



France VREG<sup>1</sup>

IZVIRNI  
ZNANSTVENI  
ČLANEK

## GLOBALIZACIJA IN ELEKTRONSKA DEMOKRACIJA

Politološko-sociološki vidiki razvoja informacijske družbe

**Povzetek:** V članku obravnavam nove informacijske in komunikacijske tehnologije, njihov vpliv na družbo ter procese globalizacije. Analiziram pozitivne in negativne posledice globalizacijskih procesov v svetu, dominacijo globalnega kapitala in globalnih političnih in ekonomskih elit, strukturne spremembe ter redistribucijo družbene moči. Ugotavljam, da telekomunikacijska povezanost vodi k ljudem, k človeku kot osebnosti. Človek postaja 'globalni človek': sprejema globalne informacije, vodi dialog s posamezniki v svetovni skupnosti, sprejema globalne poslovne odločitve. Problematiziram dilemo, ali interent ustvarja novo civilizacijo ali pa je le novo tehnično sredstvo, nov 'podaljšek čutil'. Posebej obravnavam internetski diskurz na različnih področjih: od politike, gospodarstva, medijev do kulture in umetnosti. Analiziram uporabo interneta na gospodarskem, političnem, marketinškem in izobraževalnem področju. Odpiram dilemo, ali nova tehnologija ustvarja enoten kulturni in izobraževalni prostor Evrope in ali lahko evropski narodi pristanejo na harmonizacijo in unifikacijo visokega šolstva in drugih kulturnih področij. Opozarjam, da mora 'globalni človek' ohraniti in braniti avtohtonost in samoregulacijo znanstvenih, visokošolskih, kulturnih in drugih institucij ter nacionalno samobitnost in identiteto.

**Ključni pojmi:** globalizacija, informacijska in komunikacijska tehnologija, informacijska družba, globalni kapital, globalne politične in ekonomske elite, kulture in civilizacije, virtualna stvarnost, internetski diskurz, evropski izobraževalni prostor.

### Uvod

Prehod v novo tisočletje je v znamenju tektonskih družbenih premikov, političnih prelomov in tranzicij. V času družbenih pretresov spoznavamo, da je znanstveno-tehnološka revolucija v zadnjih desetletjih povzročila revolucionarne spremembe pri obvladovanju narave in družbe, da sodobna znanost in tehnologija rasteta eksponentialno in sta preskočili spoznanja in znanja celih generacij. Glavni razvoj-

<sup>1</sup> Dr. France Vreg, zaslužni profesor Univerze v Ljubljani.

ni dejavnik vse bolj postaja znanje in vse manj količina porabljenega dela. Vse družbe spoznavajo, da brez pospešene aktivnosti znanstvenega, izobrazbenega, informacijskega in tehnološkega kompleksa ni razvoja, ni izhoda iz ekonomskih in socialnih kriz človeštva.

Nova informacijska in komunikacijska tehnologija omogoča nastajanje svetovne družbe, globalno komuniciranje, globalne trge, pa globalizacijo kapitala in novo svetovno delitev dela. Globalizacija pomeni povečevanje medsebojne odvisnosti v svetovnem merilu, dominacijo velikih in močnih, pa tudi kulturno homogenizacijo. V obdobju informacijske družbe bodo sodobna informacijska sredstva uporabljena v državni upravi, parlamentu, političnih strankah, izobraževalnem sistemu, na delovnem mestu, v javnem, poslovnem in zasebnem življenju.

Poglejmo, kakšne procese je sprožila globalizacija ekonomskega in političnega razvoja?

## Protislovja in pasti globalizacije

Prvič. Nastanek globalnega ekonomskega in političnega prostora so sprožili trije glavni dejavniki: nove informacijske in telekomunikacijske tehnologije, kompetitivnost in konkurenčnost ter liberalizacija in potrebe trga.

Nove tehnologije in elektronski mediji dajejo uporabnikom boljše možnosti za delo, omogočajo dostop do globalne mreže podatkov ter pošiljanje informacij in slik z vseh delov sveta. Uporabnik interneta lahko v najkrajšem času elektronsko najde najnovejše informacije. Več javne dokumentacije in vladnih poročil se mu pojavlja na zaslonu. Na internetskem omrežju lahko najde elektronske časopise in kompleksne analize. Politiki lahko elektronsko vodijo javne razprave. Novinarji lahko opravljajo intervjuje. Novinarji in medijske organizacije lahko s pomočjo interakcijske kapacitete kibernetškega prostora sprejemajo tudi vse vrste feedbacka od občinstva.

Uporaba sodobnih informacijskih tehnologij (interneta, elektronske pošte, mobilnega in drugih) v profesionalne, industrijske, trgovske, novinarske, propagandne, politične, politično marketinške in druge namene bo strukturno spremenila družbo.

Teoretiki so si edini, da je globalizacija večdimenzionalen in hkrati protisloven pojav. Proces transnacionalizacije se na globalni ravni hitro širi. Finančni trgi so že postali globalni. Toda, to ni isto kot vsestranska ekonomska globalizacija. Trgi blaga in storitev, še zlasti trgi dela, so še vedno daleč od tega, da bi bili globalni, pač pa so selektivno transnacionalni. (Meyer, 1999: 67).<sup>2</sup>

Ko govorimo o globalizaciji in njenih pozitivnih posledicah, se moramo vprašati, kakšne negativne ekonomske, politične in kulturne posledice bo imela za svet, zlasti za manj razvite države in manjše narode.

---

<sup>2</sup> *Nikjer ne obstaja en sam svetovni tržni prostor, na katerem bi tekmovalе vse ekonomske enote med seboj. Veliki deli nacionalnih ekonomij, različno od države do države, niso vključeni v transnacionalne trge in veliki deli transnacionaliziranih trgov so bolj regionalizirani kot pa globalizirani. V Evropski uniji npr. poteka več kot 80% transnacionalne trgovine članic med njimi samimi (Meyer, 1999: 67).*

Za vse ljudi na svetu bodo posledice globalizacije usodne: vodilni menedžerji informacijskih družb v ZDA ugotavljajo, da bo v novem stoletju za ohranjanje zagona svetovnega gospodarstva zadostovalo 20 odstotkov za delo sposobnega prebivalstva. "Petina vseh, ki bi iskali zaposlitev, naj bi bila dovolj za proizvodnjo vseh izdelkov in visoko vrednotenih storitev, ki si jih svetovna družba lahko provošči. Teh 20 odstotkov bo s tem aktivno sodelovalo v življenju, pridobivanju in trošenju - vseeno v kateri državi" (Martin in Schuman, 1997: 11).

Neslutene armade brezposlenih (spodnjih 80 odstotkov delovnih ljudi) si bo moralo iskati druge oblike preživetja. To so pasti nove civilizacije. Vznika enopepinska družba, v kateri bodo izključeni morali biti umirjeni z multimedijско in televizijsko zabavo (tittytainment).<sup>3</sup>

Politiki še naprej prisegajo na parlamentarno demokracijo, državljanom še naprej zagotavljajo, da velja njihov glas in iščejo ravnotežje med interesi vseh družbenih skupin, da bi zmagali na volitvah. Po volitvah pa odloča tako imenovana 'denarna glasovalna pravica', kot ji olupševalno pravijo ekonomisti. V globalni družbi vladajo zakoni 'turbokapitalizma'.

Simetrija v trikotniku država-ekonomija-civilna družba je popolnoma porušena na globalni ravni, kjer nastaja globalna država (javna oblast), ki jo oblikujejo politične elite in birokracije, in globalna ekonomija transnacionalnih korporacij (Splichal, 1997: 30).

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

Korporacije in transnacionalke so nakopičile tolikšne kapacitete znanja in pameti, da družbena uporaba tega znanja vedno bolj dominira nad starimi oblikami organizacije - tudi nad tistimi, ki so tradicionalno bile odgovornost vlad. Člani korporacij imajo najvišji položaj v vladi ZDA. Korporacije zaposlujejo najbolj informirane lobiste v ameriškem kongresu. V nastajajoči informacijski družbi so se močnejše transnacionalke spremenile v 'družbene možgane', ki s svojim 'živčnim' omrežjem obvladujejo vse (socialne, politične, komunikacijske in kulturne) organe družbenega organizma. Krepi in razrašča se informacijski, zlasti internetni globalni kapital. To je dominacija, ki se ji lahko uspešno upremo le z intervencijo države.

Veča se tudi prepad med razvitimi deželami in nerazvitimi, med informacijsko bogatimi in informacijsko revnimi. Z novo informacijsko tehnologijo so pokriti samo segmenti zemeljske oble. Nova tehnologija je skoncentrirana v vzhodnih in zahodnih predelih ZDA, v velikih mestih, v Evropi pa v severnih državah in v Nemčiji,

<sup>3</sup> Sestavljenka iz *entertainment*, zabava in *titts*, ameriško žargonsko besedo za ženske prsi, ki pa v tem pomeni ne predstavlja seksa, temveč mleko, ki teče iz prsi doječe matere, se pravi, medijev, ki z zabavo omamljajo frustrirano prebivalstvo sveta.

Angliji, Franciji. Samo 2,4 % svetovne populacije ima dostop do interneta, od tega 28 odstotkov na Finskem (ki je najbolj internetsko orientirana družba na svetu), 26,3 odstotke v ZDA in samo 6,9 odstotka v OECD deželah (brez ZDA). Veča se digitalni prepad med državami Vzhodne in Zahodne Evrope. V Aziji je opazna koncentracija na Japonskem. V drugih deželah so več ali manj samo otoki in otočki nove tehnologije.<sup>4</sup>

V posameznih deželah se povečuje 'informacijski prepad' med bogatimi in revnimi, med tistimi, ki znajo in imajo možnost uporabljati informacijsko tehnologijo, ter tistimi, ki tega ne znajo oziroma te možnosti nimajo. Večina uporabnikov je iz zgornjih slojev, zelo malo je uporabnikov med ženskami in starostniki, med ljudmi z nižjimi dohodki in nižjo izobrazbo. Povprečna starost uporabnikov v ZDA je 36 let, v Veliki Britaniji (UK) in na Kitajskem pod 30 let. V Rusiji je samo 15 % uporabnikov interneta starejših od 45 let (Castells, 2000: 376-377).

Zato je upravičeno opozarjanje, da moramo raziskovati družbene razsežnosti računalniško posredovanega komuniciranja in vmeščati posamezne družbene pojave, ki so povezani z razvojem komunikacijskih tehnologij in prepletenostjo virtualne reničnosti z vsakdanjimi življenjskimi praksami, v konkretne družbene situacije (Oblak, 2000: 1067).

Drugič. Sodobna informacijska tehnologija omogoča komunikacijsko in informacijsko dostopnost v širših prostorskih okvirih, na regionalni in lokalni ravni.<sup>5</sup>

Zdravko Mlinar ugotavlja, da globalizacija telekomunikacijske povezanosti na podlagi nove informacijsko-komunikacijske tehnologije pogojuje redistribucijo družbene moči znotraj nacionalnih držav. Tehnološke in ekonomske spremembe, pa tudi pravno-politične, odpirajo možnosti, da se tudi manjše teritorialne enote ter druge (pod)skupine in posamezniki pojavljajo v vlogi akterjev v 'transnacionalnem' povezovanju. Regije in občine se na podlagi sodobne informacijske tehnologije lažje organizirajo kot samoorganizirane politične, državoupravne, informacijske in kulturne enote (Mlinar, 2000: 113).

Globalno komuniciranje in druge oblike komunikacij ter vdiranje globalnih problemov v dnevno življenje državljanov spoduja rast občinske udeležbe v mednarodnem sodelovanju. V zadnjih dveh desetletjih je več kot 3000 lokalnih oblasti v industrializiranih deželah vzpostavilo medsebojno povezanost, pa tudi vezi z lokalnimi skupnostmi v Afriki, Aziji in Latinski Ameriki. Ta trend pomeni strukturno preobrazbo teritorialne organizacije družbe. Tu lahko prepoznavamo zametke usmeritve k 'globalni civilni družbi' (Mlinar, 2000: 114).

Nekatere evropske države (Italija, Francija) bolj teže k integraciji brez notranje diferenciacije in avtonomizacije ožjih delov, npr. regij, pokrajin. Druge pa teže k

---

<sup>4</sup> Leta 1999 je internet povezoval 63 milijonov uporabnikov računalnikov, bilo je 950 milijonov telefonskih in drugih priključkov. ZDA in Kanada so imele nad 120 milijonov uporabnikov, Evropa nad 40 milijonov, Azija in pacifiška Azija skoraj 27 milijonov, Latinska Amerika 23,3 milijon, Afrika 1,14 milijona in Srednji Vzhod 0,88 milijona (Castells, 2000: 376-377).

<sup>5</sup> Na simpoziju Informatologija na pragu 21. stoletja, ki je bil 8 - 9 decembra 2000 ob 30. obletnici revije Informatologija, so ugotovili, da demokratizacijo družbe vidijo v "razvoju nove družbene mreže 'državljanov interneta' ki jo sestavljajo interkulturalni, lokalni, nacionalni, regionalni in globalni komunikacijski procesi" (Plenkovič, 2000: 143).

uveljavljanju teritorialne raznovrstnosti in regijske avtonomnosti. Evropska unija pa že uveljavlja posebnosti posameznih enot in regij ter organizacijo evropskih regij.<sup>6</sup>

### 'Globalni človek' - fenomen informacijske družbe

Tretjič. Globalna telekomunikacijska povezanost vodi k ljudem, k človeku kot osebnosti. V človekovem življenju se nam razkrivajo biološke osnove človekove biti, afektivno-kognitivni motivi komuniciranja in delovanja, nagoni preživetja, dominacije in agresivnosti ter druge lastnosti.

Vse bistveno za življenje človeka se dogaja prav na tej ravni. S te perspektive opazuje dogajanja v 'visoki' politiki, v gospodarstvu, v sferi korporacij in multinacionalk. Zaskrbljeno sprejema odločitve o svoji usodi, ki jih sprejemajo na ravni lokalne, regionalne, državne in globalne skupnosti. Kot nemočen državljan bije boj za preživetje sebe in družine ter za svoje mesto v družbi.

Teorije o individualizmu človeka poudarjajo, da gre za svobodo, pravice in samostojno delovanje posameznika, samostojnost mišljenja in delovanja, za uveljavljanje individualnih, ne pa skupnih, kolektivnih interesov. V analizi globalne družbe pa analitiki uveljavljajo koncept individuacije, ki ga ne spremljajo le na individualni, temveč tudi na kolektivni ravni analize. Vsaka od teh ima svoje posebnosti, tako da se lahko med seboj skladata, razhajata ali si celo nasprotujeta. Teoretična in izkustvena podlaga 'enotnosti nasprotij' individuacije in globalizacije nakazuje temeljne smeri preobrazbe družbeno-prostorske organizacije. Nadaljnje uveljavljanje procesov individuacije in globalizacije nam nakazuje polarizacijo in hkrati prežemanje osamosvojenega in enkratnega posameznika ter fleksibilno povezane svetovne družbe. Čim bolj bosta posameznik in globalna družba izoblikovana kot samostojni entiteti, tem bolj neposredno se bosta prežemala med seboj (Mlinar, 1994: 209).

Leta 2010 bodo vsi mediji postali eno: v enem samem malem elektronskem aparatu bomo imeli radio, televizijo, poštni nabiralnik za pisma in časopise in morda še kaj drugega (Alkalaj, 1995: 48). Uveljavljeno bo izobraževanje in delo na daljavo. Državni uslužbenci in strokovnjaki bodo vse opravili kar doma. Ne bo več papirnate birokracije in papirnate družbe (paper society). Takojšen dostop do človeških in informacijskih potencialov v pisarni in dostop prek javnih in zasebnih transmisijskih omrežij do oddaljenih lokacij bo omogočil komuniciranje s komerkoli, kjerkoli in kadarkoli. Človek bo deloval in znanstveno ustvarjal doma pred svojim računalnikom in svoje stvaritve ponujal prek interneta vsem narodom sveta (Vreg, tabela 1).

Človek kot osebnost je vir komuniciranja, sporazumevanja s sogovorniki in sprejemanja odločitev. Pred desetletji je komunikolog Marshall McLuhan futuristično govoril, da bo zaradi globalne medijske tehnologije svet postal globalna vas. Danes

<sup>6</sup> Hrvatska Istra se je ob nasprotovanju državnega središča že vključila v organizacijo evropskih regij. Tudi v Sloveniji teže k politični organizaciji regij, ki bi namesto državnega sveta imele v slovenskem parlamentu svoj pokrajinski svet.

lahko človek iz svoje delovne sobe vodi globalni dialog z vsem svetom; njegova soba je postala globalna soba in on 'globalni človek'. S pomočjo informacijske tehnologije globalni človek vstopa v univerzum znanja in v njem biva.

### Internet: 'podaljšek čutil' ali nov medij?

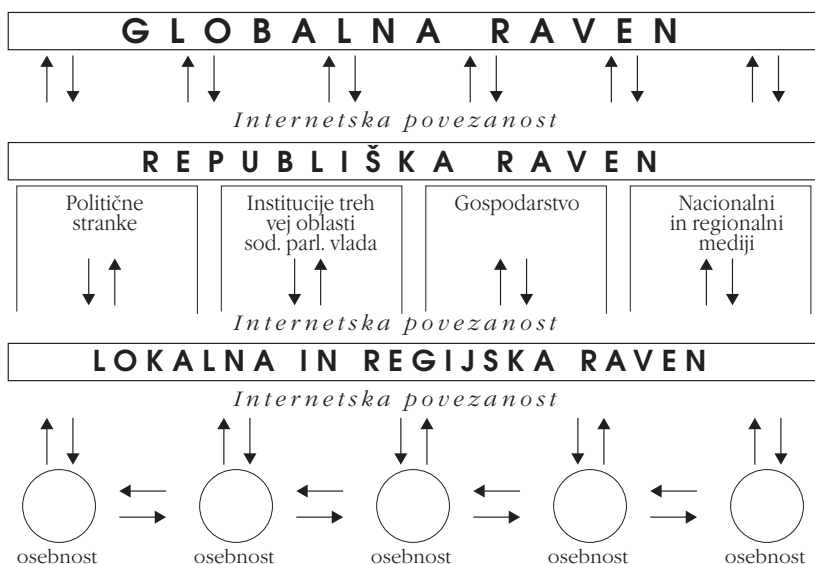
Marshal McLuhan je v svoji znameniti knjigi Razumevanje medijev. Podaljški človeka (1964), ki je vzbudila ostre debate in nasprotovanja, razgrnil novo podobo medijev.

V prvem poglavju, ki ima naslov The Medium is the Message (občilo je sporočilo), je zapisal, da je medij 'podaljšek čutil'. Podaljški človekovih čutil po McLuhanu niso samo čutila in koža, temveč tudi obleka, čevlji, stanovanje, ura, elektrika, radio, televizija, telefon, avtomobil in osebni računalnik z internetom. Brez njih človek ne bi bil več celovit človek.

Toda McLuhan je besedo 'sporočilo' pojmoval globlje: sporočilo ima pomen, namen in smisel. Torej je televizija neka povsem drugačna sila kot same ideje, ki jih je slišati z ekrana. Televizijski medij odločilno oblikuje človekovo zavest. In če so mediji v svojem dolgem zgodovinskem razvoju oblikovali človeško družbo, jo bodo oblikovali še naprej. Družba je tehnološki organizem in kot taka del narave našega planeta (Grabnar, 1996: 34-42).

10

Tabela 1: Informacijska dostopnost in internetsko komuniciranje na osebni, lokalni, regionalni in globalni ravni



Tudi današnji internetni futuristi pravijo, da internet ni samo tehnično sredstvo, ni samo človekov 'podajšek čutil', temveč je nov medij. Vsa sporočila so 'ujeta' v en sam medij, kajti medij je postal vsestranski, tako diverzificiran, tako prilagodljiv, da bo absorbiral v isti multimedijski tekst vse človeško izkustvo, preteklost, sedanjost in prihodnost. Integracija elektronske komunikacije in vzpon interaktivnega medmrežja pomeni konec množičnega občinstva (Castells, 2000: 355).

Če zgodovinsko ovrednotimo internetni sistem, se moramo spomniti, da je človek ustvarjal različna fiziološka, fizična in tehnična sredstva komuniciranja in sporazumevanja: jezik, pisavo, pismo, tisk, sliko, radio in televizijo, telefon in mobilni telefon, elektronsko pošto in internet. Biokomuniciranje predpostavlja, da se sporočila prenašajo po čutilnih receptorjih. Receptorji (v nosu, v očeh, na jeziku, v ušesih, na koži in drugih čutilih) signale iz okolja spreminjajo v električne 'signale', ki potujejo k višjim živčnim sistemom in centrom. Govorimo o biokomunikaciji s kemičnimi, mehničnimi, akustičnimi in optičnimi signali. Jezik in govornica sta fiziološko sredstvo komuniciranja. Pisavo, tisk, radio, televizijo, internet in druga sredstva pa štejemo med tehnična sredstva komuniciranja; so tehnični podaljški naših čutil.

Jezik je nedvomno največja 'iznajdba' človeka. Evolucijska zgodovina ljudi je povezana z njihovim jezikovnim vedenjem. Že Rousseau je trdil, da se človek od živali razlikuje po govoru: narodi se med seboj razlikujejo po govornici. Verjetno so potrebe narekemale prve kretnje in čustva so iztrgala prve glasove. Rousseau je v svojem Eseju o izvoru jezikov zapisal, da se ni začelo z razmišljanjem, temveč s čutenjem. Ne lakota ne žeja, marveč sovraštvo, usmiljenje in jeza so iz njih iztrgali prve glasove. Zato so bili prvotni jeziki najprej pojoči in čustveni, neartikulirani kriki, preden so postali metodični. Najprej se je morala razviti figurativna govornica, šele kasneje so iznašli pomene (Rousseau, 1765/1999: 15-17).

Izum pisave je bil epohalen vzpon človekovega duha. Ko je človek zarisal prve podobe in znake v skalnato steno, je menil, da ima to čarodejno "sporočilo" magično moč. To je bila nova magija, ki je povezovala ljudi. Izum pisave je spodbudil civilizacijski in kulturni razvoj bolj kot katerikoli drugo dejanje v zgodovini človeštva.<sup>7</sup>

Zapis jezika je ena najpomembnejših sestavin civilizacijskega stremjenja v razvoju človeštva. Zapisano sporočilo je sposobno premostiti časovno vrzel, premagati enkratnost govornega sporočanja; zato je od nekdaj kulturna in zgodovinska vrednota. Pisava je iz prakture gradila civilizacijo, katere definicijska prvina je prizadevanje po stalnosti (pustiti za seboj pričevanje o obstoju) (Korošec, 1999: 332).<sup>8</sup>

<sup>7</sup> *Sumerski klinopis in egiptovski hieroglifi sta najstarejši znani pisavi (najdeni primerki so iz leta 2.900 pr. n. š.). Pisave so bile zelo zapletene: nekatere, na primer kitajska, so vsebovale 50.000 do 80.000 znakov. Spet so minila tisočletja, da so izumili abecedo in zmanjšali število osnovnih znakov. Nastale so nove civilizacije in na daljnem vzhodu so kulture rojevale čudovita umetniška dela.*

<sup>8</sup> *Jezikovno sporazumevanje poteka po dveh prenosnikih, govornem in pisnem. Razvojno je prvoten govorni prenosnik, pisni se je pojavil veliko pozneje: pisna oblika je postala zahtevna oblika sporazumevanja na višji stopnji človekovega razvoja (Korošec, 1998: 332).*

Pisno sporazumevanje je pomagalo razvijati gospodarstvo in trgovino, povezovalo je plemena in države. Bila je nova oblika komunikacije, ki je s komunikacijsko močjo seglo v daljna obzorja in na druge celine. Bilo je novo sredstvo sporazumevanja in koordiniranja človekove dejavnosti.

Minila so obdobja antične in rimske kulture. Začela se je širiti pismenost. Od 6. do 12. stoletja so večino evropskih knjig napisali v samostanih. Učenost antičnih kultur so ohranili samostanski pisarji, ki so poleg cerkvenih tekstov prepisovali tudi umetniška in filozofska dela grških in rimskih avtorjev. Nastajali so rokopisni predhodniki informativno-zabavnega periodičnega tiska, pa tudi rokopisni agitacijski bojni spisi in letaki. Z agitacijskimi spisi in letaki so širili politične nazore proti vladajoči cerkvenofeudalni gosposki. Tako je nastalo rokopisno politično komuniciranje.

Drug epohalen izum je bil iznajdba tiska v 15. stoletju. Pogoji za razmnoževanje pisane besede so nastali, ko je Gutenberg iznašel gibljive kovinske, lite črke. Gutenberg ni imel drugega namena kot razširjati latinsko Sveto pismo in druga nabožna besedila; tako je skušal pomagati menihom pri naporjem in dolgotrajem prepisovanju cerkvenih besedil. Ni si mislil, da bo njegov izum imel silovite posledice za vso Evropo in ves svet. Nastala je "Gutenbergova galaksija" in svet so začeli preplavljati tiskani proizvodi časopisov, znanstvenih in umetniških del. Tiskarski stroji so omogočili razmnoževanje tisočev in milijonov dokumentov, slik, letakov, časopisov, revij in knjig.<sup>9</sup>

Nastalo je latinsko jezikovno tržišče, ki je oskrbovalo tistih nekaj univerz, cerkvenih organizacij, kraljevskih in plemiških dvorov, kjer so bili pismeni ljudje. Informacije in agitacijsko-propagandne letake so najprej tiskali na eni strani z enim samim sporočilom. Leta 1482 pa se je že pojavil najstarejši znan izvod tiskanega časopisa *Neue Zeitung*. Tiskani bojni spisi so bili nosilci politične propagande in agitacije. Tiskarji so pogosto simpatizirali s kmečkimi uporniki. Znani so primeri, da so kmetje - tlačani sami izdajali letake, v katerih so pojasnjevali svoje politične cilje. Pojavijo se prvi politični časniki. V Londonu je leta 1702 začel izhajati *The Daily Current*, prvi dnevnik na svetu. V evropskih državah se je politični tisk razvil kasneje, sredi osemnajstega stoletja.

Tretji korak na govornem in slikovnem področju je bil izum elektrike in elektronskih medijev, radia in televizije ter filma, kar je omogočilo govorno in slikovno globalno širjenje različnih sporočil, informacij, komentarjev in slik, političnih komunikacij in propagande, znanstvenih in kulturnih informacij, umetniških del, iger in baleta.

McLuhanovo svetovno vas (the global village) sta ustvarila predvsem radio in televizija ter telefon in seveda komunikacijski sateliti. Ves planet je postal komunikacijska celota, en sam organizem, kjer ni nobenih meja. Nastalo je množično komuniciranje in množično občinstvo. Omogočeno je bilo množično širjenje informacij, idej, politične propagande in oglasov. Razvoj množičnega komuniciranja po prvi svetovni vojni (Goebbelsova totalna propaganda, Stalinov državno-partijski agitpropovski sistem), zlasti pa po drugi svetovni vojni (elektronska invazija) je

---

<sup>9</sup> Gutenberg je tiskarsko delavnico osnoval leta 1448 v Mainz, leta 1455 pa je kot prvi izdelek stiskal tako imenovano Gutenbergovo biblijo v latinščini.



propagandi dal neslutene politične razsežnosti. Propaganda se je spremenila v širjenje miselnih vzorcev s pomočjo množičnih medijev. Radio in televizija sta pokrivala celoten planet z istimi novicami in idejami. Človeštvo je bilo zajeto v en sam miselni proces, v katerem so se soočale in kontaminirale različne ideologije.

In spet je minilo stoletje, da je človek ustvaril in razvil novo, četrto tehnično sredstvo komuniciranja, internet, ki je omogočil elektronsko komuniciranje z vsem svetom. Če so prejšnja sredstva omogočala predvsem enosmerno komuniciranje, novo elektronsko tehnično sredstvo omogoča dvosmerno komuniciranje, parasocialno medosebno komuniciranje, dialog z uporabniki interneta širom sveta.

Klasično sredstvo dialoga, poštno pismo, se z elektronsko pošto spreminja v elektronsko pismo. Klasično pismenost nam internet vrača z elektronsko pismenostjo. Slike, objavljene v 'klasičnih' sredstvih (časopisi, knjige, televizija), se nam pojavljajo na elektronskih zaslonih (podobe, ikone, slikovni dogodki z vsega sveta, muzejske znamenitosti, umetniške slike in kipi, dokumentacije in arhivi, znanstvena odkritja, grafi itd.). Internet je omogočil nastanek čudovite globalne knjižnice sodobnega človeka s tisočeriimi univerzitetnimi in drugimi knjižnicami in gigantskimi računalniški spomini proizvodov človekovega duha.<sup>10</sup>

### Ali internetsko sporazumevanje pomeni rojstvo nove kulture?

Internetski vizionar in futurist Manuel Castells je v najnovejši knjigi Vzpon medmrežne družbe zapisal:

*"To je sistem, v katerem bo stvarnost sama (to je človekova materialno-simbolična eksistenca) popolnoma zajeta, potopljena v virtualne podobe, v svet ustvarjanja verovanja, v katerem pojavnost ne bo le na ekranu, s pomočjo katerega komunicira izkustvo, temveč bo postala izkustvo."* (Castells 2000: 404).

Castells predvideva rojstvo nove kulture. Novo virtualno stvarnost pojmuje takole:

*"Novi komunikacijski sistem bo radikalno transformiral prostor in čas, fundamentalne dimenzije človeškega življenja. Lokalne skupnosti se bodo ločile od svojih kulturnih, zgodovinskih, geografskih pomenov in se vključevale v funkcionalna omrežja; nastaja prostor tokov namesto prostora objektov. Čas je preoblikovan v nov komunikacijski sistem, kjer bodo preteklost, sedanost in prihodnost interakcijsko programirani v eno samo sporočilo. Prostor tokov in brezčasni čas so materialni temelji nove kulture..."* (Castells, 2000: 406).

Opozoriti moramo, da je razmišljanje o nastanku nove internetske kulture v protislovju z zgodovinsko realnostjo kultur in civilizacij. V sedanjem in prihodnjem svetu lahko razpoznamo osem velikih kultur. Te so: zahodna, konfucijanska, japonska, islamska, hinduistična, slovansko-pravoslavna, latinskoameriška in afriška. Zahodna kultura ima dve glavni različici: evropsko in severnoameriško, islam pa arabsko, turško in malajsko. V Evropi se italijanska kultura razlikuje od nemške, francoska od angleške in tako naprej.

<sup>10</sup> Digitalizacija televizijskega medija in širitev širokopasovnega interneta bosta v prihodnosti prispevala k zlitju teh dveh medijev. Tako se bo gledanje televizije postopoma preobrazilo v aktivno in interaktivno. Internet pa bo uporabljan kot povratni kanal za medosebno komuniciranje (klepet), glasovanje in pošiljanje vprašanj med kontaktnimi oddajami.

V interkulturnem komuniciranju se 'srečujejo' in soočajo kulture z različno zgodovinsko in kulturno tradicijo, z različnimi civilizacijskimi oblikami in stopnjami socioekonomske in tehnološke razvitosti, z različnostjo jezikov in pisav, religij in vrednostnih sistemov. Stoletja jih niso ločevale le jezik, zgodovina, vera, običaji, institucije in subjektivne predstave udeležencev, ločevale so jih tudi različni pogledi na odnose med posameznikom in skupino, med državljanom in državo, med starši in otroki, moškim in žensko, med človekom in bogom, različni pogledi na institucije svobode, enakosti in človekovih pravic.

Tudi danes jih ločujejo 'igranja' vlog v različnih kulturah, različne percepcije sveta, svetovni nazori, načini mišljenja in razkrivanja resnice (logično razmišljanje nasproti intuitivnemu razkrivanju in meditaciji). Značilna je tudi inkongruentnost v motivacijskih usmeritvah, ki lahko povzročajo sovražne reakcije (različni sistemi nagrajevanja in gratifikacij, ki temelje v različnih vrednotah, verovanjih in stališčih). Vse te razlike še stopnjujeta etnocentrizem in stereotipizacija.

Znanstveniki so skušali reagiranje posameznih kultur povezati s pojmom konteksta kot družbenega pojava. Kulture z visoko kontekstualnostjo so najizrazitejše na Japonskem, v Koreji, na Kitajskem in Vietnamu, medtem ko v Nemčiji, Švici, ZDA in skandinavskih državah prevladujejo značilnosti nizke kontekstualnosti. Primerjali so kulturo ZDA s kulturo Japonske in ugotovili, da Američani največji pomen dajejo jasnosti izjave, Japonci pa bolj cenijo dvosmiselnost sporočila. Japonska kultura v komuniciranju bolj preiskuje tisto, kar je implicitno v sporočilu: sprejemalec mora dojeti tudi tisto, kar ni izrečeno. To je posledica homogenosti japonske družbe (v primerjavi s heterogenostjo, ki je značilna za ZDA).<sup>11</sup>

Razsežnost individualnosti je najizrazitejša v ZDA, Avstraliji in Veliki Britaniji, medtem ko se h kolektivizmu najbolj nagibajo v Gvatemali, Ekvadorju, Panami in Kolumbiji. Na neposredni individualizem so najbolj ponosni prebivalci ZDA. Nasprotno pa Arabci dajejo prednost komunikativnemu vedenju, ne pa konfliktu, vzajemnosti, nesebičnosti. Komuniciranje je usmerjeno k drugemu, k ustrežljivosti, k ugajanju, k pomirljivim stališčem.

Azijske kulture vrednot zahodne kulture ne sprejemajo kot nekaj občečloveškega, pač pa kot nekaj, kar nima avtohtonih korenin v njihovih kulturah. Pogosto zavzemajo obrambno držo do teh 'tujih' pojmovanj življenja in sveta, do vplivov in mikov zahoda, zlasti do zahodnega pojmovanja človekovih pravic in maksime o ločitvi cerkve od države, ker menijo, da so ogrožene njihove lastne prastare vrednote. Ob poskusih 'uvoza' zahodnih vrednot se v teh deželah (Kitajska, Burma, Severna Koreja in druge) budita izolacionizem in vračanje k vrednotam lastne kulture.

Značilnost sodobnih kohezijskih procesov v družbah je vznikanje identifikacijske in solidarnostne zavesti, oživljanje etničnosti in zavesti o sebi kot narodu. Em-

---

<sup>11</sup> Primerjava nemške kulture s francosko je pokazala, da Nemci pri poslovnem komuniciranju žele 'dejstva, dejstva in samo dejstva', bodisi dobra bodisi slaba, pri tem pa vključujejo verodostojne projekcije prihodnosti, ki so prikazane na grafikoni. Francozi bolj cenijo rafiniranost in taktičnost kot iskrenost in dejstva. Francoz spretno obide sestavine razpravljanja, tako da mora sogovornik intuitivno odkriti latentna sporočila. Francozi v skladu s svojo kulturo občutijo potrebo po poglobljenem spoznavanju sogovornika, da bi lahko predvideli, kako se bo oseba vedla v raznih situacijah.

pirične raziskave in politična stvarnost v Evropi kažejo, da etničnost v evropskih državah sodi k osrednjemu strukturalno-funkcionalnemu in sociopolitičnemu dejavniku.

V evropskih državah je vse več etnično motiviranih socialnopolitičnih in ekonomskih procesov. Etničnost je izrabljana za legitimacijske procese v notranjepolitičnih kohezijskih procesih političnih strank. S pridom jo izkoriščajo nacionalne in nacionalistične stranke in strančice, ki znajo rafinirano manipulirati s čustvi narodne pripadnosti. Politične stranke z etničnostjo povečujejo svoje možnosti za uresničenje političnih ciljev.

Ta kulturna diverzifikacija in etnične identifikacije nam kažejo, da v prihodnosti ni mogoče pričakovati umirjanja etničnih napetosti. Elektronsko komuniciranje bo vsekakor zblíževalo ljudi vseh kontinentov, ne bo pa moglo izbrisati kultur različnih narodov in njihovih civilizacij.

Evropske države v načelu priznavajo bogastvo multikulturalizma, v stvarnosti pa krepijo nacionalni položaj države. To se kaže tudi na področju časopisov. Samo neke evropske države imajo poleg nacionalnih dnevnih časopisov tudi globalne. Med njimi je švicarski liberalni *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ). Mednarodno izdajo tiskajo v Nemčiji za bralce v Nemčiji, Avstriji in vzhodni Evropi. Ta globalni časopis ima veliko mednarodno mrežo dopisnikov in prinaša objektivne informacije iz vsega sveta. Vsebina je nevtralna in bolj kritična od nemških. NZZ poroča kritično tudi o politiki Evropske Unije, zato so njegove informacije objektivne, panevropsko usmerjene.

Konservativni *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) pa je tolmač nemške politike. FAZ tolmači razvoj Nemčije, renški kapitalizem in nemško nacionalno politiko.

Londonski *Financial Times*, ki razmišlja zelo britansko, ima svojo globalno, nemško izdajo in je bolj kritično usmerjena kot drugi nemški časopisi. Francoski *Le Monde* imajo za globalni časopis, čeprav je zelo francoski.

Tudi v času evropske integracije in gospodarske globalizacije evropske države ostajajo na pozicijah nacionalne usmerjenosti; isto pozicijo ima tudi njihov tisk. Edini evropski dnevni časopis *The European* pokojnega Roberta Maxwella je prenehal izhajati kmalu po spektakularnem začetku. Evropa ima mnogo jezikov, zato ni realno pričakovati, da se bo časopisni trg internacionaliziral.

## 'Globalni človek' in internetni diskurz

Internet ponuja nove možnosti za medosebno komuniciranje in globalno interaktivnost. Je kraj srečevanja ljudi vseh slojev in poklicev. Ker ta 'prostor srečevanja ljudi' ustvarja internet, so to virtualni prostori, ki v stvarnosti ne obstajajo. V njih se zbirajo virtualne skupnosti, ki imajo skupni jezikovni kod, ki je najpogosteje angleški.

Internetni diskurz je podoben diskurzu na intersubjektivni ravni, vendar ne obstaja kot resnična socialna medosebna interakcija, marveč le kot parasocialna virtualna interakcija.

Tudi internet zajema mnogoteri področja, ki jih obravnava diskurzivno: to so medijska področja informativne in mnenjske dejavnosti ter vsa področja, ki izhajajo iz človekovih dejavnosti (od politike, ekonomije, znanosti, izobraževanja do športa in zabave). Zato se na internetu prav tako kot v množičnih medijih pojavljajo različni diskurzi.

Aristotelova klasifikacija diskurzov temelji na področjih človekove dejavnosti. Oblikoval je tri velika področja javnega komuniciranja: retorično, logično in poetsko ter njihove diskurze; retorično področje obsega politični, administrativni in pravni diskurz, logično področje znanstveni in izobraževalni diskurz, poetsko področje pa poetski diskurz.

Politični diskurz, zlasti tisti, ki ga uporablja skupina na oblasti, je v vrednostni hierarhiji pogosto visoko umeščen. Politični diskurz je diferenciran, ker se na področju politike pojavljajo različne interesne skupine; zato so jezikovne razlike med njihovimi izjavami večje (stranka na oblasti proti sindikatom). Tudi diskurzi politične levice in desnice se razlikujejo. Diskurzi strank se razlikujejo tudi po načinu argumentacije in metodah prepričevanja. Politični diskurz pogosto izgublja zvezo s stvarnostjo, ker govorniki v evforično retoriko in ideološko argumentacijo oblikujejo popolnoma drugo podobo stvarnosti. Po navadi je poln politične in strokovne argumentacije. Internet državniki in politiki že redno uporabljajo za politični diskurz.

Državnoadministrativni internetski diskurz je podaljšek političnega diskurza in se uporablja za operativno normiranje in izvajanje sprejetih političnih odločitev. Administrativne vloge niso le profesionalne, ampak tudi trajne; stranke se na oblasti menjajo, administracija ostane. Administrativni diskurz v veliki meri poteka v pisni obliki in uporablja že uveljavljane vsebinske in jezikovne šablone oziroma pripravljene obrazce. Moderne administracije proizvajajo ogromne količine dokumentov in drugih sporočil, ki imajo funkcijo vzdrževanja državnega aparata in države. Zato imajo izredno perlokucijsko moč, ki je v skladu s njihovo ilokucijsko močjo (ustreza učinku, ki ga je želel sporočevalec doseči). Te ne dosežajo z močjo prepričevanja, pač pa zaradi tega, ker državljani morajo izpolniti zahteve državne administracije. Internet bo počasi odpravil papirnato administracijo.

Pravni internetski diskurz uporablja jezik pravne argumentacije. Pravni diskurz vsebuje visoko specializirane idiome, kar zahteva specializirano pravno izobraževanje. Mnogi ga pojmujejo kot profesionalni žargon. Z njim državljan postane objekt pravne argumentacije in diskurzivnega izrazoslovja. Pravna sporočila imajo veliko ilokucijsko moč in visoko stopnjo ujemanja s perlokucijskim učinkom (Vreg, tabela 2).

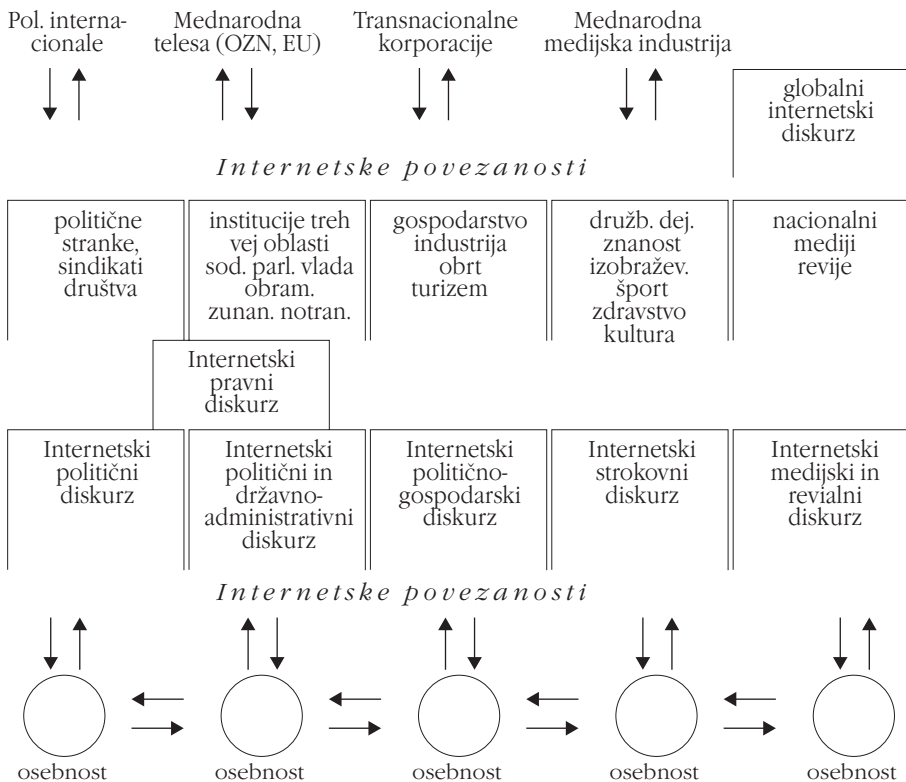
Jezik in komuniciranje tistih, ki profesionalno delujejo v politični sferi (v političnih strankah, v parlamentu, v državni upravi, v sodstvu), sta povsem drugačna kot jezik in komuniciranje preprostega ljudstva. Politike in 'demos' ne ločuje le jezik, marveč tudi vedenjski obrazci, socialni status, pričakovanja in interesi, pogosto tudi vrednote in življenjski cilji. Ločuje jih izobrazba; politiki so politologi, pravniki, ekonomisti, sociologi, novinarji, celo zdravniki ali pa imajo vsaj srednjo izobrazbo. Visok dohodek in druge državne bonitete jih uvrščajo v višje socialne razrede. Imajo poseben stil življenja in voditeljske ambicije.

Politični diskurz profesionalnih politikov se razlikuje od političnega komuniciranja, ki se dogaja na intersubjektivni ravni in prevladuje v občini javnosti. Jezik političnega komuniciranja je jezik preproste, 'neučene' množice, ki razmišlja drugače kot politiki in ima lastne interese, ne pa interesov partikularne, strankarske politike.

V zgodovini retorike poznamo govore, ki so odločilno vplivali na razvoj političnega sistema. Veliki govori so kot velike bitke, kot odločilne politične akcije. Takšen je bil znameniti govor 'sanje' Martina Luthra Kinga o prihodnosti Amerike. Govornik mora biti osebnost, mora imeti vsaj pridih karizme voditelja.<sup>12</sup>

TABELA 2: *Internetska povezanost strank, države, parlamenta in državljana.*

MODEL INTERNETSKIH DISKURZOV



<sup>12</sup> Na televiziji je zlasti pomemben imidž govornika. Imeti mora umirjen, samozavesten nastop, prijazen nasmeh, sprejemljive kretnje in privlačno mimiko. Voditelj najmočnejše države na svetu Bill Clinton, ki je človek velike energije, karizme, osvajajoče sproščenosti in prijaznega nasmeha, govori z jezikom afektivnega diskurza. Ima veliko mero temperamenta in šarma Johna Kennedyja ter vizionarstvo Martina L. Kinga.

Nekateri govorniki poskušajo pritegniti z afektivnim diskurzom, kar jim uspeva, če se publika strinja z njihovo tezo. V načelu mora govor izražati patos in ritem. Z ritmičnim, jasnim in močnim glasom, z izbiranjem udarnih izrazov, z navezovanjem na patetična mesta in stereotipe, z enostavnimi in sugestivnimi primeri, ki se zde logični, lahko govornik učinkuje na množico.<sup>13</sup>

Zaradi razvoja medijske in informacijske tehnologije, svetovno komuniciranje vse bolj obvladujejo satelitska, kabelska in digitalna TV, kar ustvarja nov medijski diskurz, različen od klasičnega.

Novi politiki osvajajo tudi internet in elektronsko pošto. Tudi tu se identificirajo z jezikom internetskih množic.

Poetski diskurz. V poetski diskurz uvrščamo vse oblike uporabe jezika v umetnosti, predvsem v literaturi, v verzu in prozi. Sem spadajo tudi izjave, ki se izražajo v tistih umetnostih, v katerih se - kot na primer v gledališču ali filmu - poleg jezika pojavljajo tudi drugi znakovni sistemi. V poetski diskurz sodijo književne oblike: roman, novela, črtica, satira, humoreska, groteska, pa potopisi, spomini, kronike, biografije ali avtobiografije, pa poljudno znanstvena literatura. Spomnimo se oblike romana v pismih (Richardsonova Pamela, Goethejev Werter). Vse te oblike se danes pojavljajo v elektronski pošti in internetu.

Na internetu zasledimo tudi književno-publicistično prozo kot so feljton, reportaža, pa tudi nekatere oblike intervjuja ali razgovora, eseje in literarna pisma.

V teh oblikah je prepoznavna umetniška osebnost. Že feljton (Janko Kersnik in njegova Muhasta pisma) izrazito odseva osebnost. "Pravi feljton je neizbežno povezan z osebnostjo pisca samega, saj odraža njegove ideje, meditacije, čustvene vrinke, njegovo kulturno obzorje, njegovo dikcijo" (Vreg, 1961: 86). Isto lahko rečemo za vsa literarna dela, ki so bila klasično objavljena v tisku. Internet omogoča njihovo reprodukcijo, vendar ne more nadomestiti čara knjižne, revialne ali časopisne izdaje.

Moralni diskurz. Habermas je v koncepcijo političnega diskurza vnesel vidik moralnega vrednotenja političnih dejanj v smislu Kantovega pojmovanja politike. Že v Metafiziki pravi se Kant sklicuje na moralne kriterije političnih dejanj. Pred javnostjo, pravi Kant, se morajo politična dejanja izkazati kot zakonita, temelječa na zakonih, ki jih javno mnenje priznava kot splošne in razumne. Politična dejanja se lahko skladajo s pravom in moralo le toliko, kolikor so njihove maksime sposobne publicitete. Publiciteta je za Kanta tisto načelo, ki edino lahko zagotovi skladnost politike z moralo. Opredelitev norm in preizkušanje njihove veljavnosti sta mogoči zgolj v v moralnem diskurzu. Kot pravične veljajo samo tiste normativne postavke, ki so se pokazale kot nepristranske v moralni argumentaciji.

Internetski diskurz moramo proučevati s pozicij etike in morale. Na internetu - ponavadi anonimno - napadajo politike, politične stranke, državne institucije, var-

---

<sup>13</sup> Posebno mesto v družbeni strukturi ima religiozni diskurz. Ker cerkveni voditelji slovesne govore pogosto spremenene v politični dialog z državo, ga lahko štejemo kot obliko političnega diskurza. Nekatere stranke (demokrščanske in ljudske) ga vnašajo v svoj politični diskurz, da bi pridobil ilokucijsko moč. Govorci religioznega diskurza črpajo svojo ilokucijsko moč iz institucije cerkve kot svetovne 'velestile' in iz predpostavke, da obstaja nadnaraven pošiljatelj sporočil. To religioznemu diskurzu pridaja mistično naravo in je temelj njegove ilokucijske moči.

nost in obrambne sisteme, nacionalne in etnične manjšine (zlasti Žide), podjetja in njihove proizvode. Tudi v Sloveniji so znani primeri anonimk, napadov na predsednika vlade. Na internetu se nekaznovano pojavljajo fašistične in nacistične skupine in širijo svojo propagando.

## Uporaba interneta na gospodarskem, političnem in izobraževalnem področju

Uporaba sodobnih informacijskih tehnologij strukturno spreminja družbo. Kakšne so spremembe na posameznih področjih?

Na področju gospodarstva. Državniki se zavedajo, da brez informacijske tehnologije ni nove ekonomije. Informacijska infrastruktura je ključni dejavnik sprememb v gospodarstvu. Država, ki to zanemarja, si omejuje dostop do novega znanja, kar pomeni, da onemogoča prehod v informacijsko družbo. Zamujala bo vstop v evropske projekte, ki so kanali za dostop do vrhunskih tehnologij in storitev.

Če bo država zgubila stik s tem razvojem, bo produkcijska zmožnost v gospodarstvu bistveno manjša. Nekateri menedžerji mislijo, da je razvoj v tem, da preprosto odpuščajo na stotine delavcev, ker imajo delavce samo kot reprodukcijski material. Ne lotevajo pa se modernizacije s sodobno informacijsko tehnologijo in svetovnimi dosežki znanja. Ne navezujejo sodelovanja z znanostjo in izobraževalnimi kapacitetami univerz.

Na področju politike in države. Sodobne komunikacijske poti omogočajo nove interakcijske odnose med vlado, državno upravo, političnimi strankami, lokalnimi skupnostmi in državljani. Brez uporabe sodobnih informacijskih sredstev si ni več mogoče zamišljati strokovne podpore za relevantno in odgovorno odločanje. Politiku se vedno več javne dokumentacije in vladnih poročil pojavlja na zaslonu. Na internetskem omrežju lahko najde elektronske časopise in kompleksne analize.

Proces odločanja je tako odmaknjen od človeka, da ga dejansko lahko spremljajo samo z množičnimi mediji. Ti s prikazovanjem dogajanj v parlamentu, vladi in političnih organizacijah vzbujajo predstavo, da državljan tudi "soodloča". Dejansko samo opazuje politične razprave na malih zaslonih, posluša na radiu in jih prebira v časopisih (mamilna disfunkcija množičnih medijev).

Raziskovalci ugotavljajo, da obstaja zveza med političnim zadovoljstvom s političnim sistemom in politično razdaljo. Politična razdalja je praznina, ki jo ima volivec v zvezi z vrsto bistvenih vsebin (blaginja, okolje in kultura, zakon in red) ter politiko vlade. Politična razdalja je merilo zadovoljstva z vladno politiko. Raziskave politične razdalje in zadovoljstva s sistemom v osmih državah Zahodne Evrope v letih 1979 do 1983 so pokazale, da je le majhen odstotek ljudi zadovoljen z načinom, kako deluje demokracija v njihovi državi. Največ državljanov je občutilo, da je precejšnja razdalja med njimi in vlado (tako so se izrekli zlasti državljani Nemčije, Danske, Nizozemske in Velike Britanije).

Novije raziskave so razkrile, da se v zahodnih demokracijah dogajajo nekatere prodorne spremembe. Državljanji so postali bolj izobraženi, bolj vključeni v politiko

in aktivnejši. Hkrati so postali bolj individualistični, bolj sebični in bolj povezani s posebnimi interesi svojih najbližjih skupin kot pa z različnimi oblikami vladanja kot celote. Ljudje so člani številnih zvez, večinoma nepolitičnih, ki pa ljudi pritegnejo na političen način, če je to potrebno. Tradicionalne stranke in interesne skupine - še posebej cerkve in sindikati - se precej uspešno borijo, da bi ohranili svojo vlogo, vendar se soočajo z mogočnim izzivom novih oblik novih socialnih gibanj (Kasse in Newton, 1995/1999: 215).

Participativne teorije temeljijo na predpostavki, da je človek celovita osebnost, ki svoje dejavnosti ne omejuje samo na osebni interes, marveč želi sodelovati pri odločanju o zadevah javnega interesa. Participacija ljudi mora biti permanentna in multiformna.

Sodobne participatorne teorije politično odločanje širijo na soodločanje o družbenoekonomskih zadevah (industrijska demokracija, soodločanje v podjetjih) in govore o družbenoekonomski participaciji. Le redki teoretiki jo pojmujejo kot sistem soupravljanja v procesu dela in v lokalnih skupnostih (na zborih delavcev ali občanov), kot sistem soudeležbe pri odločanju v političnih organizacijah ali kot sistem samoregulacije v družbenih organizacijah (v zdravstvu, znanosti, izobraževanju itd.).

Novo informacijske tehnologije (internet, elektronska pošta ter druge) bodo omogočale nove oblike participacije državljanov. Ustvarile bodo sodobne komunikacijske poti med vlado, državno upravo, političnimi strankami, poslanci, lokalnimi skupnostmi in volilci. Omogočile bodo, da bo parlament vzpostavil poti, ki nudijo javni vpogled in nadzor nad njegovim delovanjem ter vse bolj aktivno vključevanje volilcev v njegovo zakonodajno delovanje.

## Parlament, elektronska demokracija in odločanje

Parlament ima v političnem procesu pomembno vlogo kot posrednik komuniciranja med vlado in javnostjo. Predstavniški dom in parlamentarni postopki imajo v sodobni politični državi nalogo organiziranja dvosmernega komuniciranja. Parlament - kot tradicionalna institucija 'ljudske volje' - bi moral najpopolneje izražati ljudsko voljo in javno mnenje. Dejansko pa je čedalje bolj pod pritiskom vladajočih sil, političnih strank in interesnih skupin. Te sile imajo odločujoč vpliv na sprejemanje političnih odločitev in zakonodajnih aktov. Parlament vse bolj postaja kraj, kjer se srečujejo strankini mandatarji, da bi registrirali že vnaprej iznajdene odločitve političnih strank. Politika tako postane 'zasebna stvar' poklicnih politikov, ki jo formulirajo s pomočjo raznih političnih in juridičnih tehnokratov in izvedencev. Tako se čedalje bolj kaže pasivna pozicija javnega mnenja (Vreg, 2000: 84-85).

Zakonodajna funkcija ne more izraziti bogastva interesov in potreb prebivalstva, civilne družbe in institucionalne zgradbe, če ni zasnovana na mreži sodobnih komunikacijskih povezav med parlamentom in njegovo strokovno službo, pravno in drugimi strokami, vlado in upravnimi resorji, lokalnimi skupnostmi in volilci. Komuniciranje z volilci, političnimi strankami, lobisti domačih in tujih podjetij ter



raznimi skupinami za pritisk se lahko sprememni v manipuliranje s parlamentom in parlamentarci, če njihovo delovanje ni komunikacijsko in informacijsko podprto (Ribičič, 2000: 231).

Poslanec ne more biti strokovno usposobljen za razpravljanje in odločanje, če nima možnosti seznaniti se z resničnim stanjem stvari iz samostojnih in neodvisnih strokovnih virov. Parlamentarno odločanje je vsebinsko in proceduralno tako zapleteno, da je nujna strokovna podpora, ki jo nudi uporaba sodobnih informacijskih sredstev. Parlament mora biti tudi komunikacijsko povezan s parlamenti drugih evropskih držav, še zlasti članic Evropske zveze ter z Evropskim parlamentom, Svetom Evrope, Konferenco za varnost in sodelovanje v Evropi in OZN (Ribičič, 2000: 231).

Nove tehnologije spreminjajo tudi notranjo dinamiko parlamentarnega dogajanja. Poslanec, vsakodnevno povezan z vsemi drugimi poslanci in svetovnimi spletnimi stranmi, vnaša novo dinamiko v delovanje poslanske skupine in med njimi. Pričakovati je več nadstrankarskega povezovanja ter manj ostre ločnice med vladnimi in opozicijskimi poslanci, manj ostrih spopadov in diskvalifikacij ter več sodelovanja.

Razvoj informacijskih sredstev nam nudi futurološka razmišljanja o elektronski demokraciji in virtualnih poslanskih pomočnikih. Koncept elektronske demokracije je postal predmet številnih študij. Zajema komuniciranje s politiki in institucijami, razpravljanje v forumih, dostop do podatkov, tehnike glasovanja, javna računalniška omrežja v lokalnih skupnostih. Parlamentom omogoča posvetovalne referendume z uporabo elektronskih sredstev, ki bodo v najkrajšem času dale povratne informacije o stališčih volilcev. Vsak volilec bo lahko prek tv-ekrana ali prek mobitela z malo večjim zaslonom aktivno spremljal odločanje v parlamentu in vplival na to.

Mnogi presojujejo možnosti političnega delovanja v luči plebiscitarne elektronske demokracije; nekateri pa pričakujejo uresničevanje ciljev participativne demokracije. Menijo, da je treba opredeliti, kaj je demokracija in kakšno demokracijo si predstavljamo v prihodnje (Barber, 1997: 222). Med možnimi vizijami je tudi koncept digitalne demokracije, ki se nanaša na širok niz tehnoloških aplikacij, vključujoč televizijske "ljudske parlamente", elektronski dostop do razpravljalnih forumov in javnih informacijskih kioskov (Hague in Loader, 1999: 3). Digitalna demokracija je hibridni demokratični model, ki vsebuje elemente tako participativnih kot tudi predstavniških oblik demokracije (Hague in Loader, 1999: 7). Problematizacijo o digitalni demokraciji lahko razdelimo na tiste, ki poudarjajo spremembe na ravni države, in na tiste, ki pozornost namenjajo spremembam v oščrju civilne družbe (Oblak, 2000: 124).

Elektronska demokracija bo prinesla možnosti neposrednega vpliva na politiko. V Veliki Britaniji je že šest sedmin vseh volilnih enot vključenih v internet (parlamentarne spletne strani). Na Danskem so jeseni 2000 prvič preizkusili nekajurni dialog med stotisoči uporabniki interneta in poslanci, s čimer je parlamentarni dialog prerastel v pogovor med poslanci in civilno družbo. Na Škotskem je Mednarodni teledemokratski center univerze Napier v Edinburghu skupaj z Britanskim Telekomom razvil e-demokracijo s tremi sredstvi: e-svetovalac, e-volilec in e-prošnje.

E-svetovalec uporablja škotska vlada, da svetuje mladim ljudem. E-volilec uporabljajo lokalne oblasti, da izvolijo mlade ljudi v Mladinski svet. E-prošnje pa rabijo škotskemu parlamentu, da lahko državljani naslavljajo prošnje elektronsko. Omočja pa tudi pošiljanje prošenj britanskemu premieru na Downing St. 10.

V Sloveniji je parlament v primerjavi z drugimi parlamenti nadpovprečno razvil uporabo sodobnih komunikacijskih in informacijskih tehnologij. Elektronsko glasovanje ima domovinsko pravico že desetletja, v zadnjih mandatnih obdobjih pa imajo poslanci na voljo nove komunikacijske možnosti. Vsak poslanec je lahko celotno gradivo, pomembno za odločanje, uporabljal prek internetne mreže, kjer je na razpolago tudi bogat arhiv vseh razprav v državnem zboru in delovnih telesih, pregled člankov, raznih informacij in drugega gradiva. V novem parlamentu bo notranja mreža (sistem Lotus Notes) poslancem omogočala, da bi delali praktično brez papirjev, čeprav bo treba vsak predlog predložiti tudi v papirni obliki. Svoje računalnike bodo lahko priključili v dvorani.

Virtualni poslanec je zamisel komunikacijskega robota s funkcijami sodobne informacijske tehnologije. Virtualni pomočnik bi bil pritrjen zraven sedeža poslanca, nad mizo pa bi bila tridimenzionalna projekcijska podoba njegovega gospodarja. Ta virtualni poslanec bi ga tudi nadomeščal, kadar bi bil odsoten; torej bi tudi nastopal namesto njega (teleparlamentarizem). Virtualni pomočnik bi se tudi prilagajal, se učil posebnosti poslanca, pa ne samo postulatov njegove strankarske pripadnosti in območja, od koder prihaja, ampak tudi poslančevih značajskih lastnosti. Pravi poslanec bi bil s svojim virtualnim pomočnikom povezan preko čipa, ki bi mu ga vgradili (pod kožo) na desni roki.

V Sloveniji parlamentarni futuristi (dr. Ciril Ribičič) predvidevajo uporabo Sistema parlamentarne informacijske tehnologije (SPIT) na podlagi odločitev Evropske komisije. Ta naj bi izbrala Slovenijo za preizkus, ki naj bi v treh letih privedel do realizacije projekta kibernetnega evroposlanca (KEP). S konstituiranjem novega parlamenta leta 2004 naj bi začela obvezna uporaba virtualnih poslancev, ki bi bili vgrajeni ob poslanske sedeže.

## Internetska mednarodna propaganda

Mednarodna propaganda je proces, ki vključuje zveze med številnimi kompleksnimi in raznolikimi dejavniki. Izhodišče proučevanja je mednarodna politična situacija, v kateri je najpomembnejši dejavnik povezava med nacionalno politiko in komunikacijsko politiko. Politično komuniciranje se dogaja v kontekstu kulture določene države.

Nacionalno politiko izvajata država in njen predsednik v okviru zunanje politike. Zunanja politika je delovanje države v globalni sferi. Če v globalni sferi upoštevamo moč velesil oziroma dominantne velesile (ZDA), lahko zapišemo, da zunanja politika temelji na zamisli stalnega poskusa vplivanja ali nadziranja drugih držav, da doseže, da ravnajo tako, kakor je za njihovo državo koristno. Obstaja pa veliko vrst ciljev in veliko vrst vplivanja (Russett in Starr, 1992/1996: 279).

Vodilni politiki so vsakodnevno odvisni od informacij, ki jih posredujejo globalno komuniciranje, mednarodna propaganda, internet in različne obveščevalne službe. Na podlagi teh informacij - če so točne in relevantne – skušajo zaznati in prepoznati probleme v svetu.

V globalni sferi se vsak dan pretaka na milijone informacij. Več kot 190 držav v globalnem sistemu vsak dan pošilja na tisoče političnih informacij, na stotine zunanje-političnih, diplomatskih in vojaških informacij, če odmislimo gigantske mreže obveščevalnih sistemov z njihovimi informacijami.

Država je prisiljena izbirno zaznati prave informacije in jih dati vodilnim politikom, ki so preplavljeni z informacijami. Na ‚filtriranje‘ informacij vplivajo politika države, njen družbeni sistem, ideologija in vrednote. Zaradi infomacijske obilnosti so politiki preobremenjeni in jih situacija sili, da se osredotočijo na neke informacije, druge pa zanemarijo. Tako pogosto sprejemajo napačne zunanje-politične odločitve.

V sedanjem času so se razširile internetske novice, zlasti pa govornice. Govornice so sestavni del propagandnega delovanja. Govornice so posebna vrsta informacij, ki se prenašajo od osebe do osebe ustno ali s pismi, v novejšem času pa tudi prek elektronske pošte. Govornica je nepotrjena trditev o nekem dogodku in ne temelji na dejstvih; zato so tendenciozne, nepreverjene oziroma popačene informacije. Širijo se z neverjetno hitrostjo; njihov izvor je težko ali nemogoče ugotoviti.

Govornice nastanejo, kadar so ogroženi vitalni interesi ljudi: zdravje, ekonomska in socialna varnost, osebna svoboda, način življenja in podobno. Posebna spodbuda za nastanek govornic so predsodki glede na nacionalnost, raso, vero, delo, glede priseljencev in ljudi z drugimi kulturami. Med političnimi (menjave vlad) in ekonomskimi krizami (nezaposlenost, ukinjanje podjetij, pomanjkanje nekaterih izdelkov) ter splošne nestabilnosti se ljudje počutijo negotovi; začnejo dvomiti o sposobnosti državnih in političnih voditeljev, da znajo obvladovati položaj. Občutek negotovosti zagrne ljudi zlasti ob boleznih ali smrti državnega voditelja. Takrat celo državo poplavijo razna ugibanja in govornice.

Govornice se zlasti razširjajo ob naravnih nesrečah (potresi, poplave, rušenje jezov), ob epidemijah nalezljivih boleznih, ob prometnih, železniških, letalskih in drugih nesrečah, ko ni mogoče dati takojšnih informacij o dogajanjih.<sup>14</sup>

Internetske govornice zlasti proizvajajo in širijo domači in tuji akterji podtalne propagande. Podtalna propaganda vnaša dvome o prihodnosti političnega sistema, nezaupanje v vladajočo stranko, spodbuja socialne in politične konflikte, razglaša iluzije za resnico ter razširja različne destruktivne doktrine, ki se nanašajo na ekonomijo, industrijski in tehnološki razvoj, energetske in jedrske potenciale, ekologijo in vojaško oborožitev.

<sup>14</sup> Objekt govornic je lahko vsak posameznik, vendar se najbolj osredotočajo na javne delavce, od lokalnih funkcionarjev do najvišjih osebnosti (politiki, gospodarstveniki, kulturniki, filmske zvezde, novinarji). V človekovi osebnosti je namreč nagonska želja po vednosti, kaj se dogaja v osebem življenju zakoncev (med možem in ženo, v spalnici), prijateljev in sosedov, zlasti pa javnih osebnosti. V politiki govornice širijo namensko, da kompromitirajo nekega politika in njegovo stranko, državnike, ministre, gospodarstvenike in druge.

S kombinacijo subverzivne propagande in drugih strateških sredstev zastraševanja širijo demoralizacijo, defetizem, fatalizem, razdor med narodi, nezaupanje v možnosti obrambe itd. Zlasti politična emigracija izrablja vse oblike neposredne in podtalne propagande, da širi neresnice o vladajoči stranki in državnem sistemu.

## Politični marketing in internetska volilna propaganda

Politični marketing ukinja 'utopijo' o avtonomni javnosti. Javnost ima za relativno samostojen socialni prostor, kjer se srečujejo politične stranke, gibanja itd., oziroma za trg idej, kjer vladajo tržni zakoni, moč in agresivnost prevladujočih sil. Na tem prizorišču se spopadajo velike marketinške agencije (ne pa politiki), civilna družba in državljani pa ostajajo v 'političnem mraku obrobja'. Strategiji političnega marketinga so zavrgli postulat o vladavini ljudstva in participativni demokraciji.

Marketinška koncepcija političnega procesa postavi v ospredje javne pozornosti kandidata, stranko in njen program pa potisne v ozadje. Mnogo lažje in varneje je modelirati javno podobo stila vodenja predsednika vlade ali drugega politika. To težnjo krepi tudi nov stil poročanja v novinarstvu, zlasti televizijsko prikazovanje usmeritve stranke s podobo vodilnega politika.

Tej koncepciji ugovarjajo drugi teoretiki, ki trdijo, da stranka zmaga na volitvah predvsem zaradi politike, ki jo vodi in jo pozna javnost, ne pa zaradi podobe (imidža) kandidata. To utemeljujejo takole: prvič, ljudje morajo imeti na razpolago veliko količino informacij, da bodo lahko dobro seznanjeni z določenim problemom in relevantnim političnim programom, kar bo omogočilo visoko stopnjo oblikovanja stališča o njem. Drugič, v javnem mnenju mora prevladati nagnjenje za eno od političnih alternativ v zvezi s problemom. Tretjič, stranke se morajo glede na dani problem razlikovati tako, da bo samo ena stranka zastopala preferirano rešitev. Ljudje morajo preferirano rešitev povezovati s političnim programom samo ene stranke. Če bodo izpolnjeni vsi trije pogoji, bodo politični program in politika, ki rešuje ta problem, odločujoči za izid volitev (Cushman in Ponnhalluric, 1984: 202).

V praksi se vse bolj umikajo volilne kampanje, ki so usmerjene na politični program, in se začenjajo uveljavljati tiste, ki temelje na podobi (imidžu) kandidata. Politično je rentabilneje in učinkoviteje, da se poudarek s političnih programov premakne na prikazovanje sposobnosti voditelja stranke za vodenje politike in reševanje problemov kot tudi na obče vrednote stranke.

Mediji, ki izvajajo volilne kampanje, podeljujejo status kandidatom, programom strank, organizacijam in socialnim gibanjem, vendar posvečajo pozornost samo nekaterim kandidatom in strankam. Mediji pomagajo vzpostaviti kontekst volilne kampanje: porazdelitev volilnih blokov, promocijo kandidatov, javno podobo kandidatov, porazdelitev glasov - še preden se volitve izvajajo. Mediji so glavna vez med kandidati in pretežno večino javnosti. Če pravimo 'vez', to ne pomeni, da so mediji nevtralni. Odnosi med mediji in kandidati so ambivalentna mešanica konfliktov in kooperacije, podpore in destrukcije.<sup>15</sup>

Internet so prvič uporabili v predsedniški kampanji v ZDA 1992. leta. Bill Clinton in Al Gore sta med volilno kampanjo na internetu objavljala celotna besedila svojih govorov, oglasov, stališč do posameznih problemov in tudi biografske podatke. Vendar tedaj internet še ni bil prav dosti uporabljan, zato tudi ni imel kakšnega večjega učinka ne na novinarje ne na javnost. Že na začetku volilne kampanje 1996. leta je postalo očitno, da je internet postal njen sestavni del. Politične stranke so postavile spletne strani na nacionalni, državni in lokalni ravni. Demokratska in republikanska stranka sta na svojih imeli grafe, govore, tiskovna sporočila in druge strankarske informacije. Kar 521 kandidatov za kongres je imelo svojo spletno stran. Kandidati - kongresniki pa so uporabljali kar svoje uradne spletne strani. Volilne strani so oblikovale tudi interesne skupine.<sup>16</sup>

Od interneta lahko pričakujemo premik k bolj poglobljenemu dialogu glede posameznih problemov ali politik. Volilci bi z vstopom revnejših kandidatov dobili na izbiro širšo paleto posameznikov, strank in ideologij. Vendar še ni bilo večje interaktivnosti med kandidatom in volilci. Revnejši kandidati so še naprej bili v podrejenem položaju, ker so morali postaviti svoje volilne strani, predvsem pa zato ker je bil obseg zanimanja za njihove spletne strani manjši. Revnejši namreč niso mogli razviti velike marketinške propagande, ki terja ogromno denarja. Tudi mediji so pokrivali bolj znane kandidate. Čeprav internet na volitvah 1996. leta ni izpolnil pričakovanj, pa je imel veliko večjo vlogo na volitvah v ZDA leta 2000. Ob volitvah leta 2000 v Sloveniji se je tudi v Sloveniji pokazalo, da se za internetsko komuniciranje zanimajo predvsem mlajše generacije in izobraženci, se pravi, specifične ciljne skupine.

## Enoten evropski izobraževalni prostor?

Na področju znanosti in izobraževanja. Informacijska in komunikacijska tehnologija ustvarja globalni izobrazbeni prostor. Skupni evropski prostor visokega izobraževanja in informacijsko omrežje sta ključ povezovanja in konvergence. Svoboden pretok kapitala, blaga in delovne sile, po menju tvorcev Evropske zveze, lahko uspejajo le ob mednarodno konkurenčnem in evropsko harmoniziranem izobraževanju. Univerze so del tržnega gospodarstva, ki tržijo usluge, novo znanje, patente, postopke in tehnologije. Nastal naj bi skupen in enoten izobraževalni prostor Evrope.

<sup>15</sup> *Novinarji in uredniki si žele novic, ki jih opredelijo kot konflikt, kontroverzo, dvoumnost, škandal. Preizkušajo kandidatovo šibkost, zmotnost, prikrite tajnosti. Kandidatom skušajo vsiliti medijske definicije tega, kaj je pomembno. Politični komunikolog David Paletz opozarja, da so meje takim trendom množičnih medijev. Novinarji nacionalnih medijev so zavezani, da obširno poročajo o govorih glavnih kandidatov; to pa morajo početi s toliko nepristranosti, kolikor je zmorejo. Ne morejo nekaznovano poročati o govoricah, namigovanjih ali nepotrjenih vesteh. To so načela objektivnega novinarstva (Paletz, 1981: 33).*

<sup>16</sup> *Komuniciranje z internetskimi uporabniki je bila produktivna naložba, celo bolj kot mučno nabiranje glasov od vrat do vrat. Internet ima pred drugimi sredstvi komuniciranja to prednost, da lahko volilcem posreduje izvirna, nespremenjena sporočila, medtem ko jih drugi mediji lahko po svoje oblikujejo, skrajšajo ali komentirajo. Uporabniki internetnih političnih strani so politično bolj motivirani, bogatejši in izobraženi, torej posebna ciljna skupina potencialnih volilcev.*

Ob tem se odpira usodna dilema: ali lahko številni evropski narodi pristanejo na harmonizacijo in unifikacijo visokega šolstva? Evropa kot tradicionalen prostor sožitja različnih kultur danes vzpostavlja geografske, ekonomske, politične, kulturne in informacijske integracijske vezi. Upravičeno smo zaskrbljeni in se sprašujemo: ali bomo epigonsko sledili zahodnim modelom ekonomije, glorificirali zahodne stile življenja, slovensko kulturo in jezik pa ‚svetovljansko‘ potiskali na obrobje? Ali pa bomo samorastniško vztrajali pri krepitevi identitete slovenske kulture in naroda?

Tudi na evropski rektorski konferenci oktobra 2000 v Krakovu (26.-27. oktober) so odprli to dilemo. Ugotovili so, da je evropski prostor zgodovinsko in kulturno pogojen. Zato visoko šolstvo ne more sprejeti uniformnega in harmoničnega „evropskega modela“, ohranjati mora dinamični večplastni vzgojni sistem za potrebe lokalnih, regionalnih in globalnih skupnosti, delovnih trgov in pričakovani ljudi. Prostor visokega izobraževanja je neogibno diverzificiran, zato se pojavljajo različni vzorci povezovanja v omrežje. Velika večina univerz temelji na lokalnih, regionalnih in nacionalnih vzorcih. Svoje nacionalne vzorce pa skuša adaptirati za mednarodne in/ali evropske razsežnosti izobraževanja.

Znanje in ustvarjalnost sta najpomembnejši strateški surovini. Brez njih ni razvojne prednosti Slovenije v svetu. Vodilni slovenski politiki in vlada ugotavljajo, da so znanje, kultura in izobraževanje najvažnejše vrednote in orodja uveljavljanja v globalni svetovni skupnosti. Za cilj si postavljajo splošno računalniško pismenost in dostopnost do interneta. Do leta 2004 naj bi v šolah usposobili najmanj 30.000 računalniških mest, prek katerih bo mogoč visoko zmogljiv in stalen dostop do medmrežij. Omogočili naj bi elektronsko poslovanje državljanov z državo in z javnimi ustanovami, kar pomeni, da bomo v državni upravi morali usposobiti na stotine uradnikov za ta strokovna merila.

V družbeni praksi so številne zavore, ki onemogočajo produktivno vključevanje znanja in informacijske tehnologije v vsa področja družbenega dela in upravljanja ter zavirajo absorpcijo visoko specializiranih kadrov v gospodarstvo, v družbene dejavnosti, v sistem upravljanja in politične procese. Med bistvene zavore sodi pragmatistična zavest in slaba strokovna usposobljenost sedanjega sloja upravljaljskih in strokovnih kadrov v gospodarstvu, v upravi, administraciji, zlasti v občinskih upravnih, političnih in izvršilnih organih.

## Zaključek

Zastavlja se vprašanje, ali globalizacija vodi k homogenizaciji sveta, h komunikacijskemu, informacijskemu in ideološkemu ‚univerzumu‘, k izginjanju nacionalnih, regionalnih in lokalnih identitet? Mnogi tudi mislijo, da bo informatizacija družbe sama po sebi prispevala k razvoju novih oblik neposredne demokracije v gospodarstvu in družbi. Žal se ne sprašujejo, kakšne retrogradne učinke bi imela na sistem parlamentarne demokracije, če bi bila velikanska moč v lasti novodobne korporacijske in politične elite? Vprašanje je, ali lahko človek nadzoruje pozitivne in negativne smeri globalizacije?

Globalizacijo obvladuje in usmerja človek, ki lahko krepi pozitivne trende: z državnopravnimi intervencijami kroti kapitalsko izvenparlamentarno oblast, razvija teritorialno raznovrstnost, lokalno in regijsko avtonomnost, samoregulacijo znanstvenih, visokošolskih, zdravstvenih, kulturnih, medijskih in drugih institucij, avtonomnost in samobitnost človeka. Ohranja lahko nacionalno samobitnost in identiteto.

*“Globalni človek” sprejema informacijsko tehnologijo kot tehnično sredstvo, kot “podaljšek čutil”, ki mu omogoča komuniciranje s svetom.*

Avtonomnost in pokončnost nam omogočata, da vidimo vizijo prihodnosti, pot v informacijsko družbo novega tisočletja. Univerza ima znanje in vednost za strukturno in informacijsko preobrazbo družbe. Univerza je odgovorna, da izšola ljudske potenciale, ki bodo lahko uresničevali informacijsko prihodnost.

## LITERATURA

- Alkalaj, Mišo (1995): Gigabajti za megadolarje. O tehnološki prihodnosti Slovenije, ki je črna, a zato zelo zabavna. Mladina št. 34. 22. avgusta 1995.
- Barber, Benjamin (1997): The New Telecommunications Technology: Endless Frontier or the End of Democracy. *Constellations* 4,2, 208-226.
- Castells, Manuel (2000): *The Rise of the Network Society*. Oxford; Malden: Blackwel.
- Cushman, Donald, P. in Ponthallurick, John, M. 1984. Information and Image in Electoral Campaigns. V: *Informatologia Yugoslavica*, 3-4. Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo.
- Grabnar, Boris (1996): *Zagrinjalo prihodnosti: uvod v futurologijo Slovenije*. Ljubljana: Pravljino gledališče.
- Hague, Barry in Brian D. Loader (ur.) (1999): *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.
- Lange, Yasha in Palmer, Andrew (1995/1996): *Mediji in volitve*. Zbornik, Ljubljana: FDV.
- Lukšič, Igor (ur.) (2000): *Nova socialdemokracija - opredelitve in kontroverze tretje poti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Kaase, Max in Newton, Kenneth (1995/1999): *Zaupanje v vlado*. Ljubljana: Liberalna akademija in Znanstvena knjižnica FDV.
- Martin, Hans-Peter in Schumann Harold (1997): *Pasti civilizacije*. Ljubljana: Co Libri.
- Meyer, Thomas (2000): *Tretja pot na razpotju*. V: Lukšič (ur.) *Nova socialdemokracija - opredelitve in kontroverze tretje poti*.
- Mlinar, Zdravko (1994): *Individuacija in globalizacija v prostoru*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
- Mlinar, Zdravko (2000): *Globalizacija komuniciranja in teritorialne identitete*. V: S. Splichal (ur.) *Vregov zbornik*, 111-121. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani
- Newman, Bruce, I. in Sheth, Jagdish, N. (1987): *A Theory of Political Choice Behavior*. New York: Praeger Publishers.
- Paletz, L., David in Robert, M., Entman (1981): *Media. Power. Politics*. New York: The Free Press.
- Plenkovič, Mario (2000): *Informatologia na pragu 21. stoljeća*. V: *Informatologia*. 1669 - 1999. 3-4. 143-144. Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo.
- Oblak, Tanja (2000): *Elektronska demokracija in nova prizorišča političnega delovanja*, 121-133. V: S. Splichal (ur.) *Vregov zbornik*, 111-121. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani

- Oblak, Tanja (2000): Mitske podobe o 'Življenju na mreži'. Teorija in praksa, 1052-1069. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ribičič, Ciril (2000): Podoba parlamentarnega desetletja. Ljubljana: Samozaložba.
- Rousseau, Jean-Jacques. 1765/1999. Esej o izvoru jezikov. Ljubljana: Krtina.
- Russett, Bruce in Starr, Harvey (1992/1996): Svetovna politika. Izbira možnosti. Ljubljana: FDV.
- Splichal, Slavko (1997): Javno mnenje. Teoretski razvoj in spori v 20. stoletju. Knjižna zbirka Javnost. Ljubljana: FDV.
- Vreg, France (1961): Feljton in feljtonistične oblike. V: Zpiski s seminarja Društva novinarjev Slovenije. 68-87. Ljubljana: Društvo novinarjev Slovenije.
- Vreg, France (2000): Politično komuniciranje in prepričevanje. Komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja. Ljubljana: Knjižna zbirka JAVNOST. FDV.