

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Tehovnik

**Odnosi z javnostmi vlade na internetu: analiza spletne strani
Vlade Republike Slovenije**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Tehovnik

Mentor: doc. dr. Andrej Škerlep

**Odnosi z javnostmi vlade na internetu: analiza spletne strani
Vlade Republike Slovenije**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

ZAHVALA

Hvala mentorju doc. dr. Andreju Škerlepu za strokovno pomoč, napotke in usmeritve pri pisanju diplomskega dela ter za prijazno sodelovanje.

Iskrena zahvala pa tudi mojim najbližjim, ki so me tekom študija spodbujali, mi stali ob strani in verjeli vame.

ODNOSI Z JAVNOSTMI VLADE NA INTERNETU: ANALIZA SPLETNE STRANI VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE

Pojav in popularizacija interneta je močno vplivala na prakso odnosov z javnostmi, saj organizacijam omogoča dvosmerno komuniciranje z javnostmi, torej služi kot posrednik za dialog. Zaradi enostavnega dostopa in uporabe, hitrosti, zgoščenosti in lažje pretočnosti postaja celo dominantno komunikacijsko orodje, ki omogoča grajenje učinkovitih vzajemnih odnosov. Novi medij lahko z vzpostavitvijo in ohranjanjem transparentnega informiranja ter dialoškega in participativnega komuniciranja okrepi demokratični politični prostor, saj državljanom omogoča nadzor nad vlado ter aktivno sodelovanje v procesu političnega delovanja. Sodobne vlade morajo tako zagotavljati odprtost vladnega sistema, v ta namen pa najpogosteje uporabljajo spletne strani, ki z vključitvijo interaktivnih elementov lahko predstavljajo učinkovito orodje za posredovanje vladnih informacij ter vzpostavljanje dialoških odnosov. Kljub zavedanju pomena aktivne spletne komunikacije se oblike in odnos vlad do komuniciranja razlikujejo. V diplomskem delu sem z analizo spletnih orodij raziskovala, v kolikšni meri slovenska vladna spletna stran izkorišča demokratične funkcije interneta. Izkazalo se je, da je izredno bogata v informacijski transparentnosti, medtem ko potenciala interaktivnosti in dialoškosti ne izkorišča najboljše. Se pa stanje, glede na rezultate preteklih analiz, nedvomno izboljšuje.

Ključne besede: internet, odnosi z javnostmi, politično komuniciranje, vlada, spletna stran

GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS ON THE INTERNET: ANALYSIS OF GOVERNMENT'S WEBSITE OF THE REPUBLIC OF SLOVENIA

The emergence and popularization of the Internet has greatly influenced the practice of public relations as it allows organizations two-way communication with its publics, thus serving as a facilitator for dialogue. Due to easy access and usability, velocity, density and better flowability, it is becoming a dominant communication tool that allows organizations to build effective mutual relationships. New media can strengthen the democratic political space by setting up and maintaining transparent information, dialogical and participatory communication as it allows citizens control of the government and active participation in the process of political activity. Thus, modern governments must ensure the openness of the government system, most frequently using web sites, which by including interactive elements, constitute an effective tool for mediating government information and establishing dialogical relations. Despite acknowledgement the importance of the active online communications, the forms and attitudes of government's public relations differ. Using analysis I investigated the extent to which the web site of Slovenian government exploits the democratic functions of the internet. It turned out to be extremely rich in information transparency, while the potential for interactivity and dialogue are not made the best of. However, the situation is clearly improving, according to the results of past analysis.

Keywords: internet, public relations, political communication, government, web site

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	7
2 INTERNET IN KOMUNICIRANJE	8
2.1 OPREDELITEV RAČUNALNIŠKO POSREDOVANE KOMUNIKACIJE	8
2.2 ZNAČILNOSTI INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJ	9
2.2.1 Prednosti komuniciranja na internetu.....	9
2.2.2 Modeli komuniciranja na internetu	10
3 ODNOSI Z JAVNOSTMI NA INTERNETU	11
3.1 ZNAČILNOSTI IN PREDNOSTI UPRAVLJANJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI NA INTERNETU	12
3.2 ORODJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI NA INTERNETU	13
3.2.1 Elektronska pošta	13
3.2.2 Novičarske skupine in pisma.....	13
3.2.3 Predstavitvena spletna stran	13
3.2.4 Klepetalnice.....	14
3.2.5 Prenos datotek (ang. »FTP transfer«).....	14
3.2.6 Virtualne skupnosti	14
3.2.7 Spletna socialna omrežja	14
3.2.8 Forumi	14
3.2.9 Blogi.....	14
4 ODNOSI Z JAVNOSTMI VLADE NA INTERNETU	15
4.1 POLITIČNO KOMUNICIRANJE	16
4.1.1 Opredelitev in značilnosti političnega komuniciranja.....	16
4.1.2 Vladno komuniciranje	17
4.2. VLOGA INTERNETA V POLITIČNEM PROSTORU	17
4.2.1 Potenciali uporabe interneta v politični dejavnosti	18
4.2.2 Politične funkcije interneta.....	18
4.2.3 E-demokracija	19
4.3 DEFINICIJE IN ZNAČILNOSTI ODNOSOV Z JAVNOSTMI VLADE	21
4.4 FUNKCIJA IN CILJI ODNOSOV Z JAVNOSTMI VLADE NA INTERNETU ..	22
4.4 SPLETNA STRAN KOT ENO KLJUČNIH ORODIJ VLADNEGA KOMUNICIRANJA Z JAVNOSTMI	23
4.4.1 Spletna stran - priljubljeno orodje odnosov z javnostmi.....	23
4.4.2 Vladne in politične spletne strani	23
4.4.2.1 Pričakovane koristi uporabnikov vladnih spletnih strani	24
4.4.2.2 Pregled nekaterih analiz vladnih spletnih strani	24
5 ANALIZA SPLETNE STRANI VLADE RS	26
5.1 ANALIZA DEMOKRATIČNIH FUNKCIJ INTERNETA NA OSNOVI UPORABE SPLETNIH ORODIJ	27
5.1.1 Merjenje informacijske transparentnosti in komunikacijske interaktivnosti	27
5.1.2 Merjenje dialoščnosti	29
5.2 SKLEP ANALIZE	32
6 ZAKLJUČEK	35
7 LITERATURA	38

KAZALO SLIK

Slika 5.1: Vstopna spletna stran Vlade RS.....	27
--	----

KAZALO TABEL

Tabela 5.1: Prisotnost informativnih elementov na spletni strani Vlade RS	28
Tabela 5.2: Prisotnost interaktivnih elementov na spletni strani Vlade RS	29
Tabela 5.3: Prisotnost dialoških elementov na spletni strani Vlade RS.....	31

1 UVOD

Prednost vladnih služb je, da niso obremenjene z izpolnjevanjem poslovnih ciljev, zato lahko služijo izključno državljanom, njihovim željam in potrebam (Kragelj 2003, 132). Vlada z določanjem, usmerjanjem in upravljanjem politike države vpliva na življenje vsakega člana družbe, zato morata ti dve prepleteni in medsebojno odvisni strani komunicirati druga z drugo.

Pojav interneta je zaradi interaktivnosti, priljubljenosti, globalnosti in neomejenosti načinov uporabe ter možnosti komuniciranja korenito spremenil naravo in cilje vladnega komuniciranja, pa tudi možnosti politične participacije, zato morajo vlade za učinkovito delovanje poznati in upoštevati značilnosti ter potencialne novega medija. Predvsem je pomembno, da preuredijo komunikacijsko funkcijo, ji dajo drugačen pomen in vlogo z vzpostavljanjem odprtega dostopa do informacij javnega značaja in komuniciranja, kar omogoča gradnjo interaktivnih odnosov z državljani. Od sodobnih vlad se namreč pričakuje odgovornost, odprtost, preglednost, hitra odzivnost in enostavna dostopnost.

Predmet proučevanja diplomske naloge so odnosi z javnostmi vlade na internetu, kjer se osredotočam na spletno stran, v praksi odnosov z javnostmi vedno bolj priljubljeno internetno orodje, ki zaradi omogočanja različnih možnosti interakcije med vlado in državljani predstavlja eno ključnih orodij vladnega komuniciranja. Osnovni cilj je podati nekatera izhodišča za razumevanje vpliva interneta na odnose z javnostmi in prednosti, ki jih vnaša v politični prostor. Internet namreč v sebi združuje različne politične funkcije in kot tak predstavlja medij novih oblik političnega komuniciranja. Namen je tudi osvetliti sodobne vladne odnose z javnostmi na internetu kot funkcijo dveh osrednjih nalog vlade, tj. transparentnega informiranja javnosti o njenih aktivnostih in politikah ter vzajemnega sodelovanja z državljani, ter hkrati podrobneje predstaviti vlogo spletne strani kot orodja za vladno komuniciranje.

V diplomskem delu želim ugotoviti, kako internet spreminja naravo, vlogo in značilnosti odnosov z javnostmi, kako vpliva na razumevanje političnega prostora in vlogo vladnega komuniciranja, ter kakšno vlogo imajo pri tem spletne strani. Predvsem pa bom skušala raziskati, ali je trenutna politika vladnega komuniciranja primerno zastavljena za novi medij

oziroma kako informativna, interaktivna in dialoška je spletna stran Vlade RS. Ali izkorišča politične funkcije interneta in omogoča nove oblike političnega komuniciranja, ki temeljijo na transparentni informiranosti in vzajemnem sodelovanju med vlado ter državljani?

Metodologija v diplomski nalogi bo temeljila na pregledu obstoječe literature in analizi slovenske vladne spletne strani. Tako v drugem poglavju opredeljujem računalniško posredovano komunikacijo in obravnavam internet kot interaktiven medij, ki močno spreminja dosedanje načine komuniciranja. V tretjem poglavju predstavljам značilnosti in prednosti upravljanja odnosov z javnostmi na internetu ter nova komunikacijska orodja. Četrto poglavje predstavlja jedro naloge in sprva opredeljuje politično komuniciranje, politične funkcije interneta ter e-demokracijo kot potencialno novo politično ureditev na spletu. Nato opisujem vlogo in cilje odnosov z javnostmi vlade na internetu, nazadnje pa pozornost posvečam funkcijam vladnih spletnih strani in njihovemu izkoriščanju potencialov za uresničevanje participativnejše demokracije. V empiričnem delu zato z analizo spletne strani, na osnovi uporabe spletnih orodij, raziskujem delovanje slovenske vlade na spletu oziroma njeno stanje na področju izkoriščanja demokratičnih funkcij interneta.

2 INTERNET IN KOMUNICIRANJE

2.1 OPREDELITEV RAČUNALNIŠKO POSREDOVANE

KOMUNIKACIJE

Računalniško posredovana komunikacija pomeni »proces človeške komunikacije prek računalnikov, ki vključuje ljudi, situirane v določenih kontekstih in zapletene v procese...z določenimi cilji« (December v Škerlep 1998, 25) ali natančneje, gre za »rabo računalnika z namenom, da se oblikujejo, naslovijo, odpošljejo, posredujejo ali prejmejo sporočila, poslana od enega posameznika k drugemu, od posameznika k skupini ali od ene skupine k drugi« (Murphy v Oblak 2003b, 106). Nanaša se torej na izvajanje nalog na računalniku in medosebno komunikacijo, kot taka pa vključuje tako komunikacijo z računalnikom kot tudi skozi njega. V tem pogledu lahko pomembno razširja posameznikovo komunikacijsko okolje, saj se obseg in dostop do njega povečata, hkrati pa spodbuja gradnjo novih interakcij med ljudmi.

Računalniško posredovana komunikacija tako predstavlja kompleksen, raznovrsten in od konteksta odvisen komunikacijski proces, ki nudi prostor za oblikovanje razmerij in hkrati orodje za vstop v ta prostor (Oblak 2003b, 114).

2.2 ZNAČILNOSTI INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJ

Sodobne tehnologije prinašajo povsem nov pogled, saj z interaktivnostjo in brisanjem časovno-prostorskih ovir korenito spreminjajo dosedanje načine komuniciranja ter ustvarjajo nove družbene prostore (Oblak 2003b, 53). Danes informacijsko-komunikacijska tehnologija predstavlja univerzalno orodje za najrazličnejše namene, tudi v poslovnem svetu. Vpliva namreč na preoblikovanje in posodabljanje poslovnih procesov, na spreminjanje organizacije delovnega procesa, hkrati pa omogoča komunikacijo in sodelovanje med najrazličnejšimi akterji. Ponuja fleksibilnost in ogromno možnosti uporabe, kar spreminja način komuniciranja in izobraževanja ter hkrati povečuje rast in učinkovitost gospodarstev ter družbeno vključenost posameznikov v novo nastajajočo družbo (Berce 2005, 170).

2.2.1 Prednosti komuniciranja na internetu

Internet je kot medij tako vsestranski, diverzificiran in prilagodljiv, da ima možnost absorbiranja vsega človeškega izkustva v isti multimedijski tekst (Vreg 2003, 11). V primerjavi s tradicionalnimi mediji uporabnikom nudi višjo stopnjo izbire v načinu komuniciranja in pri izboru obravnavanih tem (Škerlep 1998, 26). Njegovi zagovorniki

menijo, da »odpira nove priložnosti za dialog in posvetovanje, pooblašča ljudi, da sami vplivajo na dogajanje ter lajša nove oblike solidarnosti in sodelovanja« (Slevin 2000, 46). Kot vsak komunikacijski kanal ima tudi ta svoje posebnosti in zakonitosti, ki jih je potrebno poznati in upoštevati. Dahlgren (1996, 64-66) kot njegove ključne lastnosti in hkrati prednosti izpostavi:

- *multimedialnost*, ki predstavlja različne oblike medijskih formatov, ki se lahko združujejo v skupen tekst;
- *hipertekstualnost*, ki z asociacijskimi povezavami odpravlja linearnost besedil in jih povezuje v neskončno mrežo integriranih vsebin;
- *interaktivnost*, ki omogoča enakovredno vlogo posredovanja in prejemanja spletnih vsebin;
- *arhivskost*, ki nudi dostop do neskončnih baz podatkov; in
- *figurativnost*, ki predstavlja virtualno resničnost oziroma načine interakcij in družbenih vezi v dialogu ali množični diskusiji.

Internet tako nudi potencial za horizontalno in lateralno komunikacijo ter nehierarhične oblike komuniciranja, saj njegova vrojena interaktivnost ponuja potencial za uravnoteženo izmenjavo sporočil, enakopravnost moči v družbenih odnosih, razvoj občutka skupnosti in transparentnejša sredstva za doseganje odziva (Tedesco 2007, 1184).

2.2.2 Modeli komuniciranja na internetu

Zmožnost komuniciranja in prejemanja informacij prek računalnika je spremenila temeljni načeli komuniciranja - kdo zagotavlja informacije in kako javnosti dobijo želene informacije (Holtz v Springston 2001, 64). Tako komunikacijski model, ki je tradicionalno temeljil na pošiljatelju, v informacijski dobi temelji na prejemniku (Holtz 2002, 21). Internet pa ni enoten komunikacijski medij, temveč tvori digitalno telekomunikacijsko infrastrukturo, znotraj katere soobstajajo različni mediji. V tem kontekstu je opredeljen kot meta-medij, sestavljen iz različnih medijskih formatov, ki omogoča različne komunikacijske prakse v različnih družbenih kontekstih. Ločimo jih glede na *tip komunikacijskega razmerja*, kjer razlikujemo med medosebnim (eden-z-enim), skupinskim ali mrežnim (mnogi-z-mnogimi) in množičnim (eden-z-mnogimi) komuniciranjem, *smer komuniciranja*, ki je lahko enosmerna ali dvosmerna, *odzivnost*, kjer razlikujemo med sinhronim in asinhronim sodelovanjem z drugimi, *vrsto vsebine*, ki lahko vključuje besedilo in ostalo grafično, slikovno, zvočno ali video

gradivo, ter *naravo komunikacijskega razmerja*, ki je lahko zasebna ali javna (Škerlep 1998, 27-28; Oblak 2003b, 115).

3 ODNOSI Z JAVNOSTMI NA INTERNETU

Profesionalna praksa odnosov z javnostmi »so sestavina upravljanja, ki odgovarja za uspešnost, učinkovitost, utemeljenost, ustvarjalnost in upravičenost odnosov med organizacijo in njenim družbenim okoljem« (Gruban in drugi 1997, 20). Pojav interneta je korenito

spremenil definicijo, pomen, razumevanje in prakso odnosov z javnostmi, ki jo je potrebno danes, ko aktivno spletno komuniciranje dobiva vse večji pomen, učinkovito prenesti v virtualni prostor. Pri tem je medij unikaten v omogočanju nadzora pošiljatelja sporočila nad vsebino, ki doseže prejemnika, hkrati pa organizacijam nudi nove možnosti za doseg in interakcije s ciljnim javnostmi, kar omogoča vzpostavljanje medosebnih odnosov, ki predstavljajo najpomembnejši vidik odnosov z javnostmi (Tedesco 2007, 1184).

3.1 ZNAČILNOSTI IN PREDNOSTI UPRAVLJANJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI NA INTERNETU

Internet zaradi lahkega dostopa, enostavne uporabe, hitrosti, konvergence, zgoščenosti in lažje pretočnosti postaja dominantno komunikacijsko orodje (Holtz 2002, xi). Doba industrijske je zamenjala doba informacijske ekonomije, ključnega pomena so postale informacije. Organizacije so se spremenile v mrežo ljudi in informacij, takšno je postalo tudi komuniciranje s ciljnim javnostmi. Le-to mora biti kakovostno, zato je potrebno strateško prilagajanje internetnih tehnologij komunikacijskim potrebam, kar zahteva razumevanje narave spletnih občinstev, vpliva spletnega okolja, pričakovanj interaktivnosti in željo po govorjenju ter poslušanju ljudi (Holtz 2002, 16-19). Vpliv interneta na delo izvajalcev odnosov z javnostmi je raziskovala Johnsonova (v Springston 2001, 604) in ugotovila precejšnje spremembe v:

- *produktivnosti in učinkovitosti*, saj internet omogoča opravljanje večje količine dela v krajšem času;
- *potencialu za raziskovanje in evaluacijo*, saj nudi hitrejše in cenejše pridobivanje podatkov ter arhiviranje obstoječih podatkov;
- *pridobivanju in distribuciji informacij*, saj ponuja več različnih načinov za distribucijo in prejemanje informacij;
- *implikaciji interneta v praksi odnosov z javnostmi*, saj omogoča aktivno možnost iskanja velike količine specifičnih informacij in spreminja naravo komuniciranja z javnostmi; in
- *izzivih pri vključevanju novih tehnologij*, kot so avtorske pravice, zasebnost in negativni vpliv interneta.

Tem spremembam je Springer (v Springston 2001, 604) dodal še dve, in sicer *moč in nadzor nad informacijami*, saj lahko vsakdo sprejema, pošilja in izmenjuje informacije z uporabniki

po vsem svetu, ter *uporabo interaktivnosti*, ki lajša dvosmerno komuniciranje in prilagaja informacije različnim javnostim. Slednja predstavlja ključno kvaliteto internetnih odnosov z javnostmi, saj pomaga zgraditi intenzivnejši stik organizacij z javnostmi ter omogoča nepristransko zbiranje informacij in javnega mnenja (Haig 2000, 3-4). Hkrati organizacije z naslavljanjem javnosti s specifičnimi interaktivnimi sporočili širijo komunikacijo, ki je s pojavom interneta postala bolj simetrična, neposredna, transparentna in raznolika (Ayish 2005, 381).

Spletno komuniciranje tako organizacijam zagotavlja priložnosti in izzive, ki pa jih lahko izvajalci odnosov z javnostmi, z dobrim poznavanjem in upoštevanjem značilnosti interneta ter strateškim načrtovanjem njegove rabe, obrnejo sebi v prid.

3.2 ORODJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI NA INTERNETU

Kot najbolj interaktiven medij internet omogoča različna komunikacijska orodja, s katerimi lahko dosežemo boljšo dostopnost, preglednost in prepoznavnost, pomagajo pa tudi pri načrtovanju, izvajanju in merjenju učinkov komunikacijskih aktivnosti (Holtz 2002, 64).

3.2.1 Elektronska pošta

E-pošta je najpogosteje uporabljano orodje dvosmerne komunikacije, saj zaradi omogočanja asinhronega prenosa in izmenjave različnih sporočil služi številnim komunikacijskim namenom (Škerlep 1998, 28).

3.2.2 Novičarske skupine in pisma

Elektronski časopisi nadomeščajo ali dopolnjujejo tiskane publikacije ter so periodično distribuirani na listo e-naslovov. Orodje organizacijam omogoča pošiljanje publikacij ključnim javnostim, tako individualno kot v skupinah (Hallahan 2004, 774).

3.2.3 Predstavitvena spletna stran

Spletne strani predstavljajo najbolj vidno in uporabljano internetno orodje v praksi odnosov z javnostmi, saj lahko učinkovito vzpostavljajo in ohranjajo identiteto organizacije. Sprva so organizacijske spletne strani večinoma izpolnjevale informativno funkcijo, s prepoznavo pomena interaktivnih elementov pa so pozornost namenile tudi komunikacijski vlogi (Hallahan 2004, 770-772).

3.2.4 Klepetalnice

Ti prostori uporabnikom omogočajo sinhron dialog ali diskusijo z drugimi o najrazličnejših temah. Z njihovo uporabo lahko organizacije, s spodbujanjem in pospeševanjem razprave o zanjo pomembnih tematikah, pridobijo odziv javnosti, njihove ideje, predloge,... (Hallahan 2004, 774).

3.2.5 Prenos datotek (ang. »FTP transfer«)

Gre za asinhrono enosmerno komunikacijo, ki je potencialno množična, saj omogoča enostaven prenos datotek iz strežnika na računalnik in deluje kot velika baza raznovrstnih podatkov (Škerlep 1998, 31).

3.2.6 Virtualne skupnosti

Ta spletna aktivnost povezuje uporabnike s skupnimi interesi in jim omogoča ohranjanje stikov. Spletne skupine lahko zrastejo v skupnosti, podobne tistim iz realnega življenja, izvajalcem odnosov z javnostmi pa služijo za testiranje novih prijemov (Holtz 2002, 83).

3.2.7 Spletna socialna omrežja

Gre za sodobna omrežja, ki nudijo možnost sinhrono in asinhrono komunikacije ter prek javnega prikaza stikov omogočajo pošiljanje in objavljane lastnih mnenj na posameznikov profil. Organizacije zaradi možnosti vizualne komunikacije orodje vse pogosteje uporabljajo v tržne in promocijske namene (Anđelković 2008).

3.2.8 Forumi

Forum predstavlja priljubljena računalniška javna mesta, ki omogočajo objavljane sporočil na vnaprej določene tematike, odzivanje nanje in arhiviranje le-teh (Ferfila in Kos 2002, 267). Organizacije lahko z vključitvijo orodja na spletno stran pridobijo odzive ključnih javnosti, vlada pa z njegovo rabo nudi prostor za javno razpravo in politično izobraževanje (Franz 2003, 33).

3.2.9 Blogi

Spletni dnevnik omogoča posredovanje vsebin prek vnaprej postavljenih spletnih mest in tako predstavlja interaktivno spletno stran, kamor avtor kronološko piše svoja besedila, ki jih lahko obiskovalci komentirajo (Oblak in Petrič 2005, 11). Organizacije ga večinoma uporabljajo za oblikovanje javnega mnenja.

Organizacije morajo za odlično, tj. dvosmerno in simetrično, komuniciranje znati uporabljati

omenjena interaktivna orodja, zato morajo najprej raziskati in analizirati ciljne javnosti, nato definirati strategijo in šele zatem določiti orodja za doseg zastavljenih ciljev.

4 ODNOSI Z JAVNOSTMI VLADE NA INTERNETU

Odnosi z javnostmi so bili sprva uporabljeni za propagando, z zavedanjem, da predstavljajo nepogrešljiv del dobrega vladanja, pa je prišlo do njihove profesionalizacije. Sodobni in učinkoviti odnosi z javnostmi danes predstavljajo pomemben element demokratične vlade. Namreč, če le-ta določa, usmerja in usklajuje izvajanje politike države, je njena dolžnost, da svoje odločitve in aktivnosti korektno predstavlja javnostim ter si načrtno prizadeva za ustvarjanje in vzdrževanje vzajemnega sodelovanja z državljani (Jackson in Lilleker 2004,

508). To vladam predstavlja poseben komunikacijski izziv, vendar lahko z učinkovitim vladnim komuniciranjem omogočijo večjo povezanost z javnostmi in boljše razumevanje vladnih programov, možnost povratnih informacij pa omogoča kvalitetnejše odločanje (Serajnik Sraka in Vidrih 2001, 651).

4.1 POLITIČNO KOMUNICIRANJE

V času demokracije je politično komuniciranje postalo profesionalizirano in ga lahko označimo za skoraj univerzalen odziv vseh političnih akterjev (Negrine in Lilleker 2002, 35).

4.1.1 Opredelitev in značilnosti političnega komuniciranja

Politična komunikacija je interaktiven proces med političnimi akterji, množičnimi mediji in javnostmi, ki zadeva prenos informacij v vseh smereh (Norris 2001b, 11631). Lahko pomeni tudi namensko vplivanje na politično okolje, pri čemer delata komunikacijo politično vsebina in namen, ne pa vir. V tem kontekstu jo McNair (1999, 4) definira kot namensko komuniciranje o politiki, ki vključuje:

- vse oblike komuniciranja političnih akterjev, katerih namen je doseči specifične cilje;
- komuniciranje »nepolitikov«, ki nagovarjajo politične akterje; in
- komunikacijo o političnih akterjih in njihovih aktivnostih, vključeno v medijih.

Tovrstno razumevanje upošteva vse oblike verbalnega in pisnega komuniciranja ter vizualne in simbolne elemente, ki gradijo identiteto posameznika ali institucije. Prepričevanje je namreč bistvo vsakega političnega komuniciranja, trdi McNair (1999, 10).

Skoraj nemogoče je določiti vse vrste in oblike političnih sporočil, imajo pa te skupne značilnosti, ki se delijo na usmerjenost na takojšnje učinke, ciljno usmerjenost, pomembnost množičnih medijev in usmerjenost k občinstvu (Ferfila in Kos 2002, 114-115). Sistem politične komunikacije je bil v času tradicionalnih množičnih medijev večinoma razumljen kot enosmerno komuniciranje, s pojavom interneta, ki prinaša interaktivnost, globalnost mreže, svobodo govora in povezovanja, pa je prišlo do korenite spremembe v njegovem razumevanju. Blumler (2001, 205-206) tako govori o tretji dobi politične komunikacije, o dobi komunikacijskega bogastva, v kateri politični prostor s pospeševanjem medijske raznolikosti in oblik komuniciranja postaja javni forum, kjer lahko raznoliko, kompleksno in aktivno občinstvo svobodno razpravlja o političnih temah, politika pa je lahko predstavljena brez novinarskih interpretacij. Kot najbolj izstopajoče učinke preoblikovanja značilnosti in

dinamičnosti političnega okolja pa Crozier (2007, 1-2) navede spremembo odnosov moči med pošiljatelji in prejemniki sporočil, transformacijo političnega novinarstva, problematizacijo običajnih razumevanj demokracije in državljanstva ter »mediatizacijo« politike. Avtor zato govori o »novem« vladanju, ki zahteva ustvarjanje interaktivnih, družbeno-političnih struktur in procesov, ki spodbujajo komunikacijo med vpletenimi akterji, ter hkrati ustvarjanje skupne odgovornosti.

4.1.2 Vladno komuniciranje

Vladna komunikacija se nanaša na strategije, s katerimi vlade upravljajo in vodijo tok političnih sporočil. Služi kot generator občutka vključenosti in sodelovanja med državljani ter prikazuje državne usmeritve, politike, želje, potrebe in pomanjkljivosti. Vendar je, po mnenju Pfetscheve (2008, 50-51), njen namen informiranje državljanov o stališčih in politikah vlade ter hkrati legitimiranje političnih dejanj, s tem pa ustvarjanje čim večje podpore vladnih aktivnosti in doseganje ugodnih rezultatov na volitvah. Vlade namreč uporabljajo številne novičarske in menedžerske aktivnosti ter retorična in simbolična dejanja za ustvarjanje političnih sporočil, ki najpogosteje vključujejo enostaven vzorec poudarjanja pomembnosti za javnosti najbolj privlačnih potez in izogibanje nezaželenim.

Sodoben sistem vladne komunikacije državljanom omogoča aktivno vključitev v politični proces, takojšnjo in neselektivno obveščenost ter nenehen dostop do informacij javnega značaja, hkrati pa temelji na ideji posredovanja povratnih informacij in mrežnem delovanju vlade, ki omogoča lažji dostop do urejanja zadev na vseh področjih posameznikovega življenja (Hague in Loader 2001, 6).

4.2. VLOGA INTERNETA V POLITIČNEM PROSTORU

Internet zaradi združevanja možnosti shranjevanja in oddajanja informacij ter interaktivnosti predstavlja register informacij in hkrati sredstvo komuniciranja (Oblak 2003b, 56). Kot tak ustvarja številne priložnosti za politično informiranje in komuniciranje ter obeta večjo integriranost najrazličnejših družbenih in političnih akterjev znotraj držav in med njimi (Norris 2001a, 109). Internetne aktivnosti niso le podaljšek tradicionalnih političnih praks, temveč predstavljajo jasen in razumljiv medij, v katerem se odvija politično vedenje. Le-to je najpogosteje povezano z neposrednim navezovanjem stikov z oblastjo, iskanjem političnih informacij in političnim komuniciranjem prek spleta. Domneve, da se demokratični proces v

internetni skupnosti resnično pojavlja, in da novi medij lahko mobilizira dodatne segmente politične skupnosti, pa so potrdili rezultati raziskave Jensena in drugih (2007, 47).

4.2.1 Potenciali uporabe interneta v politični dejavnosti

Pojav interneta vzbuja številne pozitivne odzive, predvsem v kontekstu novih priložnosti in izzivov za korenito preoblikovanje družbe. Spodbujal naj bi izobraževanje, motiviral politično udejstvovanje, meril javno mnenje, lajšal dostop državljanov do vladnih informacij in funkcionarjev, ponujal javni forum za razpravljanje, olajšal volilno registracijo in povečal volilno udeležbo (Davis 1999, 20). Razvoj interaktivnih kanalov komunikacije tako z lajšanjem in pospeševanjem komunikacije med državo ter njenimi prebivalci prispeva k oživitvi vloge vladnih služb v reprezentativnih demokracijah. Predvsem se pričakuje večjo učinkovitost politike, politično odgovornost in participacijo javnosti (Norris 2001a, 112). Slednja še največ obeta, saj internet državljanu omogoča iskanje pomembnih informacij, neposredno interakcijo z vlado, produkcijo politike in bolj individualen nadzor nad percepcijo določenih informacij, posledično pa tudi večjo ozaveščenost (Hague in Loader 2001, 13). Tako bo z razvojem novih načinov politične vpletenosti državljanke vpletla v neposredno demokracijo in omogočila prenos dela moči s političnih elit na državljanke (Norris 2001b, 11638).

Napovedi pa so nasprotujoče, saj nekateri avtorji internet razumejo predvsem kot sredstvo, ki služi interesom elit, povzroča še večje neenakosti moči ter povečuje razlike med revnimi in bogatimi (Norris 2001b, 11639). Med slednje spada Bimber (v Ferber in drugi 2005, 86), ki med novim medijem, povečanim komuniciranjem, informiranjem in politično participacijo ni našel nobene empirične povezave, zato verjame, da bo internet le pospešil pluralizem ter povečal strukturo politične moči. Podobno pa tudi Davis (1999, 26) ugotavlja, da internet postaja sredstvo političnih elit, saj so se mu te prilagodile in ga uspešno vpletle v svoje interesno področje, zato naj bi bil novi medij revolucionaren le za že politično zainteresirane državljanke.

4.2.2 Politične funkcije interneta

Internet služi več funkcijam, in sicer širjenju informacij o operacijah vladnih služb, podpori mehanizmov, ki omogočajo odzivanje javnosti, omogočanju neposrednejše participacije v procesu odločanja in zagotavljanju neposredne podpore v demokratičnem procesu (Norris 2001a, 113). Tako, po mnenju Davisa in Owenove (v Oblak 2003b, 75-76), omogoča vsaj štiri

politične funkcije, nujno potrebne za zagotovitev neposredne demokracije. Te so enostaven dostop do političnih informacij, povezovanje med javnimi funkcionarji in državljani prek spletnih strani, vzpostavljanje forumov za politično razpravljanje in zbiranje stališč ter ocenjevanje javnega razpoloženja, ki omogoča takojšnje odzivanje vlade. Pozitivno povezanost uporabe interneta s politično učinkovitostjo, političnim znanjem in politično participacijo sta empirično ugotovila Cuillier in Piotrowski (2009, 443) ter dokazala, da je medij resnično učinkovit za pridobivanje političnih informacij in participacijo, pa tudi za pridobivanje podpore ter vzpostavljanje stika z vlado. Glavna ideja interneta v političnem prostoru je torej aktivnejše izražanje državljanov, ki izkoriščajo nove možnosti za sporočanje mnenj, in nove priložnosti za sodelovanje v različnih političnih dejanjih (Bimber 1999, 410). Tako pomaga motivirati ljudi, da postanejo del dobro obveščene elite in vladi predstavljajo svoje interpretacije informacij, hkrati pa pomaga mobilizirati podporo za svoja stališča (Coombs in Cutbirth 1998, 210). Da internet povečuje politično vpletenost in vodi do aktivnejših volivcev, trdita tudi Kaye in Johnson (2004, 209), ki sta z raziskavo stališč uporabnikov ugotovila, da ti visoko ocenjujejo stopnjo samo-učinkovitosti v spletnem političnem prostoru in so prepričani, da imajo moč vplivanja na vladne akterje ter sam politični proces. V tem pogledu internet korenito spreminja politični proces in prakso politične komunikacije ter lahko revolucionarno vpliva na razvoj participativnejših oblik demokracije. Z njegovim pojavom so se namreč pojavila številna predvidevanja o vzpostavitvi »internetne« demokracije.

4.2.3 E-demokracija

Elektronska demokracija opisuje odnos med e-državo in e-državljeni, ki se kaže v različnih podobah, katerim je skupna ideja o naraščajočih participativnih možnostih in širjenju demokratičnega delovanja (Oblak 2003b, 75), nudi pa potencial za učinkovitejše delovanje storitev javnega sektorja, ki povečuje državljansko odgovornost in odzivnost vlade (Taylor in Kent 2004, 60). Termin je večpomenski in v različnih kontekstih vsebuje različne dejavnosti: komuniciranje s političnimi predstavniki, razpravljanje v forumih, sistematičen dostop do podatkov javnega značaja, tehnike množičnega elektronskega glasovanja in javna računalniška omrežja v lokalnih skupnostih (Vreg 2001, 21). Sicer pa največkrat predstavlja idejo hibridnega demokratičnega modela, ki vsebuje elemente predstavnških in participativnih oblik demokracije (Hague in Loader 2001; Oblak 2002). V osnovi razlikujemo

med dvema ključnima definicijama e-demokracije, in sicer med minimalistično opredelitvijo, v kateri je državljanom omogočen dostop do vladnih informacij, interakcija z vladnimi službami in upravljanje spletnih transakcij, ter močnejšim pojmovanjem demokracije, ki implicira aktivnejšo državljansko vpletenost in zmožnost delovanja ter vladanja neposredno prek izvoljenih vladnih predstavnikov. Vsa razumevanja koncepta pa se nanašajo na dve osnovni demokratični načeli, tj. nadzor javnosti nad vlado in politična enakost, ki morata biti vzdrževani in realizirani skozi vrednote, kot so participacija, upravičenost, reprezentacija, odgovornost, transparentnost, odzivnost in solidarnost (Tuzzi in drugi 2007, 33-35).

E-demokracija predstavlja procese inovativnih postopkov, katerih cilj je prepoznati ključne elemente, ki so koristni za državljane, nanaša pa se na demokratično odločanje vseh enakovrednih članov skupnosti (Baldersheim in Øgård 2008, 125). Hacker (2000, 1) jo opredeli kot »zbirko poskusov izvajanja demokracije brez omejitev časa, prostora in drugih fizičnih stanj, z uporabo sodobnih tehnologij ter z namenom okrepitve politične demokracije oziroma participacije državljanov v demokratičnem komuniciranju«. Podobno jo razume tudi Norris (v Tuzzi in drugi 2007, 33), in sicer kot »dostavo elektronske demokracije, ki vključuje enostaven dostop do vladnih informacij, učinkovitejšo interakcijo med državljani in vlado, spletno participacijo v vladnih aktivnostih ter odločanje o politikah na osnovi posvetovanja in uporabe forumov«. Tako se vzpostavlja povsem nov model države, ki poudarja pomembnost komunikacijskih in participacijskih tokov v odnosu vlada-državljan, saj je internet uporabljen za izvajanje ključnih demokratičnih funkcij, kot so informiranje, komuniciranje, artikulacija, združevanje interesov in politično odločanje (Oblak 2003b, 91-92). E-demokracija tako z dostopom do informacij, nadzorovanjem dela oblasti, sodelovanjem pri oblikovanju odločitev, formiranjem interesnih skupin in njihovo razpravo poenostavlja udeležbo državljanov in hkrati razširja krog ljudi, aktivno vključenih v demokratični proces delovanja vlade, z uvedbo dialoga in posvetovanja pa tudi pogloblja sodelovanje države z državljani. Njeno vpeljevanje danes predstavlja skorajda obvezen del demokratičnega vladanja, saj v svetu obstaja široko razširjeno prepričanje, da so javnosti izgubile zaupanje v delo reprezentativnih vladnih institucij, ki ga lahko povrne le bolj odprta in transparentna vlada (Tolbert in Mossberger 2006, 354).

Ideja bolj participativne demokracije se tako pojavlja kot realen, zaželen in celo potreben način odzivanja na nekaj, kar je bilo prej zapostavljeno, internet pa v tej transformaciji igra

glavno vlogo. Vključuje namreč mehanizme, ki omogočajo okrepitev vpletenosti državljanov v razprave ter odločanje o bistvenih vprašanjih. Šele ko participacija služi trem pomembnim demokratičnim vrednotam, kot so zakonitost, pravica in učinkovitost javnih dejanj, lahko e-demokracija predstavlja del recepta za krepitev demokracije (Tuzzi in drugi 2007, 34).

4.3 DEFINICIJE IN ZNAČILNOSTI ODNOSOV Z JAVNOSTMI VLADE

Delovanje vlade ima pomemben vpliv na vsakdanje življenje državljanov, njena inherentna želja pa je ostati na oblasti, zato mora uspešna demokratična vlada vzdrževati odziven odnos s svojimi državljani in graditi na medsebojnem razumevanju ter dvosmerni komunikaciji.

Odnose z javnostmi vlade McNair (1999, 132) razume kot »nadzorni in informacijski menedžment, ki skuša oblast varovati in ločevati od kritičnega pogleda javnosti«, urad Vlade RS za komuniciranje (2007, 3) pa jih opredeljuje kot »komunikacijske prakse vladnih organov, katerih namen je informiranje javnosti, spodbujanje dialoga, doseganje konsenza in pridobivanje podpore za uresničevanje vladnega programa«, pri čemer se upoštevajo načela odprtosti, preglednosti in odgovornosti. Osnovni premisi, na katerih temeljijo odnosi z javnostmi vlade, sta tako obveščanje državljanov o aktivnostih vlade in njeno aktivno sodelovanje z državljani, katerim nudi podporo. V skladu s tem so opredeljena temeljna načela vladnega komuniciranja, ki od oblasti pričakujejo javnost dela, zagotavljanje ažurnih, verodostojnih in objektivnih informacij, zavezanost informiranju ter komuniciranju, zagotavljanje dostopa do informacij javnega značaja in omogočanje svobodnega izražanja mnenj ter aktivno participacijo državljanov. V osnovi gre torej za zagotavljanje tesno povezanega demokratičnega sistema javnega informiranja, ki zagotavlja obveščene in aktivne državljane, brez katerih bi vlada hitro izgubila stik z dejanskimi potrebami in interesi volivcev, pa tudi obojestranska razprava o pomembnih temah bi bila onemogočena (Cutlip in drugi 2000, 491-492). Vladne komunikacije pa državljanom omogočajo tudi boljši nadzor nad delom vlade, kar je danes nujno potrebno, saj so z razširitvijo komunikacijskih kanalov narasli interesi vlade, da prireja informacije svojim potrebam in na ta način prepričuje državljane o pravilnosti svojega ravnanja.

Teoretiki vladne odnose z javnostmi pogosto primerjajo z velikimi mednarodnimi organizacijami, ki imajo številna predstavništva v različnih državah sveta, zato naj bi ti

temeljili na enakih zakonitostih in sledili enakim principom. Bistvo vladnega delovanja je tako odkrivanje, vzpostavljanje in vzdrževanje vzajemnih odnosov s ključnimi javnostmi (Cutlip in drugi 2000, 490). Je pa izvajanje odnosov z javnostmi vlade veliko bolj izpostavljeno zunanjim prisilam, ki so rezultat velikih javnih pričakovanj po pravičnosti vladnih aktivnosti in stalnega nadzora nad le-timi (Serajnik Sraka in Vidrih 2001, 654).

4.4 FUNKCIJA IN CILJI ODNOSOV Z JAVNOSTMI VLADE NA INTERNETU

Izvajalci vladnih komunikacij morajo upoštevati tri najpomembnejše cilje, in sicer, da (Urad Vlade RS za komuniciranje 2007, 3):

- vsakemu državljanu zagotovijo dostop do informacij o njegovih pravicah, dolžnostih in možnostih ter mu omogočijo aktivno udeležbo v demokratičnem procesu odločanja;
- dosežejo zaupanje med državljanji in vlado: ter
- krepijo legitimnost vladnih institucij kot institucij oblasti in zanesljivih upraviteljic javnih sredstev.

Podobno Cutlip in drugi (2000, 491) zapišejo, da so ključni cilji odnosov z javnostmi vlade informiranje državljanov o aktivnostih vladnih služb, zagotavljanje aktivnega sodelovanja v vladnih programih, razumevanje zakonodajnih programov in zagotavljanje podpore državljanov za uveljavitev politike. Nasprotno Froehlich in Rüdiger (2006, 18) trdita, da je njihov primarni cilj komuniciranje specifičnih političnih stališč, rešitev in interpretacij pomembnih tem z namenom zbiranja čim večje podpore javnosti. Tako je komunikacijski cilj vladne ustvarjanje ali odtujevanje pozornosti od političnih vprašanj, saj te ne uporabljajo le tematskih strategij, temveč tudi prepričevalne. Izjave morajo biti namreč točne, razlage verjetne in verodostojne, evaluacije legitimne, dejanja pa potrebna in koristna.

Čeprav izvajajo vlade različne tipe odnosov z javnostmi, v praksi obstajajo štiri strateški različni pristopi. Ti so politično komuniciranje z namenom potrditve obstoječih ali novih politik in aktivnosti, zagotovitev informacijskih servisov, oblikovanje in negovanje pozitivne institucionalne podobe ter vzpodbujanje javnega odziva in povratnih informacij (Baker 1997, 456-458). Vsi pristopi predvidevajo dvosmerni tok komuniciranja in s tem prost pretok informacij med vlado in državljanji, saj je dejstvo, da demokratična vlada najbolje deluje v pogojih dvosmerne izmenjave idej in informacij z državljanji. Sicer pa vlada v vseh svojih

segmentih državljanom tudi dolguje učinkovito vodenje, zato mora za svoje komunikacijske programe razviti cilje, kot so komuniciranje, natančnost, razumevanje, sporazumevanje in usklajeno vedenje (Hunt in Grunig 1995, 13).

4.4 SPLETNA STRAN KOT ENO KLJUČNIH ORODIJ VLADNEGA KOMUNICIRANJA Z JAVNOSTMI

4.4.1 Spletna stran - priljubljeno orodje odnosov z javnostmi

Spletna stran je v osrčju priložnosti in izzivov, ki jih ponuja internet, saj ima velik potencial za demonstracijo kompetentnosti organizacije in gradnjo odličnih odnosov z javnostmi. Nudi večjo možnost doseganja novih občinstev, odlično sredstvo za posredovanje informacij v preprosti obliki brez posrednika in dodatno vez z novinarji (Newland Hill in White 2000, 46-47). Naloga komuniciranja prek spletne strani je predvsem vplivanje na ciljne javnosti v kontekstu spreminjanja stališč, krepite privrženosti in spodbujanja dejanj, zato je pri merjenju učinkovitosti odnosov z javnostmi na internetu najpomembnejši učinek (Holtz 2002, 65). Kakovostna spletna stran je dovolj dinamična, da spodbudi potencialne javnosti k njenemu raziskovanju, vsebuje dovolj bogate informacije, da zadovoljijo potrebe različnih ciljnih javnosti, hkrati pa je dovolj interaktivna, da uporabnika pritegne k dialoškim odnosom in zasledovanju nadaljnjih informacijsko pomembnih vprašanj (Taylor in Kent 1998, 330). Le organizacije, ki dobro poznajo internet in ga učinkovito uporabljajo pri komuniciranju ter spodbujanju interakcij s ciljnim javnostmi, so danes lahko uspešne.

4.4.2 Vladne in politične spletne strani

Vlada za komuniciranje prek interneta najpogosteje uporablja spletne strani, ki so eno najhitreje rastočih spletnih aktivnosti (Tolbert in Mossberger 2006, 354). Postale so zanimiv nov žanr z raznoliko in vedno bolj obširno vsebino (de Jong in Lentz 2006, 195), predstavljajo pa tudi »najbolj pomemben 'javni obraz' interneta« (Norris 2001a, 115). Kvalitetna vladna spletna stran spreminja vzorce interakcije med političnimi akterji in državljani, saj slednje z dobrimi komunikacijskimi elementi spreminja v dialoške partnerje, z dostopnostjo do pomembnih informacij pa jim omogoča večji nadzor nad politiki (Baldersheim in Øgård 2008, 126).

Državne spletne strani so večnamenske in večinoma promovirajo turistično industrijo države, predstavljajo osnovni vir splošnih informacij, hvalijo dosežke svojega predsednika oziroma

delujoče politične elite in nudijo povezave do vseh državnih služb ter lokalnih vlad (Davis 1999, 143). Sicer pa so funkcije, ki jih mora vladna spletna stran opravljati za zadovoljitev želj in potreb državljanov, informiranje o delu državnih organov, transparentna predstavitev dela organizacije, poslanstva organov in zaposlenih v njih, predstavitev strukture, posredovanje splošnih pomembnih informacij, dostop do uradne dokumentacije, zagotavljanje participacije državljanov pri odločanju, predstavitev države navznoter in navzven, nudenje standardnih vlog, različnih odzivnih mehanizmov in storitev za državljane (e-uprava) ter komuniciranje z njimi, pa tudi posredovanje urnikov javnih sestankov in srečanj ter pogostih vprašanj in odgovorov o vladnih operacijah, srbeti pa morajo tudi za odnose z mediji (Hallahan 2004, 773-774; Pivec 2004). Njihov informacijsko-komunikacijski potencial je zatorej tako velik, da lahko sčasoma postanejo glavni vir posredovanja vladnih informacij in storitev (Kragelj 2003, 133).

4.4.2.1 Pričakovane koristi uporabnikov vladnih spletnih strani

Temeljna lastnost spletnih strani je podpora uporabniku pri izvajanju njegovih nalog, zato so ključni kriteriji za dobro spletno stran in spodbujanje uporabnikov k ponovnemu obisku visoka kvalitetna vsebina, ki zadovoljuje specifične potrebe uporabnikov, pogosto posodabljanje, minimalni čas nalaganja strani in enostavnost uporabe (Nielsen 2000, 380). Najbolj zaželeni elementi med uporabniki vladnih spletnih strani pa so enostavnost navigacije, celovitost informacij in njihova jasna struktura, ažurnost in redno osveženje informacij, fleksibilen iskalnik ter točnost informacij (Zhang in drugi 2001, 85-86). Pomembno je še, da je vsebina na spletni strani strukturirana glede na sorodnost in da so posamezni sklopi, ki jo označujejo, smiselno poimenovani. Vladne strani morajo biti tudi pregledne, uporabne in interaktivne, imeti morajo sorodno zasnovano, skupne grafične elemente ter podobne uporabniške vmesnike, obvezno pa naj navajajo kontakte oseb. Dostopna naj bo tudi shema organiziranosti strani, ki uporabnika informira o nahajanju znotraj strani in mu neprestano nudi možnost prehoda med njimi (CATI 2002).

4.4.2.2 Pregled nekaterih analiz vladnih spletnih strani

Ker v diplomski nalogi analiziram slovensko vladno spletno stran, bom na kratko predstavila ugotovitve preteklih raziskav tega področja. Ena prvih študij Rabe interneta v Sloveniji (RIS 2001) je raziskovala stanje politike na spletnih straneh s pomočjo stališč obiskovalcev strani, ki so bili do vladnega načina rabe internetnih potencialov kritični. Namreč kar dobri dve tretjini uporabnikov sta menili, da politične institucije slabo izkoriščajo možnosti interneta za

vzpostavljanje stikov z državljani, podobno število pa jih je tudi trdilo, da »politiki ne posvečajo dovolj pozornosti mnenjem in vprašanjem državljanov, ki jih prejmejo prek interneta«. Na koncu je zato med uporabniki prevladala ocena, da zaradi interneta državljani nimajo večjega vpliva na politične odločitve (Oblak 2003a, 62).

Leto kasneje je bila po naročilu vladnih služb opravljena najbolj obsežna analiza spletnih strani slovenske vlade, ki je razkrila, da tudi najboljše strani ne zadoščajo osnovnim standardom. V analizi so bile izpostavljene vsebina, uporabnost, grafična podoba, tehnične rešitve, dostopnost in varnost spletnih strani, in sicer z vidika uporabnikov, strokovnih javnosti in tudi ekspertov za posamezno področje spletnih strani. Rezultati so pokazali, da strani niso poenotene, da ni na voljo skupnega iskalnika, niti prostora za medije in da v splošnem niso prilagojene intuitivnemu ravnanju uporabnikov. Ti pričakujejo predvsem večjo uporabnost spletnih strani, sistematizacijo in enotnost na vseh področjih ter jasno izraženo identiteto. Pričakujejo tudi razumljive, navigacijsko preproste in vsebinsko bogate strani, ki ne bodo neustrezne, nezanesljive, neselektivne, neaktualne, neinteraktivne in namenjene samopromociji funkcionarjev, kot je pokazala analiza (CATI 2002).

Z evalvacijo vladnih spletnih predstavitev je Kragelj leta 2003 prišel do podobnih ugotovitev kot zgornji raziskavi. Torej, da so strani preveč usmerjene v informiranje in premalo v interaktivnost ter možnosti obojestranskega sodelovanja, hkrati pa niso dostopne vsem državljanom in niti ne ustrezajo potrebam ter interesom uporabnikov, ki si želijo preproste uporabe in možnosti komuniciranja z vlado. Že prva ugotovitev, da vlada glede spletnih strani nima uradno opredeljenih in izdelanih komunikacijskih ciljev, je kazala na njihovo potencialno nizko kakovost, ki je bila v nadaljevanju potrjena. Strani namreč niso uresničevale osnovnega cilja, tj. informiranja javnosti, bile pa so tudi neučinkovite, neustrezne, neodzivne, neprimerne in neekonomične, zato niso koristile niti uporabnikom niti vladi (Kragelj 2003).

Vladne in politične spletne strani so predmet tudi številnih tujih raziskav (Davis 1999; Stowers 1999; Taylor in Kent 2004), ki večinoma razkrivajo podobne ugotovitve kot slovenski analitiki. Torej, da so vladne službe zgrešile dejstvo, da lahko njihove strani postanejo portali za javno razpravljanje, deliberacijo in gradnjo interakcijskih razmerij z državljani, saj so možnosti za dvosmerno komuniciranje minimalne, največkrat v obliki spletnega obrazca. Tako primarno služijo prenosu razmerij iz realnega v virtualni prostor, saj

večina orodje uporablja za prenos kontroliranih informacij in za obveščanje javnosti. Ključni razlog za omejeno interaktivnost avtorji pripisujejo pomanjkanju vizije oziroma zastavljenih ciljev spletne strani, saj sta White and Raman (1999, 405) ugotovila, da so pri snovanju strani osnovna načela odnosov z javnostmi - raziskovanje, načrtovanje in evaluacija - navadno izpuščena. Pogosto pa tudi vladni akterji niso naklonjeni ideji, da bi njihove skrbno pripravljene načrte spreminjali državljani s svojimi interesi in pogledi (Cutlip in drugi 2000, 494).

Predstavljene analize tako potrjujejo tezo o izgubi politične nedolžnosti interneta, ki je postal privlačen za ekonomske, družbene in politične sile, ki mu prej niso pripisovale posebnih potencialov ter moči. Med zgodnjo in moderno dobo interneta je namreč prišlo do prehoda od nestrukturiranih, vsebinsko bogatih in interaktivnih praks k organiziranim, monološkim spletnim stranem, s čimer so osrednjo vlogo zavzele reprezentacije, ne pa dvosmerna komunikacija. Spletna stran je tako postala tipično identitetno orodje interneta, njena temeljna funkcija pa gradnja novih informacijskih prostorov, ki služijo prepričevanju in vplivanju na uporabnike (Oblak 2003b, 60-61).

5 ANALIZA SPLETNE STRANI VLADE RS

V tem delu diplomske naloge bom empirično preverila stanje slovenske vladne spletne strani www.vlada.si na področju izkoriščanja demokratičnih funkcij interneta. Oceno stanja bom pripravila na podlagi dobljenih rezultatov, zbranih z analizo na osnovi uporabe spletnih orodij, ki preučuje dva glavna vidika spletne komunikacije - informacijsko in komunikacijsko vlogo. Model je povzet po Pippa Norrisu (2003) in dopolnjen z modelom za merjenje odprtosti vladne spletne strani, tj. »...obsega, do katerega organizacije posredujejo splošne, a obsežne informacije o svojih lastnostih in hkrati ohranjajo pravočasne komunikacije neposredno s ciljnim javnostmi« (Curtin in Gathier 2003, 11). Zaradi pogostih kritik o neinteraktivnosti spletnih strani se bom posebej osredotočila še na dialoškost slovenske vladne strani. Le-to bom merila na osnovi kriterijev za učinkovito integracijo dialoških odnosov z javnostmi na internetu, ki sta jih zasnovala Kent in Taylor (1998). Modela sta oblikovana v tri tabele (glej Tabelo 5.1, 5.2 in 5.3), kjer vsaka vsebuje tri stolpce. V prvem so zapisani informativni, interaktivni oziroma dialoški elementi vladne spletne strani, v druga

dva stolpca pa sta razporejena odgovora DA in NE, s katerima ocenjujem prisotnost oziroma odsotnost posameznega elementa. Za pregled stanja bom uporabila metodo neposrednega pregledovanja spletnih strani, zatem pa bom predstavila rezultate analize in njihovo interpretacijo.

5.1 ANALIZA DEMOKRATIČNIH FUNKCIJ INTERNETA NA OSNOVI UPORABE SPLETNIH ORODIJ

5.1.1 Merjenje informacijske transparentnosti in komunikacijske interaktivnosti

Norris (2003) je v analizi spletnih strani političnih strank raziskoval, ali te odpirajo prostor za razpravo in posvetovanje ali le promovirajo svoje cilje ter posredujejo omejene informacije o svojih političnih ciljih. Na podoben način sta v analizi vladnih spletnih strani Vzhodnoazijskih držav Curtin in Gathier (2003) merila transparentnost oziroma trud, potreben za to, da so informacije dostopne na strani ter interaktivnost oziroma zadovoljstvo, s katerim obiskovalci uporabljajo informacije. Modela imata številne podobnosti, zato sem ju združila v en model in ga zaradi nekaterih vsebinskih razlik malce priredila. Iz analize so zato nekatera orodja izvzeta (včlaniti se v stranko, storitve za prostovoljce, sekcija za mlade, sekcija za ženske, prispevaj denar,...). Pri pregledu spletne strani Vlade RS tako raziskujem dva osnovna kriterija spletne predstavitve, in sicer:

- *informativno transparentnost*, ki se nanaša na dosegljivost informacij, povezanih z delovanjem in cilji vlade; ter
- *komunikacijsko interaktivnost*, ki pomeni obliko dvo- ali večsmerne komunikacije in se nanaša na možnost izmenjave sporočil.

Slika 5.1: Vstopna spletna stran Vlade RS



Vir: Vlada Republike Slovenije (2009)

Rezultati analize so pokazali, da vladna spletna stran, v primerjavi s komunikacijsko, veliko bolj učinkovito uresničuje svojo informacijsko vlogo. Stran je namreč skoraj dvakrat boljša v informativni transparentnosti (prisotnih 91 odstotkov elementov) kot v funkcijah komunikacijske interaktivnosti (prisotnih 55,5 odstotka elementov). Vsebinsko je torej vladna stran izredno bogata, saj vsebuje raznovrstne informacije za različne ciljne javnosti in zlahka zadosti potrebam državljanov po informiranosti, tega pa ne moremo reči za možnosti sodelovanja in deliberacije z državljani. Kljub dostopu do številnih kontaktnih podatkov in možnosti pošiljanja sporočil prek obrazca so namreč zanemarjena orodja, ki državljanom vzbujajo zanimanje za politično participacijo in omogočajo prostor za razpravo o pomembnih političnih temah.

Tabela 5.1: Prisotnost informativnih elementov na spletni strani Vlade RS

Informativni elementi vladne spletne strani	DA	NE
Zgodovina vlade	✓	
Organizacija vlade	✓	
Informacije o vladnih službah	✓	
Sestava vlade	✓	
Vladni program	✓	
Predstavitev zaposlenih v vladi	✓	

Govori in izjave premierja ter ministrov	✓	
Uradni dokumenti	✓	
Arhiv vladne službe	✓	
Arhiv novic	✓	
Uradne ure vladnih služb	✓	
Sporočila za javnost	✓	
Povezave do slovenskih spletnih strani	✓	
Povezave do tujih spletnih strani	✓	
Multimediji, video ali avdio vsebine	✓	
Možnost angleškega jezika	✓	
Možnost drugih tujih jezikov (madžarščina, italijanščina)		✓
Grb Republike Slovenije ali oznaka »Vlada Republike Slovenije«	✓	
Vizija države v prihodnosti	✓	
Aktualne novice	✓	
Koledar dogodkov	✓	
Rubrika »novosti«		✓

Tabela 5.2: Prisotnost interaktivnih elementov na spletni strani Vlade RS

Interaktivni elementi vladne spletne strani	DA	NE
E-naslov tehničnega skrbnika spletišča		✓
E-naslov za splošna vprašanja		✓
Forum		✓
Kontaktne podatke vladnih uslužbencev	✓	
E-naslov vseh vladnih služb in ministrstev	✓	
Prijava na elektronski časopis		✓
Shema strukture strani	✓	
Iskalnik	✓	
Pošiljanje sporočil prek obrazca	✓	

5.1.2 Merjenje dialoščnosti

Dialog je dimenzija komunikacijske kvalitete, ki ohranja izvajalce odnosov z javnostmi osredotočene bolj na vzajemnost in odnos kot na interese organizacije, hkrati se tudi več ukvarjajo z raziskovanjem kot samim razkrivanjem, prav tako pa so bolj zainteresirani za dostop do javnosti kot dominacijo nad njimi. Dialog pomeni komuniciranje organizacije z javnostmi o bistvenih temah in vključuje recipročnost, vzajemnost, vpletenost ter odprtost (Kent in Taylor 2002, 30). Ker interaktivnost in možnost dialoga predstavlja edinstveno lastnost interneta in lahko s pravilno rabo močno pripomore k učinkovitejšemu delovanju vlad, bom odprtost slovenske vladne spletne komunikacije, njeno odzivanje na potrebe

državljanov in na sploh njenih potencialov za grajenje odnosa vlada-državljan merila na podlagi petih kriterijev, ki sta jih opredelila Kent in Taylor (1998, 326-331):

- *Enostavnost vmesnika in uporabe*

Kriterij predstavlja prvi pogoj za dialoškost strani in temelji na ideji, da se obiskovalci enostavno »sprehajajo« po spletni strani in hitro iščejo zelene informacije. Stran mora biti uporabniku prijazna in razumljiva, drugače se nanjo verjetno ne bo več vrnil. Na vstopni strani mora nuditi le pomembne informacije, vsebovati pa mora pomembne notranje in zunanje hiperpovezave.

- *Posredovanje pomembnih informacij različnim ciljnim javnostim – uporabnost informacij za medije in uporabnost informacij za državljane*

Druga značilnost, pomembna za grajenje dialoških odnosov, je uporabnost informacij na spletni strani. Te so namenjene različnim javnostim, zato naj bodo prilagojene, koristne in zanimive za vsako javnost posebej, hkrati pa morajo biti vsem razumljive, jasne in enostavno dostopne. Zagotavljanje informacij je namreč prvi korak k vzpostavljanju odnosov z javnostmi, te pa morajo naslavljati interese, vrednote in skrbi javnosti, ne pa služiti ciljem organizacije. Informacije na vladnih spletnih straneh so navadno namenjene medijem in državljanom.

- *Ohranjanje obiskovalcev*

Organizacije morajo obiskovalce ohraniti na svoji spletni strani, zato se mora stran hitro naložiti, na njej je lahko prisotno minimalno oglasov, informacije morajo biti ažurne, stran pa lahko vključuje le najpomembnejše zunanje povezave na strani s sorodno vsebino, drugače lahko obiskovalec hitro »pobegne« na drugo spletno stran.

- *Generiranje ponovnega obiska*

Pravilo ustvarjanja ponovnega obiska je cilj vsake organizacijske spletne strani, zato mora ta nuditi prostor za javno razpravo, redno osvežene informacije, pomoč uporabnikom, koledar dogodkov,... Šele na osnovi teh pogojev lahko gradi odnose, to pa zahteva čas, zaupanje in druge strategije, ki se lahko pojavijo le v ponavljajočih se interakcijah.

- *Dialoška zanka*

Zadnja in najpomembnejša značilnost dialoške spletne strani je interaktivnost, ki implicira aktivno in vključujočo dvosmerno komuniciranje. Interaktivne spletne strani namreč vključujejo orodja dvosmerne komunikacije in kot take spodbujajo sodelovanje ter dialog med organizacijo in njenimi javnostmi, ki se nanjo obračajo z vprašanji, zahtevami, predlogi in

problemi. Čeprav stran vključuje prve štiri kriterije, ta ne more biti popolnoma dialoška, dokler uporabniku ne nudi dvosmernega komuniciranja, in dokler se organizacija dejansko ne odziva na vsak uporabnikov komentar. Sicer pa mora biti dialoška komunikacija cilj interakcije s posamezniki in ne le sredstvo za doseganje ciljev.

Rezultati analize dialoščnosti spletne strani Vlade RS kažejo, da vlada sicer teži k odprti komunikaciji, saj je na strani prisotnih kar 73,5 odstotka vseh naštetih elementov, vendar je premalo poudarka na tistih interaktivnih aplikacijah, ki razvijajo in vzdržujejo interakcije oziroma sodelovanje. Rezultati tako potrjujejo zgornje ugotovitve iz prvega modela. Vladna stran je bila najbolj uspešna v kriteriju »enostavnost uporabe« (prisotnih 89 odstotkov elementov), dobro pa skrbi tudi za ažurnost (prisotnih 80 odstotkov elementov) in uporabnost informacij (78 odstotkov elementov). Precej slabše vlada izkorišča elemente, ki vabijo uporabnika k ponovnemu obisku (57 odstotkov) in interaktivne mehanizme (50 odstotkov). Vlada tako z informacijskega vidika učinkovito izkorišča potenciale interneta, ustvarja pa tudi podlago za interakcijo z državljanji. Vendar manjkajo orodja, ki omogočajo razvijanje ter bogatenje odnosa med vlado in državljanji (forum, elektronski referendum, ...).

Tabela 5.3: Prisotnost dialoških elementov na spletni strani Vlade RS

Dialoški elementi vladne spletne strani	DA	NE
ENOSTAVNOST UPORABE	/	/
Informacije so lahko dostopne tudi brez slik		✓
Shema strani	✓	
Pomembne informacije na vstopni strani	✓	
Pomembne notranje povezave na vstopni strani	✓	
Iskalnik	✓	
Grb (in naziv) države	✓	
Scheme slik so samo-opisne	✓	
Zunanje povezave	✓	
Minimalna grafična opora	✓	
UPORABNOST INFORMACIJ	/	/
Sporočila za javnost	✓	

Podatki o vladnih funkcionarjih	✓	
Govori in uradni dokumenti	✓	
Grafika, ki jo lahko naložimo na računalnik		✓
Avdio in video posnetki	✓	
Jasno izražena stališča vlade	✓	
Naloge vlade in njen program	✓	
Možnost enega ali več tujih jezikov	✓	
Turistične informacije		✓
AŽURNOST INFORMACIJ	/	/
Čas zadnje posodobitve	✓	
Vstopna stran se naloži v manj kot petih sekundah	✓	
Dnevno osvežene informacije	✓	
Arhiv informacij oziroma novic zadnjega meseca	✓	
Prijava na prejemanje informacij prek e-pošte		✓
PONOVI OBISKI	/	/
Forum		✓
FAQ (pogosta vprašanja in odgovori)	✓	
Koledar dogodkov	✓	
Možnost prenosa datotek	✓	
Izjava, ki vabi k ponovnemu obisku		✓
Dodaj stran med zaznamke	✓	
Prijava na elektronski časopis		✓
INTERAKTIVNOST	/	/
Pošiljanje sporočil prek spletnega obrazca	✓	
Elektronski naslov vladnih funkcionarjev	✓	
Elektronski referendum ali ankete		✓
Možnost komentiranja vsebin		✓

5.2 SKLEP ANALIZE

Rezultati analize spletne strani Vlade RS so pokazali, da vlada veliko bolj izkorišča informativne funkcije interneta kot komunikacijske, pri čemer je visoka informacijska transparentnost pozitivno presenetila. Nenazadnje e-demokracija ne pomeni le možnosti participacije v procesu političnega delovanja, temveč tudi celovito vladno komuniciranje, ki je zaradi izobraževalne funkcije nujno potrebno za participacijo državljanov na kakovostni ravni. S tega vidika je slovenska vlada učinkovita, saj podaja natančne, razumljive in politično pomembne informacije, ki so redno ažurirane, namenjene različnim javnostim in kot take vsebujejo visoko informativno vrednost. Tudi na splošno je spletna stran sodobno zasnovana, zelo dobro vzdrževana in organizirana, pregledna, enostavna za uporabo, privlačna, dinamična, prilagodljiva in prijazna uporabniku, ki lahko hitro ter enostavno najde želene

informacije.

Medtem ko je največja prednost interneta, da omogoča neposredno komuniciranje in aktivno sodelovanje z vladnimi službami, pa vlada ta potencial ne izkorišča najbolje. Posvetovalna raven državljske vpletenosti je namreč malce zanemarjena, povsem izključena pa je možnost aktivne participacije državljanov v procesu političnega odločanja. Vključitev v razpravo na spletni strani slovenske vlade prek foruma ni možna, pa tudi drugih mehanizmov, ki bi pospeševali odziv javnosti (elektronska glasovanja, možnost komentiranja zakonskih predlogov,...) ni na voljo. To ustvarja občutek, da namen spletne strani ni toliko zadovoljevanje želj in potreb državljanov kot samopromocija vlade in njene politike. Spletna stran Vlade RS tako služi podvojitvi že obstoječih komunikacijskih kanalov in primarno ostaja orodje za iskanje raznovrstnih informacij s področij vladnega delovanja. Kljub temu pa slovenska politična elita vse bolj razume značilnosti, potenciale in moč interneta, saj so na spletni strani prisotni mnogi elementi, ki jih v preteklih analizah (CATI 2002; Kragelj 2003) ni bilo mogoče zaslediti. Tako vključuje možnost pošiljanja elektronske pošte vladnim predstavnikom, pošiljanje sporočil preko spletnega obrazca, fleksibilen iskalnik, prikaz sheme strani, seznam pogostih vprašanj in odgovorov,... vendar so ti mehanizmi bolj namenjeni posredovanju vprašanj in, do manjšega obsega, posvetovanju, ne pa razpravi. Manjkajo torej tiste interaktivne aplikacije, ki služijo navezovanju intenzivnejšega stika med državo in njenimi prebivalci, predvsem forum, ki bi državljanom omogočil razpravo in sodelovanje z vladajočo elito, slednja pa bi lahko prejela povratne informacije o vplivu odločitev na življenje »navadnega« državljana. S tega vidika pogrešamo tudi elektronske referendumne, ki lahko močno prispevajo k učinkovitejšemu delovanju vladnih služb.

Vladna spletna politika tako omogoča predvsem tiste nove oblike političnega komuniciranja, ki temeljijo na transparentni informiranosti, do neke mere pa tudi na komunikacijski interaktivnosti, predvsem z vidika zastavljanja vprašanj. Ni pa dialoška do te mere, da bi vzpostavljala in ohranjala močno obojestransko sodelovanje z državljanom ali jim omogočala aktivno participacijo v procesu odločanja. Spletna stran tako ne izkorišča vseh političnih funkcij interneta, potrebnih za zagotovitev neposredne demokracije, zato ne moremo govoriti o upravljanju odličnih odnosov z javnostmi slovenske vlade na internetu. Se pa stanje nedvomno izboljšuje, saj so opazni številni pozitivni koraki k večji interaktivnosti, kar daje občutek, da vlada le spoznava moč in ključne potenciale interneta ter jih začneja koristiti. To

pa v času, ko so državljani vse manj zadovoljni z načinom vladanja in komuniciranjem svojih predstavnikov, predstavlja pomemben podatek. Namreč, le razvijanje politike, temelječe na večjem posvetovanju in aktivnem dvosmernem komuniciranju z javnostmi, lahko predstavlja način ponovnega legitimiranja vladnih dejanj (Crozier 2007, 9).

6 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu sem raziskovala vpliv interneta na vlogo, značilnosti in razumevanje odnosov z javnostmi, političnega prostora in vladnega komuniciranja. Na podlagi teoretičnih znanj sem nato z analizo slovenske vladne spletne strani preverjala njeno izkoriščanje informativnih in predvsem interaktivnih potencialov interneta. Ugotovila sem, da internet z vplivanjem na komunikacijske kanale, vsebino in formo sporočil ter povratne informacije ustvarja povsem novo okolje za komuniciranje, ki dela komunikacijo bolj simetrično, neposredno, transparentno in raznoliko. Z omogočanjem globalnega dosega, neomejenega dostopa, hitrega posredovanja informacij, personalizacijo, novimi komunikacijskimi orodji in različnimi možnostmi komunikacije ter interakcije je tudi vloga odnosov z javnostmi dobila novo dimenzijo, hkrati pa so se spremenila pričakovanja javnosti v odnosu do organizacij. Te morajo za kakovostno komuniciranje in doseg ciljev uporabiti nova sredstva, prilagojena mediju. Glas organizacije je namreč postal enakovreden glasu posameznika, razdalja med njima se je zmanjšala, konverzacija in sodelovanje sta postali pomembnejši od vsebine, poudarja se grajenje učinkovitih vzajemnih odnosov. Ti temeljijo na interaktivnosti, edinstveni lastnosti interneta, ki omogoča dvosmerno komuniciranje. Organizacije morajo zato prakso odnosov z javnostmi učinkovito prenesti na internet, kar pomeni, da z novimi komunikacijskimi orodji zagotavljajo ažurne, jasne in uporabne informacije, z omogočanjem dialoščnosti pa vzpostavljajo in vzdržujejo koristne odnose z javnostmi.

Večja izbira informacijsko-komunikacijskih kanalov spreminja tudi politični prostor in razumevanje političnega komuniciranja, ki je danes lahko prilagojeno posameznim identitetam, okoliščinam in okusom. Med teoretiki (Blumler 2001; Hague in Loader 2001; Norris 2001a; Kaye in Johnson 2004; Taylor in Kent 2004; Crozier 2007; Jensen in drugi 2007) prevladuje prepričanje, da internet razširja in potencialno demokratizira pogoje ter okoliščine za politično delovanje, saj z zagotavljanjem enakopravnega in enostavnega dostopa do pomembnih informacij dviga raven državljske izobrazbe, z možnostjo neposrednega dostopa do vladnih akterjev pa poenostavlja in pospešuje pretok informacij med vlado in državljani. Internet tako s transparentno komunikacijo političnih elit in z omogočanjem aktivne participacije državljanov v procesu političnega delovanja lahko vodi do neposredne demokracije, saj naj bi povezal vsakogar z vsakim in zanimal vse hierarhije. V samem jedru

pozitivnih napovedi glede učinkov interneta torej ležijo upi o novem zelo demokratičnem političnem prostoru, ki s teoretskega vidika državljanom omogoča boljšo informiranost, neposredno participacijo, kvalitetnejšo komunikacijo in nadzor nad vlado, s tem pa večjo odprtost in transparentnost vladnih odločitev.

Tradicionalna vloga vladnih odnosov z javnostmi zaradi neupoštevanja možnosti in potencialov novega medija ni več ustrezna. Vlada mora namreč, poleg zagotavljanja informacijskega servisa, nuditi kakovosten, transparenten in odprt vladni sistem, ki s spodbujanjem dialoga in dvosmernih interakcij gradi močne odnose z državljani. V ta namen države pogosto uporabljajo spletne strani, ki imajo velik interaktivni potencial in lahko ob pravilni rabi okrepijo proces demokratičnega delovanja, hkrati pa vladi omogočajo skrbno načrtovanje in nenehno nadzorovanje vseh sporočil. Kvalitetne vladne spletne strani namreč državljane spreminjajo v svoje dialoške partnerje in jim omogočajo aktivno participacijo v oblikovanju politik, z dostopom do številnih političnih informacij pa jim nudijo večji nadzor nad oblastmi. Na ta način se z njihovo uporabo vzpostavljajo pomembni komunikacijski mostovi, ki lahko tvorno prispevajo k artikulaciji in formulaciji političnih potreb.

Pomena aktivnega spletnega komuniciranja se zavedajo vse vlade, vendar se oblike in odnos do komuniciranja razlikujejo, zato sem z analizo na osnovi uporabe spletnih orodij raziskovala stanje slovenske vladne politike na področju izkoriščanja demokratičnih funkcij interneta in primernost le-tega za novi medij. Ugotovila sem, da je slovenska vladna stran vsebinsko izredno bogata, saj na transparenten način podaja številne pomembne in koristne politične informacije ter tako skrbi za izobraževanje državljanov, bistveno manj pa širi komunikacijske kanale za aktivno in neposredno sodelovanje ter participacijo državljanov v procesu vladnega delovanja. Z vidika interaktivnosti in dialoškosti manjkajo predvsem tiste aplikacije, ki omogočajo navezovanje in vzdrževanje intenzivnejšega stika med vlado in državljani, posledično pa bogatenje tega odnosa. Zaradi tega lahko sklenemo, da vlada političnih funkcij interneta ne izkorišča v najboljši meri, ne glede na to pa je njena komunikacijska politika primerna za novi medij. Možnosti za izboljšanje spletne strani je seveda veliko, vendar trenutno stanje dokazuje, da so vladni akterji le spoznali moč in potenciale internetne tehnologije, saj so močno izboljšali informacijsko vlogo strani, do manjšega obsega pa tudi komunikacijsko. Spletna politika slovenske vlade se tako premika na bolje, vendar mora začeti svojo vlogo razumevati še širše, bolj družbeno. Njen cilj mora biti

zadovoljevanje političnih potreb državljanov na enem mestu in pripravljenost oblikovalcev politik, da prisluhnejo javnemu mnenju. Predvsem pa morajo izvajalci vladnih odnosov z javnostmi poskrbeti, da vladno komuniciranje s pravilno rabo postane vsakodnevna komunikacija, ki z mrežno obliko vstopa v vse sfere posameznikovega življenja, na ta način pa lahko vlada prek interneta postane odgovoren del družbe.

7 LITERATURA

1. Anđelković, Bojan. 2008. *Emblematične 'identitete' in nadzorovana 'komunikacija' darovanja na MySpaceu in Facebooku*. Radio Študent. Dostopno prek: <http://radiostudent.si/article.php?sid=17023&query=an%C4%91elkovi%C4%87> (12. avgust 2009).
2. Ayish, Muhammad I. 2005. Virtual public relations in the United Arab Emirates: A case study of 20 UAE organizations' use of the Internet. *Public Relations Review* 31 (3): 381-388.
3. Baker, Brent. 1997. Public Relations in Government. V *The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communication*, ur. Clarke L. Caywood, 453-497. Boston: McGraw-Hill.
4. Baldersheim, Harald in Morten Øgård. 2008. Innovation in E-government: Analysis of municipal web pages in the Nordic countries. *Information Polity* 13 (3/4): 125–137.
5. Berce, Jaro. 2005. Značilnosti in vplivi uvajanja modernih tehnologij in organizacijskih pristopov v državni upravi. V *Učinki informacijsko-komunikacijskih tehnologij*, ur. Maja Bučar in Metka Stare, 153-172. Ljubljana: FDV.
6. Bimber, Bruce. 1999. The Internet and Citizen Communication With Government: Does the Medium Matter?. *Political Communication* 16 (4): 409-428.
7. Blumler, Jay G. 2001. The Third age of political communication. *Journal of Public Affairs* 1 (3): 201-209.
8. CATI. 2002. *Analiza spletnih strani vladnih služb in ministrstev Republike Slovenije*. Dostopno prek: [http://mid.gov.si/mid/mid.nsf/V/K81367427FF8F033BC1256C8D002A8BA8/\\$file/Koncno_porocilo_analize_spletnih_strani.pdf](http://mid.gov.si/mid/mid.nsf/V/K81367427FF8F033BC1256C8D002A8BA8/$file/Koncno_porocilo_analize_spletnih_strani.pdf) (12. marec 2009).

9. Coombs, Timothy W. in Craig W. Cutbirth. 1998. Mediated political communication, the Internet, and the new knowledge elites: prospects and portents. *Telematics and Informatics* 15 (3): 203-217.
10. Crozier, Michael. 2007. Recursive Governance: Contemporary Political Communication and Public Policy. *Political Communication* 24 (1): 1-18.
11. Cuillier, David in Suzanne J. Piotrowski. 2009. Internet information-seeking and its relation to support for access to government records. *Government Information Quarterly* 26 (3): 441-449.
12. Curtin, Patricia in Kenn Gaither. 2003. *Public Relations and Propaganda in Cyberspace: A Quantitative Content Analysis of Middle Eastern Government Websites*. Conference papers presented at the annual meeting of the International Communication Association. San Diego, 1-47. Dostopno prek: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=12&hid=106&sid=aace680b-8af5-4f81-9695-cc273866a446%40sessionmgr3> (24. februar 2009).
13. Cutlip, Scott M., Allen H. Center in Glen M. Broom. 2000. *Effective public relations*. London: Prentice-Hall International.
14. Dahlgren, Peter. 1996. Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics. *Javnost/The Public* 3 (3). Dostopno prek: http://www.javnost-thepublic.org/media/datoteke/Dahlgren_3-1996.pdf (12. marec 2009).
15. Davis, Richard. 1999. *The Web of Politics: the Internet's Impact on the American Political System*. Oxford, New York: Oxford University Press.
16. De Jong, Menno in Leo Lentz. 2006. Scenario evaluation of municipal Web sites: Development and use of an expert-focused evaluation tool. *Government Information Quarterly* 23 (2): 191-206.

17. Ferber, Paul, Franz Foltz in Rudy Pugliese. 2005. The Internet and Public Participation: State Legislature Web Sites and the Many Definitions of Interactivity. *Bulletin of Science, Technology & Society* 25 (1): 85-93.
18. Ferfila, Bogomil in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: FDV.
19. Franz, Damjan. 2003. Digitalna demokracija in politična kultura na primeru Slovenije. *Časopis za kritiko znanosti* 31 (211): 34-53.
20. Froehlich, Romy in Burkhard Rüdiger. 2006. Framing political public relations: Measuring success of political communication strategies in Germany. *Public Relations Review* 32 (1): 18-25.
21. Gruban, Brane, Dejan Verčič in Franci Zavrl. 1997. *Pristop k odnosom z javnostmi*. Ljubljana: Pristop.
22. Hacker, Kenneth L. 2000. *Digital democracy: issues of theory and practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
23. Hague, Barry N. in Brian D. Loader. 2001. *Digital democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London, New York: Routledge.
24. Haig, Matt. 2001. *E-PR: the essential guide to public relations on the internet*. London: Kogan Page.
25. Hallahan, Kirk. 2004. Online public relations. V *The Internet Encyclopedia*, ur. Hossein Bidgoli, 769-783. Hoboken, New Jersey: John Wiley.
26. Holtz, Shel. 2002. *Public relations on the Net: winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the public and more!*. New York: American Management Association.
27. Hunt, Todd in James E. Grunig. 1995. *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: DZS.

28. Jackson, Nigel A. in Darren G. Lilleker. 2004. Just Public Relations or an Attempt at Interaction?: British MPs in the Press, on the Web and »In Your Face«. *European Journal of Communication* 19 (4): 507-533.
29. Jensen, Michael J., James N. Danziger in Alladi Venkatesh. 2007. Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics. *The Information Society* 23 (1): 39-50.
30. Kaye, Barbara K. in Thomas J. Johnson. 2004. A Web for all reasons: uses and gratifications of Internet components for political information. *Telematics and Informatics* 21 (3): 197-223.
31. Kent, Michael L. in Maureen Taylor. 1998. Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review* 24 (3): 321-334.
32. --- 2002. Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review* 28 (1): 21-37.
33. Kragelj, Boris. 2003. Ovrednotenje spletnih predstavitev. *Časopis za kritiko znanosti* 31 (211): 136-152.
34. McNair, Brian. 1999. *An Introduction to Political Communication*. London, New York: Routledge.
35. Negrine, Ralph in Darren G. Lilleker. 2002. The Professionalization of Political Communication, Continuities and Change in Media Practices. *European Journal of Communication* 17 (3): 305-323.
36. Newland Hill, Laura in Candace White. 2000. Public Relations Practitioners' Perception of the World Wide Web as a Communications Tool. *Public Relations Review* 26 (1): 31-51.

37. Nielsen, Jakob. 2000. *Designing Web usability*. Indianapolis: New Riders.
38. Norris, Pippa. 2001a. *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
39. --- 2001b. Political Communication. V *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, ur. Neil J. Smelser in Paul B. Baltes, 11631-11640. Amsterdam: Elsevier.
40. --- 2003. Preaching to the converted? - Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics* 9 (1): 21-45.
41. Oblak, Tanja. (2002). Podobe elektronske demokracije. *Teorija in praksa* 39 (2): 155-169.
42. --- 2003a. Ali kaj E-participirate? *Časopis za kritiko znanosti* 31 (211): 57-73.
43. --- 2003b. *Izzivi e-demokracije*. Ljubljana: FDV.
44. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: FDV.
45. Pfetsch, Barbara. 2008. Government Communication. V *Encyclopedia of political communication*, ur. Lynda Lee Kaid in Christina Holtz-Bacha, 50-53. Los Angeles: Sage.
46. Pivec, Franci. 2004. Ali uporabljate spletni državni portal?. *Organizacija znanja* 9 (1): 27-32.
47. Serajnik Sraka, Nada in Branko Vidrih. 2001. Vladni odnosi z javnostmi: Model organiziranosti vladnih odnosov z javnostmi v Sloveniji. *Teorija in praksa* 38 (4): 650-674.

48. Slevin, James. 2000. *The Internet and Society*. Malden: Polity.
49. Springston, Jeffrey K. 2001. Public Relations and New Media Tehnology: The Impact of the Internet. V *Handbook of Public Relations*, ur. Robert Lawrence Heath, 595-615. London, New Delhi: Sage.
50. Stowers, Genie N.L. 1999. Becoming Cyberactive: State and Local Governments on the World Wide Web. *Government Information Quarterly* 16 (2): 111-127.
51. Škerlep, Andrej. 1998. Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V *Internet v Sloveniji*, ur. Vasja Vehovar, 24-53. Izola: Desk.
52. Taylor, Maureen in Michael L. Kent. 2004. Congressional Web Sites and Their Potential for Public Dialogue. *Atlantic Journal of Communication* 12 (2): 59-76.
53. Tedesco, John C. 2007. Examining internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy. *American Behavioral Scientist* 50 (9): 1183-1194.
54. Tolbert, Caroline J. in Karen Mossberger. 2006. The Effects of E-Government on Trust and Confidence in Government. *Public Administration Review* 66 (3): 354-369.
55. Tuzzi, Arjuna, Claudia Padovani in Giorgia Nesti. 2007. Communication and (e)democracy: assessing European e-democracy discourses. *Reclaiming the Media: Communication Rights & Democratic Media Roles* 3: 31-65.
56. Urad Vlade RS za komuniciranje. 2007. *Model organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade Republike Slovenije*. Dostopno prek: http://www.ukom.gov.si/fileadmin/ukom.gov.si/pageuploads/dokumenti/Programi_in_porocila/model-odnosi-z-javnostmi.pdf (12. marec 2009).
57. Vlada Republike Slovenije. 2009. *Vstopna stran Vlade RS*. Dostopno prek: <http://www.vlada.si/> (3. september 2009).

58. Vreg, France. 2001. Globalizacija in elektronska demokracija: politološko-sociološki vidiki razvoja informacijske družbe. *Teorija in praksa* 38 (1): 5-28.
59. White, Candace in Niranjana Raman. 1999. The World Wide Web as a Public Relations Medium: The Use of Research, Planning, and Evaluation in Web Site Development. *Public Relations Review* 25 (4): 405-419.
60. Zhang, Ping, Gisela M. von Dran, Paul Blake in Veerapong Pipithsuksunt. 2001. Important Design Features in Different Web Site Domains. *e-Service Journal* 1 (1): 77-91.