavljajo, da občinstvo novice konzumira, da bi bilo informirano. Kulturni pritisk biti informiran pa je danes vse manjši. Poleg tega se vsakdanje definicije novic vse bolj osredotočajo na to, kako se zgodbe »usedejo« v vsakdanje življenje in za ljudi postanejo objekt špekulacij in pogovorov. Zgodbe, ki po branju zavzamejo »lastno življenje« v glavah bralcev, so dramatične in osebne, tako da je prikazovanje osebne strani dogajanja najbrž najučinkovitejši način, da ljudje razumejo pomen teh dogodkov (Bird 1998, 37). Antropolog John Rayfield (v Bird 1988, 37) pa je dokazal, da si ljudje dobro zapomnijo kronološko pripoved z jasno strukturo, moralno poanto in živim imaginarijem. Za novice običajno narobe obrnjeno piramido, ki odgovarja na tri K-je (kdo, kdaj, kaj), pa si je najteže zapomniti.

Ta razlika (med kronološko pripovedjo z živim imaginarijem in narobe obrnjeno piramido, ki zvesto sledi trem K-jem) v veliki meri ustreza delitvi med tabloidnim in resnim novinarstvom, hkrati pa delno pojasnjuje priljubljenost prvega: preprosto bolj ustreza okusu večjega dela prebivalcev. Ta okus je sporno pojmovati kot slabega zgolj zato, ker ceni način podajanja političnih vsebin, ki obide teoretične modele medijev. Drži, da so etične prakse tabloidov pogosto sporne (na primer pri poročanju o posameznikovem zasebnem življenju), ravno tako, da je pri njih pogosto vprašljivo preverjanje informacij. A to sta ločeni vprašanji, ki ne opravičujeta apriornega odklanjanja tabloidnega diskurza o politični sferi. Kot sem pokazala že ob vprašanju percepcije političnega, pa odstranjevanje njegovih »osebnih« vidikov, kot ga zahteva »resnost« in »informativnost« medijev, ki se kot takšni predstavljajo navzven, celotno sliko politične sfere kvečjemu krni. Pomembno vprašanje je, ali morda bolj kot to, da tabloidi

ta vidik samozavestno upovedujejo, kritike tabloidnega novinarstva moti to, da je z njim prezasičena politika. Zgražanje nad tabloidnim posvečanjem mesenim vidikom politike se tako pogosto približujejo principu »ubijte sla«.

3 Kako tabloidi pojasnjujejo politični svet

3.1 Politiki kot elita

Hall (v Langer 1998, 47) poudarja, da »novice ves čas prezentirajo dejanja, situacije in attribute elitnih oseb. Prestižni ljudje so del nujnega spektakla produkcije novic, ki naseljujejo in stabilizirajo njegovo okolje.« Ker je osredotočanje na elite stalna praksa, le-te pridobijo naravno novičarsko vrednost same po sebi. V tako imenovanih »drugih novicah«, kot John Langer (1998, 47) poimenuje tabloidne novice, se elite pojavijo na dva načina. Pri enem gre za elite brez institucionalne moči, ki pa lahko zbudijo maksimalno raven zanimanja. Pri drugem pa gre za pozornost, ki jo medij nameni posamezniku zaradi njegove institucionalne moči, pri čemer pa sama moč ni središče zanimanja v prispevku. Langer tudi ugotavlja, da so zgodbe, ki se osredotočajo na elite, skonstruirane okoli vsakdanjih rutin izjemnih posameznikov. Ko na te zgodbe pogledamo širše, lahko opazimo vzorec, ki elitnost in navadnost poveže v trikotno strukturo podobnosti in razlike, skupaj z gledalčevim (bralčevim) prispevkom. Proces poteka prek diskurza, ki subjekt istočasno po eni strani humanizira, po drugi pa povečuje. Prek humanizacije elitno osebo naredi za enega izmed nas v večini ozirov, povečevanje pa deluje tako, da človeka iz zgodbe naredi drugačnega. Elite so drugačne, če pa jih pogledamo pobližje, imajo čisto človeške napake (Langer 1998, 49–50).

Kot piše Lutharjeva (1998, 20), v določenih vrstah popularnega tiska pomembnejšo tematizacijo dosegajo zgodbe o navadnih ljudeh, v drugih pa zgodbe o zasebnem življenju, zakulisju in prekrških elit. Connol (v Luthar 1998, 209) takšne zgodbe uvršča k hibridnemu žanru, ki kombinira pravljичne elemente z novinarskim pisanjem. V njih je socialna mobilnost predstavljena kot posledica sreče ali usode, politične zgodbe pa odnose med elitami, pripovedovalci zgodb in navadnimi ljudmi vidijo kot antagonistične. Politične so tudi zato, ker se osredotočajo na privilegije, pravice, dolžnosti in zlorabe privilegijev. Politična ideologija, v okviru katere delujejo, je populistična – privilegiji po njihovi interpretaciji niso napačni sami po sebi, ampak so zgolj v rokah napačnih ljudi. Takšno osredotočanje na osebnosti in privilegije je način predstavljanja razlik in napetosti kot konkretnih in prepoznavnih, ne pa oddaljenih abstraktnih kategorij: gre za popularne oblike politične

kritike. Značilno je, da ne oblikujejo alternativne ureditve sveta, ampak reprezentirajo stari svet in red, kjer je vsak vedel za mesto, ki mu gre.

Argument, da je tabloidni tisk, ki je do privilegijev kritičen na primeru konkretnih oseb, zato do privilegijev manj kritičen, kaže na višje vrednotenje abstraktnega od konkretnega. Težko si je namreč predstavljati, da bi tabloid s tem, ko opozori na neupravičen privilegij posameznega nosilca moči ali ljudi, ki so z njim povezani, ugotavljal zgolj, da so ti privilegiji v nepravih rokah. Vzdrževanja statusa quo v družbi bi lahko prej očitali abstraktnemu razmišljanju o škodljivosti privilegijev, ki se ne konkretizira v posameznih privilegijih, s tem pa tudi ne pokaže, da ti niso zgolj oddaljena kategorija, ampak se z njimi okoriščajo čisto določeni posamezniki. Ravno v kritiki privilegijev ter z njimi povezane korupcije in nepotizma lahko tabloidi izkoristijo svoje prednosti. Brez »ovinkarjenja« lahko na primer opozorijo, da si je privilegij mimo ustaljenih pravil prislužil sorodnik vplivnega politika. Tudi močna zastopanost osebnega vidika v tabloidnem poročanju o elitah je lahko pomembna kritika zlorabe politične moči. Ker si občinstvo lažje zapomni konkretne zgodbe z jasno poanto, je verjetneje, da bo zgodba o privilegijih v takšni obliki zaživela »svoje« življenje in bo na koncu izstavljen tudi politični račun za te privilegije, kot pa če bi prispevek na splošno kritiziral privilegije in razglabljal o alternativni ureditvi. Za ta vidik v veliki meri že poskrbijo resni mediji, ki v takšnih primerih pogosto povzemajo ideje pravnih strokovnjakov, tabloidno slikanje konkretnega privilegija, ki pri tem resda poenostavlja veliko širše vprašanje, pa lahko pripomore k zavedanju o problemu in zahtevam po učinkovitejšem preprečevanju takšnih anomalij.

Strinjam pa se, da je z vidika vpliva na odnos občinstva do politike problematičen diskurz (na katerega je opozoril Langer, 1998), ki politika kot predstavnika elite v isti sapi humanizira in povečuje. To lahko povzroča ambivalenten odnos do politike – na eni strani jo krojijo tisti, ki so sposobnejši od »običajnih« ljudi, zato je prav, da jo slednji opazujejo zgolj od strani in se zabavajo ali pa pasivno negodujejo zaradi njenih napak, na drugi strani pa so isti izjemni posamezniki, ko krojijo usodo drugih, lahko tudi slabiči ali nemoralneži. Sporočilo je, da ima politika svoje temne plati, a se zoper njih ne da ničesar storiti. Za nemoralne posameznike, ki pa so hkrati izjemno iznajdljivi, karizmatični ali inteligentni, in so si zato pridobili družbeno moč, namreč ne veljajo ista družbena pravila kot za vse ostale, sporoča tabloidna mešanica občudovanja in kritike.

3.2 Tabloidno moraliziranje in »zdravi razum«

Lutharjeva (1997, 51) ugotavlja, da medijska narativizacija konstruira ločeno družbeno realnost, ob tem pa je moralni pomen neizbežno prezentiran v vsaki narativni predstavitvi dogodkov in problematik. Potreba po moralnem pomenu izvira iz želje, da bi »realnost« odražala koherenco in integriteto podobe realnosti, ki zahteva subjekte kot sta začetek in konec (predvidljivost konca v samem začetku). To implicira, da narativni prikaz sveta podpira specifično razumevanje državljanstva, kolektivne integracije in moralne vizije sveta. Lutharjeva (1997, 54) pri tem pojasnjuje razloge, zakaj tabloide izbrati kot primer »neemancipatornega novinarskega diskurza, ki izumlja tradicije v okoljih, ki so se tradicije že otresla, ki gradi tradicionalne moralne skupnosti v dobi »neoplemen« in ki reproducira in generira marginalizirane in privilegirane/ normalne identitete ter prakse«. Novinarstvo infotainmenta in posebej tabloidni tisk imajo posebno mesto v boju za pomene v družbi. Po eni strani se infotainment predstavlja kot reprezentativni diskurz, ki se legitimizira skozi predstavljanje realnosti, torej informiranje. Po drugi strani za predstavljanje »realnih« dogodkov ali vprašanj uporablja fikcijske narativne tehnike. Sklicevanje, značilno za ta tip novinarskega diskurza, je »absolutna resnica«, »osnovna zgodba« in »resnični svet«, kar naj bi vse obstajalo le v eni obliki. Čeprav »resnični« svet ustvarja skozi oblike reprezentacije, naslavlja prejemnike informacij kot dejstev. Ta dvojnost oziroma nasprotje generira učinek naturalizacije oziroma hegemoničnega učinka tabloidnega novinarstva.

Takšno pripovedovanje zgodb nadzoruje javno kulturo, generira in reproducira realnost: na eni strani marginalizirane identitete, na drugi privilegirane ali normalne. Tako »slavi« ideal nespremenjenosti in tradicionalne pripadnosti proti idealu spremembe in heterogenosti (Luthar 1997, 55–56).

Lutharjeva (1998, 151) ugotavlja, da »čeprav je tematsko popularni diskurz v veliki meri pravzaprav diskurz nestrinjanja in ogrožanja konsenza (njegova tematska agenda sestoji iz korupcije, umorov, seksualnih prekrškov itd.), so različne oblike reda »news worthy« le, ko obstaja predpostavka o osnovnem konsenzu v družbi, ki ga ti prekrški ogrožajo. Politična korupcija ogroža politiko, kakršna naj bi bila, prekrški pa družbo, znotraj konsenzualnega modela pojmovano kot skupno.

Vsak časopis ob tem razvije svoj značilni javni govor, pri katerem gre za časopisno različico govornice občinstva, ki ga ta nagovarja. Jezik, ki ga rumeni tisk uporablja, ko piše o politiki, je tako na primer »model ali hipoteza, vzpostavljena na podlagi pogajanja med časopisom in bralcem, populistična podoba politične diskusije, ki implicira, da je te stvari mogoče povedati tudi v jeziku navadnih ljudi in so zato dostopne navadnemu izkustvu, čeprav zadevajo elitne posameznike« (Hall v Luthar 1998, 152). Tudi Pušnikova (2003, 282–283) ugotavlja, da se moralizacija reproducira prek rabe zasebnega jezika in folklornih elementov, na primer skeptičnosti in distanciranja. Pušnikova, ki je sicer analizirala televizijski oddaji Tednik in Preverjeno, ugotavlja tudi, da je moralizacija kot politični projekt novinarstva pravzaprav estetski projekt- konsenz se pri tem ne vzpostavlja na podlagi argumentacije in spodbujanja kritične razprave, ampak na podlagi moraliziranja, kaj je v družbi prav in kaj narobe. Pri tem sklene, da postaja artikulacija političnega konsenza prek reproduciranja moralizacije že »generična lastnost žurnalizma v Sloveniji nasploh«. Po njenem ta ni sfera družbenih bojev, čeprav se sam predstavlja kot kritični forum in pes čuvaj v družbi, hkrati pa občinstev ni sposoben artikulirati v kritične državljane, saj reproducira zdravorazumske diskurze in oblastne mehanizme.

Glynn (2000, 122–125) obravnava tem pojavom sorodno »preiskovalno tabloidnost«, ki jo označi kot protidelec preiskovalnega novinarstva v mainstreamovskih medijih. Takšna tabloidnost predpostavlja moralno motivirano in zavestno sovražno stališče, ki vzbuja zgrožanje ob kršitvi vrednost zdravega razuma in viktimizaciji običajnih ljudi (posebej šibkih). Če sama preiskovalnost pri tabloidu pade v presek med tabloidnim in mainstreamovskim, se razlike v odnosu do slednjega vzpostavijo glede na »visoke« in »nizke« oblike poročanja. Ker je »resno« novinarstvo zavezano »kulturi objektivnosti«, morajo novinarji teh medijev izvajati »kompleksno retorično gimnastiko«, da bi pokazali moralno smiselnost svojega dela. Pokazati morajo tudi, da so njihove sodbe podkrepjene z objektivnimi dejstvi bolj kot z moralnimi koncepti, kaj je »prav« in kaj »narobe«. Ker takšna kultura objektivnosti ni del tabloidne sfere, se tabloidnim medijem tudi ni treba toliko ukvarjati z nasprotjem med sovražnim stališčem, ki je lastno preiskovalnemu novinarstvu oziroma njegovemu implicitnemu »moralnemu vodenju« in potrebo po videzu objektivnosti ter moralne »neangažiranosti«. Ta »odvezanost« tabloidno preiskovalnost pogosto odpelje proti melodrami, večjemu občutku za moralno nezaslišanost. Značilno je še poudarjanje čustvenega, pa tudi pomanjkanje skrbi za vzdrževanje vtisa nepristranske objektivnosti. Tudi

ta »premajhna« moralna ambivalentnost je »s perspektive buržujškega okusa« (poleg pretiranosti, čustvenosti in poudarjene ekspresivnosti) znak vulgarnosti in neprefinjenosti.

»Diktat« objektivnosti, ki ga tabloidi za razliko od resnih medijev ne spoštujejo posebno, problematizira tudi Leighley (2004, 94). Številne kritike medijem očitajo njeno pomanjkanje, češ da je žrtvovana zaradi ideološke pristranskosti novinarjev. Novinarska objektivnost je visoko cenjena, na odmike od nje pa se pogosto gleda kot na kvarjenje vloge medijev v demokraciji. Čeprav naj bi objektivnost pomenila, da bodo novinarji predstavljali zgolj dejstva, jo komunikolog Soloski (v Leighley 2004, 94) označuje kot prakso iskanja dejstev prek vseh legitimnih strani pri problematiki in poročanja o dejstvih na nepristranski in uravnotežen način. Vsi medijski strokovnjaki pa na objektivnost ne gledajo kot na pozitivno normo. Bennet (v Leighley 2004, 94) na primer opozarja, da namesto reševanja poročanja pred pristranskostjo povzroča njegovo pristranskost, in sicer na dveh ravneh. Prvič, novinarske prakse, zavezane objektivnosti, povzročajo močno zanašanje na uradne vire interpretacij političnih dogodkov. To zanašanje ustvarja ozke novinarske izdelke, ki so v prid uradni perspektivi. Vladni uradniki postanejo osnovni vir informacij v prispevkih, kar zanje avtomatično pomeni prednost. Čeprav se novinarskim prispevkom najpogosteje očita ideološko pristranskost, je bolj osnovna omenjena pristranskost v prid vladnim uradnikom. Drugič, uporaba praks »objektivnosti« namiguje, da so klasične novice najboljši možen način pokrivanja. S tem, ko sta predstavljeni obe strani zgodbe, bralec predpostavlja, da se je novinar maksimalno potrudil pri razvijanju prispevka in da mora zato prispevek biti dober.

Z Bennetom se lahko strinjam, da je lahko norma objektivnosti izjemno problematična, saj pelje k ohranjanju statusa quo. Pogled na prve strani mnogih resnih časopisov in vsebina mnogih aktualnopolitičnih oddaj na radiu ali televiziji pokažeta, da ravno ta diktat kolonizira medijske prispevke o različnih problematikah s stališči »uradnih oseb« in drugih mnenjskih voditeljev. Takšno poročanje je seveda v prid promociji teh oseb kot tistih, ki »poznajo, razumejo in pripravljajo rešitve«, medtem ko samemu problemu, njegovemu ozadju in vplivu na državljane ostane bolj malo prostora. Diktat objektivnosti med drugim zapoveduje, da novinar, čeprav pozna sporne motive posameznih mnenjskih voditeljev pri boju za interpretacijo posameznega problema, vsa mnenja obravnava kot enakovredna in se v kredibilnost njihovih virov ne spušča. Medtem ko se novinarjem, ki opozorijo na njihova problematična ozadja, pripisuje pristranskost in tendencioznost, ostaja tendencioznost različnih mnenjskih voditeljev neproblematizirana. Tudi mešanje informiranja in

interpretacije je za kritike novinarstva pogosto nekaj nezaslišanega, na drugi strani pa je ob vse bolj usposobljenih službah za odnose z javnostmi »resnica« vladnih uradnikov ali pa politične opozicije, ki se trudi priti na njihovo mesto, vse bolj samoumevni vladar medijskih vsebin. V tem oziru je lahko tabloid, ki je diktat objektivnosti zavestno zavrgel, kot pes čuvaj veliko manj »kastiran« od resnih medijev.

Skozi vprašanje diktata objektivnosti se je treba vprašati tudi o moraliziranju, ki tabloidom služi kot priročno orodje za interpretacijo političnega sveta. Pri tem seveda predpostavljajo, da tudi njihovi bralci politične kategorije presojujejo zgolj skozi zdravorazumsko moraliziranje, kar kaže na nekaj podcenjevanja njihovih intelektualnih kapacitet. Vendar – ali je zdravorazumsko moraliziranje in smešenje uradnih resnic skupaj z njihovimi nosilci resnično bolj problematično od nereflektiranega povzemanja, kot ga zapoveduje ideal objektivnosti, po katerem se skuša pisec medijskega besedila iz njega čim bolj izločiti? Menim, da močno kritizirana pozicija zdravega razuma ob poročanju o močnih, ki resnice in njihove pomene spretno krojijo po merah lastnih interesov, ni nujno slaba z vidika rasti mase kritičnih državljanov, ki ne »kupijo« vsega, kar jim »prodajajo«. Seveda pa je za to pomembno, da zdravi razum tabloidi podkrepijo tudi z argumenti in da pozicije zdravega razuma ne izrabljajo za pomoč različnim političnim interesom.

3.3 Tabloidi v vlogi amaterskih psihologov

Personalizacija je ena izmed pglavitnih značilnosti tabloidnega novinarstva. Kompleksna politična in družbena vprašanja ter odločitve so v tabloidnem tisku predstavljeni kot domena prestižnih igrice posameznikov. S takšnega zornega kota je izjemno pomemben njihov značaj. Značilnosti same personalizacije tu ne bom obravnavala, saj me zanima predvsem v kontekstu »psihologizacije« politične sfere, pri kateri postajajo osebnosti, njihovi značaji in motivi pomembnejši od političnih idej ali celo dejanj. Tabloidno poročanje o politični sferi se namreč osredotoča na nosilce idej in akterje dejanj, v tabloidni kritiki te sfere pa gre največkrat ravno za kritiko značajev močnih posameznikov. V naslednjih poglavjih bom vlogo tabloida kot »amaterskega psihologa« in personalizirano razlago političnih odločitev, ki se pojavlja v tabloidih, natančneje povezala z vplivom na politično sfero in obratno. Za vdor psihološkega vidika v interpretacijo politike, ki sama sebe reprezentira kot racionalno, so v veliki meri poskrbeli ravno tabloidi. »Gnus«, ki so ga s tem izzvali, se delno nanaša na tradicionalno ženske elemente, ki vdirajo v področje, pojmovano kot maskulino.

Vdor psihološkega vidika politike v njeno reprezentacijo je zanimiv tudi s stališča medijev kot ideoloških aparatov države (kot takšne jih je opredelil Athusser (2000)). Marshall (1997, 64) pri obravnavi povezanosti zvezdnštva z družbeno močjo pojasnjuje, da mediji kot eden izmed ideoloških aparatov države ponujajo podobe, s katerimi se lahko občinstvo poistoveti. Gre za »interpelacijo«, pri kateri je subjekt »pozvan« s strani kulturnega teksta, da bi se videl kot povezanega s tem tekstom. Vrste subjektivitete, ki jo ponudijo zvezdniki, so produkt sistema, namenjenega izgradnji subjektivitet, ki poudarjajo individualnost in osebnost. Zvezdniki so tako utelešenje diskurzivnega bojišča, na katerem potekajo boji za norme individualnosti in osebnosti znotraj kulture.

Medtem ko hladna racionalnost idej, programov in kompleksnih rešitev politiki prida nadih nedostopnosti, jo psihološki poudarki, ki zanimajo tabloide, demistificirajo prek učlovečenja njenih akterjev. S tem jo na eni strani pretirano poenostavljajo, na drugi strani pa državljanom sporočajo, da ni nič manj dovzetna za človeške slabosti in nič bolj privržena idejam kot zasebna sfera. Politično zvezdnštvo je tako produkt same države, politične sfere, kot tudi medijev v vlogi njenih ideoloških aparatov. Politikom sporoča, kakšni naj bi bili, medijskemu občinstvu pa, kaj lahko od njih pričakujejo (ne glede na to, ali gre za pozitivno ali negativno zvezdnštvo). To pomeni, da naj bi politiki v skladu s takšno normo imeli »veliko osebnosti«, politika pa kot skupek njihovih interesov in nabora značajskih lastnosti bolj malo.

Hall - Jamiesonova (2003, 2) glede tega ugotavlja, da človeška naravnost k iskanju razlike med javnim in zasebnim obrazom osebnosti ni od včeraj. V današnjem času je novo to, da so zaščitne tančice odstranjene, ko so vodilni še vedno na odru. Proces odstranjevanja tančic se ne osredotoča le na zasebno vedenje in govorjenje. Gre tudi za psihološko profiliranje, ki v javnih in zasebnih momentih išče vzorce, potem pa s »širokim čopičem« povleče sklepe.

Hall - Jamiesonova je vlogo tiska kot amaterskega psihologa analizirala na primeru novinarskega pokrivanja boja za predsedniško mesto med Alom Gorom in Georgem W. Bushem leta 2000. Mediji so takrat Gora poenostavljali v lažnivca, Busha pa v neumneža.

V vplivnem delu Predsedniški značaj James David Barber (v Hall Jamieson 2003, 25) zapiše, da je treba spoznati celotno osebo, da bi razumeli, kaj predsednik počne ali kaj bi lahko potencialni predsednik storil. Pri tem ne zadostuje razumevanje predsednika kot abstraktnega utelešenja političnih vrednot in stališč ali kot odseva njegove stranke. Spoznati ga je treba kot

človeško bitje, enega izmed nas – kot osebo, ki se trudi delovati v zapletenem okolju. Vendar tisku ni uspelo vzpostaviti povezave med kandidatovim značajem in predsedniškim delom, za katero se je Barber zavzel. Novinarji sicer skušajo zavzeto ugotoviti, kdo kandidat zares je. Vprašanju, kako bo njegov značaj, posebej napake, vplival na njegov mandat, pa ne posvečajo kaj dosti pozornosti (Hall Jamieson 2003, 26).

4 Odnos med politiko in tabloidi

4.1 Tabloidi kot politični akterji

Medijske institucije ne opravljajo zgolj informativne funkcije, ampak tudi analizirajo, ocenjujejo in komentirajo. Poleg tega, da o politiki poročajo, so bistven del političnega okolja. Prispevajo k diskusiji o posameznih politikah, tudi tako, da presojujejo in kritizirajo politične poglede, ki so v obtoku (McNair 1999, 73). Na medije moramo gledati kot na pomembne politične akterje, saj poleg tega, da prenašajo sporočila političnih organizacij, ta sporočila tudi preoblikujejo skozi proces ustvarjanja novic in interpretacijo, ugotavlja McNair (1999, 47). Kar želijo politiki reči, se v medijih ne odrazi nujno, mediji pa o politiki postavljajo samostojne trditve, ki lahko pomembno vplivajo na širše politično okolje. Mediji so tudi del politične aktivnosti, ne le njeni opazovalci in ocenjevalci. So vir za politike, pa tudi njihove svetovalce. »Odnos med medijem in političnim procesom je dialektičen, vključuje akcijo in reakcijo« (McNair 1999, 47).

Tudi Leighley (2004, 8) odnose med javnostjo, mediji in političnimi elitami opredeli kot medsebojno soodvisnost. Odnosov, motivov in obnašanja enega ne moremo razumeti brez poznavanja vsega tega pri drugih dveh. Množični mediji vplivajo na vedenje politikov, med drugim tako, da postavljajo ali pa legitimizirajo vprašanja, na katera morajo ti odgovarjati. Vladni predstavniki dajejo medijem informacije ali pa jih uporabljajo kot orodje za doseg svojih političnih ciljev. Množični mediji večini državljanov nudijo politične informacije, ki lahko vplivajo na njihove politične vrednote, prepričanja, odnose in vedenje. Množična javnost na medije povratno vpliva kot tržišče, saj so mediji profitne inštitucije. Večje kot je občinstvo, več prihodka od oglaševanja ima medij, tako da so mediji vsaj delno omejeni s potrebo po vzdrževanju deleža občinstva. Množični mediji pa na vladne predstavnike vplivajo predvsem preko volitev, na katerih se državljanji odločajo, kdo jih bo zastopal. Politiki morajo volivce prepričati, da so prava izbira, pa naj gre pri tem za politično voditeljstvo,

prepričevanje, ali za manipulacijo. Velik del odnosa med javnostjo in izvoljenimi uradniki se vzpostavlja skozi množične medije – skozi politično oglaševanje, rutinsko poročanje in raziskave javnega mnenja.

Leighley (2004, 55) novice definira kot konkretne nedavne dogodke, ki hkrati odražajo človeško radovednost in legitimizirajo status quo. Nobena od njihovih značilnosti ne pomeni, da bo novičarski prispevek uporaben vir informacij za državljane, da bi ti lahko ocenili vladne politike ali ki bi jih ti lahko uporabili v resnih družbenopolitičnih razpravah. Leighley novice razdeli na več vrst. Personalizirane se osredotočajo na osebnosti in čustvene pomene dogodkov, kar onemogoča širši in bolj družbeno zaveden pogled na politične dogodke. Gre za trivializiranje tem nacionalnega pomena. Dramatizirane novice imajo za osnove zgodbe z začetkom, prikladno sredino in zadovoljujočim koncem. Značilno je osredotočanje na krizo, osebnost in škandal. Ko kronični družbeni problemi dosežejo stopnjo krize, postanejo snov fragmentiranih novic. Gre za dramatične kapsule, ki onemogočajo videnje vzrokov in povezav. Ko se razvije drama ali kriza, poročevalci uradnike postavijo v center zgodbe, pri čemer jih portretirajo kot brezbrizne politike, ki niso zmožni vzpostaviti reda. Gre za novice o »oblastnih motnjah«, ki družbeni in politični kaos prikazujejo kot zlo, proti kateremu naj se »dobri« politiki borijo.

Komercializacija medijev je skozi oči politika lahko videti kot grožnja tradicionalnim zvestobam in zavezništvom. Leta 1992 so krožile novice, da ima britanski Sun »umazane« informacije o številnih politikih in da jih ne objavi le zaradi diskretnosti in političnega zavezništva. Profesionalno politično skupnost je takrat zajel val nelagodja. Po seriji spolnih škandalov, ki so pretresali konservativce leta 1992, ni nihče več dvomil, da bi se časopis iz lojalnosti odrekel takšni objavi. Tisk se ne bo obiral, če je treba iz pisarne izgnati ali pa osramotiti kakšnega ministra, če ima za cilj, da se časopis prodaja (McNair 1999, 69).

Glynn (2000, 227) tabloidne medije označi kot pomembne, saj predstavljajo pomemben vidik kulturne politike. Gre za boj za definiranje pomenov, ki ustvarjajo razumevanje sebe, drugih in lastnega mesta v svetu. Pomeni, ustvarjeni skozi dogodke in identitete, oblikujejo osnovo, na kateri stojijo vse politične aktivnosti. Postmodernistične teorije pravijo, da resnica ni določena z dogodki ali realnostjo, o kateri govori. Nasprotno, resnica je sproducirana znotraj različnih operacij družbene moči. Tabloidno ustvarja medijski prostor za kroženje alternativnih vedenj. Streže nespoštovanim okusom odtujenih skupin brez moči. V svojem

najslabšem delu je tabloidno res povezano s hegemoničnimi in »normalizatorskimi« glasovi rasizma, seksizma in homofobije, v svojem najboljšem pa da glas heterogenim pogledom. Tako da prednost tistim, ki so tipično izključeni iz dominantnega režima resnice. »Resno« novinarstvo se veliko bolj posveča kontroli, organiziranju in določanju vrstnega reda v »hierarhiji glasov« kot tabloidno novinarstvo – vsebino tabloidnega novinarstva določata naklada in branost. Kapaciteta »popularnega« vedenja, ki se iz tabloidov preliva v različne sfere vsakdanjega življenja, ima neizogibne posledice. Te so sicer načeloma posredne in se jih ne da natančno napovedati. Glynn izpostavi eno od takšnih zanimivih posledic. Kot pojasni, so se predstavniki sodstva v Kaliforniji začeli pritoževati, da zaradi porot, ki so pod vplivom tabloidnih zgodb v talkshovih, vse težje obsodijo domnevne kriminalce. Kot se je pokazalo, so gledalci teh talkshovov bolj nagnjeni k dvomu o uradni verziji resnice kot drugi.

Tabloidi si upajo več. Do pomembnih političnih osebnosti imajo manj strahospoštovanja. Naravnost si upajo izreči tisto, na kar resni mediji zgolj namigujejo. Imajo tudi širše občinstvo od resnih medijev. Njihov vpliv zagotovo do določene mere preoblikuje politiko.

Politiki se jih po eni strani bojijo, saj jim lahko resno škodujejo ali pa celo uničijo kariero. Tudi resni mediji »pazijo« na politično moralo, vendar tabloidi to počnejo na popolnoma drugačen način. Medtem ko resni mediji kritizirajo »dejanja«, programe in namere, tabloidi sodijo človeku. V človeški naravi je, da pozabimo zapletene očitke o zapletenih dejanjih, nikoli pa ne pozabimo preprostega »žiga«. Pri tem je zelo pomembno, za kakšen žig gre. Ljudje na primer odpustijo »playboyu« ali človeku, ki rad pregloboko pogleda v kozarec. Morda se jim zdi zaradi razkritja takšnih lastnosti celo bliže, bolj simpatičen (seveda je to odvisno od njegove volilne baze, od spola politika...). Povsem drugače je na primer z laganjem, skorumpiranostjo... Pri tem gre tudi za vprašanje škode, ki jo družbi povzroča določeno vedenje. Korupcija jo veliko stane. Že nepreverjen namig nanjo, ki si ga privoščijo tabloidi, ne pa na primer resen časopis, politiku resno škoduje. Tabloidi pri tem tako kot resni časopisi opravljajo funkcijo psa čuvaja, le da pokrivajo drugačno nišo te funkcije.

4.2 Od personalizacije in zvezdnitva k virtualni politiki

»Ločnica med tračem in politiko blede,« ugotavlja komentator Russel Goldman (2008). Kot opazuje, ameriški tabloidi svojo »snov« vse bolj iščejo v politiki, politiki pa skupaj z »instantnimi« zvezdniki, ki jih proizvajajo resničnostni šovi, z naslovnici tabloidov vse bolj

izrinjajo pevce in igralce. Dolgo je bil prisotna le obratna izmenjava, ko so si resni časopisi izposojali »rumena« razkritja tabloidov, danes pa ameriški tabloidi ideje dobivajo iz resnih medijev, ki sicer pišejo o politiki. Tako so po njih na primer povzemali afero nekdanjega newyorškega guvernerja Eliota Spitzerja, osumljenega napeljevanja k prostituciji. »Če lahko politiki in novičarji pod žarometi zamenjajo hollywoodske težkokategornike, se je treba vprašati, ali je trač mrtev in kakšna bo prihodnost tabloidov,« piše Goldman.

Novo dobo politične komunikacije je napovedala ameriška predsedniška kampanja iz leta 1992. Bill Clinton je na MTV pojasnjeval eno izmed svojih preteklih izvenzakonskih razmerij, pri Arseniu Hallu pa je igral saksofon. Leta 2000 sta oba predsedniška kandidata že »klepetala« z Oprah in Davidom Lettermanom. Odmik od klasičnega formata televizijskih novic k tem novim oblikam komunikacije je bil označen kot začetek ere postmoderne kampanje. Zanja je značilno, da so tehnike, ki so tradicionalno povezane s kampanjami, postale del procesa vladanja (Norris v Leighley 2004, 31). Kampanje tako nimajo več začetka in konca kot nekoč. Na anketah temelječe raziskave, fokusne skupine in medijske strategije so danes prominenten del dnevnih dejavnosti in odločitev izvoljenih uradnikov (Leighley 2004, 31).

Pušnikova (2007) opozori, da živimo v dobi ornamentalne kulture, kjer okrasna vrednost šteje več kot bit, kar se ni razpaslo zgolj po medijskem prostoru, ampak je zajelo družbo v celoti in z njo tudi politiko. Politični diskurz v ospredje tako postavlja uspešno nastopaštvo, ki ima prednost pred političnimi programi. Pomembno je namreč, da se politik razgali kot oseba, izgradnja njegove podobe, ki je predvsem blagovni rekvizit, pa postaja osrednji projekt političnega programa. Politik je le še »marketinški glasnik, ki prodaja samega sebe«.

Lutharjeva (2008, 91) drugi strani ugotavlja, da se je javna govorica medijev v zadnjih petnajstih letih bistveno spremenila, pri tem pa je šlo za personalizacijo, reduciranje strukturne logike družbe in strukturnih razlogov za dogodke in fenomene na individualne motivacije. Realnost je torej tematizirana skozi osebno izkušnjo. Preobrazba sodobne kulture v promocijsko kulturo je skupaj s personalizacijo, individualizacijo in deformalizacijo kulture najbolj vidna ravno v medijski kulturi.

Mediji in politika so pri tem zgolj del istega trenda. Norris (v Leighley 2004, 31) se sprašuje, ali bo ta doba volilnemu telesu dobro služila. Številčnost izdaj, zgodb in kanalov onemogoča

veljavnost nekdanje fraze »tako je«; znanih avtoritet ni več, zamenjale pa so jih multiple realnosti. Zaradi krčenja stroškov so številni informativni programi del »trdih« novic zamenjali s produkcijsko cenejšimi »mehkimi«. Poleg tega so se številni mediji zatekli k tabloidnemu novinarstvu, ki se osredotoča na seks, škandal in korupcijo. Te spremembe glede na tradicionalne novinarske norme povprečnemu državljanu otežujejo razumevanje sveta, kar se odraža v bolj cinični in nezainteresirani javnosti.

Lutharjeva (1998, 208–212) pa ugotavlja, da personalizacija poleg reduciranja fenomenov na osebno izkušnjo zadeva tudi razkrivanje avtentične osebnosti za javno podobo bogatih, lepih in znanih. Tudi politiki so tako stalno podvrženi javnemu pogledu na svoje zasebno življenje in razkrivanju morebitne prave osebnosti izven njihove javne vloge. Status znanih osebnosti je rezultat njihovega stalnega kroženja v medijih zunaj medija svojega osnovnega pojavljanja, ne pa njihove redkosti in izrednosti. Tako gre za partnerstvo med popularnimi mediji in različnimi javnimi sferami, tudi med tiskom in politiko.

Avtentična osebnost, ki jo »odkrijejo« tabloidi, je seveda medijska konstrukcija. Gre za javne, stilizirane, stereotipizirane persone, konstruirane preko medijev ali celo služb za odnose z javnostmi. Predstavljajo dostopno ikono, pri kateri prevladuje bodisi običajnost bodisi izrednost, nenavadnost in karizmatičnost. Zvezdništvo kot melodramatsko iskanje avtentičnosti ima poleg kulturne tudi politično in ekonomsko naravo – tudi politika je življenjsko odvisna od medijske promocije (Luthar 1998, 214).

Ob razmišljanju o »produkciji lokalne slave« v slovenskih medijih pa Lutharjeva (2003, 287) spomni, da se je od začetka devetdesetih javna govorica medijev bistveno spremenila v smeri dramtizacije družbe in humanizacije institucij s pomočjo personalizacije in reduciranja strukturne logike družbe na individualne motivacije. Mediji so pri tem iznašli slovensko Družbo in njene reprezentativne posameznike, zvezdniški sistem pa je največkrat metafora za posameznikovo moč in svobodo.

Prav politično zvezdništvo je dober primer pomena slave v oblikovanju javne kulture. V zadnjem desetletju sta namreč prej ločeni sferi politike na eni strani in pop kulture na drugi postale neločljivo povezani in prepleteni. Politična sfera se je prisiljena vedno bolj naslanjati na tehnike in storitve kulturnih industrij, politični projekti so dostopni le skozi personalizacijo v osebnostih in zreducirani na individualne

motivacije, politični žurnalizem pa se spreminja v ikonografijo osebnosti, kjer je oblikovanje in izpodbijanje podobe samo po sebi ključna oblika boja za moč (Luthar 2003, 291).

Kot ugotavljata Nimmo in Combs (1990, 94), je v svetu slavnih veliko znanih političnih figur: mediatizirana politika je ustvarila politične slavne osebnosti. Status zvezdnika je politični vir, izrabljen v prid politika, včasih pa mu je tudi v škodo. Takšen status je tudi »neobstojen«, saj lahko »izhlapi«, junak pa se hitro prelevi v zlobneža ali bedaka.

Marshall (1997, 204) obravnava povezavo med sferama politike in zabavnštva. Kot pravi, je pri obojem kritična točka preobrata izgradnja javnih osebnosti: politični voditelj mora utelešati »občutke« stranke, ljudstva in države, slavna osebnost v zabavnštvu pa mora utelešati občutke občinstva. Ta funkcija ustvarja oboje, zvezde in politične voditelje, ki identificirajo sistem izgradnje javne subjektivnosti, pa tudi njenega razumevanja. So reprezentacije individualnega v sodobni kulturi, pri čemer zaradi aktivne izgradnje razvrstitve v javni sferi reprezentirajo nenavadno obliko individualnosti. Sistem zvezdnikov je eden od načinov, prek katerih se kategorizira in razume množica. Da bi kot zvezdnike kategorizirali politike, pa je treba njihove aktivnosti vključiti v splošnejši projekt izgradnje javnih subjektivnosti, ki naj bi »gostile« voljo ljudi. Kategorija slavne osebnosti omogoča vpogled v pomen politika, pa tudi identificiranje njegove »afektivne funkcije« v organizaciji interesov in problematik (kar je njegova osnovna funkcija).

Znotraj organizacije sodobnih političnih kampanj sta dve plasti politične racionalnosti voditeljev, razumska legitimacija in afektivno izgrajevanje konsenza. Ta dvojni sistem racionalnosti se je razvil skupaj z okvirom potrošniške kapitalistične kulture. V centru sodobne politične kulture je državljan: gre za identifikacijo in konstrukcijo državljana kot potrošnika. Na eni strani je konstruiran in razumljen kot racionalen (racionalno izbira glede na okoliščine), na drugi strani pa je temu komplementarna organizacija potrošnika skozi oglaševanje kot motiviranega z iracionalnostjo. Glede na raziskave se v oglaševanju izdelkov danes širi uporaba iracionalnega in čustvenega imaginarija, vse manj pa je racionalne argumentacije, kar ponuja model za politične kampanje. To so poskusi vzpostavljanja resonance znotraj velikega števila ljudi; skušajo se vzpostaviti povezave med sporočilom kampanje in interesov potrošnikov oziroma državljanov. Glavni cilj oglaševanja je

vzpostavljanje konotativnih povezav, to je »intenzivna igra v čaru afektivne moči« (Marshall 1997, 205).

Politično blago je konzumirano, izrabljeno, včasih pa tudi ustvarjeno le za »enkratno« uporabo. Z vsrkavanjem takšne blagovne strukture v politični sistem prihaja do vse večje konkurenčne proizvodnje političnih podob, političnega vodstva in novih načinov prezentiranja tega vodstva. Skozenj postaja politika igra diferenciacije izdelkov in vzpostavljanja »tržnega deleža« v volilnem telesu. Produkcija političnih oblik je prekomerna, četudi so njihove variacije omejene. Del sodobnega političnega procesa je zato zamenljivost oziroma pogrešljivost pozicij, problematik in političnih voditeljev (Marshall 1997, 206).

V sodobnih ZDA osvojitve in obdržanje politične moči zahtevata zvezdniški status. Popularni tisk ga lahko odvzame prav tako hitro, kot ga podeli: obdržanje politične moči dandanes tako pomeni obdržanje zvezdniškega statusa. To zahteva zvezdniški menedžment za orkestriranje prizorišč in dogodkov, ki naj bi predvsem krepili zvezdništvo političnega voditelja, medtem ko je vladanje šele na drugem mestu. Pomembno pa ni le obdržanje statusa. Za politične zvezdnike je lahko to, da njihovo življenje ni »vzorno« v moralnem smislu, uničujoče. Moralni parametri sprejemljivega vedenja so za njih veliko ožji kot za ostale zvezdnike. Status zvezdnika je v mediatizirani družbi bistveni rekvizit za doseganje politične moči, takšno zvezdništvo pa prav vsako posameznikovo dejanje postavi pod drobnogled javnosti. Pri političnem ugledu obstaja zlahka prekoračljiva meja; politični aspirant mora na primer zelo paziti, s katerimi zvezdniki iz drugih svetov se družijo. Torej, katerim lahko varno dvori za dosego svojih političnih ciljev (izkoriščanje njihovega glamurja prek povezovanja z njimi), in kdaj se mora paziti povezav z negativnimi zvezdniškimi vidiki, kot je divji življenjski stil (Nimmo in Combs 1990, 94–102).

Nimmo in Combs (1990, 16–17) se podrobno ukvarjata s konceptom mediatizirane politične realnosti. Kot pravita, politični svet mediji predstavljajo na melodramatske načine. Vsi, ki so dnevno in neposredno vključeni v politiko (politiki, novinarji, predstavniki za odnose z javnostmi...), izkoriščajo nagnjenost javnosti k temu, da prej verjame v »stvari, ki se zdijo« kot v tiste, ki so. Tako skupaj gradijo politiko kot spektakel. Ustvarjeno izkustvo političnega spektakla je vsečno zaradi razburjenja, ki ga ponuja in zagotovi, da je »vse v redu« in da se bodo stvari na koncu vrnile k redu, da so problemi rešljivi z užitkom spektakla. Ko je politika

prezentirana kot fantazija, spektakel in melodrama, mediatizirana politika postane politika »iz žajfnic«.

Ta proces pa ni povsem enoznačen. Kot opozori Lutharjeva (2008, 97), se interakcije med sferami političnega, popularnega in zasebnega odražajo v spremembah političnega marketinga, politikovem strateškem uprizarjanju politične zasebnosti in zasebnosti v medijih, pa skozi nenačrtovane reprezentacije zasebnega življenja v novinarskih razkritjih, kot so škandali ali paparaci fotografije.

Personalizacija je pomemben vidik, prek katerega tabloidi spreminjajo politično sfero in je tesno povezan z virtualizacijo politike. Hkrati s personalizacijo poročanja o politiki se personalizira tudi politika sama, še posebej pa politična propaganda. Ta je že ugotovila, če povzamem Marshalla (1997), da gre za pri političnem tekmovanju v sodobni družbi za tržne deleže, pri čemer so pozicije in problematike skoraj povsem zamenljive. Stranke vse bolj ugotavljajo, da zapleteni programi ne aktivirajo njihove volilne baze. Politiki se morajo pokazati kot persone, kot kredibilni ljudje z avtoriteto, prek katere urejajo zadeve. Pri tem gre za proces, ko se iz konglomerata stranke izluščijo opazni posamezniki. Ne gre nujno za najbolj notranje-vplivne ali najbolj sposobne, ampak predvsem za najbolj opazne osebnosti. Tabloidno poročanje ni naklonjeno birokratom, saj išče zvezdnike. S tem zagotovo spreminja tudi strukturo moči v samih strankah, še pomembneje pa je, da preusmerja energijo od priprave natančnih programov in analiz h gradnji imidža. Politična drža je vse manj sestavljena iz natančno izdelanih in konsistentnih stališč ter vse bolj postaja sama sebi namen. Vsebina je iz mode, v modi je podoba. Pri tem pa je znova vidno pretakanje med politiko in mediji, saj tudi politika, ki takšno ozračje prevzame in izpili, povratno vpliva na tabloide.

4.3 Napadi na tabloidno razumevanje politike in njegova obramba

Kakovostno novinarstvo ustvarja informacije, ki so potrebne za dobro delovanje javne sfere in strankarskih politik. Gre za posplošeno znanje o politiki, o večjih dogodkih in gibanjih v družbi, pri čemer takšno novinarstvo zavzame distanco do vsakodnevnega življenja (Fiske v McNair 1999, 54). Tabloidno novinarstvo nad vsakdanjostjo nasprotno ni vzvišeno, še posebej pa se osredotoča na njene teatralične in bizarne vidike. Za razliko od neulovljive in sterilne resničnosti, ki jo predstavljajo resni časopisi, je tabloidna resničnost izrazito mesena. Takšna je tudi, ko gre za poročanje o politični sferi. Pri tem predstavlja vidike političnega, ki

jih resni mediji ne razgrnejo, na primer politične spletke, zavezništva, osebne zamere in značaje politikov. Kot pojasnjuje Sparks (v Mc Nair 1999, 54), tabloidni tisk bralcem ponudi »takojšnji« pojasnjevalni okvir, tako da družbeno in politično realnost razloži v obliki individualnih in osebnih vzrokov ter odgovorov nanje.

Mnoge akademske in medijske razprave o naravi javne sfere izražajo zaskrbljenost zaradi nenehne navzočnosti trivialnega v medijih. Skrbi jih, da odvrta pozornost od resnih javnih zadev (parlamenta, javnih izjav vladnih predstavnikov in poročanja o zakonodajnih spremembah). Obsojajo personalizacijo resnih vprašanj in »morbiden interes za zasebna življenja, trače o zasebnosti in spolno nediskretnost javnih figur« (Boorstien v McKee 2005, 33), ki se dogaja »v okolju trivializirane politike in globoko kvarnemu javnemu diskurzu« (Boyte v McKee 1995, 33). Van Zoonen (v McKee 2005) pa na primer ugotavlja, da se invaziji javne arene s temami, ki so nekdanj pripadale izključno zasebni sferi, očita hkratno izpodjedanja učinkovitosti javne sfere in ogrožanje učinkovitega javnega diskurza.

Pri tem se znova zastavi vprašanje, kaj razumeti kot politično. McKee (2005, 34) na primer spomni, da so si feministične avtorice v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja prizadevale, da bi tudi trivialno, torej tradicionalno žensko, našlo svoj prostor v javni sferi. Osebnost je politično, so trdile. Moderna politična filozofija je konsistentno dajala prednost javni kulturi pred zasebno. Ničvredni, trivialni zasebni duh je tradicionalno pripadal ženskam: tudi danes se na javno življenje še vedno gleda kot na »maskulin« prostor. Še vedno mu v večini vladajo moški (veliko manj je političark, še redkejša so predsednice vlade ali predsednice države).

Stroka nad tabloidi največkrat viha nos, pri čemer kot argument pogosto navede, da zanemarjajo politično sfero. Dela, ki obravnavajo tabloide oziroma tabloidizacijo, se največkrat osredotočajo na tabloidne prispevke o zvezdnikih iz sveta zabavništva ali na človeške zgodbe. Kljub temu, da tabloidi sferi politike namenijo kar veliko prostora, se njihovi kritiki raje osredotočajo na vidike, ki potrjujejo apriorno tezo, da gre pri tem za vzgajanje neinformiranega občinstva oziroma depolitizacijo javnosti.

Nasprotniki tabloidov iz akademskih krogov pripadajo tradiciji, ki poudarja vlogo medijev pri konstituiranju javne sfere, brez katere demokracija ni mogoča. Med drugim gre za stališča, da tabloidi predstavljajo grožnjo demokraciji in dovajajo gorivo nevarnemu populizmu (Sparks 2000, 24). Kot ugotavlja Peckova (2000, 247), modernistična pozicija tabloidizaciji pripisuje,

da ovira državljansko težnjo po znanju, s katerim bi lahko smotrno presojal in deloval v javni sferi.

V Veliki Britaniji je s komercializacijo povezano novinarstvo, ki mu manjka vsebine. Ukvarja se le s spektakularnimi vidiki socialnih in političnih vprašanj, izogiba pa se diskusiji o možnih rešitvah. Občinstvo šokira, zabava ali dela zgroženo, vendar ga nujno ne seznanja z globljimi vzroki problema. Zabavniška vrednost dogodka dobi prednost pred njegovo politično pomembnostjo, opozori McNair (1999, 68). V Veliki Britaniji so je sicer že v osemdesetih letih dvajsetega stoletja v zvezi s tabloidi začela pojavljati zaskrbljenost glede izgubljanja kakovosti pri poročanju o javnih zadevah. Poročanje o notranji politiki se je spreminjalo, tako da je postajalo bolj personalizirano in manj kontekstualizirano. Personalizacija je postala priznana in cenjena strategija za povečanje naklade, posledica pa je, da se je pokrivanje javnih zadev vse bolj reduciralo na raven človeške zgodbe (Macdonald 1998, 110). Spremembe v osemdesetih, ki so se nadaljevale v devetdeseta, so povezane s »thacherizmom« in duhom tega obdobja. V logiko, da je profit edino merilo za družbeno vrednost, so se ujeli tudi časopisi. Kjer bodo resne novice in komentarji zapakirani na komercialno uspešen način, naj ostanejo, če pa je tabloidizacija boljša za povečevanje dobička, naj bo tabloidizacija-potrošništvo vlada (Stephenson 1998, 23).

Takšne kritike so se nadaljevale tudi v devetdesetih. Sparks (v Macdonald 1998, 110) v zvezi z depolitizacijo tabloidov ugotavlja, da »postaja tabloidno razumevanje osebnega pojasnjevalni okvir, znotraj katerega se družbeni red predstavlja kot transparenten«. Gripsrud (v Macdonald 1998, 111) pa ugotavlja, da melodramatsko razumevanje tabloidnega tiska ni doraslo abstraktnemu fenomenu sodobne družbe. Takšne kritike so po Macdonaldovi resda upravičene pri človeški zgodbi, ne moremo pa predpostavljati, da to velja tudi za širša vrednotenja personalizacije. Navezovanje na človeške zgodbe, ki v tem kontekstu ni primerno, vodi k zaključku, da resna razlaga in analiza ne gresta skupaj s kakršnimkoli poudarkom na osebnemu. Bolj smiselno pa je v tabloidnem poiskati kvalitete, ki lahko soobstajajo z racionalno analizo in preiskovanjem (Macdonald 1998, 125). Tudi Birdova (1998, 45) nevarnosti ne vidi v sami personalizaciji, ki jo prinaša tabloidizacija. Po njenem je dejanska nevarnost trend, ko personalizacija postane edini način pripovedovanja zgodbe, zgodbe pa so vse bolj razpršene in nepovezane. Sparks (v Bird 1998, 45) opozori, da gre tabloidno novinarstvo v smer, ko se je vse manj celo posploševanja z individualne izkušnje na družbeno totalnost. Ameriški tabloidi ponujajo vse več zgodb, katerih edini cilj je vzbujati

občutke, osebno pa briše politično kot dejavnik človeškega obnašanja. Pomembna družbena vprašanja so reducirana na osebne zgodbe – korupcija na primer postane vprašanje enega človeka, prihaja tudi do črno-belega poenostavljanja (Bird 1998, 46).

Kleinova (1998, 90) je nasprotno ugotovila, da Bild, v katerem pri poročanju o politiki sicer prevladuje melodramatski okvir s poudarkom na drami, konfliktu, osebnostih in čustvih, bralcem ponuja tudi pomoč pri razumevanju kompleksnega političnega sveta. Novinar je na strani bralcev, ko od politikov zahteva jasne argumente in učinkovite rešitve.

Postmodernistični zagovor v tabloidih vidi zavrnitev uradnega diskurza. Pri tem predpostavlja avtonomni subjekt, ki lahko svobodno (in neodvisno od zunanje avtoritete) izrazi svoje izkušnje in mnenja (Peck 2000, 247). Tudi Glynn (2000, 226) ugotavlja, da je zaskrbljujoč predvsem obseg zaskrbljenosti glede tabloidizacije medijev. Takšna zaskrbljenost namreč prezre napredne vidike tabloidnih medijev, hkrati pa pritrjuje kulturnim hierarhijam, ki utišajo mnoge od tistih, s katerimi so se tabloidni mediji naučili spregovoriti. V sferi političnega smo vedno, ko kulturni okusi in prakse nekaterih druge žalijo in jim vzbujajo gnus. Tabloidni mediji producirajo skoraj toliko gnusa in žaljenja kot užitka, kar je zelo pomembno z vidika kulturne teorije. Gre za proces organiziranja in reorganiziranja pomenov in družbenega sveta, ki ima bistven vpliv na družbene spremembe.

Moraliziranju v zvezi s politično vlogo tabloidov se upre tudi Fiske (v McNair 1999, 55), ki opaza, da so tabloidi pogosto subverzivni, četudi nenamerno. Po njegovem imajo celo najbolj konzervativni mediji velik interes, da povečajo svoje občinstvo. To pomeni, da bodo pogosto objavljali zgodbe, ki niso provladne, na primer o spolnih škandalih vladajočih, finančnih aferah ali pomanjkanju vrlin pri politikih. Fiske pravi, da bi morali takšno novinarstvo sprejeti z odprtimi rokami, dokler ustvarja skeptične državljane, tako da razkrije pod preprogo pometene informacije in diskreditira zgodbe establišmenta. Tabloidni tisk skuša ves čas vključiti glasove iz ljudstva in ljudsko držo nasproti uradnemu vedenju. Poleg tega je bolj iskren, manj reakcionaren in pomembnejši za svet, v katerem večina državljanov na kvalitetne medije gleda kot na vzvišene. Kolizija med komercialno nujnostjo in tabloidno retoriko ustvari prostor, v katerem lahko na površje prideta kritika in nasprotovanje politiki (Fiske v McNair 1999, 56).

Lutharjeva (1997, 49) poudari, da bi morala kritična evaluacija novih novinarskih praks upoštevati potrebo po spremembi standardov za medijske tekste v visoki modernosti. Po njenem bi se morala odreči opredeljevanju vizualizacije, agende mehkih novic, humanizacije in narativizacije kot nasprotja emancipatornih diskurzov, ki naj bi jih utelešalo novinarsko prenašanje politično relevantnih informacij. Novih novinarskih praks tako ne bi smeli podvreči ahistoričnim standardom, ki so v nasprotju s spremenjeno senzibilnostjo občinstev in spremenjenimi mejami med družbenim in političnim.

Pri tem Lutharjeva (1997, 56) sicer problematizira naravo državljanstva, ki ga »goji« tabloidno novinarstvo. Razumevanje državljanstva v tabloidnih tekstih ter fikcionalizacijo resničnih dogodkov in problematik označi kot »komunitarno« državljanstvo. V tabloidih je namreč povezano z nacionalno identiteto, individualnost pa iz nje izvira in je določena v njenih okvirih. Kljub nesporni heteregonosti današnjega sveta so v njih kolektivne identitete »neproblematične in naravne«, v tem nasprotju pa leži hegemonični učinek populističnega diskurza. Ni populistični diskurz mehkih novic tisti, ki je neemancipatoren, ampak skupnostna pripoved. Torej, neemancipatorno je diskurzivno ustvarjanje državljanstva kot skupnostnega državljanstva in samoumevne tradicionalne moralne skupnosti (Luthar 1997, 56).

Tudi Sparks (2000, 26), ki je močno kritičen do tabloidne reprezentacije politike, priznava, da imajo sodobni zagovorniki tabloidov v nekaterih zelo pomembnih pogledih prav. Osredotočanje na osebnosti in zasebna vprašanja na primer še ne pomeni, da se tabloidi ne ukvarjajo z vprašanji družbene strukture. Kot ugotavlja Connel (v Sparks 2000, 26), so tabloidi ravno tako preokupirani s socialnimi razlikami in napetostmi, ki izhajajo iz tega, kot resni mediji. S poudarkom na osebnostih in privilegijih so ta vprašanja predstavljena kot nekaj konkretnega in razpoznavnega v nasprotju z oddaljenimi in abstraktnimi kategoriji v resnih medijih. Problem ni v dominiranju osebnosti, ampak kako so ti posamezniki uporabljeni pri osvetljevanju ali pa potlačevanju širših družbenih vprašanj (Sparks 2000, 26). Tudi »konverzacijski« stil tabloidov še ne pomeni, da so nesposobni obravnavati ista vprašanja kot resni mediji. Takšen stil je lahko celo v funkciji demokratizacije, tako da, ko legitimizira izraz nestrokovnjakov, težko razumljiva področja naredi dostopna za javno diskusijo (Fairclough v Sparks 2000, 27).

Tabloidno posredovanje in odpiranje politične sfere pa ima tudi omejitve. Dahlgren (v Sparks 2000, 28) ugotavlja, da določeni vidiki sveta občinstvu postanejo bolj dostopni, vendar

sistematično izogibanje abstrakciji omejuje tako razlage kot razumevanje tega sveta. Sparks (2000, 28) pa meni, da resno in tabloidno novinarstvo vzpodbujata različne vrste družbene dejavnosti. Po njegovem je namen resnega novinarstva olajšati politično participacijo, tabloidno novinarstvo pa naj bi vzpodbujalo zasebno uživanje. Pri tem sicer ne gre za nujno nepremostljiva nasprotja, vendar lahko to postanejo, če novinarske prakse vsilijo izbiro med poloma te dihotomije.

Dahlgren tabloidom ne sodi z apriornimi predsodki in antipatijo. Ugotavlja, kje so primanjkljaji in omejitve takšnega poročanja, vendar se zaveda, da je ena izmed prednosti tudi približevanje določenih vidikov javne sfere. Sparks nasprotno (tako kot mnogi drugi kritiki tabloidizacije) spregleda dejstvo, da veliko tabloidov notranjepolitičnemu področju nameni kar veliko prostora. Namesto da bi se ukvarjale z vsebino poročanja o politiki, se takšne kritike »prilepijo« na del tabloidnega poročanja, ki morda res spodbuja željo po luksuzu in užitkih. Kritiko tega vidika potem posplošijo kar na celotno vsebino. Kot da bi prvi prvih dveh straneh, na katerih mnogi tabloidi obravnavajo dogajanje na področju politike, preprosto zamižali. Prav mnogi izmed kritikov, ki tabloidom očitajo pomanjkanje racionalnosti, so sami v svojih analizah popolnoma neracionalni. Utemeljujejo jih namreč na predsodkih, navajajo pa le tista dejstva, ki te predsodke potrjujejo. Dihotomije, ki jih takšne kritike vzpostavijo, pa izvirajo iz širše dihotomije med visoko in popularno kulturo. Prezir do tabloidov je le bolj politično korektna različica prezira intelektualne elite do »raje«, ki tabloide prebira.

5 »Kvarjenje« javne sfere- tabloid kot izraz popularne kulture

Diskurz, ki ga uporabljajo kritiki tabloidov (in medijev, ki po njihovem kar »počez« podlegajo tabloidizaciji), v veliki meri spominja na odnos uporabnikov visoke kulture do popularne kulture. Tabloide bi lahko sicer tudi glede na njihovo zgodovino (že od začetka so bili namenjeni deprivilegiranim množicam, ki so jih tudi vzele za svoje) uvrstili v sklop popularne kulture.

Njen »nasprotni pol«, visoka kultura, se je institucionaliziral šele v drugi polovici 19. stoletja, vzroka za to sta bila dva. Elita je del tega, kar je bila prej skupna kultura, vzela za izključno svoje. Drugi vzrok so bile določene poteze gibanja modernizma, pojasnjuje Storey (2003, 40), ki popularno kulturo označi kot »drugega« visoke kulture. V 19. stoletju so, kot pravi Levine (v Storey 2003, 40), izumili iluzijo, da so bili proizvodi visoke kulture ustvarjeni za to, da

bodo cenjeni z informirano in disciplinirano resnostjo. Nova delitev predpostavlja superiornost visoke kulture nasproti popularni oziroma uporabnikov prve nasproti uporabnikom druge.

Po Bordieuju (v Storey 2003, 40) prakse, ki vodijo v družbeno razlikovanje, pomagajo zagotavljati in legitimizirati moč in prevlado, ki izvirata iz ekonomske neenakosti. Družbena moč se zazdi rezultat kulturne dispozicije, razlike pa nato vladajoči razred izrablja za družbeno reprodukcijo. Da bi se kulturno zdelo dar narave, je bistveno zanikati vez med kulturno prisvojitvijo in izobrazbo. Bordieau (v Storey 2003, 45) ugotavlja, da se hierarhija okusa sklada s hierarhijo socialnih razredov in je izrabljena za upravičevanje slednje. Vloga kulture je tako krepitev občutkov pripadnosti pri nekaterih in občutkov izključenosti pri drugih.

Po Gramsciju (v Storey 2003, 4) se hegemonija nanaša na proces, ko vladajoči razred družbi ne le vlada, ampak jo vodi tudi moralno in intelektualno. Interesi močnih se dojemajo kot interesi celotne družbe. V takšni družbi je kljub zatiranju in izkoriščanju visoka stopnja konsenza. Hegemonija je posebna vrsta konsenza, pri katerem si vladajoči razred aktivno in večno prek strategije moralnega in intelektualnega vodstva prizadeva, da bi vladal še naprej. Organizirajo jo »organski« intelektualci znotraj vsakega razreda, ki posamezen razred homogenizirajo in mu dajo vedeti, kje je njegovo mesto ne le v ekonomski sferi, ampak tudi na družbenem in političnem področju.

Z Gramscijem se razkrije produkcija in reprodukcija hegemonije prek popularne kulture. Ta je arena boja in pogajanja med interesi vladajočih in podrejenih skupin. Ustvarjanje popularne kulture pa lahko daje moč podrejenim in nasprotuje vladajočim razumevanjem sveta. To ne pomeni, da je popularna kultura vedno »uporniška«; zanikanje, da so potrošniki popularne kulture kulturni analfabeti, ne pomeni, da kulturna industrija ne skuša manipulirati z njimi. Pomeni pa nasprotovanje videnjem, da popularna kultura ni dosti več od degradiranega terena komercialne in ideološke manipulacije »od zgoraj«, z namenom profita in učvrstitve družbenega nadzora (Storey 2003, 53).

Javna sfera se je skomercializirala, v iskanju večjega dobička pa medijem ni več mar za kakovost, je eden najpogostejših očitkov popularni medijski kulturi (Thompson v McKee 2005, 68). Tipičen očitek je tudi, da mediji, ker so pripravljani »prodati« vse, kar ljudje

»kupijo«, za njih producirajo tisto, kar si ti želijo, namesto tistega, kar potrebujejo. Iščejo najnižji skupni imenovalec in ustvarjajo »smeti« oziroma »vulgaren material«. Javne dogodke pokrivajo kot izkušnje posameznikov, namesto da bi se lotili strukturnih vprašanj in abstraktnih konceptov. Namesto da bi uporabljali primerno kompleksen jezik, se svojemu neizobraženemu občinstvu priklonijo tako, da uporabljajo »vulgarni« besednjak. Producirajo »lahko prebavljive« izdelke, ki od občinstva ne zahtevajo posebnega poglobljanja. Javno sfero kviri njihov senzacionalizem, utapljuje kvaliteto razpravo... (McKee 1995, 66). Diskurz o tabloidnem novinarstvu spominja na diskurz »v elitno kulturo posvečenih« o katerikoli drugi obliki popularne kulture (glasbi, ki je všeč množicam, knjižnih uspešnicah...).

Že na začetku devetnajstega stoletja so popularni časopisi dosegali vse večja občinstva v delavskem razredu, ki je postajal vse bolj pismen (Neuberg v McKee 2005, 72). Politični škandali in senzacionalne katastrofe so definirale novice dneva. Značilna je bila uporaba senzacionalističnega poročanja za prenašanje radikalne politike k širokim popularnim občinstvom (Vester v McKee 2005, 72). Prepad med formalno izobraženimi občinstvi, ki konzumirajo kvaliteto kulturo, in popularnimi občinstvi, ki imajo radi senzacionalistične izdelke, se v presenetljivo nespremenjeni obliki nadaljuje tudi danes. V Veliki Britaniji senzacionalistične tabloide bere predvsem demografska skupina nekvalificirane delovne sile oziroma tisti z nižjimi dohodki in nizko stopnjo izobrazbe, resne časopise pa predvsem bralci z visoko formalno izobrazbo oziroma premožni bralci (McNair v McKee 2005, 73). To pokažejo tudi razlike med bralci Suna in The Timesa. Skupina z najvišjim dohodkom in najvišjo stopnjo formalne izobrazbe zavzema le odstotek Sunovih bralcev, skupina z najnižjem dohodkom in najnižjo stopnjo formalne izobrazbe pa 15 odstotkov. Pri Timesu je situacija obrnjena: 16 odstotkov bralcev spada v skupino z najvišjim dohodkom in izobrazbo, le trije odstotki pa v skupino z najnižjim dohodkom in izobrazbo (Sparks 1991, 73).

S postmoderne perspektive lahko trdim, da je komercializirana kultura vulgarna, brez vrednosti in senzacionalistična, zato ker se prodaja občinstvom s tradicionalno vulgarno, nevredno in senzacionalistično kulturo. Gre za občinstvo iz delavskega razreda. Javna sfera je bila ustvarjena prek piscev iz privilegiranih okolji z visoko formalno izobrazbo, kar še vedno vpliva na njihovo opredeljevanje »vrednih« oblik kulture. Na kulturo šunda ne bi smeli gledati, kot da je vredna kaj manj od »kvalitetne« kulture; je le kultura druge demografske skupine.

Glynn (2000, 229) pravi, da lahko za tabloide značilno produkcijo heretičnih »protivedenj« vidimo tudi kot konstitutivno značilnost popularne kulture. Tabloidni mediji so odraz naraščanja kulturne »večglasnosti«, ki je posledica postmodernosti in bojev za multikulturalnost.

Demonizacija tabloidnih medijev s strani predstavnikov za odnose z javnostmi in dobro izobraženih je predvsem dokaz družbenih sil, ki želijo znova definirati in nadzorovati meje, ki so bile že premaknjene z multikulturalizmom in postmodernostjo. To vključuje meje med resnim in frivolnim, visokim in nizkim, resnico in fikcijo, normalnim in abnormalnim, redom in neredom, okusom in pomanjkanjem okusa, razumom in čustvom, trdim in mehkim. Fiksacija takšnih kategorij je bila skozi celotno zahodno moderno del kulturnih politik, ki so skušale kompleksen sistem hegemonskih dominacij ohraniti nespremenjen (Glynn 2000, 229).

Tabloidni mediji redno vzbujajo gnus in odpor zaradi svojega kršenja kanonov novinarske presoje. Gre za fenomen, ki razkriva grožnjo, ki jo predstavljajo kontroli kulturnih standardov. Tarnanje glede tabloidnih medijev in glede njihovega občinstva sega že v dvajseta leta dvajsetega stoletja, ko so jih označili kot časopise za mentalno nemočne odvisnike- za trgovke, stenografe, gospodinje in delavce. Danes se v zvezi s tabloidno kulturo pojavljajo opisi, kot je »idiotska kultura« in »razkrojena kultura infotainmenta«. Kritiki s takšnimi ugotovitvami so »mejna policija«, ki deluje proti zmanjševanju kulturne aristokracije. Pri tem upoštevajo, da so stabilne kategorije nujne za vzdrževanje vzpostavljenih oblik družbene avtoritete. S tem, ko tabloidni mediji vključijo »abnormalno« v prostor, ki ga običajno okupira »družbena sredina«, tabloidni mediji obrnejo vrednote »kakovostnega tiska«. Diskurz o tabloidih pogosto demonizira njihovo občinstvo, ob čemer definira tudi razredne razlike. »Obramba« demokracije v eksplicitno političnih protitabloidnih sodbah je maska diskurzivne moči, ki je, četudi nenamenoma, v službi nadzora javnega življenja prek odvzemanja legitimnosti popularnim okusom in marginaliziranja njihovih nosilcev. Prizadeva si monopolizirati pristojnost določanja resnosti in vrednosti novinarskih okusov in praks (Glynn 2000, 102–105).

Primer tovrstnega monopoliziranja je ugotovitev Petra M. Herforda (v Glynn 2000, 105), da bi bil razvoj interaktivne televizije, ki bi dala občinstvu možnost vpliva na vsebino novic,

katastrofalen. Možnost odločanja bi namreč zmanjšala priložnost novinarstva, da občinstvu pove »tisto, kar mora vedeti«.

To lahko povežemo tudi s Hallovo definicijo diskurza: zanj je to »skupina trditev, ki ponujajo jezik za govor o – kot način reprezentiranja – določeni vrsti vedenja o temi« (Hall 1996, 201). Diskurze se ustvarja skozi jezik in prakse, gre pa za načine »govora o« in »odnosa do« ideje ali skupine ljudi. Pri tem gre za povezave med vedenjem in močjo ter vedenjem in kulturo, pa tudi za reproduciranje političnih stališč in vrednot. Hall izpostavi primer diskurza o Zahodu in »preostalem« svetu: tudi če posameznik ne verjame v večvrednost Zahoda, mu takšno pozicijo, ko o njem govori, vsili diskurz o Zahodu (Hall 1996, 202–203).

Če to apliciramo na diskurz o nezmožnosti tabloidov, da bi vzgajali politično nekompetentne bralce, je v ospredju odnos kritikov do bralcev tabloidov (kot skupine ljudi), hkrati pa tudi do ideje tabloidov, ki svojim bralcem javno življenje (tudi politično) približujejo na svojstven način. V ozadju tipične »protitabloidne« retorike je tudi dvom, da so bralci tabloidov sploh zmožni »biti informirani«. Tabloid je v takšnih vzvišenih kritikah »necivilizirani in neracionalni« Drugi resnega časopisa, še bolj pa gre tu za bralca tabloida, ki je »divji, za dobronamerno poučevanje nedovzetni« Drugi izobraženega in racionalnega bralca resnih časopisov. Resni časopisi so ustvarjeni tako, da bralcu, ki nima dovolj znanja, političnih dogodkov pogosto ne predstavijo na dovolj razumljiv način. Njihova poslanstvo naj bi bilo informirati in vzgajati državljane, ki so sposobni sodelovati v demokraciji. Ampak ali gre tu zares za vse državljane, če informacije predstavljajo na način, ki številnim državljanom ni ne doumljiv ne privlačen? Za družbeno elito je »latovščina« resnih časopisov v veliki meri privlačna zato, ker se preko nje lahko definirajo kot tisti, ki jo razumejo. »Zunaj« ostanejo tisti, ki je ne, in jim niti ni bila namenjena.

6 Direkt- prvi slovenski tabloid, ki je politiko postavil v ospredje

6.1 Zgodovina Direkta

Direkt je začel izhajati 15. septembra 2005, na slovenski časopisni trg pa je prišel kot drugi dnevni tabloid. Prve so bile Slovenske novice, ki so začele izhajati leta 1991.

Prvi odgovorni urednik Direkta je bil Bojan Požar, dotlej urednik in novinar priloge Slovenskih Novic Bulvar. Požarja je decembra 2006 kot vršilec dolžnosti odgovornega

urednika zamenjal Gorazd Suhadolnik, maja 2007 pa je odgovorna urednica postala Ksenija Gerovac.

Požar marca 2005 v intervjuju za Finance (Bogataj 2005, 11) napove, da bo Direkt klasičen tabloidni dnevnik, ki bo na tabloiden način pisal o vsem, o čemer pišejo drugi dnevniki. Ob tem pove, da bo njegova vsebina bliže nemškemu tabloidnemu dnevniku Bild kot pa Slovenskim novicam, pisali pa bodo o šovbiznisu, medijih, gospodarstvu, politiki, športu in kulturi. »Predvsem mislim, da bomo jemali morebitne prihodnje bralce zdajšnjih dnevnikov. Če primerjate prodajo resnih in tabloidnih časopisov v tujini, vidite, da imajo Slovenske novice še rezervo in bi se lahko še bolje prodajali. Mislim, da bomo to razliko bralcev dobili,« takrat napove Požar. V naslednjem intervjuju za Finance (Matejčič 2005), ki so ga objavile le nekaj dni pred začetkom izhajanja Direkta, Požar ugotavlja, da bodo o Janši veliko pisali, saj je tisti, ki je na oblasti, avtomatično bolj zanimiv. Doda, da so za rumene medije bolj zanimivi desni politiki, ki se sklicujejo na vrednote, pozneje pa jih kršijo, in zatrdi, da bo Direkt politično nevtralen.

Nekdanja novinarka Direkta Ana Jud je na drugi strani po odhodu s tega tabloida opozorila, da so informacije o politični sferi velikokrat pridobivali na neetičen način, hkrati pa je bilo po njenih besedah pomanjkljivo tudi njihovo preverjanje. V prispevku o Direktu, objavljenem v Medijski preži, Judova (2006) ugotavlja, da časopis ni politično nevtralen, ampak posameznikom v politiki služi kot prostor za medsebojne obračune. Opozori tudi, da so o premieru Janši kot eni najbolj zanimivih političnih osebnosti v Direktu zelo redko pisali, če pa že, so mu bili prispevki izrazito naklonjeni. Judova je izpostavila še žaljiv in posmehljiv odnos do javnih osebnosti, o katerih so pisali, podpisovanje novinarjev s psevdonimi in izsiljevanja pri pridobivanju informacij. O načinu dela na Direktu je objavila tudi knjigo Operacija Direkt.

Direkt, ki je prispevkom o politični sferi namenil precej prostora, po branosti ni dosegel Slovenskih novic, ki v veliki meri temeljijo na »črni kroniki« in zgodbah običajnih ljudi, politiki pa le redko posvetijo obširnejše prispevke. Izjema je bila priloga Slovenskih novic Bulvar, ki mu je urednikoval kasnejši urednik Direkta Bojan Požar. V njem so se pojavljali tudi prispevki o politikih, najodmevnejši pa je bil prispevek o skrivnem intimnem življenju poslanca Aurelia Jurija. Ta prispevek je izzval veliko zgražanja nad tabloidnim novinarstvom,

hkrati pa je sprožil širšo javno razpravo o pravici do zasebnosti, ki jo imajo tudi javne osebnosti.

V drugi polovici leta 2005 je izvod Direkta po nacionalni raziskavi branosti imel 5-odstotni doseg, kar pomeni, da ga je bralo 86.000 ljudi, leta 2006 pa se je njegov doseg zmanjšal na 72.000 (doseg izida 4,2 odstotka). Leta 2007 je imel en izvod Direkta doseg 3, 7 odstotka, kar pomeni, da je imel le še 62.000 bralcev. Za primerjavo: drugi slovenski dnevni tabloid, Slovenske novice, je leta 2005 bralo 406.000 ljudi, leta 2006 359.000 ljudi, leta 2007 pa 361.000 ljudi.

Leta 2007 se je Direkt preimenoval v Indirekt, z novim imenom pa je prišel tudi spremenjen profil časopisa.

6.2 Analiza prispevkov v Direktu

6.2.1 Metodologija

Kvalitativno sem analizirala prispevke, objavljene v tabloidu Direkt, ki se nanašajo na slovensko politiko ali politične osebnosti. Pri tem sem se osredotočila na vsebino pisanja o politiki. Analizirala sem, kakšne so njene značilnosti, kot jih prikazuje Direkt, na kakšen način ta o njih poroča, katera področja politične sfere najraje izbira za upodabljanje v svojih prispevkih in katerim vidikom znotraj njih daje poudarek.

Za analizo sem si izbrala oktober 2005, torej začetek izhajanja Direkta, in maj 2007, nekaj mesecev, preden je prenehal izhajati oziroma preden se je »preoblikoval« v Indirekt. Za ta dva meseca sem se odločila zato, ker sem ob prelistavanju različnih obdobij izhajanja opazila, da predstavljata dve zelo različni uredniški politiki. Na začetku izhajanja je bil namreč v osrednjih zgodbah na prvih straneh poudarek na intrigah iz političnega življenja in političnih osebnostih, pa tudi »insajderskih« informacijah o vsem tem. Kasneje je bilo poročanje o političnem življenju zreducirano na precej krajše zgodbe in povzemanje vsem medijem dostopnih informacij, še vedno pa je bilo opaznih nekaj tabloidnih prvin. Le na začetku izhajanja je bil Direkt tabloidnosti zavezan tako v formi (grafičnih prvinah, hiperboličnosti, sezacionalizmu), kot tudi vsebini reprezentacije slovenske politike (poudarjanju osebnosti, odnosov, konflikta v zgodbah – torej izbiri tematike).

Osredotočila sem se na način pisanja o slovenski politiki in politikih, pri tem pa sem poskušala po vzoru Kleinove (1998), ki je pisala o tabloidnem pokrivanju politike v nemškem Bildu, najti okvire, v katere umestiti prispevke. Okvire pri tem razumem kot kombinacijo »leitmotiva« prispevka, tematik, poudarkov in zornega kota, iz katerega prispevek opazuje in predstavlja politično sfero. Ob analizi prispevkov, objavljenih oktobra 2005, sem izpostavila tiste okvire, ki so se večkrat ponavljali in sem jih zaznala kot značilno tabloidne. Znotraj vsakega okvira pa sem podrobneje analizirala le po en prispevek, saj je bila lahko analiza na ta način bolj temeljita. Izjema je okvir Politika kot odraz moči posameznikov in odnosov med njimi, kjer sem poleg prispevka, ki poroča o volilnem kongresu LDS, analizirala tudi komentar Bojana Požarja o isti temi. Za to sem se odločila, ker gre za tesno povezani besedili, ki se dopolnjujeta, hkrati pa so posebnosti tabloidne reprezentacije politične sfere v komentarju še posebej dobro vidne. Večina prispevkov se sicer umešča v več okvirjev hkrati, zato sem posamezni prispevek pripisala tistemu, ki je bil znotraj njega najbolj izrazit. Značilnosti tega okvirja sem ob analizi prispevka tudi najbolj podrobno obravnavala, čeprav sem se zaradi prepletanja neizogibno dotikala tudi drugih.

Takšen način umeščanja po okvirjih pa se je ob analizi prispevkov, objavljenih maja 2007, izkazal za neprimerne, saj ni bilo več mogoče najti za tabloid značilnih, ponavljajočih se okvirjev, pa tudi usmeritev časopisa je postala veliko manj jasna kot na začetku izhajanja. Prispevke o politiki, ki so na drugi strani še vedno sledili tabloidni formi, sem zato po načinu pisanja razvrstila v sklope golega povzemanja, povzemanja, pomešanega s komentiranjem, in poročanja o posamezni problematiki. Poleg tega sem jih primerjala s prispevki, objavljenimi oktobra 2005. Pri tem me je zanimalo, v kolikšni meri sploh še ustrezajo deklarirani tabloidnosti časopisa, opazovala pa sem tudi »izvirnost« tematik- kje tabloid še vedno poišče svoje zgodbe in njihove podrobnosti ali jih vsaj specifično reprezentira, koliko pa že prehaja v enostavnejše povzemanje tiskovnih konferenc in sporočil za javnost.

V verodostojnost virov in pisanja se nisem spuščala, ravno tako ne na področje novinarske etike, čeprav sta ti dve vprašanji pri tabloidih zelo pomembni. Zanimal me je predvsem diskurz: na kakšen način in kot kakšna je slovenska politika v tabloidu Direkt predstavljena, kakšne so torej značilnosti tabloidne reprezentacije politične scene.

6.2.2 Analiza prispevkov o slovenski politiki, objavljenih oktobra 2005

- Politične osebnosti:

Direkt pod naslovom *Zavožena Zagožnova Starina z »nalepko« Baščaršija* (Bojan Požar in Vladimir Bujanec 2005, 3) opisuje povezave takratne državne sekretarke na ministrstvu za pravosodje Andrijane Starina Kosem z vplivnimi politikami in gospodarstveniki v nekdanjih jugoslovanskih državah, njihovo in njeno dejavnost v teh državah, poudarjena pa je predvsem domnevna problematičnost (vpletanje v afere, kršenje etičnih in pravnih norm) njihovega ravnanja. Čeprav je poudarek na preteklih dejanjih skupaj z njihovimi sedanjimi posledicami, je prispevek »aktualiziran«: *»Naši viri trdijo, da skoraj zloglasna Andrijana Starina Kosem, državna sekretarka na ministrstvu za pravosodje, ter Jože Zagožen, generalni direktor Holdinga savskih elektrarn, predsednik nadzornega sveta Petrola in ljubljanski mestni svetnik, menda nekaj skrivnostnega pleteta v Bosni in Hercegovini. In to skupaj z Antejem Markovičem, zadnjim predsednikom vlade nekdanje Jugoslavije.«* Kaj naj bi vsi trije akterji prispevka dejansko načrtovali skupaj, iz prispevka ni mogoče razbrati (kot zapišejo na koncu, lahko o tem zgolj ugibajo), prispevek pa s tem namigne le, da se tri elitne osebnosti srečujejo. Njihova povezava je sicer dovolj zanimiva, da je vredna posebne izpostavitve na začetku prispevka. Ta nadaljuje z »razpletanjem« mreže pomembnih ljudi pred očmi bralca: tako pojasni, da je Markovičevo podjetje dobilo koncesijo za gradnjo štirih hidroelektrarn v BiH, njegov partner pri tem poslu pa je Branko Roglič, posebni svetovalec hrvaškega predsednika Stipeta Mesića za tuja vlaganja, ki je bil *»podobno kot pri nas Zagožen in Starina Kosem«* že vpleten v nekaj afer, med drugim v *»sumljivo financiranje zadnje Mesićeve predvolilne kampanje«*. S tem prispevek oriše tesno prepletenost politike z gospodarstvom in aferami, ki spremljajo obe sferi, a običajno ne dočakajo epiloga.

Ta »teza«, ki sicer ni neposredno zapisana, a se kaže skozi celoten prispevek, se v njegovem nadaljevanju le še bolj razvije. Prispevek zatem ugotavlja, da naj bi za Markovičevim *»megaprojektom«* stal kapital izraelskega poslovneža Aarona Frenkla, ki naj bi do Markovića prišel prek svoje soproge Maje Brinar, nekdanje tajnice »tajkuna« Ivica Todorića, lastnika Agrokora. Direkt ob tem spomni, da je bilo podjetje Agrokor predmet tajnega dogovora med slovenskim predsednikom vlade Janezom Janšo, Igorjem Bavčarjem iz Istrabenza, Boškom Šrotom iz Pivovarne Laško, Matjažem Gantarjem iz KD Group in Andrijano Starina Kosem. Ob tem doda, da je zoper Starina - Kosmovo na sodišču v Sarajevu sproženih kar deset tožb.

Starina-Kosmova je kljub mnogim naštetim elitnim osebnostim izpostavljena kot osrednja stična točka njihove mreže, njihova povezovalka. Poudarjena je tudi njena vseprisotnost ob pomembnih odločitvah, ki so se sprejemale daleč stran od oči javnosti, pa tudi udeležnost v mnogih aferah. Njen formalni vpliv je v vlogi državne sekretarke sicer omejen, neformalni pa glede na Direktovo reprezentacijo seže zelo daleč.

Prispevek s tem razkriva razvejane gospodarsko-politično-osebne povezave na Balkanu, v katere se vključujejo tudi slovenski politiki in gospodarstveniki. Informacije, navedene v članku, so v veliki meri neuradne, bralcu pa približujejo svet »insajderjev«. Čeprav predmet pogovorov med tremi glavnimi akterji prispevka, torej Starina - Kosmovo, Zagožnom in Markovićem, ni znan, Direkt zgolj skozi njihovo srečevanje in odnose s stranskimi akterji slika svet privilegiranih, ki politično-gospodarske cilje dosegajo po neuradnih poteh, prek osebnih povezav in lobiranja. Ti posamezniki so močni, vplivni in imajo skoraj nepregledno mrežo prijateljev in znancev, s katerimi si izmenjujejo usluge. Njihov svet, ki sega prek meja matične države, je povsem oddaljen od sveta običajnih državljanov, saj jih ne omejujejo ista pravila. To velja tudi za zakone: v članku je izpostavljeno, da so bili mnogi od akterjev udeleženi v vrsti afer, proti njim so vložene številne tožbe, kljub temu pa v politiki in gospodarstvu še naprej zasedajo ugledna mesta. Obe področji sta glede na Direktovo reprezentacijo pravzaprav poligon, ki ga mreža teh posameznikov v celoti obvladuje, na njem sodeluje in tekmuje za še večji vpliv. Ravno zaradi izjemne socialne mreže in vpliva so neranljivi, nepodrejanje moralnim pravilom družbe pa jim prej kot škodo prinaša korist. Tabloid Direkt te izjemne posameznike obravnava z mešanico obsojanja in občudovanja, ko jim na eni strani priznava uspešen boj za lastne interese, na drugi pa opozarja na nekaznovano kršenje zakonov ali družbenih norm. Ta paradoks se odraža tudi pri označevanju Starina - Kosmove, ki je v naslovu prispevka »zavožena«, v besedilu pa »skoraj zloglasna«. Hkrati omrežje močnih ljudi Direkt estetizira po vzoru filmov, ki govorijo o mešanici moralno vprašljivih posameznikov, politike in gospodarstva. Orodje za dosego »filmskega« učinka je senzacionalizem s čustveno obarvanim izrazjem, pa tudi poudarjanje skrivnostnosti dogajanja pri nenavadnih sestankih. V prispevku pa so ključne osebnosti, njihova »zloglasnost« in zgodba. Ta ima tudi moralno poanto, da je vladajočim dovoljeno več kot ljudstvu. To ima (v obliki bralcev tabloida) zgolj priložnost, da se o njihovih stranpoteh informira in jih obsoja, sfera elitnega pa s svojimi posebnimi pravili še naprej lebdi nad vsakdanjostjo, v katero so vpeti običajni ljudje. To elitnost politike povezuje z zvezdništvom iz sveta zabave, vendar se od slednjega politika razlikuje v tem, da s svojo močjo odločanja hkrati prodira v vsakdanjost

in jo organizira. Običajni ljudje, ki si jih elita podreja, so pri tem nemočni in brezimni (na primer zaposleni v podjetjih, s katerimi prekupčujejo in jih neuspeli projekti prizadanejo). V prispevku to sicer ni izpostavljeno in ostaja »neizrečeno«, vendar prisotno skozi perspektivo, ki jo besedilo ponuja bralcu. Ta lahko skupaj z avtorjem prispevka sicer opazuje turbulentni svet elite, ki mu ga ta razkriva, a daje skozi poudarjanje izjemnosti tega sveta prispevek hkrati vedeti, da tja vsakdo pač ne sodi. Do spornih ravnanj politikov je Direkt sicer kritičen, a na posmehljiv, ciničen in distanciran način. Distanca je tudi odnos do politike, h kateremu implicitno spodbuja svoje bralce. Pokaže jim, da ljudje, ki so jih morda volili, dejansko ne zastopajo svojih volivcev in drugih državljanov, ampak predvsem sami sebe. Hkrati pa Direkt sporoča, da je takšna nespremenljiva narava politike in da si ljudje, ki jim uspe vstop vanjo, to na takšen ali drugačen način zaslužijo svoji »spornosti« navkljub.

V luči poudarjanja izvoljenosti akterjev politično-gospodarske sfere je zanimivo tudi opozorilo o »družinskih privilegijih«, ki naj bi jih imela Zagožnova žena in sin, in ki naj bi škodili ugledu vlade. *»Zanimivo, da nekateri, tudi najbližji sodelavci predsednika vlade, Janšo opozarjajo, da neženirane kadrovske in poslovne operacije družine Zagožen (sinovo nepremičninsko podjetje menda na veliko kupuje na Gorenjskem) mečejo slabo luč na delovanje in ugled vladajoče koalicije,«* zapiše Direkt. V zgodbi se domnevni gospodarski in politični korupciji, ki je sicer nakazana zgolj prek razvejanih povezav, afer in neuspešnih projektov, s tem pridruži še nepotizem. Ta celotno zgodbo nekoliko približa sferi vsakdanjega, kot ga pozna bralec, saj jo umesti v slovenski prostor, medtem ko jo je prejšnja mednarodna razsežnost še dodatno oddaljevala. Poleg tega gre za vidik družinskih odnosov, ki poudarja Zagožnovo osebnost in se hkrati že dotika njegove zasebnosti. Glede na sklepni komentar, da bi lahko nediskreten poslovni razmah privilegiranih družinskih članov škodil ugledu koalicije (ne pa na primer vpletanje gospodarskih in političnih akterjev v afere), pa naj bi imel ravno ta, najmanj zvezdniški vidik, najmočnejši vpliv na javno mnenje. Večji problemi in njihovi akterji na drugi strani ostajajo nedotakljivi.

- Politika kot odraz moči posameznikov in odnosov med njimi:

Med najbolj pogostimi motivi prispevkov o slovenski politiki v Direktu so osebne povezave, konflikti in izkazovanja moči, ki si jih lahko privoščijo privilegirani politiki. Ta okvir se močno povezuje s prejšnjim, torej poudarjenimi osebnostmi politikov, ki pa skozi svoje odnose v nenehnem političnem boju ustvarjajo politični prostor. Stranke, njihovi programi in

uradne odločitve so v ozadju, izstopajo pa posamezniki s svojim bojem za čim večji vpliv. Dejavnost strank je v tem kontekstu zgolj ozadje in krinka za sebično dejavnost političnih osebnosti, sicer pa je obrobnegega pomena. Dejanske odločitve se sprejemajo na ravni močnih osebnosti oziroma skozi njihov boj za prevlado. Direkt politiko sicer slika kot kompleksen prostor, ki ga obvladujejo le izbranci, a je princip političnih odločitev in sprememb precej enostaven: prevlada volja tistih, ki so najdrznejši, najbolj močni in najbolj prilagodljivi. Včasih je tekmovanje »najboljših« tudi samo sebi v namen. Tudi če zmaga v njem (še) nima praktičnih posledic, veliko šteje že prestiž, ki ga prinaša.

Tudi pri poročanju o kongresu stranke LDS (Jud 2005a, 2–4) programi kandidatov za predsednike stranke niso omenjeni, ravno tako je le bežno označeno, kakšno usmeritev stranke napoveduje izvoljeni Jelko Kacin. Poudarek je na opisovanju vzdušja, drobnih intrig med člani stranke in vedenju obeh kandidatov, izbranega Kacina in poraženega Iva Vajgla. Razlika med njima naj bi bila, da je »*Vajgl off the record večkrat poudaril, da misli, da bo zmagal*«, medtem ko ni Kacin »*tega nikoli poudarjal*«. Prispevek pojasni tudi, s kom je bil posamezni kandidat bolj povezan in kdo so bili njegovi podporniki: »*Strmoglavljeni Tone Rop je poskušal delovati dobrovoljno, vendar mu to ni najbolje uspelo. Vajgl je bil njegov kandidat, imel je podporo nekdanjega predsednika države Milana Kučana in aktualnega predsednika Drnovška, toda bržkone se je Rop zavedal, da je čas kabinetnega kupčkanja, na katerega je LDS stavila celih dvanajst let, mimo*«. Politični boj, kot ga slika Direkt, ne poteka le med različnimi političnimi strankami, ampak morda celo bolj znotraj samih strank. V nadaljevanju prispevek tako pojasni, da je bila »*računica med Drnovškom in Ropom kakopak jasna: Rop je podprl Drnovškovega kandidata Vajgla, ker bi mu ta ob izvolitvi zagotovo omogočil, da ostane vodja poslanske skupine LDS*«. Tudi sodelovanje znotraj posameznih struj v stranki in podpiranje posameznih strankarskih kolegov sta v tabloidni reprezentaciji zgolj odraz posameznikovih ozkih interesov. Direkt te silnice, ki odločajo tudi o vodstvu stranke, opisuje z distanco in ironijo, skozi katero postanejo politiki nekoliko »čudaški«, samozaverovani zvezdniki.

Prispevek popisuje tudi, kdo je na kongresu s kom govoril, kdo je v skupini odšel na kosilo, pa tudi, kdo je bil za govorniškimi odrom. Čeprav se trudi akterje tudi osmešiti, pa ostaja jasno, da gre za pripadnike elite, ki živijo znotraj svojega sveta in po svojih posebnih pravilih.

Vsebina govorov v prispevku ni omenjena, ampak so govorniki izpostavljeni predvsem zaradi »sočnih« podrobnosti. *»Ko se je za govorniški oder povzpel predsednik mladih liberalnih demokratov Aleš Bučar - Ručan, je nekdanji Ropovi desni roki Marijani Kanduti vztrepetalo srce (vplivna Kandutijeva naj bi bila z mladim politikom tudi intimno povezana), večina pa si je potihoma želela, da bi neartikulirani mladenič čim prej utihnil – vsekakor bo moral do prodora v visoko politiko opraviti lepo število govornih vaj,«* opiše enega od teh nastopov. Skozi tovrstne komentarje prispevek opozarja tudi na »plehkost« manj vplivnih politikov v stranki, hkrati pa so tudi v funkciji zabavanja bralcev.

Ob kongresu in zmagi Jelka Kacina Bojan Požar napiše tudi enega redkih političnih komentarjev, objavljenih v Direktu, ki je kot tak jasno vizualno označen in ni pomešan med informativno vsebino. Pod naslovom Bumerang (Požar 2005a, 3) Požar zmago Jelka Kacina v tekmi za novega predsednika LDS označi kot *»dokončen zaton mega tandem Janez Drnovšek-Gregor Golobič, ki je liberalni stranki vladal deset let, državi pa kakšno leto manj«*. Analizira tudi vzroke za *»dramatični preobrat«*. Gregor Golobič je po Požarjevem z samovoljnimi kadrovske izbirami *»zrevolitiral že tako odtujeno strankino bazo. Tudi Tone Rop je bil izbran po volji Drnovška in Golobiča. Navidezno je bil dobra rešitev, saj premore izvrstne tehnokratske sposobnosti, toda pokopale so ga druge okoliščine. Je nestrpen in nediplomatski, poleg tega pa se ni mogel znebiti njune sence – bil je pač nastavljen.«* Med okoliščinami, ki jim pripisuje Ropov »padec«, Požar tako izpostavi njegove negativne osebne poteze, čeprav mu priznava tudi nekatere sposobnosti. Naslednje pojasnilo najde v povezavah med politiki, torej Ropovi »nastavljenosti«, pa tudi v tem, da je *»stranko in državo je Rop dobil v roke takrat, ko se je oblast LDS ljudstvu že dodobra priskutila«*. Požar pri tem uporablja zelo neposreden diskurz, ki vsebuje tako elemente insajderstva kot tudi vsakdanjega govora o politiki, kot naj bi ga uporabljali bralci. Kompleksna vprašanja tako nekoliko poenostavlja, čeprav hkrati prikazuje njihove različne plati. Tabloidna reprezentacija politične sfere se v komentarju kaže skozi poudarjanje vidika osebnosti in odnosov. Za poraz LDS na volitvah, posledično pa tudi menjavo vodstva, naj bi bile tako odgovorne predvsem kadrovske izbire ter spletke Janeza Drnovška in Gregorja Golobiča. Štelo pa je tudi stanje duha v državi, zaradi katerega je bil Ropov mandat obsojen na neuspeh.

Komentar je Kacinu močno in odkrito naklonjen, tako kot preostali članki Direkta na temo kongresa LDS in izbiranja novega vodstva pa se osredotoča na močne posameznike znotraj stranke. Ob tem Požar spomni, da sta na kongresu LDS Drnovšek in Golobič podpirala

kandidata za predsednika stranke Iva Vajgla, od Kacina pa je »pričakovati, da bo stranko osvobodil njune zapuščine« ter »LDS poenotil na platformi brezkompromisnega boja proti Janezu Janši«, poleg tega pa »Kacin namerava stranko organizacijsko bolj učvrstiti in več posluha nameniti strankarski volilni bazi«. Požar komentar zaključí z ugotovitvijo, da je lahko zmagovalec premieru Janši kos tudi s svojo osebno zgodovino, saj se ga iz osamosvojitvene zgodbe »preprosto ne da odstraniti. Zato lahko res postane Janševa nočna mora, kjer se poklonjene pištrole vračajo kot bumerang.« Komentar skuša odlučiti različne plasti politične spremembe, pri čemer si prizadeva biti zelo razumljiv, privlačen in neposreden. Tem ciljem je v veliki meri podrejena tudi argumentacija.

- Neuspehi politikov kot odraz človeških slabosti:

Direkt (Jud 2005d, 3–4) postopno padanje javnomnenjske podpore vladi interpretira kot rezultat osebnostnih značilnosti predsednika vlade Janeza Janše in njegovih slabih kadrovskih izbir. Poleg tega, da nima dobrih kadrov, ima po pisanju Direkta težave tudi pri izbiri oblačil. Pri neprimernih kadrovskih potezah Direkt bolj kot njihova dejanja izpostavi osebnostne značilnosti teh ljudi, ki so vladi škodovali. Tako med naštevanjem Janševih slabih potez izpostavi, da »kljub sumljivi preteklosti za državno sekretarko imenuje Andrijano Starina Kosem, čeprav Janšo nekateri njegovi najbližji kolegi opozarjajo, da bodo s to žensko samo težave«. Neprimernost izbire Starine Kosmove pri tem ni pojasnjena z njenimi aktualnimi dejanji, ampak z njeno preteklostjo, ki je zelo nedoločno označena kot sumljiva, ne da bi prispevek pojasnil, zakaj. Drugi razlog, zakaj naj bi bila neprimerna za delovanje v političnem vrhu, je njena težavnost, ki pa ravno tako ni razčlenjena ali ponazorjena s konkretnimi dejanji, ampak je zgolj potrjena prek opozoril »najbližjih kolegov« Janeza Janše.

Prispevek o padanju javne podpore vladi nadaljuje s pojasnilom, da se marsikateri član SDS potoži, da se z Janšo ne more več pogovarjati in »da se šepeta, da Janševa svetovalka za stike z javnostmi Katja Ujčič na Vikendu predsednika vlade na robu Trente najde las, ki ni njen, ker ni črne barve«. Delo vlade je tako po videnju Direkta podrejeno Janševi muhavosti, ki jo posredno, z namigom na ljubezensko zvezo s svetovalko za odnose z javnostmi in še eno, neimenovano tretjo osebo, pripiše »ljubezenskemu trikotniku«. Za neuspeh politike vladajoče koalicije, ki se kaže skozi spreminjanje odnosa javnosti do nje, pri tem niso odgovorne le slabosti politikov, ki se kažejo v njihovem ravnanju znotraj politike, ampak tudi njihove

slabosti v zasebnem življenju. Glede na to, da naj bi tudi v zasebnosti premiera Janše nastopala zaposlena v njegovem kabinetu, se obe sferi sicer prepletata.

Komentiranju kadrovskih izbir in odvisnosti premiereve »volje« od njegovega zasebnega življenja se pridružijo tudi kratke informacije o dogodkih, kot so menjave vodstva Dela ter sporna prodaja Mercatorja. Tudi pri padanju javnomnenjske podpore je tako močno izpostavljen »človeški faktor« politike, medtem ko so konkretne politične odločitve omenjene le na kratko. Bolj kot vzrok za padanje javnomnenjske podpore so prikazane v kontekstu splošnega vzdušja v vladi ter kot posledica neprimernosti ljudi, ki jih je vlada postavila na vplivna mesta.

- Politiki kot nepopolni ljudje s slabimi razvadami:

Prek smešenja zaradi zdravju škodljivih razvad, ki pa so hkrati precej razširjene, lahko tabloid ruši podobo politikov kot nadpovprečnih izbrancev. Kot sleherniki so skozi svoje vsakdanje, a družbeno neškodljive slabosti na drugi strani bolj simpatični, prek razvad pa skuša Direkt prikazati tudi širše osebne značilnosti politikov, ki naj bi med drugim vplivale na njihovo politično ravnanje. V članku o dogajanju na finančnem ministrstvu pod vodstvom Andreja Bajuka (Jud 2005b, 3) tako izpostavijo njegovo kajenje, ki naj bi ga skrival pred svojo soprogo. Kajenje mu povzroča tudi zdravstvene težave, pojasni članek, ki skuša ob opisovanju Bajukovih osebnih lastnosti orisati vzdušje na finančnem ministrstvu in uspešnost samega ministriovanja. Tako zapišejo, da je *»gospod, ki je v medijih znan kot pravi politični zabavljaj (z novinarji se namreč rad šali), na ministrstvu menda pravi kolerik in sodelavce nadira kar mimogrede. Zdaj celo njegovi najožji svetovalci pravijo, da Bajuk, ki je v prvi vrsti bančnik, ni kos funkciji finančnega ministra«*. Bajukove osebne značilnosti pri tem povežejo z njegovo sposobnostjo obvladovanja funkcije, ki jo zaseda. Iz analiziranja odnosov, ki jih ima Bajuk z novinarji in zaposlenimi, prispevek preide v analiziranje njegovih odnosov s predsednikom vlade. Z Bajukovim delom tako po ugotavljanju Direkta ni zadovoljen predsednik vlade Janez Janša, vladne reforme pa so označene kot Janševa pomoč Bajuku, ki med ministriovanjem ni dal še nobenega pametnega predloga. Konkretna Bajukova dejanja, ki bi argumentirala Bajukovo neustreznost za vlogo finančnega ministra, niso navedena, ravno tako pa ni niti ugotovitev, kaj bi moral v tej vlogi storiti, pa ni. Vse je podrejeno pojasnjevanju medčloveških odnosov in Bajukovih osebnostnih značilnosti.

Kljub tabloidni tendencioznosti pa skuša prispevek prikazati različne plati Bajuka in njegovega ministrovanja, predvsem pa ga slika kot zanimivo in nasprotij polno osebnost. Bajuku pa v Direktu tako priznajo, da je ob škodljivih razvadah in izbruhih jeze tudi *»prava dobričina«*, saj ni na cesti za razliko od drugih ministrov Janševe vlade vrgel nikogar iz prejšnje vlade.

Očitna je fascinacija z ministrovo *»mesenostjo«*, hkrati pa prispevek postreže tudi z nekaj informacijami o slovenskem političnem življenju, ki so jih v bolj *»nevtralnem«* diskurzu, ki stremlji k objektivnosti, v tistem času objavljali tudi resni mediji. Zadnji odstavek se na primer konča z ugotovitvijo, da je *»kljub akutnemu zdravstveno-političnemu stanju Andrej Bajuk za zdaj edini uradni kandidat za predsednika NSi, ki ga bo stranka volila na kongresu 19. novembra«*. Tovrstne informacije so sicer vpete v slikanje Bajukovega značaja in njegovega položaja v vladi, pri tem pa so v funkciji dodatnega osvetljevanja tega položaja.

- Korupcija:

Vprašanje korupcije v politiki lahko tabloid obravnava z drugačnega stališča kot resen časopis: gre za eno od tem, ki so tabloidom *»pisane na kožo«*, saj vsebuje značilne elemente škandala na eni strani in osebnih povezav na drugi. Pri razkrivanju tovrstnih nepravilnosti si lahko hkrati tabloid privoščiti več, saj se od njega ne pričakuje zmernosti in izogibanja *»umazaniam«* podrobnostim. V sklopu tega pa lahko postavlja tudi pomembna notranjepolitična vprašanja, ki se zrcalijo v posameznem primeru.

Direkt je dal v prispevku z naslovom Plemeniti Kljukec (Jud 2005c, 2) namenil veliko pozornosti protikorupcijski zakonodaji, ki je odpravljala obstoječo komisijo za preprečevanje korupcije pod vodstvom Draga Kosa (*»Kosovo«* komisijo). Ob tem se posebej posveti *»vezani trgovini«* med strankami oziroma politiki v ozadju novega zakona. Članek pojasnjuje, da so predlog zakona o nezdržljivosti odpravljanja javne funkcije s pridobitno dejavnostjo, ki so ga vložili poslanci SNS, *»spacali kar uslužbenci pravosodnega ministra Lovra Šturma«*, kar je *»naključno sčeval tudi eden izmed uslužbencev«*. Direkt ugotavlja, da s predlogom protikorupcijskega zakona *»ob asistenci prvaka SNS Zmaga Jelinčiča Plemenitija«*, *»Kosovo«* komisijo dejansko odpravlja predsednik vlade Janez Janša, ki mu je Kos *»trn v peti«*. Direkt nato našteva podrobnosti *»naveze med Janšo in Jelinčičem«*, kot označi predlog zakona in doda, da je *»žal res težko verjeti, da je stranka, ki vsaj v javnosti ne premore*

kakšnega vidnejšega strokovnjaka za katerokoli področje razen za orožje, seveda, spisala predlog zakona, ki naj predstavlja slovenski temelj boja proti korupciji».

Prispevek o protikorupcijski komisijo novo protikorupcijsko zakonodajo, njene posledice in njeno nastajanje tako postavi v kontekst interesov politikov in političnih strank. Ravno uveljavljanje parcialnih interesov, nasprotnih od javnega interesa, naj bi bilo v ozadju neobičajnega sodelovanja med vlado in opozicijsko stranko. Direkt takšno sklepanje med drugim argumentira s trditvijo, da je, *»tudi če odmislimo osebne zamere med Janšo in Kosom, javno znano, da premier ne trpi nepokorščine in neodvisnosti. Ker je Kosova komisija neodvisna od vseh treh vej oblasti in je kot taka nastala zaradi mednarodnih priporočil, si predsednik vlade ne more privoščiti, da bi komisijo odpravil kar na lastno pobudo. To bi pomenilo, da Slovenija nasprotuje mednarodnim priporočilom«.* Politične okoliščine pri tem Direkt poveže z osebnimi lastnostmi premiera, ki ga posredno označi kot človeka, ki ne trpi drugih mnenj in želi imeti vse niti v rokah. Tabloid tako postane amaterski psiholog, ki presoja o značajskih lastnostih politikov, hkrati pa bralcem s poznavalskega stališča pojasnjuje, kako te lastnosti vplivajo na njihovo ravnanje v politiki, odnose z drugimi političnimi akterji in posledično na celoten politični prostor.

Prispevek dodatno pojasnjuje, da neodvisno komisijo od Slovenije pričakuje Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj OECD, v katero si Slovenija prizadeva vstopiti: *»Če Janša ad hoc odstreli neodvisno komisijo, je to zelo slaba popotnica za vstop v OECD. Če pa neodvisno komisijo formalno odpravi opozicija, Janša v očeh mednarodne javnosti ne izgubi ugleda, ker vladajoča koalicija pač ni kriva za opozicijske finte«.* Politika je tako prikazana kot področje, v kateri želijo vladajoči čim bolj uveljaviti lastne interese, hkrati pa za to plačati čim manjšo ceno. Prispevek v pojasnjevanju situacije uporablja nizkopogovorni jezik in ton, ki poudarja »domačnost« z bralcem, pri tem pa nekoliko spominja na vsakdanje opravljanje. Hkrati ta ton predpostavlja vnaprejšnjo poučenost bralca, ki mu podaja »insajderske« informacije, o nekaterih prvinah slovenske politike. Pojasnjevanja je malo, ravno tako Direkt ne išče olepševalnih izrazov za opisovanje temnih plati politike, kar zmanjšuje distanco do bralca, pa tudi bralčevo distanco do političnega dogajanja.

Direkt ob tem pojasni, da bo zakon zagotovo sprejet, saj ga poleg Jelinčičeve SNS podpirajo vse koalicijske stranke. Napove, da bo, *»ko bo Kosova komisija odpravljena, Janša izpolnil dolg do Jelinčiča. Vse pristojnosti neodvisne Kosove komisije za preprečevanje korupcije bo v*

celoti prevzela državnozborska komisija po zakonu o preprečevanju korupcije, ki jo, kako prikladno, vodi poslanka SNS Barbara Žgajner Tavš, socialna delavka in nekdanja radijska napovedovalka iz Trbovelj, ki se z bojem proti korupciji ni ukvarjala še nikoli v življenju».

Kot izhaja iz prispevka, naj bi SNS za vlado opravila umazan posel, s čimer bi si pridobila vodenje parlamentarnega protikorupcijskega telesa, vlada pa bi se na ta način izognila mednarodnim pritiskom in očitkom, da »zunanj« protikorupcijsko komisijo ukinja zaradi lastnih interesov. Direkt pri tem izrazito meša informiranje in komentiranje, kar počne bolj odkrito od resnih časopisov. Interpretacije, ki jih resni časopisi pripisujejo »mnenju poznavalcev« oziroma »dobro obveščenih, ki ne želijo biti imenovani«, tako zapiše v trdilni obliki in jih ne navaja zgolj kot mogoč scenarij ali eno od možnih interpretacij. Poudarjen je kontekst, v katerem je SNS vložila zakon: nesoglasja med vlado in obstoječo protikorupcijsko komisijo na eni strani, mednarodno zaželeno neodvisnost komisije od treh vej oblasti skupaj s slovenskim prizadevanjem za vstop v organizacijo razvitih držav OECD na drugi strani. Poudarjena je tudi vloga posameznih osebnosti, ki so pomembnejše od vlade, ministrstev ali strank. Za zakon je tako po Direktu ključna volja Janeza Janše, ki se bolj kot same protikorupcijske komisije želi znebiti svojega starega nasprotnika Draga Kosa, ministrstvo za pravosodje in koalicijske stranke pa mu služijo zgolj kot orodje za doseg tega cilja. Na strani stranke SNS je v prispevku na isti način izpostavljen njen predsednik Zmago Jelinčič, ki naj bi obvladoval neizkušeno predsednico državnozborske protikorupcijske komisije, poslanko SNS Barbaro Žgajner Tavš. Sami stranki pa prispevek kompetence za pripravo zakonodaje odreče, ko ugotovi, da ji primanjkuje strokovnjakov, ki bi bili tej nalogi sploh kos. Več kot uradna politika posameznikov in njihovih strank pa v tabloidnem diskurzu štejejo tudi njihove osebne lastnosti, v tem prispevku še zlasti Janševe.

6.2.3 Maj 2007

Maja 2007 je novic iz političnega sveta manj – na prvih straneh so jih v veliki meri nadomestile zgodbe iz gospodarstva in lokalna vprašanja. Urednica je v vmesnem času postala Ksenija Gerovac. Zamenjala se je tudi večina Direktovih novinarjev. Insajderskih informacij o strankarski politiki skorajda ni več, politične novice pa so pogosto povzete v kratkih okvirjih in z vsebino, ki odraža zgolj sporočila za javnost, tiskovne konference in agencijske novice. Tudi pri daljših prispevkih politične osebnosti niso v ospredju, saj je poudarek na obravnavanih problematikah. Hkrati je v rubriki Telegraf, pa tudi sicer, precej

povzemanja političnih novic po Slovenski tiskovni agenciji, kar se je na začetku izhajanja Direkta dogajalo le redko.

Daljše prispevke o politiki, objavljene v tem času, bi lahko razdelili v tri sklope: golo povzemanje, povzemanje, pomešano s komentiranjem, in poročanje o posamezni problematiki. Okvirjev, kot sem jih zasledila na začetku izhajanja Direkta, ni, usmeritev pri poročanju o političnih tematikah pa se zdi precej naključna in povsem odvisna od posameznega novinarja.

- Golo povzemanje uradnih virov:

Primer povzemanja je krajši prispevek z naslovom Janša brez besed o Drnovšku (2007, 3), ki poroča o tiskovni konferenci Janeza Janše. Prispevek pri tem povzema, da je *»premier Janez Janša nekaj odgovorov na vprašanja o aktualnih temah podal na včerajšnji tiskovni konferenci po potekli, za javnost manj zanimivi konstitutivni seji odbora za statusna in pravna vprašanja slovenske narodne skupnosti v sosednjih državah. Povedal je, da je sporazum o sodelovanju pred in med predsedovanjem Slovenije V EU sedaj nekoliko dopolnjen, pripombe povabljenih k sodelovanju pa naj bi bile v kar največji meri upoštevane in »kmalu bo verjetno tudi možno določiti datum podpisa«*. Že na začetku prispevka je tako očiten odmik od tabloidnega diskurza, značilnega za začetek izhajanja Direkta. Gre za ozko poročilo s tiskovne konference, ki hkrati odraža ne ravno izkušenega novinarja (ta je podpisan zgolj z inicialkama az). Prispevek je skorajda dobesedno povzemanje izrečenega, ki pa ni postavljeno v kontekst, kot je to v dnevnikih časopisih običajno pri poročanju o tiskovnih konferencah politikov.

Takšno je med drugim tudi povzemanje Janševega komentarja prihajajočih volitev: *»Odločitev predsednika republike Janeza Drnovška, da na prihodnjih volitvah ne bo kandidiral, je Janša postavil v čas, ko bo potekel formalni rok za vložitev predsedniških kandidatur, o kandidatu SDS pa za zdaj še ni mogel povedati ničesar bolj določenega. Vprašanje pristojnosti predsednika republike se mu zdi potrebno daljše razprave, morebiten poskus razrešitve tega vprašanja pa je postavil v naslednje mandatno obdobje.«* Jezik je izrazito suhoparen, ponekod celo strokoven, kar zmanjšuje razumljivost poročila širšemu krogu bralcev, hkrati pa odraža ravno dobesedno povzemanje izrečenega. Vprašanja, o katerih govori Janša, niso podrobneje pojasnjena, kar ravno tako zmanjšuje razumljivost besedila za tistega, ki o teh vprašanjih ni podrobneje informiran. V članku, ki zgolj informira, ni z izjemo

grafičnih značilnosti, precej velike Janševe fotografije in velikega, z rdečo podčrtanega naslova, vidna nobena od tabloidnih prvin. Ni interpretiranja dogodkov, pomešanega s poročanjem, ki je bilo pogosto na začetku izhajanja Direkta, Janša pa je izpostavljen zgolj kot govorec, ne pa tudi kot akter političnega dogajanja. Slednje je prikazano kot »sterilen« prostor, ljudje, ki ga ustvarjajo, pa so izpostavljeni zgolj kot funkcije.

Prispevek poroča še, da se je iz Janševih besed dalo razbrati, da ni problem izbrisanih nič bližje rešitvi in da je zatrdil, da gre pri namigih o gradnji plinskega terminala v Kopru le za govorice, ki jih ni v nobenih strateških načrtih vlade. V njem je našeta kopica tem, o vsaki pa je zapisan zgolj stavek, kar znova kaže na ne prav večjega poročevalca. Hkrati ta ni poiskal druge plati teh vprašanj, zanimivih podrobnosti v zvezi z njimi ali pa vsaj nastopom Janeza Janše. Članek je, čeprav ima privlačen naslov, ki obljublja politično zgodbo s poudarkom na osebnem, sam povsem »brez soka«. Gre za poročilo, ki vsebuje celo manj tabloidnih prvin od tovrstnih poročil v resnih časopisih, saj ti velikokrat dodajo zanimive podrobnosti, tiskovno konferenco postavijo v kontekst dogajanja v zakulisju in znotraj nje izpostavijo čustveno obarvane izjave, ki jih Direkt v tem primeru ni poiskal.

- Povzemanje, pomešano s komentiranjem:

Tudi v prispevku z naslovom *Mežikajoča sova, čukasta vlada* (Suhadolnik 2007, 3) novinar poroča o javnem, splošno znanem dogajanju pri aferi Sova, a za razliko od golega povzemanja to počne prek takoimenovanega »komentiranega« poročila, s »sočnim« in sarkastičnim izrazjem. Tako zapiše, da se je član komisije za nadzor obveščevalnih in varnostnih služb Miro Petek »cinično pohecal, da se afera s Sovo očitno umirja, ker premier Janez Janša v ponedeljek ni dobil nobenega poslanskega vprašanja na to temo«. Kot nadaljuje, je drugi član komisije, poslanec LDS Rudolf Moge »precej bolj resno pripomnil, da si je vlada z javnim razčiščevanjem Sovinega črnega perila nakopala bes najmanj dveh pomembnih tujih tajnih služb. Ni bilo težko ugotoviti, da gre za nemško BND in britansko MI5. Mediji so namreč v isti sapi na veliko razbobnali, kako so nemški vohuni gostovali kar blizu glavne Telekomove stavbe v Ljubljani, da so lažje prisluškovali celotnemu Balkanu, slovite britanske špijone pa je Sova gostila med vse prej kot učinkovitim pregonom na jugozločinca Ratka Mladiča. Seveda se obenem ni pozabilo razkriti, da sta bili omenjeni tuji službi tudi glavni vlagateljici v pravkar ukinjeni črni fond«. Novinar uporablja čustveno obarvano izrazje, s katerim akterje zgodbe in dogodke posredno tudi komentira in vrednosti.

Prispevek povzema tudi sporočilo za javnost iz vladnega urada za informiranje, ki pa ga označi kot »svarilno okrožnico«, v kateri urad ugotavlja, da so zadnje objave v medijih najverjetneje posledica izdaje strogo tajnih informacij z možnimi izjemnimi posledicami. *»In da je situacija zelo resna. In da generalni direktor policije ter pristojni državni tožilec zločinskim izdajalcem že dihata za ovratnik. Kar seveda pomeni, da jih nikoli ne bosta našla,«* povzemanje poročila za javnost nenadoma preide v komentiranje. Komentiranje se pri tem ves čas meša s poročanjem – novinar nastopa s stališča poznavalca, a dogajanje in motive akterjev presoja brez kakršnega koli navajanja argumentov. Komentiranje dogajanja tako temelji na nekakšni zdravorazumski poziciji, kot bi jo lahko zastavil katerikoli bežen poznavalec dogajanja. Prispevek sicer vsebuje precej tabloidnih prvin, poleg omenjenega »komentiranega« poročanja tudi senzacionalizem in poudarek na osebnostih, a se vseeno bistveno razlikuje od prispevkov na začetku izhajanja Direkta. Takrat so politično dogajanje sicer upovedovali na podoben način, ki smeši njegove akterje in poudarja njihov brezobzirni egoizem, a so se bistveno bolj posvečali vsebini prispevkov. Ti so na začetku izhajanja v veliki meri temeljili na neuradnih informacijah in insajderskih interpretacijah dogajanja, maja 2007 pa od takšnega poročanja o politiki ostane le forma, medtem ko vsebine dejansko ne odstopajo od izjav uradnih virov. Čeprav novinar nastopa s pozicije »insajderja«, za razliko od tovrstnih prispevkov oktobra 2005 članku ne daje »dodane vrednosti« z nikakršnimi informacijami, ki ne bi bile javno znane oziroma dostopne prav vsem slovenskim medijem. Prispevek ničesar ne razkriva, ampak predstavlja zgolj kompilacijo o različnih splošno znanih izjavah in dogodkih pri aferi Sova, ki pa so začinjene s komentiranjem. Dvom v racionalno ravnanje akterjev je sicer izražen v naslovu, ki Sovo označi kot »mežikajočo«, vlado pa kot »čukasto«. Kompleksno dogajanje prispevek močno poenostavlja, pomanjkanje »insajderskih« informacij pa prikriva s satiričnostjo, ki je poudarjena tudi z ilustracijo »slepe« Sove in pripisom, da bo *»zaradi medijske presvetlitve Sova v prihodnjih mesecih bolj slepa«*.

- Poročanje o problematiki:

Tudi v daljših prispevkih je maja 2007 manj poudarka na političnih osebnostih, več pa na političnih vprašanjih oziroma družbenih problemih, s čimer se Direkt približa resnim časopisom. Oktobra leta 2005 tovrstnih prispevkov nisem zasledila, maja 2007 pa jih je precej.

V prispevku Slovenija ne nadzira pedofilov (Goljevšček 2007, 7) Direkt obravnava vprašanje registra pedofilov, ki ga imajo v Veliki Britaniji in mnogih ameriških državah, v Sloveniji pa ga ni. »Pri nas takšnega registra nimamo in, kot kaže, stroka o njem sploh še ne razmišlja. S to problematiko se poglobljeno ukvarjajo v Slovenski nacionalni stranki, kjer kritično ocenjujejo predvsem določila obstoječega kazenskega zakonika in se zavzemajo za njegovo spremembo,« zapiše Direkt. Poročanje je »suho«, avtor prispevka v njem ni posebno viden, poudarjena pa je kritičnost do slovenske ureditve in prizadevanje SNS na tem področju. To ni označeno kot politično, ampak je poudarjena njegova človečnost, prizadevanje za spremembe na bolje. Gre za zelo velik premik v zornem kotu časopisa Direkt, če ga primerjamo s tistim v poročanju oktobra 2005, ko so bila prizadevanja politikov praviloma »razkrinkana« kot sredstvo za doseganje njihovih sebičnih interesov.

Prispevek se nadaljuje s povzemanjem poslanke SNS Barbare Žgajner Tavš, da so predlog takšnega registra podali že pred časom, a so mu nasprotovali takratni varuh človekovih pravic Matjaž Hanžek, minister za pravosodje Lovro Šturm in posledično celotna vladna koalicija. Kot »zanimivo in pomembno« Direkt označi potezo Tavševe, da je na vlado naslovila poslansko pobudo za oblikovanje posebnega zakona o varuhu otrokovih pravic in sprožitev postopkov za njegovo uzakonitev.

Nadaljuje s problematiko pedofilije: »V Sloveniji sicer obstaja evidenca kaznovanih ljudi, vendar policija nima pristojnosti, da bi storilce po prestani zaporni kazni nadzorovala«. Povzema tudi odgovor ministrstva za pravosodje, da je treba spremembe obstoječega zakonika spremljati in analizirati njihov učinek, preden lahko ocenijo, ali je treba razmisliti o dodatnih ukrepih pri kaznivih dejanjih zoper spolno nedotakljivost in doda, da registru pedofilov nasprotuje tudi aktualna varuhinja človekovih pravic Zdenka Čebašek Travnik, saj »po njenem mnenju pri nas ni mogoče zagotoviti popolne anonimnosti žrtev in jih tako zavarovati«. Novinarka Melita Goljevšček prispevek zaključí s stališči Žgajner - Tavševe, ki kazni za pedofile v Sloveniji označuje kot sramotno nizke, »kar je negativen signal za žrtev in pomeni zanjo dodatno stigmatizacijo«. V prispevek je umeščen tudi okvirček s tremi izjavami o registru pedofilov: v izjavi ga podpirata predsednica Združenja proti spolnemu zlorabljanju Katja Bašič in generalna sekretarka društva Beli obroč Vlasta Nussdorfer, v njegovo koristnost pa dvomi poslanka LDS Zdenka Cerar.

Med vrsticami je prispevek naklonjen pobudi SNS glede registra pedofilov, saj države, ki ga imajo, izpostavlja kot dober vzor. Kar dvakrat izpostavi tudi poslansko pobudo Žgajner Tavševe za varuha otrokovih pravic, ki jo označi kot »*zanimivo in pomembno*«, argumentom za register pedofilov pa da na voljo več prostora kot protiargumentom in skepsi do takšnega načina varovanja otrok pred pedofili. Kljub temu pa je senzacionalizem v članku zgolj nakazan: predstavljeni so različni vidiki problematike, ukrepi, ki so bili že sprejeti, pa tudi različna stališča strokovnjakov. Prispevek zgolj poroča, komentarjev ni, o glavni akterki članka, Barbari Žgajner Tavš, pa izvemo le, za kaj se zavzema. Naslov *Slovenija pedofilov ne nadzira* je oster in pritegne, a predstavlja zgolj uradno dejstvo, zapisano v članku. Prilagoditev tabloidnemu stilu je tudi znotraj tega sklopa vidna le na retorični, ne pa tu tudi na vsebinski ravni.

6.3 Analiza

V dveh obdobjih izhajanja Direkta, ki sem se jima posvetila, sem odkrila dve povsem različni uredniški politiki. Medtem ko se je prva na vseh ravneh zavezala tabloidnosti, je bila ta pred koncem izhajanja v prispevkih o slovenski politični sceni vidna le še na jezikovno-retorični, ne pa tudi na vsebinski ravni.

Okviri, ki sem jih identificirala v prispevkih, objavljenih oktobra 2005, so bili politične osebnosti, politika kot odraz moči posameznikov in odnosov med njimi, neuspeh politikov kot odraz človeških slabosti, politiki kot nepopolni ljudje s slabimi razvadami in korupcija. Ti okvirji se med seboj sicer prepletajo in delno prekrivajo, večina prispevkov pa se umešča v več okvirjev hkrati. Pri posameznem prispevku sem zato izpostavila tistega, ki je najbolj izrazit. Prispevek, ki sem ga umestila v okvir korupcije, se na primer posveča protikorupcijski zakonodaji, ki je odpravljala obstoječo komisijo za preprečevanje korupcije. Direkt zakonodajo pojasni kot posledico odnosa predsednika vlade Janeza Janše do predsednika komisije Draga Kosa, sam predlog te zakonodaje pa je po Direktovi razlagi omogočila »vezana trgovina« med vladajočo stranko SDS in opozicijsko SNS. Prispevek, ki sicer govori o korupciji, ki je ena od najbolj izpostavljenih političnih tematik v tabloidih, tako že prehaja v okviru političnih osebnosti ter politike kot odraza moči posameznikov in odnosov med njimi.

Prevladujoča značilnost, ki je skupna vsem okvirom, je personalizacija, Direkt pa prevzema vlogo amaterskega psihologa, ki pojasnjuje, kako osebnostne značilnosti politikov vplivajo na njihovo ravnanje in tudi na celoten politični prostor. Vsem okvirom je skupno tudi

prikazovanje politične scene kot prostora za soočanje moči in spletke elitnih posameznikov, ki se pri tem ne ozirajo na javni interes. Takšno stanje je na drugi strani predstavljeno kot nekaj samoumevnega. Tabloid svojim bralcem s posmehljivim in ciničnim odnosom do politikov pripoveduje, da je politika sicer nemoralna, a da »tako pač je«.

Medtem ko je Direkt oktobra 2005 slovenskemu političnemu prizorišču namenil zelo veliko pozornosti, je maja 2007 prispevkov o politiki in politikih bistveno manj. Insajderskih informacij o strankarski politiki, na katerih so sloneli prispevki v začetnem obdobju izhajanja tega tabloida, skorajda ni več, politične novice pa največkrat le še povzemajo sporočila za javnost in govorce na tiskovnih konferencah. Ker jasnih okvirjev ni bilo več, sem daljše prispevke o politiki razdelila v tri sklope. V sklopu golega povzemanja sploh nisem zasledila vsebinskih ali retoričnih tabloidnih prvin, politika je prikazana kot »sterilen« prostor, politiki pa so izpostavljeni zgolj kot funkcije. Sklop povzemanja se tabloidnemu stilu z uporabo čustveno obarvanega ozadja, mešanja poročanja s komentiranjem in vrednotenja političnih akterjev prilagodi predvsem na retorični, le delno pa tudi na vsebinski ravni. Komentiranje v tem sklopu temelji zgolj na zdravorazumski poziciji zunanjega opazovalca dogajanja, medtem ko informacije, ki jih povzema prispevek, v celoti temeljijo na uradnih virih. Osebnosti so pri tem poudarjene, ravno tako je očitno senzacionalizem, pomanjkanje »dodane vrednosti«, ki bi jo prinesle »insajderske« informacije, pa prikriva satiričnost prispevka. Tretji je sklop poročanja o problematiki, v katerem so politične osebnosti v ozadju, izpostavljeni pa so različni vidiki posameznega političnega vprašanja. Direkt se v tem sklopu močno približa resnim časopisom. O problematiki zgolj poroča, novinarjev odnos do nje je zgolj nakazan, o akterjih pa izvemo le, kakšna je njihova funkcija in za kaj se zavzemajo. Prilagoditev tabloidnemu stilu je znotraj tega sklopa opazna le skozi retoriko, kot je senzacionalističen naslov *Slovenija ne nadzira pedofilov*, ne pa tudi na vsebinski ravni. Medtem ko je začetno obdobje izhajanja Direkta očitno spremljala zavestna odločitev o tem, kako pokrivati politično sfero, tovrstnih usmeritev iz prispevkov pred koncem izhajanja nisem mogla izluščiti.

Z Direktom je, kar pa velja le za začetno obdobje izhajanja, v Slovenijo prišel nov tip diskurza o politiki. Ta diskurz je upošteval, da politike ne sestavljajo zgolj besede politikov in uradna dejanja strank, hkrati pa ni predstavljal zgolj zasebnega in družinskega življenja politikov, kot so pred tem počele slovenske ženske revije. Po vzoru tujih tabloidov, kot je nemški Bild, je tako na senzacionalističen način poročal o zakulisnih spletekah in igrah moči v politiki, korupciji in nepotizmu. Poročanje se je pri tem izdatno mešalo s komentiranjem,

politične odločitve pa so bile pojasnjene kot rezultat različnih osebnih interesov. Hipoteza, da tabloidi politično prizorišče predstavljajo prek osebnosti, zanemarjajo pa politične programe, ideje, in kompleksne politične teme, se v Direktu torej potrjuje. Da s takšnim načinom poročanja politično prizorišče reducirajo le na nekaj komponent, sicer drži, ravno tako kot drži, da takoimenovani resni mediji to pogosto počnejo z zanemarjanjem osebnega vidika.

V veliki meri se je potrdila tudi druga predpostavka, da so za tabloide zanimive predvsem tiste politične osebnosti, ki so trenutno akterji vročih tem. Člane LDS in njihove odnose Direkt na primer podrobneje izpostavi v času, ko je bilo v stranki zelo napeto in so hkrati izbirali novo vodstvo. Ugotovila pa sem, da trenutna izpostavljenost v politiki ni edini kriterij, ki odloča o pojavljanju posamezne osebnosti v tabloidnih prispevkih o politiki. Izpostavljeni so bili namreč predvsem tisti politiki, ki so hkrati zanimive, močne in nasprotij polne osebnosti. Prispevki zato niso v celoti odražali pozicij moči in aktualnosti same osebnosti, ampak so dajali prednost medijski »privlačnosti« politikov. Največ pozornosti prispevki v Direktu, ki so bili objavljeni oktobra 2005, tako namenijo posameznikom, ki omogočajo dvojen odnos- na eni strani občudovanje zaradi njihovih sposobnosti, zanimivosti in želje po moči, na drugi strani obsojanje zaradi nekaznovanega kršenja norm, napačnih odločitev in razvad. Elite se torej v tabloidnih prispevkih o politiki tudi v Direktu pojavljajo na način, na katerega je opozoril Langer (1998, 47). Pozornost je političnemu subjektu sicer namenjena zaradi njegove institucionalne moči, a ta ni v središču zanimanja, ta subjekt pa je hkrati humaniziran in povečevan. Takšna je tudi predstavitev politične sfere v Direktu: politike slika kot bolj ali manj nemoralne posameznike z običajnimi človeškimi slabostmi, ki pa si lahko zaradi svojega izjemnega položaja »privoščijo vse«.

7 Zaključek

Večina avtorjev, ki so preučevali odnos tabloidov do politične sfere, se je ukvarjala predvsem z njihovo (ne)vrednostjo. Kot najpomembnejše vprašanje tabloidnega poročanja o politiki je bilo izpostavljeno, kako dobro služijo državljanu, njegovi emancipaciji in javni sferi nasploh. »Vzgojiteljski« duh je vel tako iz razprav avtorjev, ki so ta način reprezentacije politične realnosti označevali kot škodljiv, kot tudi iz misli avtorjev, ki so tabloide jemali v bran, češ da je lahko njihov stil tudi subverziven. Ko sem oblikovala predpostavko, da tabloidi politično prizorišče predstavljajo prek osebnosti, zanemarjajo pa politične programe, sem imela tudi

sama v mislih predvsem tovrstne kritike in obrambe tabloidov, ki so se že globoko zasedrale v javnem govoru o tabloidih.

Tipični očitki tabloidnemu poročanju o politiki so tako pomanjkanje vsebine in dajanje prednosti zabavniški vrednosti dogodka pred njegovo politično pomembnostjo (McNair (1999, 68) ter bolj personalizirano in s tem manj kontekstualizirano poročanje o notranji politiki (Macdonald 1998, 110). Sparks (2000, 28) v skladu s tovrstnimi predsodki, ki jih teoretiki gojijo do tabloidov in njihovega občinstva, ugotavlja, da je namen resnega novinarstva olajšati politično participacijo, tabloidno novinarstvo pa nasprotno spodbuja zasebno življenje. Vse to odraža predvsem standarde, ki so bili postavljeni za resne medije, pa se jim tudi ti zaradi njihove neživljenjskosti le stežka približajo. Takšna je na primer norma objektivnosti, ki so jo tabloidi zavrgli. Lutharjeva (1997, 49) nasprotno ugotavlja, da bi se morala kritična evaluacija novih novinarskih praks odreči opredeljevanja vizualizacije, agende mehkih novic, humanizacije in narativizacije kot nasprotja emancipatornih diskurzov, ki naj bi jih utelešalo novinarsko prenašanje relevantnih informacij.

V svoji diplomski nalogi pokažem, da je lahko ravno tovrstno prenašanje informacij različnih političnih akterjev izrazito neemancipatorno. Ugotavljam namreč, da odstranjevanje osebnih vidikov politike, ki ga zahtevata »resnost« in »informativnost«, sliko politične sfere, v kateri osebni vplivi in interesi največkrat prevladujejo nad idejami in programi, kvečjemu krni. Hkrati diktat objektivnosti novinarske prispevke o različnih problematikah prezasiči s stališči »uradnih oseb« in mnenjskih voditeljev, za ozadje problema pa ostane zelo malo prostora. Strinjam se sicer, da personalizacija politično sfero preveč poenostavlja, a jo na drugi strani demistificira- tabloidni diskurz bralcem tako sporoča, da ni politika nič manj dovzetna za človeške slabosti in nič bolj privržena idejam od zasebne sfere. Na drugi strani drži, da tovrstna personalizacija sovpada z naraščajočo virtualizacijo politike, ki v politiki vire od priprave rešitev preusmerja k izgradnji imidža. Politična drža s tem vse bolj postaja sama sebi namen.

Da ima tabloidna subverzivnost svoje omejitve, torej drži, kljub temu pa opažam, da so kritike tabloidov v veliki meri utemeljene na predsodkih. Ti se delno napajajo iz modelov množičnih medijev, ki medijem na primer nalagajo vlogo »poročevalcev o objektivnih dejstvih« ali »nevtralnih nasprotnikov« (te modele je kot alternativna razumevanja vlog množičnih medijev v družbi opredelil Leighley (2004, 9)), vsebine, ki jim ne ustrezajo, pa so

avtomatično označene kot nekakovostne. Dihotomije »resno-trivialno, kakovostno-nekakovostno«, ki jih skozi primerjavo z novinarskimi normami vzpostavljajo kritike tabloidnega predstavljanja politike, pa še pogosteje izvirajo iz širše dihotomije med visoko in popularno kulturo. Pri očitku tabloidom, da niso zmožni vzgajati kompetentnih državljanov, gre tako za odnos kritikov do bralcev tabloidov. Tabloid s tem postane neracionalni Drugi resnega časopisa, bralec tabloidov pa nedovzetni Drugi izobraženega in racionalnega bralca resnih časopisov.

Medtem ko se je zanimanje avtorjev osredotočilo na vlogo tabloidov v javni sferi, sem analize samega tabloidnega diskurza o politiki odkrila zelo malo. Tudi ko so ga avtorji opisovali in vrednotili, so pri tem navedli zelo malo primerov, s katerimi bi podkrepili svoja razmišljanja. Ena od redkih, ki so tabloidno poročanje o politiki preučevali sistematično, je bila Kleinova (1998, 85) ki je analizirala naslove prispevkov o politiki v osrednjem nemškem tabloidu Bild. Pri tem je identificirala okvire, ki predstavljajo stalne in ponavljajoče se vzorce pokrivanja področja politike, prevladujoč okvir pa je bil »politiki kot običajni ljudje«. Ker sem ugotavljanje okvirov ocenila kot zelo primeren način analize tabloidnega predstavljanja politike, ki se ne osredotoča zgolj na posamezne značilnosti tabloidnega diskurza, ampak ga zanimajo predvsem njihovi skupni imenovalci in kontekst, sem se takšne analize v primeru slovenskega tabloida Direkt lotila tudi sama.

Pri tem sem izpustila vprašanje verodostojnosti tabloidov in njihovega upoštevanja etičnih standardov, saj menim, da ju je treba ločiti od analize tabloidnega diskurza. Ti dve vprašanji sta sicer zelo pomembni, saj tabloidi mnogokrat zavestno pozabljajo na novinarsko etiko in pravila preverjanja informacij, a sta bili hkrati prepogosto zlorabljeni kot argument pri obsojanju tabloidnega diskurza. Zanimivo pa bi bilo ugotoviti, v kolikšni meri je mogoče združevanje prednosti tabloidnega diskurza in teženj tabloidov po čim širšem krogu bralcev z upoštevanjem načel novinarske etike.

Pri analizi prispevkov, objavljenih na začetku izhajanja Direkta (oktobra 2005) in pred koncem izhajanja (maja 2007), sem se osredotočila le na vsebino pisanja o politiki. Ob analizi prispevkov, objavljenih oktobra 2005, sem izpostavila značilne tabloidne okvire, ki so se hkrati ponavljali. Takšen način umeščanja prispevkov pa se je ob analizi tistih, ki so bili objavljeni maja 2007, izkazal za neprimerne, saj nisem več mogla najti za tabloid značilnih okvirjev.

Kot se je izkazalo, je šlo v teh dveh obdobjih za dve povsem različni uredniški politiki-medtem ko se je prva na vseh ravneh zavezala tabloidnosti, je bila ta pred koncem izhajanja vidna na jezikovno-retorični, ne pa tudi na vsebinski ravni.

Okvirji, ki sem jih identificirala v prispevkih, objavljenih oktobra 2005, so bili politične osebnosti, politika kot odraz moči posameznikov in odnosov med njimi, neuspeh politikov kot odraz človeških slabosti, politiki kot nepopolni ljudje s slabimi razvadami in korupcija. Ti okvirji se med seboj sicer prepletajo in delno prekrivajo, večina prispevkov pa se umešča v več okvirjev hkrati. Vsem okvirom sta skupna personalizacija in prikazovanje politične scene kot prostora za soočanje moči elitnih posameznikov. Javni interes pri njihovem delovanju ostaja v ozadju, s svojim predstavljanjem politike sporoča Direkt. O možnostih spreminjanja takšnega stanja se ne sprašuje, ampak ga posmehljivemu in ciničnemu odnosu navkljub predstavlja kot »nujno zlo«.

Medtem ko je Direkt oktobra 2005 slovenskemu političnemu prizorišču namenil zelo veliko pozornosti, je maja 2007 prispevkov o politiki in politikih bistveno manj. Insajderskih informacij o strankarski politiki, na katerih so sloneli prispevki v začetnem obdobju izhajanja tega tabloida, skorajda ni več, politične novice pa največkrat le še povzemajo sporočila za javnost in govorce na tiskovnih konferencah. Ker jasnih okvirjev ni bilo več, sem daljše prispevke o politiki razdelila v tri sklope: sklop golega povzemanja uradnih virov, sklop s komentiranjem pomešanega povzemanja in sklop poročanja o problematiki.

Z Direktom je, kar sicer velja le za začetno obdobje izhajanja, v Slovenijo prišel nov tip diskurza o politiki. Upošteval je, da politike ne sestavljajo zgolj besede politikov in uradna dejanja strank, hkrati pa ni predstavljal zgolj zasebnega in družinskega življenja politikov. Po vzoru tujih tabloidov, kot je nemški Bild, je tako na senzacionalističen način poročal o zakulisnih spletkah in igrah moči v politiki, korupciji in nepotizmu. Poročanje se je pri tem izdatno mešalo s komentiranjem, politične odločitve pa so bile pojasnjene kot rezultat različnih osebnih interesov. Hipoteza, da tabloidi politično prizorišče predstavljajo prek osebnosti, zanemarjajo pa politične programe, ideje, in kompleksne politične teme, se v Direktu torej potrjuje. Da s takšnim načinom poročanja politično prizorišče reducirajo le na nekaj komponent, sicer drži, ravno tako kot drži, da takoimenovani resni mediji to pogosto počnejo z zanemarjanjem osebnega vidika.

V veliki meri se je potrdila tudi druga predpostavka, da so za tabloide zanimive predvsem tiste politične osebnosti, ki so trenutno akterji vročih tem. Ugotovila pa sem, da o pojavljanju posamezne politične osebnosti v tabloidnih prispevkih odloča tudi njena zanimivost in kontroverznost. Politika je namreč predstavljena kot poligon močnih posameznikov, ki med seboj tekmujejo, se drug drugemu maščujejo in si vračajo usluge. Njihov svet je oddaljen od sveta običajnih državljanov, saj se jim ni treba uklanjati zakonom in drugim omejitvam. Moralna poanta tabloidne reprezentacije politike je, da je vladajočim dovoljeno več kot ljudstvu, ki lahko o njihovih nečednostih kvečjemu izve, se nad njimi zgraža, hkrati pa v to privilegirano sfero nima vstopa. Iluzije, da je politika kaj več od golega interesa elite, s tem padejo, edina možna izbira, ki jo ponudi tabloidno poročanje, pa je sprijaznjenje s takšnim stanjem v družbi.

8 Literatura

- Althusser, Louis. 2000. *Izbrani spisi*. Ljubljana : Založba /*cf.
- Bird, S. Elizabeth. 1998. News we can use: an audience perspective on the tabloidisation of news in the United States. *Javnost* 5 (3): 33–49.
- Bogataj Marjeta, 2005. Direkt bo razširjen Bulvar, pravi Požar. *Finance*, 17. marec. Dostopno prek: <http://www.finance.si/115019> (10. november 2008).
- Dahlgren, Peter in Colin Sparks, ur. 1991. *Communication and citizenship : journalism and the public sphere*. London, New York: Routledge.
- Glynn, Kevin. 2000. *Tabloid culture: trash taste, popular power and the transformation of American television*. Durham, London: Duke University Press.
- Russel Goldman, 2008. *Is Tabloid Trash a Thing of the Past?*. Dostopno prek: <http://abcnews.go.com/Entertainment/story?id=5247237&page=1> (26. junij 2008).
- Hall Jamieson, Kathleen. 1996. *Packaging the presidency : a history and criticism of presidential campaign advertising*. New York, Oxford : Oxford University Press.
- 2003. *The press effect: politicians, journalists, and the stories that shape the political world*. Oxford, New york: Oxford University Press.
- Jud, Ana. 2006. Tabloid Direkt, orožje posameznikov. *Medijska preža*, maj. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/26/vmedijih/> (10. november 2008).
- Klein, Ulrike. 1998. Tabloidised political coverage in Bild-Zeitung. *Javnost* 5 (3): 79–93.
- Langer, John. 1998. *Tabloid television: popular journalism and the „other“ news*. London, New York: Routledge.
- Leighley, Jan E. 2004. *Mass media and politics: a social science perspective*. Boston, New York: Houghton Mifflin.
- Luthar, Breda. 1997. Exploring moral fundamentalism in tabloid journalism. *Javnost* 4 (1): 49–64.
- 1998. *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 2003. Produkcija lokalne slave. *Teorija in praksa* 40 (2): 287–266.
- 2008. *Proizvodnja slave*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, založba FDV.

- Macdonald, Myra. 1998. Personalisation in current affairs journalism. *Javnost* 5 (3): 109–226.
- Marshall, P. David. 1997. *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. Minneapolis, London: University of Minnesota.
- Matejčič, Katarina. 2005. Bojan Požar: Afera Juri je v primerjavi s tem pravi otroški vrtec. *Finance*, 13. september. Dostopno prek: <http://www.finance.si/130963> (10. november 2008).
- McNair, Brian. 2003. *An introduction to political communication*. London, New York: Routledge.
- McKee, Alan. 2005. *The public sphere: an introduction*. Cambridge, New York: Cambridge University press.
- Nimmo, Dan D. in James E. Combs. 1990. *Mediated political realities*. New York, London: Longman.
- Janice, Peck. 2000. From queen of talk to high priestess of reading: Oprah's book club and the problem of tabloidisation. V *Tabloid tales: Global debates over media standards*, ur. Colin Sparks in John Tulloch, 229–250. Lanham (Maryland): Rowman & Littlefield, cop.
- Pušnik, Maruša. 2003. Moralizacija kot estetski projekt dokumentarnega žurnalizma. *Teorija in praksa* 40 (2): 267–286.
- 2007. Kant bi moral študirati dizajn. *Arzenal*, april. Dostopno prek: http://www.arzenal.si/?content=web_post-articles-view_article&web_post_id=56 (17. september 2008).
- Stephenson, Hugh. 1998. *Sex, lies and democracy: the press and the public*. New York: Longman.
- Sparks, Colin. 2000. Introduction: The panic over tabloid news. V *Tabloid tales: Global debate over media standards*, ur. Colin Sparks in John Tulloch, 1–40. Lanham (Maryland): Rowman & Littlefield, cop.
- Storey, John. 2003. *Cultural studies and the study of popular culture*. Athens: University of Georgia Press.
- Analizirani viri:**
- Direkt*. 2005. Janša brez besed o Hrvaški (8. maj).
- Goljevšček, Melita. 2007. Slovenija pedofilov ne nadzira. *Direkt* (9.maj).

Jud, Ana. 2005a. Kdor ni z nami, je za nami. *Direkt* (17. oktober).

--- 2005b. Minister za finance tobačne industrije. *Direkt* (12. oktober).

--- 2005c. Plemeniti kljukec. *Direkt* (24. oktober).

--- 2005d. Janez, kva dogaja?!. *Direkt* (25. oktober).

Požar, Bojan in Velimir Bujanec. Zavožena Zagožnova Starina. *Direkt* (26. oktober).

Požar, Bojan. 2005. Bumerang. *Direkt* (17. oktober).

Suhadolnik, Gorazd. 2007. Mežikajoča sova, čukasta vlada. *Direkt* (31. maj).