



Media

NOVINARSTVO NA PRELOMNICAH

**Znanstvena monografija ob 60-letnici
študija novinarstva v Sloveniji**

urednika Igor Vobič, Jernej Amon Prodnik



NOVINARSTVO NA PRELOMNICAH

**Znanstvena monografija ob 60-letnici
študija novinarstva v Sloveniji**

Urednika IGOR VOBIČ in JERNEJ AMON PRODNİK

Ljubljana 2025

Urednika Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik
NOVINARSTVO NA PRELOMNICAH
Znanstvena monografija ob 60-letnici študija novinarstva v Sloveniji

1. elektronska izdaja

Knjižna zbirka MEDIA
Urednici zbirke: Melita Poler K. in Maruša Pušnik

Izdajatelj: FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE, Založba FDV
Za založbo: Iztok Prezelj, dekan

Copyright © po delih in v celoti FDV 2025, Ljubljana.
Fotokopiranje in razmnoževanje po delih in v celoti je prepovedano.
Vse pravice pridržane.

Recenzenta: Mojca Pajnik in Ilija Tomanič Trivundža
Jezikovni pregled: Monika Kalin Golob, Tina Lengar Verovnik in Nataša Logar

Tehnični pregled: Nana Čemas
Naslovnica: Vasja Ris Lebarič
Prelom: Zavod Vizar

Dostopno prek: <https://ebooks.uni-lj.si/ZalozbaUL>

Katalogni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni
knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 243228163
ISBN 978-961-295-124-5 (PDF)

KAZALO

Igor Vobič, Jernej Amon Prodnik: PREDGOVOR	5
--	---

I. JAVNOST, KRIZA MEDIJEV IN NOVINARSKA AVTORITETA

Slavko Splival: VZPON VOLJE DO VIDNOSTI: OD BRALNE DO PERFORMATIVNE JAVNOSTI	11
---	----

Igor Vobič: O ZATONU NOVINARSKE AVTORITETE: ZAKAJ POTREBUJEMO NOVO DRUŽBENO POGODBO ZA NOVINARSTVO	53
--	----

Jernej Amon Prodnik, Boris Mance: VZPON AVTORITARNE DESNICE IN KRIZA MEDIJEV: MED (NE)ZAUPANJEM IN POLARIZACIJO	85
---	----

II. NOVINARSKA ETIKA, SAMOREGULACIJA IN IZOBRAŽEVANJE NOVINARJEV

Melita Poler K.: O PRETRESIH IN PREMIKIH V NOVINARSKI ETIKI	127
--	-----

Manica J. Ambrožič: V ZAKULISJU PRENOVE: ANALIZA NASTAJANJA ETIČNEGA IN POKLICNEGA KODEKSA RTV SLOVENIJA	157
---	-----

Nana Čemas: MED TNALOM IN NAKOVALOM: POLJE SODOBNEGA NOVINARKEGA IZOBRAŽEVANJA	185
---	-----

III. NOVINARSTVO, MEDIJSKE POLITIKE IN REGULACIJA

Marko Milosavljevič: RELEVANTNOST MEDIJSKE POLITIKE IN REGULACIJE ZA NOVINARSTVO: PRIMER PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH 2024	217
---	-----

Tanja Kerševan: NEZNOSNA LAHKOST PROSTOVOLJNE REGULACIJE: NOVINARSTVO NA PREPIHU EVROPSKIH KOMUNIKACIJSKIH POLITIK	247
--	-----

Rok Čeferin, Neža Kogovšek Šalamon: MEJE SVOBODE IZRAŽANJA IN MEDIJI: SANKCIONIRANJE SOVRAŽNEGA GOVORA V EVROPI IN SLOVENIJI	277
--	-----

IV. JEZIK, TEHNOLOŠKE SPREMEMBE IN NOVINARSTVO

Monika Kalin Golob: NASLOVJE IN NASLOVI NOVINARSKIH BESEDIL V DIGITALNI DOBI: NAPOVEDNIKI, DRAŽILNIKI, KLIKOLOVNIKI	307
---	-----

Tina Lengar Verovnik: RADIJSKA SLOVENŠČINA NA PRELOMNICAH: OD RADIA DO AVDIA, OD ČLOVEKA DO AVATARJA	335
---	-----

Nataša Logar: NOVINARJEVA JEZIKOVNA ORODJA ZA SLOVENŠČINO	359
--	-----

V. ZAKLJUČNI PREMISLEKI

Igor Vobič, Jernej Amon Prodnik: »KAKO NAJ BO NOVINARSTVO OGLEDALO DRUŽBE, ČE NI KRITIČNO? KAKO? TO NI MOGOČE.« Intervju z akademikom Slavkom Splichalom	389
--	-----

PREGOVOR

»Družbeno telo, ki mu pripadamo, v danem trenutku doživlja eno izmed največjih kriz v svoji zgodovini, velikanski proces, ki bi ga najlažje primerjali z rojstvom. Vsak od nas je del tega procesa, v večji ali manjši meri smo vsi odgovorni za njegov potek. /.../ A kaj če nam živčevje, od katerega smo odvisni za razumevanje tega družbenega telesa, podaja napačne vesti o njegovem stanju?«

Upton Sinclair, *The Brass Check: A Study of American Journalism* ([1919] 2003, 9)

Besede, s katerimi je pisatelj, novinar in aktivist Upton Sinclair pred več kot stoletjem pričel enega izmed prvih celovitih opisov ameriškega novinarstva, bi kaj lahko nastale tudi danes. Če odmislimo arhaični jezik izvirnika, najbrž ni dvoma, da tudi danes živimo v obdobju družbenih prelomov, ko so se odnosi, norme in institucije, ki so se še včeraj zdeli samoumevni, začeli naenkrat krhati pred našimi očmi. In podobno kot Sinclair se tudi mi lahko upravičeno sprašujemo, ali so informacije, ki jih prejemamo kot družba, dovolj kakovostne za razumevanje teh kompleksnih sprememb. Živčevje, ki ga omenja Sinclair in od katerega je bila po njegovem za samorazumevanje odvisna družba, je bilo novinarstvo. V tem obdobju se je šele vzpostavljalo kot profesija in institucija, z izoblikovanimi normami in praksami, kot jih poznamo danes. A že takrat je imelo osrednjo odbiralniško vlogo pri določanju, katere bodo osrednje tematike v javnem komuniciranju. Sinclair je za novinarstvo le stežka našel dobre besede, čeprav je bil tudi sam vsaj delno vpet v njegovo delovanje.

V knjigi, ki jo je po lastnih besedah pripravljaj dve desetletji, je popisal sistematične težave medijskih industrij, ki so bile preveč podrejene interesom političnih in ekonomskih elit, »gospodarjem industrije«, kot jim je občasno pravil. Tudi ta zgodba še danes zveni znano.

Čeprav je od Sinclairjevih časov novinarstvo doživelo številne spremembe, so bila obdobja, v katerih bi njegov živčni sistem deloval brez trzljajev ali bolečin, redka. Praviloma je podvrženo sunkom in preobremenitvam: bodisi zaradi zunanjih šokov bodisi zaradi degeneracije receptorjev. Tudi 60. obletnica študija novinarstva na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in njenih predhodnicah, ki jo obeležujemo s tem zbornikom, sovpada z globokimi družbenimi in tehnološkimi prelomnicami, ki bodo pomembno zaznamovale prihodnji razvoj novinarstva in novinarskega izobraževanja. Po desetletjih globalnega uveljavljanja neoliberalnega kapitalizma, ki so ga spremljale ideološke, družbene in regulativne spremembe na področju medijev, neslutenem vzponu digitalnih platform, ki so zamajale poslovne modele komercialnih medijev in se uveljavile kot osrednja komunikacijska vozlišča sodobnih družb, ter zatonu legitimnosti demokratičnih institucij na (trans) nacionalnih ravneh političnega življenja, se je novinarstvo znašlo v mnogoteri krizi. Medtem ko je javni pomen medijev kot ene od osrednjih demokratičnih institucij razrahljan, načelo javnosti pa je vse bolj odrinjeno na obrobje družbenega komuniciranja, sta težave novinarstva pri opravljanju njegovih normativnih funkcij nadalje poglobila platformizacija in razvoj umetne inteligence. S spremembami tako distribucije kot produkcije znanja sta ta procesa pomembno zamajala ne le materialno osnovo novinarstva, temveč tudi epistemsko avtoriteto, v javni sferi pa sta na široko odprla vrata novim oblikam manipulativnega komuniciranja.

Z monografijo smo ob okrogli obletnici študija novinarstva hoteli premisliti osrednje probleme novinarstva v kontekstu nadaljnjega razvoja novinarskih programov na Fakulteti za družbene vede. Vse od začetkov v šestdesetih letih prejšnjega stoletja študij novinarstva ni imel namena »vzgajati novinarskih birokratov«, kot je zapisal njegov začetnik France Vreg (1983, 33), temveč javne intelektualke in intelektualce, ki bi na podlagi družboslovnih znanj ter poznavanja problemov medijev in novinarstva bili sposobni

ljudem kontinuirano rekonstruirati relevantne dogodke, odnose in procese ter jih skozi uveljavljene načine komuniciranja povezovati z družbenim življenjem. Vreg je torej želel, da bi katedra izobraževala novinarje in novinarke, ki bi bili sposobni tvoriti dobro delujoče »živčevje«, ki ga je zahteval tudi Sinclair.

Monografija je v svoji zasnovi usmerjena v poglobljeno razumevanje sodobnih problemov novinarstva in z njimi povezanih vprašanj novinarskega izobraževanja. Prispevki se tega širokega problemskega fokusa lotevajo z različnih izhodišč, na katerih temelji znanstveno in strokovno delo sodelavk in sodelavcev katedre, ki so prispevali svoja besedila. Monografijo tvori 12 poglavij, ki pokrivajo štiri tematske sklope. Problemska os prvega sklopa preči sodobne probleme javnosti in širšo krizo zaupanja v sodobni družbi, ki specifično zadevajo novinarstvo kot poklic, delo in diskurz ter spodjedajo njegovo avtoriteto in pomen v družbenem komuniciranju. Drugi tematski sklop obravnava probleme rekonfiguracije meja novinarske odgovornosti skozi proučevanje novinarske etike, samoregulacije in novinarskega izobraževanja v spreminjajočem se družbenem in tehnološkem kontekstu. Kompleksnosti medijske regulacije in njenega pomena za novinarstvo se loteva tretji tematski sklop, ki proučuje dinamiko med nacionalnimi in evropskimi regulativnimi okviri in politikami. Četrty sklop osvetljuje ne le, kako se z digitalizacijo in razvojem umetne inteligence preoblikujejo novinarsko delo ter njegovi prevladujoči načini in oblike, temveč tudi spreminjata novinarski jezik in govor, njegove konvencije in orodja. Monografijo zaključuje intervju z akademikom Slavkom Splichalom o sodobnih problemih novinarstva, tradiciji novinarskega izobraževanja v Ljubljani in izzivih raziskovanja novinarstva od njegove institucionalizacije naprej.

Kljub vsem spremembam in težavam, s katerimi se sooča novinarstvo, je mogoče trditi, da igra še naprej eno izmed osrednjih vlog v javnem komuniciranju. Prav zato o njem le stežka govorimo, ne da bi govorili o družbi kot celoti, o političnih konfliktih in tehnoloških spremembah, o ekonomskih težnjah in kulturnih vzorcih. Gre za široko tematsko področje, ki ga ta monografija obravnava, a ga hkrati ne izčrpa v celoti.

Monografijo je omogočil sklad Fakultete za družbene vede, ki je gmotno podprl njeno izdajo, sodelavke in sodelavci Katedre za novinarstvo pa so poleg avtorskih znanstvenih prispevkov

prispevali s skrbnim branjem in recenziranjem prispevkov kolegic in kolegov. Zahvala gre tudi kolegicam Moniki Kalin Golob, Tini Lengar Verovnik in Nataši Logar, ki so zaslužne za natančno lekturo besedil, Vasji Lebariču za oblikovanje naslovnice monografije in študentki magistrskega programa Nani Čemas, ki je tehnično pregledala besedila. Za uspešno izdajo gre zahvala tudi Založbi FDV in njeni vodji Hermini Krajnc, urednicam zbirke *Media* Meliti Poler K. in Maruši Pušnik, ki sta projekt podpirali vse od njegove zasnove. Monografiji sta pozitivno recenzijo napisala Mojca Pajnik in Ilija Tomanić Trivundža.

Ob branju razprav v monografiji je dobro imeti v mislih, da nam Sinclairjev pogled daje tudi lekcijo: v zgodovini se je novinarstvo pogosto soočalo s krizami in redno je bilo tudi samo soudeleženo v pomembnih družbenih prelomnicah. Na prelomnici torej ni le novinarstvo – in prav zato lahko zapišemo, da bo prihodnost novinarstva v veliki meri odsevala prihodnost družbe.

Ljubljana, maj 2025

Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik

LITERATURA

- Sinclair, Upton. (1919) 2003. *The Brass Check: A Study of American Journalism*. Urbana: University of Illinois Press.
- Vreg, France. 1983. »Jugoslovenska škola novinarstva: Povodom 20-odišnjice uvođenja visokoškolskog studija novinarstva.« *Novinarstvo* 19 (1/2): 26–33.

I. JAVNOST, KRIZA MEDIJEV IN NOVINARSKA AVTORITETA

Slavko Splichal

VZPON VOLJE DO VIDNOSTI: OD BRALNE DO PERFORMATIVNE JAVNOSTI

Prevlada nadzorovalne ekonomije nad internetom – zlasti prek poblagovljanja pozornosti in namenov uporabnikov s podporo umetne inteligence – je bistveno spremenila naravo odnosov med ključnimi spletnimi akterji: lastniki platform, ponudniki vsebin in storitev ter uporabniki. V tem prispevku namerno postavljam v ospredje izraz *nadzorovalna ekonomija* pred sicer pogosteje uporabljene izraze, kot so *ekonomija pozornosti*, *gigekonomija* in *platformna ekonomija*. Vsi ti izrazi opozarjajo na ključne vidike sodobne kapitalistične ureditve, vendar poudarjajo različne dinamike. Ekonomija pozornosti izpostavlja poblagovljanje človeške pozornosti; gigekonomija poudarja prekarno in razdrobljeno naravo dela; platformna ekonomija pa opozarja na tehnološko infrastrukturo in posrednike, ki posredujejo delo, družbenost in potrošnjo. Vendar se nobeno od teh treh poimenovanj ne nanaša na pogodbeno arhitekturo vidnosti, žetev podatkov in vedenjsko upravljanje, ki vse bolj opredeljujejo javno delovanje v digitalnih okoljih.

Nasprotno pa nadzorovalna ekonomija (Zuboff 2019) izpostavlja asimetrična pogodbeno razmerja, ki vodijo javno komunikacijsko delovanje. Ne glede na to, ali gre za privolitev v nepregledne pogoje uporabe, algoritemsko podprto ustvarjanje vidnosti ali

sodelovanje v upodatkovanih javnostih, posamezniki sklepajo implicitne ali eksplicitne pogodbe, ki strukturirajo ne le njihovo vidnost, ampak tudi njihovo funkcijo ustvarjalcev vrednosti in pomena v javni sferi.

Za zaslonsko javnost je ta pogodbeni logika osrednjega pomena. Javnost v tej paradigmi ni več pojmovana kot deliberativni zbor ali spontana družbena tvorba, ampak kot kratkotrajna diskurzivna skupnost, začasno oblikovana in nadzorovana z algoritemskimi namigi in vedenjskimi spodbudami. Te javnosti ne oblikujejo predvsem družbene in politične norme, ampak logika nadzorovalnega kapitalizma, kjer vidnost postane tako pogoj kot valuta sodelovanja.

Nadzorovalna ekonomija izpostavlja procese upravljanja in preoblikovanja vidnosti v sistemu nadzorovanja in usmerjanja pozornosti, vedenja in namenov. Perspektiva nadzorovalne ekonomije tako ponuja najveljavnejši okvir za razumevanje preoblikovanja javnosti in zasebnosti ter spreminjanja dinamike javnega diskurza, ki je vse bolj zaznamovana s poblagovljanjem delovanja spletnih uporabnikov in z algoritemskim nadzorovanjem. Te spremembe bistveno vplivajo tudi na novinarstvo, saj med ključnimi akterji novih pogodbenih odnosov na spletu ni klasičnih medijev.

V kapitalistični množični družbi je tradicionalno idealizirano tekmovalstvo na 'trgu idej' – kjer posamezniki sodelujejo v argumentiranih razpravah v operativni javni sferi – doživelo globoko preobrazbo. Namesto foruma za racionalne javne razprave je javna sfera postala območje zanikanja, nepriznavanja in osporavanja, ki ga obvladujejo medijski manipulatorji v boju za nadzor nad javnim mnenjem. V tem preoblikovanem okolju javnost dobiva pasivno in reaktivno vlogo, pri čemer posamezniki prejemajo in se odzivajo na strateško oblikovano propagando, zasnovano za vplivanje na njihove zaznave, mnenja in vedenje. Ta premik je močno oslabil deliberativne in participativne ideale, zgodovinsko povezane z javnostjo, in jih nadomestil z asimetrično porazdelitvijo moči v prid digitalnim korporacijam, ki nadzorujejo javne narative.

Normativno je javna sfera zamišljena kot dostopno področje deliberacije, kjer lahko neznanci, osvobojeni svojih partikularnih interesov, razpravljajo o družbeno pomembnih vprašanjih. Nasprotno pa je zasebna sfera tradicionalno pomenila bolj ekskluzivno, osebno območje, ki ga zaznamujejo habitualne, intimne interakcije med ožjim krogom tesno povezanih posameznikov.

Ti sferi sta bili nekdanj obravnavani kot medsebojno izključujoči, vsaka podvržena svojim normam in pravilom. Razvoj integriranih javno-zasebnih digitalnih komunikacijskih omrežij in platform ter hibridnih načinov interakcije pa je temeljito spremenil razmere, v katerih se javnost in zasebnost (lahko) ustvarjata, varujeta in potencialno ogrožata.

Integrirana javno-zasebna komunikacijska omrežja so del digitalne infrastrukture – predvsem platforme družbenih medijev in storitve sporočanja – kjer javni in zasebni načini komuniciranja prvič doslej sobivajo znotraj ene tehnološke platforme. Ta omrežja uporabnikom omogočajo sprotno prehajanje med tradicionalno ločenimi načini komuniciranja (ena na ena, ena proti mnogo, veliko proti enemu, veliko proti mnogo) in vrstami vsebine (besedilo, slika, zvok, video in glas) na globalni ravni, pogosto le s spremembo nastavitev zasebnosti, izbiro naslovnikov ali vmesnikov. Ta integracija briše tradicionalne meje med sferama javnega in zasebnega ter ustvarja dinamične in prekrivajoče se komunikacijske prostore, kjer lahko ena objava ali interakcija služi več družbenim funkcijam hkrati ali zaporedno – kar omogoča zasebnim interakcijam pridobiti javno vidnost ter javnemu diskurzu prevzeti intimnost in ekskluzivnost zasebnih interakcij.

Pretočnost med javnim in zasebnim, ki jo omogočajo ta omrežja, pomeni ne le možnost preklapljanja med javnim in zasebnim načinom komuniciranja, ampak tudi sodelovanje v hibridnih interakcijah, ki jih ni mogoče preprosto razvrstiti v eno ali drugo kategorijo. Integrirana javno-zasebna komunikacijska omrežja torej ne podpirajo le obeh vrst komuniciranja, ampak ju prepletajo, s čimer preoblikujejo načine oblikovanja javnosti, zasebnosti in družbene vidnosti.

Ta preobrazba, ki jo spodbuja napredek komunikacijske tehnologije, je močno vplivala na evolucijo tako javnosti kot zasebnosti. Povečana prepustnost meje med javnimi in zasebnimi območji je omogočila doslej neslutene ravni vidnosti. Za posameznike in organizacije, ki uporabljajo digitalna orodja za ustvarjanje osebnih »blagovnih znamk«, javne kampanje in zagovorništvo, se precej povečuje verjetnost, da bodo njihovi glasovi pritegnili javno pozornost. Vendar pa povečevanje vidnosti ni brez posledic za posameznikovo zasebnost, ki je v nasprotju s privilegirano korporativno zasebnostjo pogosto neustrezno zaščitena.

Ta dinamika razkriva skrb zbujačo asimetrijo: korporacije uporabljajo stroge predpise in ukrepe za zaščito podatkov, ki varujejo intelektualno lastnino in poslovne informacije, medtem ko se posamezniki srečujejo z neprekinjenim žetjem in deljenjem svojih osebnih podatkov, s katerimi korporacije kujejo dobičke. Tudi ko posamezniki skrbijo za 'digitalno higieno' – kot so upravljanje nastavitev zasebnosti, uporaba orodij za šifriranje ali izogibanje pretiranemu deljenju – ta prizadevanja pogosto ne zadostujejo, da bi zmanjšali tveganja izkoriščanja v sistemu, ki temelji na volji do vidnosti, zagotavljanju prednosti publiciteti pred zasebnostjo in poblagovljanju obeh.

VOLJA DO VIDNOSTI: DEPRIVATIZACIJA ZASEBNOSTI IN PRIVATIZACIJA JAVNOSTI

Volja do vidnosti – dinamična in potencialno iracionalna sila, ki sili posameznike in skupine v iskanje pozornosti, prepoznavnosti in sodelovanje v skupnem družbenem ali javnem prostoru – je dvorezni meč demokracije. Tako kot volja do moči je povezana s človekovo potrebo po samopotrjevanju in ustvarjanju smisla v življenju. Ljudje si želijo, da bi njihov obstoj in dejanja bili pomembni; in biti viden v družbi je način, kako to doseči.

Poleg občega dostopa je vidnost bistvena za preprečevanje družbene izključenosti in marginalizacije. Omejitev vidnosti lahko povzroči izključevanje določenih skupin, kar vodi do epistemskih enklav in elitizma. Nasprotno pa lahko neomejena volja do vidnosti, ki ni zasidrana v razumu, spodkopava deliberativni diskurz in razdrobi javno sfero v zbirko epistemskih enklav, spektaklov, površnih angažmajev ali populističnih predstav.

Protislovno povezovanje volje do vidnosti z razumom – iskanje ravnotežja med omogočanjem svobodnega izražanja in zagotavljanjem, da javni diskurz ostane racionalen in konstruktiven – je v središču sodobne demokracije in nedvomno osrednja teoretska in praktična naloga v prizadevanjih za oživitev javnosti.

V tradicionalnih – predrazsvetljenskih – okoljih se je volja do vidnosti izražala v fizičnih ali simbolnih dejanjih moči, ki so jih regulirale družbene hierarhije in institucije. Rezultat je bila *reprezentativna javnost*, kjer je bila vidnost rezervirana za člane elite, ki so se pojavili pred množico, da bi pokazali svojo oblast in

voljo do moči. Jürgen Habermas ([1962] 1989) opisuje reprezentativno javnost kot zgodovinsko obliko javnega delovanja oblasti (npr. fevdalcev, cerkve), ki s simbolnimi obredi, ceremonijami in razkošno reprezentanco prikazujejo svojo moč in dostojanstvo pasivnemu občinstvu, brez možnosti za kritično razpravo ali demokratično udeležbo. Kasneje so imeli tradicionalni mediji, kot sta tisk in televizija, poldrugeto stoletje skoraj monopolni nadzor nad vidnostjo. Z intervjuji, prispevki in skrbno kurirano vsebino so določali, kdo je postal javno viden, ob kakšni priložnosti in kako so bili posamezniki predstavljeni. Ta proces je bil selektivno strukturiran z uredniškimi načeli in kriteriji, ki so medije oblikovali kot instrument tako ustvarjanja kot cenzuriranja vidnosti, pri čemer so bila tudi uredništva sama pogosto podrejena komercialnim in političnim pritiskom.

V digitalni dobi je uresničevanje volje do vidnosti postalo bolj individualizirano in demokratizirano, hkrati pa tudi bolj odvisno od sistemov, ki zagotavljajo ali omejujejo vidnost prek omrežnih družbenih praks, oblikovanja platform in algoritmov. Volja do vidnosti ni več zgolj osebna želja po tem, da bi bil viden, ali operativna sila, ki določa, katera vsebina postane vidna in kdo prejme pozornost. Je hkrati osebna težnja po priznanju in strukturni pojav, vsebovan v večjih kapitalskih in oblastnih sistemih. Volja do vidnosti se je ukoreninila v vsakdanje navade posameznikov, prepletene s pogodbenimi obveznostmi in algoritemskimi vplivi, ki odražajo sistemske pritiske nadzorovalne ekonomije. To medsebojno delovanje vodi v poblagovljanje vidnosti, ko komunikacijsko prizadevanje za pozornost in priznanje postane podobno gigovskemu delu pod nadzorom nevidnih 'tržnih sil', ki jih posamezniki ne nadzorujejo, pogosto pa se jih niti ne zavedajo.

Ustvarjanje vidnosti s publiciteto je najprej videti kot proces zagotavljanja transparentnosti in demokratične odprtosti ter boj proti cenzuri, a je hkrati lahko tudi oblika tiranije, kadar je vidnost vsiljena in posega v posameznikovo zasebnost. Vse oblike publicitete niso usklajene z normativnim načelom javnosti. Samo kritična, *refleksivna publiciteta* resnično podpira to načelo, saj spodbuja ozaveščanje javnosti ali razpravo o vprašanjih, ki imajo dolgoročno pomembne posledice za družbo.

Nasprotno pa je *instrumentalna publiciteta* oblika komuniciranja, ki je usmerjena k praktičnim ciljem ustvarjanja vidnosti z namenom bodisi discipliniranja bodisi promocije. Na eni strani

disciplinska publiciteta ustvarja vidnost z nadzorovanjem, katerega namen je uveljaviti konformnost in zatreti raznolikost, s čimer omejuje posameznikovo avtonomijo in ogroža tako zasebnost kot javnost, ko spreminja nevidno v vidno ali obratno.

Po drugi strani pa *promocijska publiciteta* – tipično uveljavljena v oglaševanju, propagandi in odnosih z javnostmi – ustvarja obliko spektakla, ki je usmerjena v promocijo videza in poudarjanje tega, kar naj bi porabniki mislili in verjeli, da obstaja, ne pa na poročanje in reflektiranje tega, kar dejansko obstaja.

Medtem ko je promocijska publiciteta pogosto strateška in usmerjena v vplivanje na zunanje vedenje ali zaznavanje, je *performativna publiciteta* bolj usmerjena vase, s ciljem osebnega izražanja ali ustvarjanja družbene prepoznavnosti posameznika. Performativna publiciteta je namerno uprizorjeno komuniciranje, pogosto namenjeno ustvarjanju vtisa, identitete ali vedenjskih vzorcev. Njen sprožilec jo volja do vidnosti – gonilna sila za dinamiko sodobne medijske kulture, kjer si posamezniki aktivno prizadevajo, da bi bila njihova prisotnost opažena in 'potrjena'. Osredotoča se na posameznikovo ali skupinsko ustvarjanje vidnosti v javnem prostoru, pogosto zaradi družbenega priznanja, potrditve ali konstruiranja specifične identitete.

Performativna publiciteta v bistvu deluje kot performativni akter, ki ga vodi volja po vidnosti. Ta je postala gonilna sila dinamike sodobne medijske kulture, kjer si posamezniki aktivno prizadevajo, da bi svojo prisotnost napravili zaznano in priznano. V digitalno posredovanih okoljih, v katerih so meje med javnostjo in zasebnostjo vse bolj porozne, volja do vidnosti botruje protislovnima procesoma *privatizacije javnosti* in *javnega predstavljanja (publicizacije) zasebnosti*. V njih preoblikovana dinamika interakcij med posamezniki in platformami ima globoke posledice za pravice in svoboščine državljanov. Ko se javnost krepi zaradi naraščajočega dostopa ljudi do spletnega izražanja, se zdi, da vrednost in status javnosti upadata, medtem ko »bolj ko narašča vrednost zasebnosti, bolj jo prežema javnost« (Trenz 2024, 93). Zasebnost se bodisi prostovoljno odtuja bodisi protivoljno prilašča, kar dodatno spodjeda tradicionalne razlike med zasebnim in javnim življenjem. V tem procesu sta tako zasebnost kot javnost poblagovljeni, javni diskurz pa se zlorablja za korporativno korist, kar ogroža temelje avtentične javne angažiranosti. Postaja tudi očitno, kako je družbena pomembnost javnega predstavljanja

zasebnosti tesno povezana s človekovo voljo do vidnosti – slo, ki je sorodna volji do moči – in z vzponom performativne javnosti.

Privatizacija javnosti v digitalni dobi je primerljiva s komercializacijo fizičnih javnih prostorov, kot so na primer parki, 'predelani' v prostore za zasebne dogodke. Javne 'prostore', ki so zgodovinsko omogočali javni diskurz – bodisi v zasebnih klubih, kavarnah ali prek časopisov – so zdaj nadomestila platformno oblikovana okolja, ki jih obvladujejo korporativni profitni motivi. Politične in kulturne razprave ter dejavnosti za oblikovanje skupnosti so vse bolj pod vplivom zasebnih korporacij, katerih glavni cilj je monetizirati pozornost in vidnost uporabnikov. Integrirana javno-zasebna komunikacijska omrežja, ki so bila prvotno zasnovana za kolektivno razpravljanje, so zdaj večinoma pod nadzorom digitalnih korporacij, kot so Facebook, X (prej Twitter) in YouTube. Te platforme so sicer namenjene 'javni' interakciji, vendar njihovo zasebno lastništvo omogoča, da se udeležba in dostop urejata na podlagi korporativnih motivov, ki z moderiranjem vsebine, s priporočilnimi algoritmi in z omejevanjem dostopa dajejo korporativnim ciljem prednost pred demokratičnim sodelovanjem.

Navidezno brezplačen dostop do teh omrežij prikriva globlji proces poblagovljanja, v katerem platforme – domnevno zasnovane za izboljšanje uporabniških izkušenj – monetizirajo uporabniške podatke, tako da pozornost in vedenje pretvarjajo v blago za usmerjanje pozornosti in ciljno oglaševanje. Nadzorovalne tehnologije, ki jih uporabljajo platformne korporacije, jim omogočajo oblikovati uporabniške norme in regulirati dejavnosti v skladu z njihovimi interesi. Tako tudi javnost postane blago, s katerim gospodarijo korporacije.

Platforme segmentirajo uporabnike v algoritemsko kurirane diskurzivne enklave. Plačilni zidovi na novičarskih spletnih straneh, zgolj naročnikom dostopne vsebine, premijski razredi platform in podobni sistemski ukrepi oblikujejo sistem neenakega dostopa do informacij. V tem stratificiranem sistemu bogatejši uporabniki uživajo dostop do vrhunskih vsebin in globljih vpogledov, medtem ko so manj premožni uporabniki prepuščeni vsebini, podprti z oglasi in pogosto slabše kakovosti, kar ohranja ali povečuje informacijsko neenakost. Ta dinamika podpira dve značilni obliki epistemskih enklav: informacijske mehurčke (angl. *filter bubbles*) in odmevne komore (angl.

echo chambers). Informacijski mehurček nastane kot stranska posledica delovanja personaliziranih priporočilnih algoritmov, ki v priporočane vsebine ne vključujejo nekaterih relevantnih glasov ali perspektiv iz informacijskega okolja posameznika. Nasprotno pa je odmevna komora bolj nameren rezultat aktivnega diskreditiranja ali izključevanja alternativnih ali odklonilnih glasov. S tem, da perpetuirajo cikle dezinformacij in ožijo obseg kritičnega angažmaja, platforme ojačujejo epistemsko segregacijo – fragmentacijo informacijskih ekosistemov v izolirane enklave.

Privatizacijo javnosti spremlja *deprivatizacija zasebnosti*, in čeprav oba procesa potekata v nasprotnih smereh, prinašata podobne posledice. Deprivatizacija zasebnosti se pojavlja v dveh značilnih oblikah: kot prostovoljna *publicizacija*, kjer uporabniki prostovoljno delijo osebne informacije na spletu, ter pogodbeno *korporativno prilaščanje*, kjer se posamezniki »strinjajo« s pogoji v pogosto nejasnih, močno enostranskih pogodbah, ki korporacijam dodeljujejo obsežen nadzor nad njihovimi podatki.

Korporativno prilaščanje zasebnosti pomeni, da zunanje entitete, zlasti digitalne platforme in korporacije, luščijo, upodatkujejo, izpostavljajo in poblagovljajo osebna življenja, lokacije, preference in vedenje. Ta proces, ki ga omogočajo in spodbujajo digitalne in UI tehnologije, preoblikuje zasebnost in njeno pojmovanje, kar ima vrsto pomembnih posledic za individualno avtonomijo, družbene norme ter širše pojmovanje zasebnosti in javnosti.

Posledice deprivatizacije zasebnosti so sicer podobne posledicam komercialnega prilaščanja identitete – podskupine splošnejšega kaznivega dejanja nezakonitega vdora v zasebnost –, vendar je deprivatizacija zasebnosti sama po sebi veliko bolj sistemski in obsežen pojav. Vključuje zbiranje, kopičenje in poblagovljanje velikega podatkovja, kar pogosto vpliva na celotno populacijo. V primerjavi z nepooblaščen in nezakonito pridobitno uporabo posameznikove identitete ali podatkov deluje deprivatizacija na strukturni ravni sodobnega nadzorovalnega kapitalizma. To je proces nenehnega preoblikovanja osebnih podatkov v valuto, ki se uporablja za trgovanje s prihodnjo pozornostjo in vedenjem kot blagom v zameno za dostop do ustvarjanja in uporabe internetnih vsebin, ki ga omogočajo tehnološke infrastrukture in korporativne prakse z brisanjem meje med privolitvijo in prisilo.

Da pozornost lahko postane blago, jo je najprej treba habitualizirati. Kot je ugotovil že William James ([1890] 2007, 286,

552), naše empirične misli oblikujejo »pozornostne navade«, ki določajo, kaj registriramo kot izkušnjo. Če ponavljanje izkušnje preraste v navado, to izboljšuje pomnjenje informacij in priklic iz spomina, vendar se lahko nekaj pojavlja tudi večkrat, ne da bi to zaznali kot izkušnjo, če na to nismo pozorni. Nasprotno pa lahko že en sam pomemben dogodek, če ga namerno opazimo, pusti trajen vtis. Ta dinamika pozornostnih navad opozarja na pomen digitalnih platform za habitualizacijo zaznavanja in vedenja. Ko se vedenje habitualizira, se dejanja »sprožijo« impulzivno, in ne na podlagi zavestne motivacije, in ko se navadnostno (habitualno) vedenje spontano aktivira, težje iščemo alternativne vedenjske odgovore. Te spontane aktivacije komunikacijskih dejanj vplivajo na javni diskurz ter oblikovanje in izražanje javnega mnenja, kar lahko vodi v javnost, ki je *reaktivna*, ne pa *refleksivna* – v *zaslonsko javnost*.

Zaslonska javnost¹ ni normativen, pač pa analitičen pojem, ki se nanaša na hitro oblikovanje kratkotrajnih komunikacijskih odnosov, v katerih številni glasovi tekmujejo za pozornost znotraj prenasičenega informacijskega okolja. V angleškem izvirniku izraz *gig*, ki se danes splošno uporablja v ekonomskih in poljudnih razpravah za označevanje občasnih, razdrobljenih, prekarnih in platformno posredovanih oblik dela, v kontekstu razprav o transformaciji javnosti nakazuje premik od stabilnih, delno institucionaliziranih oblik javnosti k razdrobljenim, pogodbenim, performativnim načinom razkrivanja ali izpostavljanja dejanj, dogodkov in simbolnih procesov v komunikacijskih omrežjih. *Gig* kot metafora izpostavlja epizodne, upodatkovane in z digitalnimi platformami posredovane oblike performativnega angažmaja. Obenem evocira depolitizirano začasnost – javnost, ki nastaja in se razblinja kot skeč: minljiv dogodek in ne trajna struktura. Izraz zaslonska javnost sicer ne nakazuje občasnosti in razdrobljenosti, zato pa bolje kot izvirni izraz izpostavlja tehnološko določenost »zaslonske javnosti«.

1 »Zaslonska javnost« je prevod angleškega izraza »gig public«, ki sem ga uvedel v knjigi *The Gig Public* (Splichal 2025). Samostalniški in glagolski pomen angleške besede *gig* se je od 18. stoletja močno spremenil. Sodobna raba se je oblikovala v ameriškem slengu v dvajsetih letih 20. stoletja, ko je *gig* pomenil kratkotrajni nastop glasbenika ali komika. Kot glagol se je *to gig* uporabljal (in se včasih še vedno uporablja) v pomenu »provocirati«.

V nasprotju s korporativnim prilaščanjem zasebnosti so nosilci publicizacije zasebnosti posamezniki, ki prostovoljno preoblikujejo osebne izkušnje, vedenja, identitete in druge vidike svojih zasebnih življenj v javno – običajno prek digitalnih platform in družabnih medijev – dostopne vsebine, da pridobijo vidnost, socialni kapital ali finančne koristi. Ta premik spodbuja performativno konstrukcijo sebstva, ko posamezniki kurirajo in predstavljajo svoja življenja skladno z družbenimi ali platformnimi normami, da bi izpolnili pričakovanja občinstva, in s tem postavljajo svojo vidnost in pričakovanje javnega odobranja pred avtentičnost. S spodbujanjem ustvarjanja in uporabe čustveno privlačnih, pogosto osebnih vsebin, algoritmi družabnih medijev spodbujajo uporabnike, da delijo osebne, celo občutljive vidike svojega življenja, saj takšna vsebina običajno pritegne večjo pozornost. Ljudje, zlasti mladi, se pogosto počutijo prisiljeni sodelovati v tem sistemu, da bi dosegli vidnost in prepoznavnost, pa čeprav bi sicer raje ohranili nekatere vidike svojega življenja zase.

Platforme, kot so Facebook, Instagram, TikTok in X, so habitualizirale *publicizacijo zasebnosti*, da bi jo lahko reprivatizirale. Spodbujajo uporabnike, da poblagovljajo svoja življenja oziroma zasebne izkušnje pretvarjajo v blagovno znamko ali zabavo, kar naj bi spodbudilo pozornost uporabnikov in privabilo sponzorje. To vključevanje uporabnikov preoblikuje njihove zasebne podatke v merljive metrike, kot so všečki, deljenja in število sledilcev, ki jih platforme uporabljajo za optimizacijo algoritmov, personalizacije vsebin in povečevanje oglaševalskih prihodkov, kar iz zasebnosti skozi performativno vidnost napravi najbolj dobičkonosno blago. Prefunkcioniranje osebnih trenutkov za javno konsumpcijo in korporativni dobiček pogosto vodi v preoblikovanje zasebnega življenja v javni spektakel, s čimer postaja meja med zasebnim in javnim vse bolj neprepoznava.

Korporacije, kot so Google in Meta, deprivatizirajo zasebnost z zbiranjem ogromne količine osebnih podatkov prek spletnega sledenja, analize uporabniških interakcij in povezovanja s podatki tretjih strank. Uporabniki internetnih vsebin so pogosto dolžni povezati svoje spletne dejavnosti z drugimi uporabniškimi profili, kar še zožuje prostor zasebnosti, saj s tem zasebne informacije postajajo bolj dostopne ne le za platformo, ampak tudi za druge uporabnike, oglaševalce in tretje osebe. Poleg tega vsebine in podatki, ki jih ustvarimo in delimo, ne zadevajo le nas, temveč

tudi druge, kar pomeni, da postajamo ranljivi že samo zato, ker so drugi morda preveč radodarni ali malomarni s svojimi podatki. Vse večja zmogljivost analize velikih podatkov in umetne inteligence za zbiranje in analize obsežnih nizov informacij, ki razkrivajo vzorce in vpoglede v vedenje, ki presegajo posamezne podatkovne zbirke, še dodatno povečujejo ranljivost zasebnosti.

V integriranih javno-zasebnih digitalnih omrežjih, ki jih nadzorujejo platformne korporacije, je individualna zaščita podatkov v temeljih nezadostna, saj kot posamezniki ne moremo v celoti razumeti posledic informacij, ki jih razkrijemo, ko so naši podatki agregirani z milijardami drugih podatkovnih zapisov. Samo individualna skrb za zaščito lastnih osebnih podatkov je zato nezadostna; učinkovita zaščita zasebnosti zahteva skupinsko koordinacijo. Ta medsebojna prepletenost podatkovnih zasebnosti daje varnosti podatkov značaj javne dobrine. Varovanje zasebnosti torej zahteva deljeno odgovornost in sodelovanje posameznikov, skupnosti in institucij na mednarodni ravni.

Javno predstavljanje zasebnosti ustvarja performativno javnost kot novo obliko (v bistvu predrazsvetljenske) *reprezentativne javnosti*, ki je temeljila na elitizaciji javnega diskurza in se kasneje izraža v identitetno usmerjenih ali epistemsko zaprtih »javnostih« ali »proti-javnostih« (Splichal 2024a). Instrumentalno naravo reprezentativne javnosti, ki je bila zgodovinsko povezana z dvorom in plemstvom, je visoko cenil že Niccolò Machiavelli ([1513] 2006), ki je svojemu princu svetoval, naj pri svojih dejanjih vedno »kaže veličino, pogum, resnost in trdnost«, »se kaže kot pokrovitelj sposobnosti« in »razveseljuje ljudstvo s festivali in spektakli«. Poudarjal je, da se mora princ »predstavljati kot zgled prijaznosti in liberalnosti, pri tem pa vedno ohranjati veličino svojega položaja« (poudarki dodani).

Reprezentativnost javnosti je kasneje bistvena značilnost identitetno utemeljenih »javnosti« ali »protijavnosti«, protislovno utemeljenih kot epistemske enklave. V strogem pomenu je bila že zgodnja meščanska javnost značilen primer tega, kar danes imenujemo »epistemska enklava«. Kot je poudarjal Ferdinand Tönnies (1922, 128), je meščanska javnost sicer zagovarjala univerzalne človeške in državljanske svoboščine, kot sta svoboda misli in tiska, vendar je predvsem uveljavljala interese vzhajajočega meščanskega razreda in omejevala dostop delavskemu razredu – torej je delovala kot tipična epistemska enklava.

Za razliko od fevdalne reprezentativne javnosti, ki je bila statusno-reprezentativna in je prikazovala moč ter dostojanstvo oblastnikov pred njihovimi podložniki, in javnosti, v kateri sta dostop in vidnost omejena s skupinsko identiteto, je performativna javnost usmerjena na vidnost kot tako – na delovanje ali ustvarjanje za javnost. Medtem ko je reprezentativna javnost instrumentalna v odnosu do *volje do moči*, je performativna javnost utelešenje *volje do vidnosti* ali »samopredstavitve«.

Samopredstavitev postane središče pojmovanja javnosti pri Hanni Arendt, tesno povezanega z zamislijo vidnosti kot sredstva za doseg javne prepoznavnosti – v nasprotju s poudarkom razsvetljenstva na argumentiranem javnem razpravljanju. Za Arendt je bila javna sfera (nem. *der öffentliche Raum*) »prostor pojavljanja«, v katerem posamezniki kažejo svojo prisotnost ne samo s politično participacijo, temveč nasploh z dejanji, ki jih je mogoče videti, priznavati in deliti v skupnem prostoru, saj le s pomočjo javnega delovanja ljudje izražajo svojo identiteto in individualnost (Arendt 1958, 198).

Hanna Arendt javni prostor z omejenim dostopom razume kot prostor prikazovanja predvsem za tiste, ki potrebujejo »prisotnost drugih, pred katerimi se lahko predstavijo«, da bi predstavili svoje »delo« – na primer uprizoritveni umetniki in politiki – ter za tiste »stvari, katerih bistvo je, da se vidijo in so lepe« (Arendt 1961, 218). Tako kot Hegel je tudi Arendt menila, da je potreben pogum, da zapustimo varnost domačih štirih sten in vstopimo v javni prostor, kar njeno razumevanje javnega prostora približa »volji do moči«. S skupnim bivanjem ljudje ustvarjajo ne le javni prostor, ampak tudi moč, ki je potrebna za njegov obstoj. Tako je javno vidnost mogoče razumeti kot obliko moči – moč nad svojo pripovedjo, moč oblikovati percepcije drugih ali moč vplivati na družbo. Volja do moči, kot meni Arendt, pogosto izvira iz občutka nemoči ali frustracije – poskusa premagati svoje omejitve in uveljaviti prevlado nad samim seboj ali svetom. Zato se lahko volja do moči zlahka spremeni v voljo do zatiranja in tiranije.

Razmišljanja Machiavellija in Hanne Arendt nas pripeljejo do zamisli o volji do vidnosti kot primarni sili, ki vodi prizadevanja posameznikov za uveljavljanje v javnem prostoru. Voljo do vidnosti lahko razumemo kot del razmer modernosti, v katerih je posameznik hkrati opolnomočen in prisiljen delovati v svetu, v katerem imata samoreprezentacija in prepoznavnost pomembno

vlogo pri oblikovanju družbene in politične dinamike. Ne glede na to, ali gre za politični aktivizem, osebno blagovno znamko ali kulturni vpliv, želja po prepoznavnosti odraža Machiavellijevo idejo o dejanjih, ki ohranjajo misli ljudi »v napetosti in občudovanju«, kot tudi pojmovanje volje do moči Hanne Ardent. Volja do vidnosti izžareva gon po angažiranju, biti slišan in viden na načine, ki potrjujejo posameznikovo mesto v skupnem svetu.

Kolektivno sodelovanje in zavest, iz katere izvira moč v javnem prostoru, si volja do vidnosti prizadeva izkoristiti za oblikovanje lastne pripovedi, ki vpliva na percepcije in pusti trajen pečat v javnem diskurzu. Kot sta nakazala Arendt in Machiavelli, je ta težnja dvorezni meč: tako kot lahko prizadevanje za vidnost in prevlado v javnem prostoru opolnomoča posameznike, lahko tudi spodbuja manipulacijo, zatiranje in celo spodkopava demokratična načela. Ta napetost problematizira razsvetljenske ideje javnosti in utira pot zaslonski javnosti.

Pojem volje do vidnosti je ključen v razmisleku o pojavu želje po vidnosti v digitalni dobi, kjer stremljenje po vidnosti pogosto dobi performativen, včasih celo tiranski značaj. Posamezniki ali institucije lahko poskušajo nadzorovati javno mnenje, uporabiti vidnost kot orodje vpliva ali manipulirati svojo podobo, da bi pridobili priznanje ali moč. Na platformah družabnih medijev posamezniki na primer ustvarjajo vsebine, delijo osebne podrobnosti in aktivno oblikujejo javno podobo – vse to so izrazi volje do vidnosti. V tem kontekstu vidnost ni zgolj stvar fizične prisotnosti ali pasivnega samorazstavljanja, ampak je proizvod samopredstavitve: aktivno ustvarjanje in vzdrževanje osebnega narativa, ki ga lahko drugi opazujejo, se nanj odzivajo in ga vrednotijo.

Volja do vidnosti torej ne zajema le hotenja, da bi bili vidni, ampak tudi hotenja po nadzoru te vidnosti – dinamika, ki je lahko hkrati opolnomočujoča in zatiralska. Politični voditelji ali znane osebnosti se na primer ukvarjajo s performativno publiciteto in skrbno upravljajo svojo javno podobo, da bi si zagotovili nadzor, avtoriteto in moč. Posamezniki pogosto kurirajo svojo prisotnost na spletu s skrbno pripravljenimi objavami, ki so idealizirana različica samih sebe. Vendar pa lahko ta potreba po vidnosti postane destruktivna, ko se spremeni v kompulzivno hotenje po stalni pozornosti ali potrditvi, kar vodi do toksičnega odnosa do javne izpostavljenosti. To odraža krutost in egoizem, ki ju Arendt povezuje z voljo do moči, kjer nenadzorovano iskanje

vidnosti lahko postane destruktivno za posameznika in družbo. Kar je v razsvetljensko navdihnenih konceptualizacijah javnosti, ki temelji na razumu, veljalo za zgodovinsko odstopanje in izkrievljanje samega načela javnosti, je zdaj postalo nova normalnost na platformah družabnih medijev.

S privatizacijo javnosti in publicizacijo zasebnosti imajo digitalne platforme nesorazmerno moč nad komunikacijskimi omrežji in posameznimi uporabniki, spodkopavajo zaupanje v pristnost interakcij in poštenost diskurza. Privatizacija javnosti ogroža ideal odprte, demokratične javne sfere s koncentracijo nadzora nad diskurzom v rokah peščice močnih tehnoloških korporacij. Hkrati publicizacija zasebnosti uporabnike odvrča od pristnega sodelovanja, saj performativno samopredstavljanje postaja vse bolj navadnostna oblika javnega izražanja. Ta nova dinamika odraža zgodovinske prakse ekskluzivnosti in javnega spektakla, ki se vpisujejo v temelje razvoja zaslonske javnosti.

EVOLUCIJA JAVNOSTI: OD BRANJA TISKA DO ZASLONSKE JAVNOSTI

V takšnih razmerah proces oblikovanja javnega mnenja poteka v smeri reguliranega oblikovanja volje, kjer se kot osrednji akter pojavlja zaslonska javnost. Zaslonske javnosti gostujejo na zasebnih platformah, kar pomeni, da je infrastruktura javnega diskurza v celoti v lasti in upravljanju zasebnih korporacij. V nasprotju s tradicionalnimi oz. tradicionalno zamišljenimi javnimi prostori, v katerih zakoni in norme zagotavljajo enakost, vključevanje in pravičnost, so ta digitalna okolja urejena s pogodbami med uporabniki in platformami, ki varujejo korporativne interese.

Kot rečeno, izraza »zaslonska javnost« ne gre razumeti v normativnem smislu posebne vrste javnosti, kot nakazuje pogosta uporaba pridevniških modifikatorjev v sodobnih akademskih razpravah o (proti)javnostih in javni sferi. Uporabljamo ga kot analitični in strukturni pojem, ki nakazuje splošno preobrazbo javnosti v okviru nadzorovalnega kapitalizma. To preobrazbo poganja nadzorovalna ekonomija s pomočjo umetne inteligence, kjer veliki jezikovni modeli (angl. *Large Language Models*, LLM) omogočajo ciljno usmerjeno manipulacijo navadnostnega vedenja z oblikovanjem in usmerjanjem pozornosti ter angažiranosti ob pomoči

digitalnih platform, ki podobno kot razdrobljeno (gigovsko) delo s pogodbami oblikujejo javni diskurz. S široko uporabo umetne inteligence in algoritemskih tehnologij ekonomija namenov radikalno preoblikuje delovanje javnosti v sodobni digitalni dobi.

Kompleksno prepletanje diskurzivnih procesov javnega menjenja s tradicionalnimi navadnostnimi in pogodbenimi odnosi v nadzorovalnem kapitalizmu predstavlja kritičen sistemski izziv. Ta izziv izhaja iz zlitja treh navidezno nezdružljivih oblik družbene volje, kot jih je orisal Tönnies – navad, pogodb in javnega mnenja – v novi digitalni konfiguraciji zaslonske javnosti. V normativnem ali »čistem teoretskem« okviru Tönniesovega sistema elementarnih in kompleksnih oblik družbene volje sta pojma javnosti in javnega mnenja 'neomadeževana' s strukturnimi vplivi družbenih zakonodajnih procesov (država) in pogodbenih odnosov (gospodarstvo) ter tudi navadnostnega vedenja in običajev skupnosti. Čeprav ta normativni pogled ločuje javno mnenje od drugih oblik družbene volje, pa v resničnem svetu javno mnenje ni izolirano od dinamike političnih, ekonomskih in družbenih struktur, saj so različni izrazi družbene volje po naravi »medsebojno povezani in prehajajo drug v drugega« (Tönnies 1922, 228).

V *družbi* (nem. *Gesellschaft*), kjer gospodarsko življenje urejajo konvencije, politično življenje pa zakonodaja, se »javno mnenje nanaša predvsem na etično (in v zvezi s tem estetsko) plat skupnega življenja«, vendar ostaja inherentno povezano tako s konvencijo kot z zakonodajo (Tönnies 1922, 229). V sodobnem kontekstu nadzorovalnega kapitalizma in komunifikacije se je to tradicionalno medsebojno vplivanje ustaljenih navad, pogodbenih okvirov in fragmentarnih poskusov razumnega razpravljanja preoblikovalo in okrepilo v oblikovanju zaslonske javnosti. Čeprav imajo zaslonske javnosti potencial za spodbujanje diskurzivnega vključevanja in povezovanja, njihova usklajenost z imperativom maksimiranja dobička pogosto vodi v marginalizacijo mnenjske drugačnosti in erozijo kritične angažiranosti.

Tako kot »meščanska« in »proletarska javnost« je tudi zaslonska javnost prehodni zgodovinski pojav, ki je nastal v dobi komunifikacije zaradi neizpolnjenih pogojev, ki ovirajo uresničevanje normativnih in epistemskih idealizacij javnosti v nadzorovalnem kapitalizmu. V nasprotju z idealiziranim pojmom javnosti v normativni teoriji, javnost empirično vključuje protislovna in morda iracionalna stališča in vrednote ter njihove zagovornike, ki jim

je na podlagi pogodb s ponudniki internetnih vsebin in storitev omogočen dostop do komunikacijskih kanalov, informacij in javne razprave – tudi če ne izpolnjujejo normativnih pogojev javnosti.

Od šestih komponent javnosti, vključenih v mojo shemo VORMUL (Splichal 2024) – to so vidnost, obči dostop, reflektivnost, mediativnost, učinkovitost in legitimnost – je odsotnost dveh, reflektivnosti in mediativnosti, kritično povezana z bistveno naravo performativne javnosti. Reflektivnost meri na potrebo po kritični obravnavi lastnih mnenj in epistemskih temeljev, ki jih podpirajo, ter spodbuja samozavedanje in kritično vrednotenje lastnih prepričanj. Mediativnost pa se osredinja na posredovalno funkcijo javnega komuniciranja in poudarja pomen preseganja epistemskih razdalj med sogovorniki v javni sferi na podlagi kritične obravnave njihovih trditev. Odsotnost diskurzivne mediativnosti in reflektivnosti spodkopava deliberativno kakovost javnega diskurza, kar prispeva k fragmentaciji, polarizaciji in prevladi performativnega komuniciranja.

Zaslonska javnost postavlja v ospredje pogodbeno razsežnost oblikovanja volje, vendar ne v smislu razsvetljenske tradicije družbene pogodbe, ki predpostavlja, da legitimne družbene in politične institucije temeljijo na privolitvi svobodnih in enakopravnih posameznikov. V nasprotju s teoretsko univerzalnostjo družbene pogodbe – kot dejanski ali hipotetični dogovor, ki opredeljuje pravice in dolžnosti državljanov in vladarjev – zaslonska javnost deluje prek eksplicitnih ali implicitnih, pogosto enostranskih dogovorov med uporabniki in platformami, ki so prepleteni z običajnimi vedenji, ki jih oblikuje platformno okolje. Poudarek torej ni več na etičnem načelu javnosti in kolektivnem razpravljanju, ampak na individualiziranih interakcijah, ki jih oblikujejo komercialni imperativi. S privilegiranjem platformnih pogodb in dajanjem prednosti normam, ki jih utemeljujejo – nasproti demokratični razpravi in državljanski angažiranosti – ta pogodbeno in algoritemsko posredovana narava zaslonske javnosti relativizira in včasih negira vzajemen odnos med politično oblastjo in javnostjo, ki je po Immanuelu Kantu bistven za oblikovanje razumne javnosti.

Kot je poudarjal Kant (1784), medsebojna odgovornost med vladanjem in javnim mnenjem zagotavlja stabilnost in učinkovitost demokratičnih procesov. Transparentnost in pravičnost v političnem odločanju sta potrebni za krepitev zaupanja javnosti, medtem ko mora javnost podpirati pravno državo in

dejavno sodelovati pri demokratičnem odločanju za ohranitev legitimnosti in celovitosti institucionalnih okvirov. Umanjkanje teh temeljev sproža kritična vprašanja o veljavnosti in ohranjanju »družbene pogodbe« – konstrukta, ki je zgodovinski temelj kapitalističnega družbenega reda, etičnih načel, ki vodijo človeško delovanje, in mehanizmov, ki legitimirajo politično vladavino, kar vse so bistveni infrastrukturni elementi javne sfere (Splichal 2022). Oblikovanje in delovanje zaslonske javnosti, posredovane prek platform, problematizirata te okvire, saj spreminjata pogoje, v katerih naj bi bili zagotovljeni odgovornost, transparentnost in kolektivna angažiranost javnega razpravljanja.

Vse od razsvetljenstva je bila javnost prej protifaktični ideal kot realnost. Konceptualizacija »razumne javnosti« je bila vedno izrazito elitistična, pogosto je privilegirala določene skupine, praktično oblikovanje javnosti pa se je vseskozi soočalo z vprašanjem, kako zagotoviti njeno pristno avtonomijo. Medtem ko si je meščanska javnost, ki je izšla iz zgodnjih razredno določenih družbenih struktur, prizadevala spodbujati razmislek med svobodnimi in enakimi državljani, so jo vedno znova omejevale zakoreninjene družbene hierarhije. Paradoksalno pa lahko sodobna zaslonska javnost, če je primerjamo z zgodovinsko preseženo meščansko javnostjo, izkazuje celo manj avtonomije in samostojnosti.

Če pustimo ob strani očitne razredne in spolne omejitve dostopa, bi komercialno-pogodbene konvencije, ki urejajo zgodnjo bralno publiko, pretežno sestavljeno iz meščanskih moških, morda imele razmeroma manj kontroverznih implikacij za naravo in kakovost te meščanske javnosti v primerjavi z današnjo zaslonsko javnostjo. Kljub temu so te konvencije še vedno spodbudile Tönniesa (1922, 183–187), da je kritiziral njihove škodljive »stranske učinke« na javno mnenje, zaradi česar se je zavzemal za radikalno reformo tiska. Sorokin ([1941] 1992, 135) je podobno opozarjal na erozijo javnega mnenja zaradi njegove komercializacije in korporativizacije ter širjenja »psevdojavnih mnenj različnih frakcij«, ki omogočajo »brezvestnim skupinam pritiska«, da manipulirajo z etiko za osebno korist, namesto da bi spodbujali »svetovno zavest«.

V času nadzorovalnega kapitalizma so se lastnosti, ki so nekoč veljale za nezaželene latentne značilnosti oblikovanja javnega mnenja, razvile v sestavine javnosti, kar pod vplivom uporabe umetne inteligence ustvarja epistemske enklave. Pristranskosti,

preference in vedenja, ki so prej veljala za nepomembna ali obrobna, zdaj uporabljajo in krepijo algoritmi, ki posameznike segmentirajo v predpripravljene, med seboj ločene informacijske mehurčke. S povezovanjem ogromnih količin podatkov o preteklem in pričakovanem uporabniškem vedenju, čustvenih odzivih in drugih upodatkovanih značilnostih – tako posameznikov kot skupin, v katere so digitalno povezani – sistemi UI pomagajo oblikovati obrise zaslonske javnosti.

Kljub temu pogodbeni dinamika znotraj javnosti ohranja več elementov, ki so tradicionalno povezani z njeno teoretsko (normativno) konceptualizacijo. Komunikacijska dejanja, ki oblikujejo javnost, imajo običajno omejeno trajanje, prehajajo med habitualnimi/običajnimi in bolj formalnimi pogodbenimi dogovori, ki jih zaznamuje prostovoljno sodelovanje. Člani zaslonske javnosti ohranjajo občutek tujca drug do drugega, ko se vključujejo v javne pogovore. Vseprošna razširjenost spletnih pogodbenih razmerij pa prinaša spremembe, ki bistveno ovirajo zmožnost (potencialne) javnosti, da bi v argumentirani razpravi oblikovala javno mnenje kot izraz obče volje. Povezanost znotraj teh spletnih skupin je pogosto posledica pragmatičnih in utilitarnih lastnih interesov posameznikov, ki skrbijo za svoje koristi, hkrati pa nudijo minimalen intelektualni vložek in kažejo omejeno skrb za blaginjo, prizadevanja in vrednote drugih. To ustvarja razdrobljeno in transakcijsko naravo sodelovanja, kar je opazno v spodbujanju enotnega »mi« v zaslonskih javnostih, katerega nosilci so običajno njegovi ustanovni »pogodbeniki«. Ti hkrati tudi nadzorujejo priporočilne algoritme, ki pomagajo sestaviti zaslonske javnosti, s čimer spodbujajo ustvarjanje mnenjskih enklav.

V sociološkem smislu je narava javnosti doživela dramatično preobrazbo iz stabilnih kolektivnih struktur časopisne dobe v razdrobljene, efemerne oblike zaslonske javnosti digitalne dobe. Ta razvoj odraža globoke spremembe v načinih, kako se ljudje povezujejo, komunicirajo in sodelujejo v javnem diskurzu pod vplivom tehnološkega napredka in vzpona nadzorovalnega kapitalizma, pa tudi širše spremembe v oblikovanju in konceptualizaciji javnosti.

V časopisni dobi so bile javnosti razmeroma stabilne in strukturirane, oblikovane okoli skupne izkušnje branja časopisov, ki so bili osrednji organi javnosti. Takšna stabilnost je nastala zaradi institucionalnih in tehnoloških omejitev časopisov – fiksna periodičnost izhajanja, enoten format poročanja, profesionalno

urejanje in omejeno število časopisov. Kolektivna izkušnja branja dnevnega ali tedenskega časopisa je med bralci vzbujala občutek povezanosti in skupnosti, čeprav so bili fizično razpršeni po velikem ozemlju; niso se videli ali slišali, ampak so sedeli doma in brali isti časopis, kot je pisal Gabriel Tarde. Bili so simbolno povezani s skupnim dejanjem branja in zavedanjem, da drugi istočasno berejo iste vsebine. Kot je pisal Tarde, »vez« med ljudmi »je v njihovem hkratnem prepričanju ali strasti in v njihovi zavesti, da istočasno delijo idejo ali željo z velikim številom drugih ljudi. Zadošča, da človek to ve, tudi ne da bi videl te druge, da bi bil pod njihovim vplivom *en masse*« ([1901] 2003, 9).

Bralne javnosti so bile oblikovane z ustaljeno periodičnostjo dnevnega ali tedenskega izhajanja časopisov. Kot odbiratelji informacij so časopisna uredništva igrala ključno vlogo pri nadzoru pretoka novic in usmerjanju pozornosti na skupne zadeve. Medtem ko je bil dostop do časopisov in javnosti omejen zaradi socialno-ekonomskih in kulturnih ovir, ki so izključevale marginalizirane skupine in precejšen del proletariata, so časopisi še vedno zagotavljali razmeroma enotno nacionalno platformo za razpravo ter spodbujali državljansko angažiranost in oblikovanje kolektivne identitete. Javno mnenje je bilo v tem obdobju – čeprav »plinasto« ali »tekoče«, kot bi rekel Tönnies (1922) – zasidrano v občutku predstavljanja širokega spektra družbe in kolektivnega družbenega priznanja ter želji po spodbujanju racionalno-kritičnega »pogovora«.

»Pogovor« bralcev s časopisi je bil za javno mnenje enako pomemben kot njihov medčloveški pogovor. Časopisi so prispevali k ustvarjanju javnost predvsem s spodbujanjem medosebnih pogovorov, ki s pogostostjo, drznostjo in kolektivno dinamiko vplivajo na moč, smer in intenzivnost javnega mnenja (Tarde [1901] 1989, 72). Proučevanje pogovora je kasneje dobilo osrednje mesto v »pionirski analizi javnosti s strani 'čikaške šole'« (Gouldner 1976, 97). Tako je – podobno kot Tarde – Dewey ([1927] 1946, 219) ugotavljal, da »stvarnost javnemu mnenju« daje »komunikacija od ust do ust med člani lokalne skupnosti«. Temeljni in transformativni potencial, ki ga ima pogovor za javnost in javno mnenje, je postal ključni vidik v razpravah o možnostih za oživitev javnosti v zgodnjem obdobju interneta, za katerega se je verjelo, da ponuja izjemne možnosti demokratičnega pogovora. Hkrati s temi obeti se je v osemdesetih letih preteklega stoletja rodila tudi ideja »javne sfere«. Vendar so se – kot vidimo danes – ta

upanja v demokratično-pogovorno preobrazbo javnosti izkazala za tehnološko in politično naivna.

Časopisi so bili že od vsega začetka del kapitalistične ekonomije, vendar jim je njihova vloga informacijskih skrbnikov dajala določeno stopnjo avtonomije in verodostojnosti, kar jim je omogočalo, da so oblikovali javni diskurz kot demokratično dobro, in ne le kot komercialni izdelek. Medtem ko je Bertolt Brecht ([1932] 1979) ob nastanku radia še verjel, da bo tehnološki razvoj vodil v podružbljanje komuniciranja – ali pa sprožil družbeno revolucijo, ki bi ga omogočila –, je kasnejši tehnološki razvoj, ki ga je usmerjala prevlada kapitalskih in komercialnih imperativov, spodbudil fragmentacijo komunikacijskih kanalov in občinstev, prevlado zabave nad informiranjem in javnim razpravljanjem ter »refevdalizacijo javnosti«, kot jo je imenoval Habermas ([1962] 1989). Pojav digitalnih platform je učinkovito dokončal ta proces ter temeljito preoblikoval strukturo in dinamiko javnosti.

Zaslonske javnosti delujejo na drugačni tehnološki in institucionalni podlagi kot bralne javnosti. Ne temeljijo na avtoriteti časopisov, pač pa jih upravljajo algoritmi, ki dajejo prednost pritegovanju pozornosti in dobičku. Platforme družabnih medijev, pretočne storitve in iskalniki ustvarjajo prilagojene, minljive prostore, pogosto tudi odmevne komore, kjer posamezniki komunicirajo z njim prilagojeno vsebino. Algoritmi, ki nadzorujejo sodelovanje uporabnikov in razširjanje vsebine, pogosto krepijo obstoječe pristranskosti in dušijo raznolikost v javnem diskurzu. Ko uporabniki komunicirajo znotraj zaprtih skupnosti, se potencial za med- in čezsektorski dialog zmanjšuje, kar slabi temelje kolektivnega razumevanja in skupnih demokratičnih idealov. Takšna privatizirana in decentralizirana struktura spodkopava razvoj skupnih pripovedi in trajnejše, dialoške oblikovane kolektivne zavesti in spodbuja bežnost in performativnost javnega komuniciranja.

V nasprotju z bralno javnostjo časopisne dobe so zaslonske javnosti fluidne, razdrobljene in nenehno nastajajoče. Javnostnost zaslonske javnosti ni več posredovana s skupnim branjem, ampak z visoko individualiziranimi in performativnimi dejanji vidnosti, kot so manj zahtevne objave vseh vrst v družabnih medijih, sodelovanje v popularnih razpravah ali bežnih spletnih kampanjah. Te javnosti se hitro oblikujejo in razpadajo v povezavi s popularnimi temami, z viralnimi vsebinami in algoritemskim posredovanjem. V nasprotju s predstavljanjem skupnih izkušenj v

časopisnih javnostih so zaslonske javnosti razdrobljene na delno prekrivajoče se mikro kolektivitete, kjer je primarna 'vez' personalizirana interakcija, ki je algoritemsko izdelana, in ne družbeno konstruirana.

Prehod od časopisne k zaslonski javnosti kaže pomembne posledice za državljansko angažiranost in reprezentacijo. Kohezivna struktura bralne javnosti je omogočila določeno stopnjo reprezentacije celote, kolektivne identitete in vpliva. V nasprotju s tem so zaslonske javnosti razdrobljene in performativne, kar otežuje razvoj vključujoče javne sfere. Performativni angažma, katerega namen je povečati lastno prepoznavnost in družbeni kapital, ima prednost pred vsebinsko razpravo in kolektivnim delovanjem, osredotočenim na obravnavanje »posledic dejanj, ki so tako pomembne, da je potreben nadzor bodisi z omejevanjem bodisi s spodbujanjem« (Dewey [1927] 1946, 15).

Ena najbolj opaznih značilnosti zaslonskih javnosti je njihova dinamika. V nasprotju z relativno stabilnostjo časopisnih javnosti se neprestano spreminjajo, saj se pozornost nenehno preusmerja na nove teme ali trende. Ta dinamika omogoča hitro mobilizacijo ob specifičnih dogodkih in tematikah, a hkrati zmanjšuje možnost trajnih javnih razprav o kompleksnih ali spornih vprašanjih, ki imajo pomembne dolgoročne posledice za družbo kot celoto. Pomanjkanje kontinuitete in kohezije otežuje reševanje kompleksnih družbenih izzivov, ki zahtevajo trajno sodelovanje in posvetovanje.

Kljub tem omejitvam zaslonske javnosti dajejo tudi nove priložnosti. Njihova modularna in fluidna narava omogoča vključevanje raznolikih družbenih skupin in prej izključenih glasov, medtem ko digitalne platforme ponujajo nove možnosti mreženja in sodelovanja. Kljub temu je potencial zaslonskih javnosti za spodbujanje tehtnega sodelovanja pogojen z reševanjem osnovnih strukturnih in tehnoloških dinamik, ki poblagovljajo sodelovanje in dajejo prednost dobičku pred demokratičnimi vrednotami.

JAVNOSTNO 'HOP-ON-HOP-OFF' POTOVANJE

Zaslonsko javnost lahko metaforično primerjamo s prilagodljivostjo, z epizodično naravo in prikladnostjo potovanja s turističnimi prevozi 'skoči gor – skoči dol' (angl. *hop-on-hop-off*). Tako

kot potniki v te avtobuse vstopajo in izstopajo na različnih ogleda vrednih ponujenih krajih ter obiskujejo izbrane destinacije, ne da bi se posvečali celotni poti, se posamezniki v zaslonski javnosti vključujejo v razprave, platforme ali digitalne ogleda vredne prostore, vanje vstopajo in jih zapuščajo, ne da bi imeli pred očmi ključne javnostne probleme.

Ta metafora ponazarja povezanost uporabniškega delovanja in strukturnih vplivov oblikovanja platform v delovanju zaslonske javnosti. Podobno potnikom na avtobusih *hop-on-hop-off* se člani zaslonske javnosti občasno srečujejo na spletu v okviru vnaprej določenih 'potovalnih parametrov', ki ji sami izbirajo, prav tako kot svojo raven sodelovanja. Kljub tej navidezni avtonomiji pa je njihovo sodelovanje oblikovano – in pogosto omejeno – s habitualnimi praksami, pogodbenimi dogovori in algoritemskim urejanjem obiskovanih vsebin, ki določajo obseg in smer uporabniških interakcij ter omejujejo možnosti za globlje raziskovanje in dialog različno mislečih. Navade, običaji in dogovori so sicer vedno pomembno vplivali na oblikovanje javnosti in javnega mnjenja, čeprav v teorijah javne sfere niso bili deležni pozornosti. Z algoritmizacijo diskurza v integriranih javno-zasebnih digitalnih komunikacijskih omrežjih pa so se zaostрила dolgo prisotna protislovja med normativnimi ideali javnosti in praktičnimi razmerami, v katerih se oblikuje javno mnenje.

Podobno kot pri turistični izkušnji, ki daje prednost hipnemu udobju pred poglobljenim raziskovanjem, imata v zaslonski javnosti prednost dostopnost in neposrednost na račun trajne angažiranosti in kolektivnega razmišljanja. Potovanje je razdrobljeno, brez kohezivne pripovedi in skupne 'destinacije', kar odraža minljivo in nepovezano naravo sodelovanja v zaslonski javnosti. Tako kot je omejena interakcija med potniki z različnimi družbenimi in kulturnimi izkušnjami ter interesi na turneji *hop-on-hop-off*, čeprav si delijo isto potovanje, tudi člani zaslonske javnosti sobivajo na isti platformi, vendar pogosto ostajajo odtujeni znotraj algoritemsko urejenih epistemskih enklav.

Čeprav obstajajo podobnosti med *hop-on-hop-off* javnostjo in normativnim pojmovanjem razumne javnosti – pri obeh je poudarek na dostopu, vključenosti, vidnosti, sodelovanju in občasnosti –, so pomembne tudi razlike v teh in drugih razsežnostih javnosti, ki razkrivajo razvijajočo se naravo javnosti v mediatiziranih javno-zasebnih prostorih.

Dostopnost in vključenost. Podobno kot *hop-on-hop-off* ture s ponudbo lahko dostopnih aranžmajev dosegajo širok krog uporabnikov, tudi zaslonsko javnost sestavljajo raznovrstni posamezniki. Digitalne platforme z nizkimi pragovi dostopa omogočajo ljudem različnih demografskih skupin, družbenih položajev in vrednostnih usmeritev, da z 'vstopom' postanejo vidni in delijo svoja stališča. Tako kot *hop-on-hop-off* avtobusi ustavljajo na različnih zanimivih mestih, zaslonska javnost ponuja vsem vrsto komunikacijskih priložnosti – od nišnih forumov do velikih družabnih medijev – kjer se uporabniki lahko ukvarjajo s temami, ki so skladne z njihovimi interesi in željami.

Čeprav so platforme načelno odprte vsem, zasebne korporacije pogosto nadzorujejo virtualni prostor in postavljajo pravila za sodelovanje, ki lahko nehote ali namerno izključujejo določene glasove. V priporočilne algoritme vgrajene politike moderiranja in preverjanja dejstev dajejo prednost določenim vsebinam in pod krinko uveljavljanja standardov skupnosti subtilno krepijo ali slabijo določene glasove.² To lahko nesorazmerno utiša marginalizirane skupine, kar zožuje razpon razpoložljivih perspektiv in še pogloblja delitve v epistemske enklave. Poleg tega lahko tudi veliko število udeležencev in količina informacij v zaslonski javnosti preobremenjujeta uporabnike, zaradi česar vključenost težko privede do smiselnega sodelovanja. Prevladujoči glasovi in kakofonija glasov pogosto preglasijo raznolikost glasov, četudi so prisotni, kar omejuje njihov vpliv na javni diskurz.

Geslo »Oglejte si vse znamenitosti v enem dnevu« ponazarja dinamiko udeležbe v zaslonskih javnostih. Zaslonska javnost je po naravi fluidna, zanjo je značilno bežna angažiranost, ne pa trajno razmišljanje ali jasne odločitve. Podobno bežnim obiskom turistov, ki raziskujejo atrakcije mesta, udeleženci v zaslonski javnosti zaporedoma ali celo vzporedno 'vstopajo' in 'izstopajo' iz različnih digitalnih platform, tem ali razprav po svoji izbiri, ne da bi

2 V začetku leta 2025 je lastnik korporacije Meta Mark Zuckerberg – podobno kot pred njim Elon Musk na svojem omrežju X – razglasil ukinitve preverjanja dejstev in omejevanja sovražnega govora na platformah Facebook in Instagram, češ da gre za politično pristranske cenzorske posege v svobodo izražanja. S to odločitvijo se je močno prikupil predsedniku Donaldu Trumpu, a so njene posledice precej bolj daljnosežne, saj z njo daje prosto pot skrajno desničarskim aktivistom, ki v družabnih medijih rutinsko izkrivljajo resnico ter širijo laži in sovražni govor.

jim posvečali večjo pozornost. Zaslonske javnosti so sicer široko odprte in dostopne, narava sodelovanja v teh *hop-on-hop-off* javnostih pa je površna in prehodna, uporabniki vstopijo na kratek obisk in že hitijo proti naslednji 'destinaciji', da bi jih lahko obiskali čim več. Obsežno število 'poti' in 'postaj' v zaslonski javnosti ima za posledico, da so udeleženci pogosto ločeni po segregiranih prostorih, kar omejuje njihovo izpostavljenost raznolikim stališčem in možnosti za kolektivno razpravo.

V nasprotju s tradicionalnimi pojmovanji javnosti, ki predpostavljajo poglobljeno pozornost, refleksivno razmišljanje in zavezanost kolektivnim ciljem ali kompleksnim problematikam, so za zaslonsko javnost značilne razpršena pozornost in epizodne interakcije, ki jih vodijo osebni interesi in trenutno zadovoljstvo. Kratkotrajnost zaslonske javnosti, v katerih vedno nove teme, bežnost pogovorov in digitalne distrakcije posameznike odvrčajo od kritičnega razmišljanja in razpravljanja, onemogočajo poglobljena posvetovanja in slabijo potencial za oblikovanje kolektivnega mnenja kot končne 'destinacije' pristne javnosti.

»*Bil/a sem tu!*« Pesem ameriške pevke Beyoncé, v kateri poje: »Bila sem tu ... Pustila bom svoj pečat, da bo vsakdo vedel, da sem bila tu« (*I Was Here*, 2011), je še ena sijajna metafora volje do vidnosti v zaslonski javnosti, ki poganja velik del spletne dejavnosti. V nasprotju z Beyoncéjino željo, da bi za seboj pustila trajno zapuščino, člani zaslonske javnosti pogosto kažejo 'turistično miselnost', ko želijo dokumentirati ali označiti svojo prisotnost v digitalnih prostorih. Tako kot turisti ob kratkem obisku znamenitosti ali zanimivosti posnamejo fotografijo, ki jo delijo z družino in prijatelji, in nato gredo naprej, tudi člani zaslonske javnosti v komuniciranju z digitalnimi platformami sporočajo svojo vsakokratno prisotnost in pokažejo svoj odnos prek posodobitev stanja, objav, selfijev, blogov, vlogov ali všečkov. Želja po »puščanju sledi« in dokazovanju trenutne prisotnosti je značilna poteza angažiranosti v zaslonski javnosti.

Medtem ko želja članov zaslonske javnosti, da »pustijo pečat«, izraža voljo do vidnosti kot naravno človeško potrebo po priznanju, opozarja tudi na nujnost premisleka o tem, kako smo vključeni in sodelujemo drug z drugim v javno-zasebnih digitalnih prostorih. Samo odmik od turistične mentalitete v smeri premišljenega, refleksivnega komuniciranja lahko pomaga obnoviti potencial javnosti za racionalno demokratično razpravo.

Algoritemsko vodeno 'ogledovanje znamenitosti' v zaslonkih javnostih je blagovna storitev, opredeljena s pogodbami s platformami, ki so strateško zasnovane za maksimiranje privlačnosti in pozornosti. Priporočilni algoritmi igrajo ključno vlogo pri oblikovanju te 'turistične izkušnje'. Delujejo kot 'turistični vodniki', ki spodbujajo 'turistično miselnost' kratkotrajne vpletenosti, tako da usmerjajo uporabnike k priljubljenim ali privlačnim 'postankom', ki so prilagojeni njihovim, s pridobljenimi podatki izračunanim navadam in interesom. Določajo 'pot' na podlagi kolektivnih trendov, individualnih preferenc in marketinških priložnosti, medtem ko subtilno usmerjajo potnike proti vnaprej določenim destinacijam. Tako kot se avtobusni vozni red ravna glede na vnaprej izbrane znamenitosti, algoritmi dajejo prednost specifični vsebini na podlagi ugotovljenih habitualnih interakcij uporabnikov. Vendar pa v nasprotju s *hop-on-hop-off* potovanji s preglednimi, fiksnimi potmi, algoritmi varljivo prilagajajo digitalna potovanja interesom uporabnikov, dejansko pa so vnaprej konfigurirana – kar je značilna lastnost zaslonke javnosti.

Medtem ko lahko potniki na turističnem avtobusu izstopijo in samostojno raziskujejo, kadar želijo, algoritmi pogosto ustvarjajo le iluzijo izbire. Uporabnike usmerjajo k vsebinam, ki utrjujejo njihove obstoječe vedenjske vzorce in preference, kar ustvarja povratno zanko, ki omejuje njihovo digitalno raziskovanje. To kurirano potovanje ponuja udobje rutinskega, habitualnega delovanja, a hkrati omejuje priložnosti za odkrivanje novega in nključna srečanja.

Algoritemsko vodeno 'ogledovanje' sicer lahko vključuje elemente presenečenja – uporabnike izpostavi bolj raznoliki vsebini, ki je morda sicer ne bi srečali – kot pomembne sprožilce za spodbujanje radovednosti in večjo uporabniško angažiranost. S seznanitvijo uporabnikov z novimi idejami in različnimi pogledi lahko 'naključna' priporočila presežejo obstoječe pristranskosti, okrepijo širši nabor stališč in celo pomagajo razbliniti informacijske mehurčke (Stitini in drugi 2023). Vendar pa je njihova učinkovitost omejena z dejavniki, kot so zasnova algoritma, predhodno vedenje uporabnikov in komercialne prioritete platform. Namesto da bi uporabnike spodbujali k sodelovanju pri dogodkih in vsebinah, ki imajo pomembne dolgoročne posledice za skupno dobro, jih algoritemsko programiranje omejuje na nadzorovane poti, ki ustrezajo habitualnemu vedenju, in odvrča

od trajne angažiranosti in zavezanosti pomembnim družbenim vprašanjem.

Podobno kot pri krožni turistični vožnji *hop-on-hop-off*, zaslonska javnost pogosto pusti udeležence brez jasne zavesti o namenu ali cilju diskurzivnega potovanja. Kar se začne kot potovanje, ki obeta priložnosti za odkrivanje in dialog, se spremeni v razdrobljeno izkušnjo in plitke, ponavljajoče se in izolirane obiske vsebin, ki potrjujejo vnaprejšnja prepričanja. To habitualno vedenje – preverjanje vsebin na družabnih medijih, odzivanje na trendovske teme ali odgovarjanje na obvestila – spodbuja 'kulturo prelistavanja' (angl. *scrolling culture*), ki daje prednost površinskim ogledom vsebin in pasivni uporabi informacij.

Osebn izbira in zavezanost navadam. Kratkoročno uporabniki niso vezani na vnaprej določeno pot, ampak jo lahko sooblikujejo glede na interese in udobje. Zaslonska javnost uporabnikom omogoča izbirati med različnimi 'postanki' v digitalnem svetu. Ta značilnost se ujema s širšim etosom interneta, kjer strukture s hiperpovezavami med spletnimi vsebinami in algoritemska priporočila spodbujajo kaskadno raziskovanje oziroma pregledovanje. Odsotnost vnaprej določene poti spodbuja občutek spontanosti in odprtosti, kar udeležencem načelno omogoča raziskovanje raznolikih perspektiv ali skupnosti brez dolgoročnih obveznosti ali zavez. To kratkotrajno sodelovanje pogosto spodbuja živahne razprave, za katere so značilne neposrednost, novost in raznolikost.

Dolgoročni učinki dinamike zaslonske javnosti pa ustvarjajo protislovje. Medtem ko zaslonska javnost kratkoročno spodbuja raziskovanje in osebno izbiro, njene dolgoročne težnje z algoritemskim krmiljenjem k habitualnemu vedenju problematizirajo ideale odprte, vključujoče in dinamične javne sfere. Čeprav *hop-on-hop-off* narava zaslonske javnosti omogoča raznolikost udeležencev in njihovo – pogosto sicer le navidezno – svobodo, hkrati problematizira kolektivno oblikovanje volje in integriteto javnega diskurza. Posledica tega je, da minljivost in segmentacija zaslonske javnosti ovirata razvoj kohezivne, opolnomočene javnosti, ki bi bila sposobna zagotavljati odgovornost oblasti in spodbujati družbene spremembe.

ZAČARANI KROG STRUKTURNE NEDORASLOSTI: HABITUALNI IN POGODBENI OKOVI ZASLONSKE JAVNOSTI

V temeljih so razmere sodobnih javno-zasebnih komunikacijskih omrežij, pod katerimi nastaja zaslonska javnost, presenetljivo podobne tistim v zgodnjem obdobju komercializacije časopisov, ki jih je takrat ostro kritiziral Marx. Podobno, kot je tiskarska tehnologija igrala ključno vlogo pri nastajanju zgodnje meščanske javnosti, sta za oblikovanje sodobne zaslonske javnosti ključnega pomena tehnologija računalniško posredovanega komuniciranja in umetna inteligenca.

Marxova normativna obramba svobode tiska ni bila primarno motivirana z zagotavljanjem svobode *medijem* (npr. časopisom), ampak svobode izražanja *državljanom* kot njihove pravice in kot uresničitve univerzalne svobode, kajti: »Kar ne morem biti za druge, nisem zase in ne morem biti zase« ([1842] 1974, 73). Časopisi naj delujejo kot življenjska vez med posameznikom in družbo; zrcalo, ki kaže ljudem, kaj so; transformativna sila, ki spreminja materialne boje v intelektualne in kulturne; kot utelešenje zaupanja ljudi vase ter vseprisoten, navdihujoč duh, ki odseva in oblikuje idealni svet (prav tam, 60–61) – kot »proizvod javnega mnenja, [ki] hkrati tudi proizvaja javno mnenje« (Marx [1843] 1974, 189–90).

Še bolj kot je kritiziral državno cenzuro tiska, je Marx svaril pred podrejanjem tiska tržnim silam, ki svobodo tiska zreducirajo na podvrsto podjetniške svobode. Trdil je, da je svoboda tiska predvsem v tem, da tisk ne sme biti podjetje, za utemeljevanje svobode tiska s podjetniško svobodo pa je menil, da – čeprav je na prvi pogled videti vabljivo in učinkovito – svobodo tiska bolj ogroža kot zagovarja.

V Marxovem opozorilu lahko vidimo preroško kritiko dinamike medijskega diskurza, ki vodi v oblikovanje zaslonske javnosti. Za Marxa je temeljni smisel demokratične svobode ogrožen, ko postane zgolj orodje za uveljavitev komercialnih interesov. Zato je ostro ločeval med novinarstvom kot javno, demokratično prakso in izdajanjem časopisov kot dobičkonosnim poslom. Sicer je priznaval, da morajo avtorji zaslužiti, da bi lahko živeli in pisali, a se je odločno upiral ideji, da bi morali živeti in pisati zato, da bi s tem služili.

Ta kritika postaja še posebej relevantna v današnji digitalni dobi, ko poblagovljanje komuniciranja daje profitnim motivom prednost pred demokratičnimi načeli javnega razpravljanja. Algoritemsko vodeno komuniciranje na digitalnih platformah na eni strani ter uveljavljanje volje do vidnosti na drugi strani ustvarjata protislovja, ki jih je Marx prepoznal v zgodnji dobi tiska. Komercialni imperativi, ki jih zdaj uveljavljajo algoritmi, zapletajo zaslonske javnosti v neskončen krog ustvarjanja volje do vidnosti, ki negira ideale demokratičnega javnega razpravljanja.

Marxova kritika tiska poudarja, kako pogodbeni poslovni razmerja podrejajo javno komuniciranje podjetniški svobodi in spreminjajo demokratične prakse v blago. V zaslonski javnosti dosegajo podoben učinek habitualna razmerja, ki so subtilno, a pomembno povezana s komercialnimi dogovori. Ti odnosi spodbujejo spletne uporabnike k ponavljajočim se, rutiniziranim vedenjem, ki se sčasoma zdijo povsem naravna in samoumevna. Uporabniki postanejo ujeti v začarani vedenjski krog pod nadzorom tehnoloških platform: po eni strani so 'proizvod' komercialnih strategij digitalnih korporacij, po drugi strani pa sami nevede prispevajo k uresničevanju in krepitvi prav teh podjetniških načrtov.

Pogodbeni odnosi standardizirajo in formalizirajo interakcije med uporabniki in platformami, da postanejo sprejete kot družbene konvencije. Pri tem pogosto silijo uporabnike, da se odpovedo svojim pravicam, da bi pridobili dostop do digitalnih vsebin in storitev. Medsebojno delovanje teh habitualnih in pogodbenih okvirov oblikuje tako individualno diskurzivno delovanje kot institucionalni nadzor v integriranih javno-zasebnih komunikacijskih omrežjih. Ti odnosi so hrbtnica zaslonske javnosti, kjer osebno delovanje in strukturna regulacija določata naravo platformne interakcije in njene daljnosežne posledice za javno razpravo.

UI in priporočilni algoritmi delujejo kot most med diskurzivno participacijo, habitualnim vedenjem in pogodbenimi odnosi – med tremi oblikami družbene volje, ki se prepletajo v javnosti – ter hkrati povečujejo in usklajujejo njihove učinke. V tem procesu se angažiranost uporabnikov in vpliv platform vzajemno krepi. Algoritmi, ki jih vodi UI, izkoriščajo habitualno vedenje, tako da analizirajo podatke, pridobljene iz vedenj uporabnikov, da bi izpopolnili in personalizirali ponudbo vsebine.

Pogodbene odnose v zaslonski javnosti urejajo eksplisitni in implicitni pogoji, ki jih uporabniki sprejmejo oziroma jih morajo

sprejeti, da bi lahko uporabljali storitve digitalnih platform. Ti pogoji, ki so pogosto skriti v obsežnih, podrobnih, težko razumljivih določbah pogodbenih dokumentov, določajo dolžnosti in pravice uporabnikov ter postavljajo pravila uporabe.³ S soglasjem k tem pogojem uporabniki dovoljujejo lastnikom platform uporabo svojih osebnih podatkov in obsežen nadzor nad spletnim vedenjem, kar pomembno vpliva na to, kako posamezniki komunicirajo z digitalnimi platformami in na platformah med seboj.

Pogodbeno razmerje ustvarjalcev vsebin z digitalnimi platformami, ki ureja prihodke od oglasov, sponzorstva in monetizacijo vsebine, spremeni njihovo soustvarjanje in performativno publiciteto v obliko pretežno neplačanega gigovskega dela. Z objavo vidikov svojega zasebnega življenja ti posamezniki uveljavljajo svojo voljo do vidnosti, občasno pa jim ta instrumentalna publiciteta zagotavlja tudi dohodek za publicizacijo zasebnosti, pri čemer algoritmi platforme določajo tako vidnost kot plačilo za doseženo pozornost.

Habitualizacija individualnega vključevanja v zaslonsko javnosti spreminja zasebna dejanja v javna. Digitalne platforme spodbujajo uporabnike, da nenehno, bodisi prostovoljno bodisi nehote, razkrivajo svoja zasebna življenja in dopuščajo uporabo osebnih podatkov v zameno za dostop, prepoznavnost in občasne komercialne nagrade. Osebne preference, interesi in intimni trenutki so javno objavljeni kot del ustaljenih interakcij uporabnikov s platformami. Ponavljajoče se interakcije – kot je listanje po družabnih medijih, všečkanje objav, spremljanje računov, komentiranje priljubljenih tem in deljenje osebne vsebine –, ki jih utrjujejo platformni povratni mehanizmi, se sčasoma ukoreninijo kot vsakodnevne navade. Dodatne funkcije, kot so ključniki, igričarske interakcije in priporočila za pridružitve določenim spletnim skupinam, uporabnike vključujejo v nalezljiv ritem delovanja platform. Ta 'predpripravljena pravila' spodbujajo plitvo,

3 Facebookov krovni dokument »Pogoji uporabe«, ki določa, kdo in kako lahko uporablja Facebook, katera dovoljenja uporabniki podeljujejo matični družbi Meta, in druge pogoje uporabe, ki jih uporabniki v celoti sprejmejo z dostopom ali uporabo platforme, presega 5.600 besed. Vendar pa za uporabnike Facebooka veljajo še številni dodatni pogoji in pravilniki, s katerimi bi se morali uporabniki seznaniti, na primer pogoji komercialne uporabe, pravilnik o piškotkih, storitve 'brez oglasov' in mnogi drugi. Dolžina vseh teh dodatnih dokumentov skupaj presega 10.000 besed.

performativno angažiranje ter normalizirajo razdrobljene in bežne interakcije v rutinske in predvidljive predstave zaslonske javnosti.

Čeprav so habitualni odnosi videti prostovoljni, so rezultat skrbno oblikovanih odločitev in algoritemskih spodbud, ki so v skladu s poslovnimi interesi platforme. V nasprotju s pogodbenimi dogovori, ki očitno podrejajo uporabnike podjetniški svobodi, habitualni odnosi subtilno usmerjajo delovanje uporabnikov skladno z agendo platforme. Ta posredna podreditev je posledica procesa habitualizacije, v katerem posamezniki ponotranjijo logiko in rutine platforme. Ponavljajoča se vedenja, ki jih spodbuja habitualna navezanost na platforme, imajo za posledico poglobljevanje javnega diskurza, pogosto brez izrecnega soglasja ali zavedanja uporabnikov, ki vse bolj delujejo kot 'ustvarniki' – hkrati ustvarjalci in porabniki vsebine. S prepletanjem habitualnih in pogodbenih odnosov je zaslonska javnost podrejena strukturnim pritiskom 'tržnih sil', ki omejujejo posameznikovo avtonomijo v funkciji zagotavljanja dobičkonosnosti platformnega kapitalizma. Habitualizacija postane mehanizem nadzorovanja, ki prikriva ekonomske strukture, ki ga vodijo, in ustvarja iluzijo avtonomije, čeprav v resnici krepi podjetniške prioritete.

Prepletanje komunikativnega delovanja s habitualnimi in pogodbenimi odnosi ter algoritemskim upravljanjem močno zaznamuje dinamiko zaslonske javnosti. Habitualna uporaba platforme normalizira sprejemanje pogodbenih pogojev, pogosto brez kritične presoje, pri čemer prav te pogodbe, ki opredeljujejo delovanje priporočilnih algoritmov in zahteve glede oblikovanja vsebin, vplivajo na uporabniške navade. Ta odnos ustvarja začarani krog pogodbene in habitualne odvisnosti uporabnikov od platform. Po eni strani habitualno vključevanje ne spodbuja kritičnega pregleda izkoriščevalskih pogodb in zahtev po preglednosti in odgovornosti. Po drugi strani pa pogodbeni mehanizmi utrjujejo in oblikujejo prav te navade, kar vodi do stabilizacije asimetrije moči v korist platform, ki imajo nesorazmeren nadzor nad informacijskimi tokovi, moderiranjem diskurza in arhitekturo angažiranosti.

V središču teh transakcijskih odnosov – tako habitualnih kot pogodbenih – je poglobljevanje uporabnikove prihodnje pozornosti in namenov, ki se menjujejo za dostop do ustvarjanja in uporabe spletnih vsebin. Z uporabo velikih jezikovnih modelov te personalizirane menjave – bodisi deljenje utrinkov zasebnega življenja v zameno za večjo prepoznavnost in pozornost bodisi

osebnih podatkov o namerah in preferencah v zameno za cenejši ali celovitejši dostop – omogočajo platformam, da predvidevajo in usmerjajo vedenje uporabnikov na podlagi njihovih navad in namenov ('prihodnjih navad'), s čimer blago postajajo ne le pozornost uporabnikov, ampak tudi njihovi prihodnji nameni.

Algoritmi lahko na podlagi podatkov, pridobljenih iz preteklega vedenja uporabnikov, izračunajo njihove verjetne prihodnje namene, ki se jih uporabniki niti sami ne zavedajo, prav tako pa nimajo dostopa ali nadzora nad procesi algoritmov ali samimi podatki. Uporabniki tako postajajo »viri ključnega presežka nadzorovalnega kapitalizma: predmet tehnološko naprednega in vse bolj neizogibnega pridobivanja surovin«, kot ugotavlja Zuboff (2020, 88). Nehote vzdržujejo sistem nadzorovalne ekonomije, ki poblagovlja njihovo pozornost in vedenje, kar korporacijam omogoča, da te »surovine« izkoriščajo za kovanje dobičkov, medtem ko uporabniki ostajajo prepuščeni na milost in nemilost nepreglednosti algoritmov in njihovim posledicam.

Ključna dolgoročna posledica dinamike habitualno-pogodbenih odnosov je transformacija zaslonske javnosti v *epistemske enklave*. Vendar pa problem preoblikovanja zaslonske javnosti v mnenjske enklave presega delovanje algoritmov, ki spodbujajo njihovo nastajanje. Čeprav v digitalnih omrežjih algoritmi nedvomno igrajo osrednjo vlogo pri oblikovanju epistemskih enklav, imamo tu opravka tudi s splošnejšo težavo, ki zadeva psihološko dinamiko človeškega diskurza in je v teh digitalno ustvarjenih enklavah najočitnejša v pojavih, kot so informacijski mehurčki in odmevne komore.

Zaslonska javnost se oblikuje s podatkovno usmerjanimi diskurzivnimi interakcijami njenih članov na osnovi podatkov, ki jih sami ustvarjajo s svojim spletnim vedenjem, kar med njenimi člani ustvarja občutek skupnosti, podobnosti in socialne odvisnosti. Značilnosti ustvarjanja podobnosti med člani javnosti je opazil že Tarde ([1901] 1989), ko je pisal o komercializirani javnosti kot »deviantni komercialni klienteli«, ki jo oblikujejo njihov skupni svet in vzorci potrošnje. Mnogo pred digitalno dobo je bil vpliv skupinskega vedenja na posameznike prepoznan kot dejavnik povečevanja družbene sprejetosti in strahu pred družbeno izolacijo, ki v obeh primerih spodbuja konformizem. Te tendence, ki izvirajo iz psihičnega udobja pripadnosti, spodbujajo posameznike, da svoja mnenja ali dejanja usklajujejo z večino, da bi zadovoljili

željo po pripadnosti ali – ko njihova identiteta ni anonimna – da bi se izognili izključevanju. V digitalnih kontekstih zaslonske javnosti se ti učinki stopnjujejo zaradi takojšnjosti in vidnosti socialnih metrik, ki se uporabljajo za merjenje posameznikove vidnosti, priljubljenosti in vpliva. To okolje ponuja omejene možnosti za resnično izmenjavo idej in povečuje družbeni pritisk za prilagajanje, kar posameznike spodbuja k izogibanju kritičnim in nepopularnim mnenjem v korist skupinski pripadnosti. Posledica je, da se krepijo konformistični pritiski, zmanjšuje se raznolikost perspektiv in ogrožen je potencial kritičnega diskurza.

Ko posamezniki dajejo prednost popularnim 'alternativnim dejstvom' in priložnostnim mnenjem v družabnih medijih pred kritičnimi, z argumenti podprtimi presojami, tvegajo, da bodo prezrli bistvene dokaze in se ukvarjali z nepopolnimi ali zavajajočimi informacijami. Ta okvarjeni epistemski proces oblikuje prepričanja in mnenja ter ustvarja povratno zanko samopotrjevanja v epistemski enklavi, kar pospešuje širjenje dezinformacij in normalizira nekakovostno odločanje. Odpravlja produktivno funkcijo zmanjševanja kognitivne disonance – procesa, v katerem posameznike nelagodje, ki ga občutijo zaradi neskladja z nasprotnimi ali med nasprotujočimi si prepričanji, stališči ali vrednotami, motivira, da ta neskladja razrešijo s spreminjanjem teh »kognitivnih elementov«, ne pa da jih apriorno zavračajo (Festinger 1957). V nasprotju s tem pa epistemska enklava 'razrešuje' disonanco tako, da jo preprečuje: vnaprej ustvarja sozvočje med kognitivnimi elementi, ne da bi se uporabniki tega zavedali, kar jim preprečuje izvesti »kantovski test«¹ reflektiranja lastnih sodb z univerzalnega stališča, da bi preizkusili njihovo subjektivno zanesljivost (zase) in objektivno veljavnost (za druge). Izolirani od nasprotnih stališč postanejo posamezniki manj obveščeni, nimajo vpogleda v mnenja drugih in razloge zanje, kar zmanjšuje njihovo sposobnost razmišljanja o alternativnih perspektivah. V takih epistemskih enklavah prevladuje komunikacijska kultura, ki temelji na soglasju, zavrača drugačna stališča in povzroča kolektivne napačne presoje, ki ohranjajo cikle napačnih informacij in zmotnih prepričanj ter mnenjsko polarizacijo v družbi.

Zlonamerno širjenje dezinformacij in lažnih informacij, epistemska segregacija in politična polarizacija na internetu in v družbi kaže na propadanje tradicionalnih poročevalskih medijev,

zlasti časopisov, deprofesionalizacijo novinarstva in erozijo zaupanja v novinarstvo in novinarske institucije,⁴ kar je usodno povezano z oblikovanjem zaslonske javnosti. Te spremembe so kritične, saj so se zgodnje sociološke konceptualizacije javnosti močno opirale na časopise kot sporočevalce resnice, forume za razpravo in nadzornike oblasti. Te funkcije, 'zapisane' v habitualnih in implicitnih pogodbenih odnosih med časopisi in bralno javnostjo naj bi utrjevale skupno odgovornost za informirano javno razpravo. Vendar je Tönnies (1922, 201) že tedaj opazil: »Neresnične novice pogosto bolje služijo interesom osebe, ki jih širi, kot resnične novice, in prikrivanje in zatiranje resničnih informacij lahko prinaša večje koristi«.

Kljub tem zgodnjim znakom etične korupcije v časopisni industriji se je bralna kultura javnosti ohranila tudi po vzponu radia in televizije, vse do pojava družabnih medijev. Z njihovim vzponom pa se je začel zmanjševati delež državljanov, ki spremlja tradicionalne poročevalske medije, kot so televizijske postaje, radijski programi ter zlasti časopisi, medtem ko družabni mediji postajajo vse bolj priljubljeni tudi za spremljanje novic.⁵ Čeprav je bil internet sprva videti pomemben spodbujevalec razvoja novinarstva, se je danes novinarstvo znašlo v situaciji, ko le težka ohranjanja kredibilnost in pomembno vlogo v ponudbi novic na

-
- 4 Elon Musk, izvršni direktor Tesle in zdaj višji svetovalec v Trumpovi administraciji, je pozval h koncu tradicionalnih medijev in k vzponu »državljskih novinarjev« kot nosilcev »novih medijev«, češ da »je večina starih medijev neusmiljeno lagala javnosti«. Kot je na omrežju X zapisal 6. novembra 2024: »Vi ste zdaj mediji. Prosim, objavite svoje misli in ugotovitve na X, popravite druge, ko se motijo, in imeli bomo vsaj en prostor na svetu, kamor boste lahko prišli iskat resnico« (v Warzel, 2024).
 - 5 Med letoma 2005 in 2021 je samo v ZDA ugasnilo približno 2.200 lokalnih tiskanih časopisov. Ta upad se odraža tudi v delovni sili: med letoma 2008 in 2020 se je število časopisnih novinarjev več kot prepolovilo (Washington Post 2021). Poleg tega so celo najbolj priljubljena poročevalska spletna mesta doživela upad prometa (Lipka in Shearer 2023). Pomemben dejavnik tega upada je zmanjšan neposreden dostop poročevalskih medijev do svojega občinstva, zlasti mlajših uporabnikov, saj vse več ljudi novice spremlja na platformah tretjih oseb in agregatorjev. Globalno neposreden dostop do poročevalskih aplikacij in spletnih strani narašča, družabna omrežja postajajo prevladujoči kanal za spletno prebiranje novic. Nedavna raziskava Reutersa v 46 večjih državah razkriva, da 30 % uporabnikov za novice raje uporablja družabne medije, medtem ko se jih samo 22 % zanaša na neposreden dostop do poročevalskih aplikacij in spletnih mest (Newman in drugi 2023).

globalnem trgu, pri čemer tradicionalni mediji, kot so časopisi in revije, doživljajo močan upad branosti in pogostosti branja.⁶

Raziskave povezujejo ukinjanje vse večjega števila časopisov z vrsto alarmantnih družbenih sprememb, vključno z zmanjšanjem državljske angažiranosti, nižjo udeležbo na volitvah (Stearns 2022), naraščajočo korupcijo vladnih in poslovnih sektorjev ter naraščajočo politično polarizacijo in nacionalizmi (Reichel 2018). V zahtevnem digitaliziranem okolju je le peščica dobro uveljavljenih časopisov z močno blagovno znamko in trdno zasidrano prisotnostjo na spletu uspešno ohranila ali povečala svojo bralno publiko. Ti mediji so se z inovacijami in vlaganjem v razvoj uspeli prilagoditi digitalni dobi, medtem ko manjše in manj kapitalsko trdne založbe vse težje zagotavljajo obstoj na časopisnem trgu, ki kljub zatonu ostaja zelo kompetitiven.

Medtem ko platforme družabnih medijev postajajo vse bolj priljubljene in prevladujejo pri vsakodnevni porabi informacij, postajajo tudi tradicionalni poročevalski mediji vse bolj odvisni od teh platform za ustvarjanje habitualnih in pogodbenih odnosov s svojim bralci, gledalci in poslušalci. Poleg tega vse večja odvisnost novinarstva od platform družabnih medijev in poslovnih modelov, ki temeljijo na monetizaciji, dodatno slabi novinarstvo in spodkopava njegovo vlogo kot »organa javnosti«. Da bi ostale relevantne, mnoge medijske hiše zdaj zaposlujejo informacijske strokovnjake za maksimiranje pritegovanja pozornosti uporabnikov in spodbujanja branja. Ta odvisnost od algoritmov razkriva negotov položaj novinarstva celo v tradicionalnih poročevalskih medijih, kjer iskanje klikov, viralnosti in dobičkonosnosti pogosto poteka na račun poglobljenega, kritičnega poročanja. Novičarski mediji postajajo vse bolj odvisni od globalnih platformskih podjetij, kot so Google, Meta in OpenAI, od njihove komunikacijske

6 Leta 2022 je le petina Evropejcev dnevno brala tiskane dnevnike, kar je precejšen upad v primerjavi s 37 % leta 2012. Ta premik spremljajo širše spremembe uporabe medijev, pri čemer se občinstvo odmika od poglobljenega branja tiskanih časopisov k interaktivnemu in algoritmsko vodenemu branju na digitalnih platformah. Tudi povprečen čas, ki ga ljudje dnevno preživijo z branjem časopisov, se je precej zmanjšal. V azijsko-pacifiški regiji je padel z 22 minut leta 2011 na samo 9 minut leta 2018, z nadaljnjim padajočim trendom – na Japonskem je do leta 2023 dosegel samo 5,2 minute. Podobno je v ZDA povprečni čas obiska 50 najboljših spletnih dnevnih časopisov leta 2022 padel na nekaj manj kot 1 minuto in 30 sekund, kar je 43-odstotno zmanjšanje glede na leto 2014, ko je presegel 2 minuti in 30 sekund (Statista 2025; Pew 2023).

infrastrukture, umetne inteligence in poslovnih modelov, ki vplivajo tako na objavljane vsebin kot tudi na interakcijo s publiko.⁷

Novinarstvo, ki je zgodovinsko imelo naloge informirati državljane, nadzorovati oblast in spodbujati vključujoče javne razprave, se zdaj sooča s sistemskimi pritiski, ki dajejo prednost dobičkonosnosti pred demokratičnimi vrednotami in zanikujejo njegovo poklicno avtonomijo. Medtem ko se novinarstvo trudi prilagoditi spremembam, ki jih diktirajo platforme družabnih medijev, javnosti grozi, da ji bodo zavladaale dezinformacije, polarizacija in korporativni nadzor. Ta trend ogroža temeljne ideale transparentnosti, odgovornosti in informirane razprave, ki so bistveni za demokratične družbe.

Ti izzivi presegajo institucionalno krizo v novinarstvu in vplivajo na prestrukturiranje digitalnih epistemskih sistemov, ki sedaj oblikujejo sodobni javni diskurz v skladu z logiko platformnih korporacij. Nastala epistemska segregacija spodkopava temelje neodvisnega kritičnega mišljenja in slabi kakovost javnega razmišljanja. V teh pogosto razdrobljenih virtualnih javnih prostorih se jasno kažejo strukturne težave spodbujanja racionalne razprave. Pomembna manifestacija te epistemske segregacije so mnenjske enklave, ki so tako rezultat kot tudi dejavnik *instrumentalne publicitete*, ki v nasprotju z načeli kakovostnega novinarstva in performativne javnosti služijo predvsem uveljavljanju posebnih interesov določenih skupin.

Takšno okolje je družbeni humus za razvoj zaslonske javnosti. V razsvetljenski tradiciji so časopisi – ter novinarji in uredniki kot posamezniki – veljali za organe ali predstavnike javnega mnenja, ki so tako ustvarjalci kot rezultat javnega mnenja, kot je ugotavljal Marx. Nasprotno pa platforme družabnih medijev danes služijo kot tehnološka, organizacijska in kulturna komunikacijska *infrastruktura*, ki omogoča, spodbuja in organizira oblikovanje

7 Leta 2024 je povprečen svetovni uporabnik interneta porabil več kot dve uri in dvajset minut na dan za socialno mreženje. V letu 2025 Facebook ostaja najbolj priljubljena in razširjena platforma družabnih medijev na svetu s 3,07 milijarde aktivnih uporabnikov mesečno – kar predstavlja 37 odstotkov svetovnega prebivalstva. Sledi YouTube kot druga najbolj priljubljena platforma z 2,53 milijarde uporabnikov. Hkrati družabna omrežja, ki se osredotočajo na kratke video vsebine, kot sta Instagram in TikTok, ter aplikacije za sporočanje, kot so WhatsApp, Facebook Messenger in Telegram, doživljajo hitro rast, pri čemer se nekatere platforme širijo za več kot 200 odstotkov na leto (Statista 2025).

in delovanje zaslonskih javnosti, raznolikih in razdrobljenih po različnih sektorjih in interesih. Ta preobrazba javnosti je skladna s konceptualizacijo javnega mnenja Roberta Parka – ne kot splošnega konsenza ali zgolj vsote individualnih mnenj, pač pa kot mnenja, ki je zunanje vsakemu danemu posamezniku in ga različni ljudje izražajo in zaznavajo na različne načine, kar mu daje značaj objektivnega pojava *sui generis*, ki se razlikuje od individualnih zaznav (Park [1904] 1972).

Zaslonska javnost se pomembno razlikuje od razsvetljenskega pojmovanja javnosti kot racionalnega, kritičnega subjekta, ki spodbuja samorefleksijo, odprto razpravo in deliberacijo, kar idealno vodi skozi razumno razpravo in iskanje resnice k razsvetljenju vseh. V nasprotju z normativno pojmovano javnostjo v razsvetljensko-sociološki tradiciji lahko zaslonsko javnost opredelimo kot digitalno posredovano, podatkovno vodeno javnost, oblikovano skozi interaktivno, pogosto performativno in poblagovljeno diskurzivno delovanje, namenjeno predvsem zagotavljanju družbene prepoznavnosti, pozornosti ali ekonomskih spodbud, ne pa razumnemu kritičnemu razpravljanju. Individualna volja do vidnosti – s posamezniki, ki aktivno iščejo pozornost in priznanje – je glavno gibalno oblikovanje zaslonske javnosti. Hkrati poblagovljanje osebnih podatkov, pozornosti, namenov in komunikacijskih dejanj posameznikov za ustvarjanje dobička v zaslonski javnosti uveljavlja širše strukturne premike v odnosu med posamezniki, korporativnimi mediji in nadzorovalnim kapitalizmom. Zaradi tega je zaslonska javnost pogosto – čeprav ne nujno – instrumentalizirana za krepitev epistemske segregacije in politične polarizacije, kar omejuje prostor za racionalno, kritično razpravo.

Hkrati zaslonska javnost, ki je rezultat individualne volje do vidnosti in performativne publicitete, opravlja generično delo za kapital. Čeprav so navidezno sodelovalna, pa habitualna in pogodbeno razmerja, ki podpirajo oblikovanje in izražanje (javnega) mnenja znotraj zaslonske javnosti, omejujejo mnenjsko dinamiko. Ta dinamika izkrivlja Kantovo vizijo »celotne javnosti, ki se razsvetljuje« skozi racionalno razpravo, pri čemer naj bi bil potreben in zadosten pogoj samo to, da je javnost »prepuščena svobodi« (Kant 1784):

To je pravzaprav skoraj neizogibno, če je le javnost, ki jo to zadeva, prepuščena svobodi. Kajti vedno bo nekaj tistih, ki mislijo

zase, celo med tistimi, ki so imenovani za varuhe skupne množice. Ko se bodo sami znebili jarma nezrelosti, bodo takšni varuhi širili duh racionalnega spoštovanja osebne vrednosti in dolžnosti vseh ljudi, da sami mislijo zase.

Kljub videzu svobode je zaslonska javnost pogosto omejena – izgubljena v svoji svobodi in vklenjena v »jarem nezrelosti«, ki ga vsiljujejo habitualne in pogodbene prakse nadzorovalnega kapitalizma ob pomoči umetne inteligence. Potencial javnosti za racionalno, samostojno razsvetljenje je ogrožen, saj posameznikov pogosto ne vodijo avtonomna prizadevanja za oceno subjektivne in objektivne zanesljivosti njihovih misli, temveč algoritmi in ekonomskimi imperativi, ki upravljajo njihovo digitalno prisotnost in vidnost. Te omejitve preprečujejo samorazsvetljenje, ki si ga je zamišljal Kant, s tem, ko nadomeščajo prizadevanje za kritično in razumno razpravo z algoritemsko oblikovano in poblagovljeno performativno javnostjo.

Ta paradoks svobode v zaslonski javnosti je mogoče rešiti le s strukturnimi in regulativnimi ukrepi, ki zadevajo temeljne stebre – tehnološke, politično-ekonomske in kulturne okvire – infrastrukture javne sfere, ter s kulturnim razvojem, ki bi spodbujal pristno avtonomijo in svobodo izražanja ter refleksivno in mediativno kakovost javnega diskurza. Ključnega pomena so preoblikovanje upravljanja platform, upoštevanje vrednotnih in etičnih vidikov tehnoloških inovacij ter vključevanje uporabnikov v njihov razvoj, izobraževanje državljanov oziroma uporabnikov in spodbujanje globalnega sodelovanja na vseh teh področjih.⁸

Za preobrazbo upravljanja platform je treba spremeniti zakonodajne in regulativne okvire, da bodo zagotavljali odgovornost platform in njihovo delovanje v interesu javnosti, socializacijo priporočilnih algoritmov ter odpravo algoritemske pristranskosti in monopolnega nadzora v rokah platformnih korporacij. Oblikovati je treba stroge standarde algoritemske preglednosti, ki bi uporabnikom omogočali vpogled v rabo njihovih podatkov in delovanje priporočilnih algoritmov. Uporabnikom je treba zagotoviti možnost nadziranja algoritemskega odločanja,

8 O demokratičnem opolnomočanju državljanov z usposobljenostjo za uporabo orodij umetne inteligence ter pravičnem upravljanju spletnih platform podrobneje pišem v knjigi *The Gig Public* (Splichal 2025).

soupravljanja svojih digitalnih izkušenj in oblikovanja alternativnega javnega prostora.

Pogoj za aktivno sodelovanje, ki bi ga omogočila demokratična regulacija platform, sta digitalna pismenost in algoritemska ozaveščenost uporabnikov. Le tako je mogoče uporabnike usposobiti za razumevanje, nadzorovanje in usmerjanje orodij umetne inteligence za pogodbeno ali vsiljeno odsvajanje osebnih podatkov ter ustvarjanje uporabnikom namenjenih ali uporabniško ustvarjenih vsebin in vidnosti – na primer tako, da lahko določajo vrednosti parametrov personalizacije priporočenih vsebin in sodelujejo pri razvoju kooperativnih algoritemskih orodij. S tem znanjem lahko uporabniki ne le zaščitijo svoje osebne podatke, temveč tudi prispevajo k varovanju zasebnosti, svobodi izražanja in demokratični kulturi javnega komuniciranja.

Napredek je odvisen od skupne volje držav, korporacij in civilne družbe, da sprejmejo informirane, vključujoče in sodelovalne ukrepe za usmerjanje razvoja tehnoloških inovacij, skladne z demokratičnimi načeli odgovornosti in javnega dobrega. Integrirana javno-zasebna komunikacijska omrežja na digitalnih platformah se le tako lahko spremenijo iz infrastrukture komunikacijskega nadzorovanja in ekonomskega izkoriščanja v skupne prostore za razumno razpravljanje, državljansko opolnomočenje in družbeni napredek – kar bi končalo obdobje zaslonske javnosti in odprlo pot razvoju posvetovalnih javnosti.

O avtorju

Slavko Splichal, univerzitetni diplomirani novinar (1971), redni profesor komunikologije na Univerzi v Ljubljani, predstojnik Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede, v letih med 1983 in 2012 je bil med drugim predstojnik katedre za novinarstvo, oddelka za komunikologijo, direktor raziskovalnega foruma Mednarodnega inštituta za sociologijo in dekan Fakultete za družbene vede. Bil je direktor Raziskovalnega centra za samoupravljanje pri Zvezi sindikatov Slovenije (1981–1983) in Evropskega inštituta za komuniciranje in kulturo (1992–). Je član Slovenske akademije znanosti in umetnosti in Evropske akademije znanosti Academia Europaea.

Zahvala

Zahvaljujem se kolegoma Sašu Brleku Slačku in Jerneju Amonu Prodniku za dragocene komentarje, vprašanja in predloge, ki so mi pomagali razjasniti ključne pojme, izostriti argumente ter izboljšati končno besedilo, ter Moniki Kalin Golob in Nani Čemas za natančen jezikovni in tehnični pregled besedila.

Pojasnilo o naravi besedila in financiranju

Ta prispevek je priredba poglavja »The gig public: redrawing the boundaries between public and private realms« iz knjige *The Gig Public: AI-Driven Contractual and Habitual Performativisation of Publicness* (v tisku pri založbi Anthem Press, London in New York 2025). Knjiga in ta prispevek sta rezultat raziskovanja v okviru raziskovalnega programa Množični mediji, javna sfera in družbene spremembe, ki ga financira Univerza v Ljubljani.

CITIRANA LITERATURA

- Arendt, Hannah. 1958. *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Arendt, Hannah. 1961. *Between Past and Future*. New York: Viking Press.
- Brecht, Bertolt. (1932) 1979. »Radio as a Means of Communication: A Talk on the Function of Radio«. *Screen* 20 (3–4): 24–28.
- Dewey, John. (1927) 1946. *The Public and Its Problems*. Chicago: Gateway.
- Festinger, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Gouldner, Alvin W. 1976. *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origins, Grammar and Future*. New York: The Seabury Press.
- Habermas, Jürgen. (1962) 1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: ŠKUC, Filozofska fakulteta.
- James, William. (1890) 2007. *The Principles of Psychology*. Vol 1, 2. New York: Cosimo Classics.
- Kant, Immanuel. 1784 »An Answer to the Question: What Is Enlightenment?«. Immanuel Kant Archives. <https://www.marxists.org/reference/subject/ethics/kant/enlightenment.htm>.

- Lipka, Michael, and Elisa Shearer. 2023. »Audiences Are Declining for Traditional News Media in the U.S. – With Some Exceptions«. Washington, DC: Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/28/audiences-are-declining-for-traditional-news-media-in-the-us-with-some-exceptions/>
- Machiavelli, Niccolò. (1513) 2006. *The Prince*. The Project Gutenberg Ebook 1232. <https://www.gutenberg.org/files/1232/1232-h/1232-h.htm>.
- Marx, Karl. (1842) 1974. »Die Verhandlungen des 6. rheinischen Landtags: Debatten über Pressefreiheit und Publikation der Landständischen Verhandlungen«. V: *Marx-Engels Werke*, 1, 28–77. Berlin: Dietz Verlag
- Marx, Karl. (1843) 1974. »Rechtfertigung des ++—Korrespondenten von der Mosel«. V: *Marx-Engels Werke*, 1, 172–199. Berlin: Dietz Verlag.
- Newman, Nic, Kirsten Eddy, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen. 2023. *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Park, Robert E. (1904) 1972. *The Crowd and the Public and Other Essays*, H. Elsner, Jr. (ured.). Chicago: University of Chicago Press.
- Pew Research Center. 2023. Newspapers Fact Sheet. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/newspapers/>
- Reichel, Chloe. 2018. »Civic Engagement Declines when Local Newspapers Shut Down«. *The Journalist's Resource*, 22. junij 2018. <https://journalistsresource.org/politics-and-government/local-newspapers-civic-engagement/>.
- Sorokin, Pitirim A. (1941) 1992. *The Crisis of Our Age*. Oxford: Oneworld Publications.
- Splichal, Slavko. 2022. *Datafication of Public Opinion and the Public Sphere*. London: Anthem.
- Splichal, Slavko. 2024. *Upodatkovanje javnosti in mnenjske tehnologije*. Ljubljana: FDV in SAZU.
- Splichal, Slavko. 2024a. »The Rise of Contractual Publics: Conceptual Crisis and the Tech-Driven Siege of the Public Sphere«. *Javnost - The Public* 31(1): 1–25. <https://doi.org/10.1080/13183222.2024.2318692>
- Splichal, Slavko. 2025. *The Gig Public: AI-Driven Contractual and Habitual Performativisation of Publicness*. London, New York: Anthem Press.
- Statista. 2025. Most Popular Social Networks Worldwide as of February 2025, by Number of Monthly Active Users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Stearns, Josh. 2022. Strong Local Journalism = More People Turning out to Vote. Democracy Fund. <https://democracyfund.org/idea/how-we-know-journalism-is-good-for-democracy/>
- Stitini, Oumaima, Iván García-Magariño, Soulaïmane Kaloun, and Omar Benchar. 2023. »Towards Ideal and Efficient Recommendation Systems Based on the Five Evaluation Concepts Promoting Serendipity«. *Journal of Advances in Information Technology* 14 (4): 701–717.
- Tarde, Gabriel. (1901) 1989. *L'Opinion et la Foule*. Paris: Les Presses universitaires de France.
- Tönnies, Ferdinand. 1922. *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Julius Springer.
- Trenz, Hans-Jörg. 2024. *Democracy and the Public Sphere: From Dystopia Back to Utopia*. Bristol: Bristol University Press.
- Warzel, Charlie. 2024. »Bad News: Legacy Media Must Compete Against a Choose-Your-Own-Adventure Reality«. *The Atlantic*, 8. november 2024. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2024/11/you-are-the-media-now/680602/>
- Washington Post*. 2021. »Local News Deserts Are Expanding: Here's What We'll Lose«. 30. November 2021. <https://www.washingtonpost.com/magazine/interactive/2021/local-news-deserts-expanding/>
- Zuboff, Shoshana. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs / Perseus Books.

Igor Vobič

O ZATONU NOVINARSKE AVTORITETE: ZAKAJ POTREBUJEMO NOVO DRUŽBENO POGODBO ZA NOVINARSTVO

*Kritiki gledajo tisk in vidijo Supermana, čeprav je v resnici le
Clark Kent. Ta napačna predstava žal ni nedolžna.
Michael Schudson, The Power of News (1995, 16)*

Pred tremi desetletji je Michael Schudson (1995) opozarjal, da je idealizirano pripisovanje »supermanovske« moči tisku problematično, saj poenostavlja razmerja družbenega komuniciranja in mesto novinarstva v njem. V eni od sodobnih različic stripa o Supermanu njegovo kritiko pogloblja osebna refleksija superjunakovega človeškega jaza Clarka Kenta. (Lobdell in Rocafort 2012, 10–11):

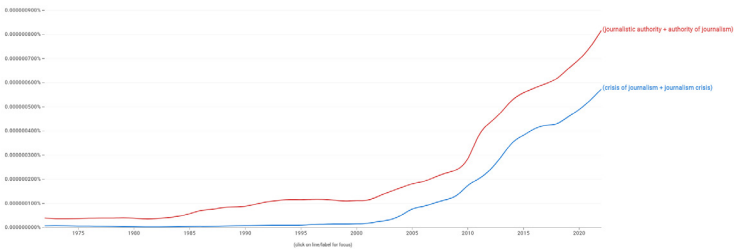
Ko sem odraščal v Smallvillu, sem verjel, da je novinarstvo ideal, tako dragoceno in pomembno kot biti policist, gasilec, učitelj ali zdravnik. Naučili so me verjeti, da lahko z besedami spremeniš tok rek – da bodo celo najtemnejše skrivnosti padle pod neusmiljeno svetlobo sonca. A dejstva so zamenjala mnjenja. Informacije je zamenjala zabava. Novinarji so postali prepisovalci. Ne morem biti edini, ki ga ob misli na to, kaj danes velja za novice, navdaja gnus.

Kent v odlomku opozarja, da je novinarstvo izgubilo ne le javni pomen, temveč celo »clarkkentovsko« temeljitost, predanost in pogum. V zadnjem desetletju so se razlogi, zaradi katerih nas stanje novinarstva »navdaja z gnusom«, kot pravi Kent, še dodatno okrepili. Pri tem ne gre za idealizacijo preteklosti, temveč za izhodišče razprave v tem poglavju, v katerem je normativna zaveza javnosti kontrafaktični ideal, saj ima trajno veljavo, četudi je jasno, da je novinarstvo dejansko nikoli ne bo povsem uresničilo. Medtem kot je za proučevanje in razumevanje vloge in mesta novinarstva v sodobni družbi ključna njegova normativnost, ki je utemeljena na neločljivi povezanosti in pogojenosti z javnostjo, se mnogotera kriza novinarstva, kot opozarja Carlson (2017, 5), zajeda v »osrednji element, ki omogoča njegovo delovanje« – njegovo avtoriteto.

V svoji pogosto citirani sociološki študiji Schudson (1995) novicam ne pripisuje moči, s katero bi lahko same po sebi neposredno vplivale na bralce, gledalce in poslušalce, temveč jo prepozna v »prepričanju«, da lahko »znanje državljanov občasno pri naša rezultate« v političnem življenju (prav tam, 21). V politični kulturi, ki jo prav to prepričanje odločilno določa, lahko novinarstvo napaja svojo moč kot kulturno obliko »prevlade«, ki jo štejejo za legitimno tako tisti, ki jo izvajajo, kot tisti, ki so ji podvrženi (Anderson 2008, 250). V tem smislu novinarska avtoriteta pomeni moč novinarjev, novinarskih uredništev in medijev, s katero svoje interpretacije resničnosti predstavljajo kot točne, resnične in politično relevantne (prav tam), in nikoli ni fiksna, temveč gre za nenehen in dinamičen proces. Kot kažejo sodobne študije (glej npr. Anderson 2008; Nerone 2015; Carlson 2017; Tong 2018; Vos in Tomas 2018), je v zgodnjem 21. stoletju novinarska avtoriteta, ki se rekonfigurira v spreminjajočem se političnem, kulturnem, ekonomskem in tehnološkem kontekstu, v zatonu.

Pojem novinarske avtoritete postaja pomemben v strokovnih in znanstvenih razpravah, pri čemer njegova vse pogostejša raba sovпада s pogostostjo razmislekov o krizi novinarstva, posebej na prelomu tisočletja, izrazito v zadnjem desetletju (glej Slika 1). Čeprav se je področje novinarskih študij v tem obdobju pomembno razširilo, kar se je odrazilo tudi v številu izdaj znanstvenih in strokovnih monografij o novinarstvu, lahko povečano pozornost razumemo tudi kot posledico krepitve strukturnih problemov novinarstva, ki se na presečišču politično-kulturnih, ekonomsko-socialnih in tehnoloških dejavnikov izražajo do te

mere, da Robert McChesney (2016) celo ugotavlja, da je novinarstvo »mrtvo«.



Slika 1: Relativne frekvence ključnih besed *journalistic authority* in *authority of journalism* (novinarska avtoriteta in avtoriteta novinarstva) ter *crisis of journalism* in *journalism crisis* (kriza novinarstva) v knjigah v angleškem jeziku, objavljenih med letoma 1972 in 2022. Vir: Google Books Ngram Viewer (5. 2. 2024).

Novinarstvo je v krizi z več obrazi, ki v svojih sodobnih pojavnih oblikah različno, a povezano prispevajo k zatonu novinarske avtoritete v družbenem komuniciranju. Z digitalizacijo so se okrepile napetosti med dominantnim modelom novinarstva in poklicnimi novinarji na eni strani ter različnimi načini posredovanja novic in nenovinarskimi »vsiljivci« na drugi. S tem se rekonfigurirajo meje med novinarstvom in različnimi pojavnimi oblikami »nenovinarstva« (Carlson in Lewis 2015; Eldridge II 2017; Splichal 2021). Hkrati so v novičarskih medijih skoraj presahnili viri oglaševalskih prihodkov, saj so se poslovni modeli komercialnih medijev z vzponom digitalnih platform počasi razrahljali. Te spremembe so se prevedle v dodatne pritiske na novinarsko delo in pospešile procese njegove degradacije, ki jo lahko prepoznavamo v deprofesionalizaciji in pavperizaciji (Splichal in Dahlgren 2016; McChesney 2016; Slaček Brlek in Vobič 2017). Z erozijo modernega utemeljevanja vednosti in oslabiljeno sposobnostjo, da kot družba dosegamo skupno razumevanje o preteklem in aktualnem družbenem dogajanju, se zdi novinarstvo brez pravih odgovorov na razrast dezinformacij (Waisbord 2018) in nemočno pred vztrajnimi političnimi napadi na njegovo vlogo v družbi (Figenschou in Ihlebæk 2019; Canella 2023). Ti problemi se poglobljajo z algoritmizacijo in razvojem umetne inteligence, ki odpirata vprašanja človekovega

nadzora nad novinarskim delom (Carlson 2014; Milosavljević in Vobič 2021) in avtonomije uredništev, vse bolj odvisnih od razvijalcev tehnoloških storitev, predvsem digitalnih platform (Simon 2022, 2024, drugo poglavje). Vsi ti strukturni problemi prispevajo k delegitimizaciji novinarstva in njegove avtoritete, čeprav se poskuša relegitimizirati kot družbena institucija, poklic in diskurz (Tong 2018; glej tudi Carlson 2016).

V tem kompleksnem družbenem kontekstu Matt Carlson (2017) novinarsko avtoriteto vidi kot osrednjo perspektivo raziskovanja in razumevanja novinarstva. Novinarsko avtoriteto v svoji knjižni uspešnici *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*, ki velja za izhodišče v znanstvenih obravnavah novinarske avtoritete, prepozna skozi družbene in kulturne odnose. Kot ugotavlja, se avtoriteta nanaša na pravico novinarjev, »da se jih posluša« v okviru asimetričnih razmerij z različnimi akterji. V svoji relacijski teoriji Carlson novinarsko avtoriteto definira kot neprisilno, pogojno in negotovo razmerje, v katerem določeni akterji pridobijo pravico do kontinuiranega ustvarjanja legitimnega znanja o dogodkih v svetu za druge (prav tam, 182–183). Novinarska avtoriteta se po njegovo vzpostavlja skozi institucionalno nadzorovane procese ustvarjanja, (pre)oblikovanja in posredovanja znanja, ki se konfigurirajo skozi novinarske odnose z občinstvom, viri informacij, tehnologijo in kritiki ter so podvrženi napetostim, bojem in preobrazbam svoje legitimnosti. Carlson argumente postavlja na podlagi obsežnega pregleda literature s področij sociologije medijev in kulturnih študij, s pomočjo katerih poglobljeno razpravlja o definicijski izmuzljivosti novinarstva, njegovih sodobnih problemih in preobražanju novinarske avtoritete. Čeprav v svoji relacijski teoriji prepleta glavne miselne tokove sodobnega raziskovanja novinarstva, je njegov pristop pomanjkljiv. Premalo pozornosti namreč posveča kritični obravnavi za novinarsko avtoriteto poglavitni napetosti med normativno konceptualizacijo novinarstva, ki je utemeljena na vsebinski in vrednotni racionalnosti poklica in iz nje izhajajočem načelu javnosti, ter instrumentalno ali namensko racionalnostjo, ki novinarstvo obravnava kot sredstvo za doseganje ciljev, v skladu z ozkimi političnimi, ekonomskimi in drugimi cilji. Medtem ko načelo javnosti ne zadeva le »posameznikove pravice do oblikovanja, izražanja in objavljanja mnenj«, temveč tudi »družbeno potrebo po preprečevanju ali omejevanju zlorab moči na

področju javnega komuniciranja» (Splichal 2002, 7), se z instrumentalno racionalnostjo uveljavljajo prevladujoča družbena razmerja kapitalističnih družbenih odnosov, skozi katere se novinarstvo preobraža kot poklic, delo in diskurz (Splichal 2021, S5–S8).

Glavni cilj tega poglavja ni ovreči Carlsonovo relacijsko teorijo novinarske avtoritete, temveč utemeljiti, zakaj je v sodobnih obravnavah novinarstva in njegovih problemov pomembno upoštevati protislovje med utemeljenostjo avtoritete na načelu javnosti in dominantno racionalnostjo kapitalističnih družbenih odnosov, ki poglavitno določajo razvoj novinarstva. Poglavje poskuša prikazati, zakaj upoštevanje napetosti med idejnim in materialnim omogoča bolj celovito relacijsko teorijo in s tem bolj poglobljeno študijo procesov in odnosov, skozi katere se preobraža avtoriteta sodobnega novinarstva. Z drugimi besedami, cilj poglavja je upoštevati tako normativni okvir, kako naj bi novinarstvo delovalo, kot produkcijsko dejanskost, ki ta okvir spreminja in oži, saj je le tako mogoče celoviteje razumeti, kako se avtoriteta novinarstva oblikuje, ohranja ali preobraža v sodobnem kontekstu. V nadaljevanju poglavje utemljuje raziskovanje novinarske avtoritete s pristopi, ki izpostavljajo specifične strukturne okvire in razmerja moči v kapitalističnih družbenih odnosih ter omogočajo analizo pogojev novinarskega dela in delovnih procesov v uredništvih, zaradi katerih konstitutivni odnos novinarstva do javnosti slabi. Skozi kritiko Carlsonove relacijske teorije poglavje proučuje zaton novinarske avtoritete in razlaga dejavnike, zaradi katerih vztrajno slabi pravica novinarjev, da se jih sliši. Na tej podlagi zaključni del poglavja predstavlja argumente in izhodišča za novo družbeno pogodbo za novinarstvo, ki je nujen pogoj za vzpostavitev javnostnega novinarstva ter krepitev novinarske avtoritete in javne sfere v prihodnosti.

KRITIKA CARLSONOVE RELACIJSKE TEORIJE NOVINARSKE AVTORITETE

Novinarstvo kot spoj praks in prepričanj, kot ugotavlja Carlson (2017, 77), je »hkrati prilagodljivo in trajno, podvrženo naključjem in protislovjem« ter »nedvomno globoko prepleteno s kulturnim, političnim, ekonomskim in družbenim življenjem«. V tem smislu novinarska avtoriteta ni nekaj, kar imajo novinarji sami

po sebi, prav tako ne gre za stabilno, samoumevno in inherentno lastnost novinarstva, temveč gre za dinamičen in pogojen proces pridobivanja, ohranjanja ali izgubljanja legitimnosti skozi pogajanja med raznolikimi družbenimi akterji v spreminjajočih se kontekstih. Novinarska avtoriteta je tako vedno relacijska, kontekstualno pogojena in zgodovinsko specifična – odvisna od legitimnosti v očeh naslovnikov in virov informacij, sposobnosti obvladovanja tehnoloških in institucionalnih sprememb ter od širšega političnega, ekonomskega in kulturnega okolja. Na tej podlagi Carlson postavi relacijsko teorijo novinarske avtoritete in se loteva kompleksne konstelacije medsebojno povezanih dejavnikov, odnosov in procesov. Carlsonova teorija poudarja družbeni značaj novinarske avtoritete, njeno odvisnost od družbenega in tehnološkega konteksta ter nenehno reartikuliranje odnosov skozi interakcije med raznolikimi akterji, ki se stalno spreminjajo (prav tam, 12). Carlson (prav tam 182–188) v tem gibljivem okviru obravnava tri prepletene sestavine novinarske avtoritete: »skupinska identiteta«, »tekstovne prakse« in »metadiskurz«.

Novinarski avtoriteti je zgodovinsko inherentna »asimetričnost« v odnosu z »občinstvom«, ugotavlja Carlson (2017 13–14). Ta asimetrični odnos po njegovo odločilno določa »oddaljenost« (angl. *awayness*) (glej tudi Rosen 2013), na podlagi katere novinarstvo pridobiva avtoriteto nad sedanostjo, saj poroča o zadevah, ki so »tam zunaj«, onkraj obzorij osebnih izkustev naslovnikov, a hkrati pomembnih za njihova življenja. Na podlagi neenakega dostopa do dogodkov, hodnikov moči in oddaljene prisotnosti novinarji oblikujejo specifično skupinsko identiteto, ki jo kot sestavino novinarske avtoritete zgodovinsko določa »profesionalizem« (Carlson 2017, 13–14, 29–49, 183–184). Njena centripetalna sila ima po Carlsonovo trajen vpliv pri opredeljevanju, kako naj novinarji delujejo in kako naj razumejo svoje delo. Medtem ko so osrednji argumenti, ki podpirajo novinarstvo in njegovo avtoriteto, normativni, pri čemer njegova dejavnost ni koristna le za novinarje, temveč širše, so novice, kot pravi Carlson (prav tam, 184), vselej odraz številnih prepletenih odnosov med novinarji, viri informacij, medijskim menedžmentom in lastniki ter občinstvi.

Novinarski prispevek ni nevtrarno sredstvo prenosa znanja, temveč rezultat relacijskega prepleta specifičnih tekstovnih praks, torej Carlsonove druge sestavine novinarske avtoritete (2017

15–16, 50–74, 184–185). Skozi ponavljajoče se stile, postavitve in oblikovanje se po njegovo ustvarja dejstvenost posameznih novinarskih prispevkov, hkrati pa se s stabilnimi poročevalskimi oblikami poudarja avtoriteta novinarjev kot ustvarjalcev legitimnih prikazov sveta: »Ko prakse postajajo konvencionalne, se naturalizirane narativne oblike izognejo kritičnim obravnavam« (prav tam, 16). Prek uveljavljenih diskurzivnih mehanizmov »performativnosti« novinarstvo kot način kulturne produkcije pridobiva, ohranja in preoblikuje pomen za vzpostavljane legitimnega diskurza o resničnosti, kar novinarjem daje moralno avtoriteto in vpliv (glej tudi Broersma 2010). Po eni strani Carlson (2017, 16) diskurzivne prakse razume onkraj tekstov in poudarja pomen odnosov novinarjev z drugimi akterji, predvsem viri informacij in občinstvi, ki jih pomembno določata norma objektivnosti in ideal časovnosti. Po drugi strani pa po njegovo novinarskega diskurza ne gre reducirati na zunanjo manifestacijo notranjih novinarskih norm, temveč je treba upoštevati tudi »zunajpoklicne attribute« (prav tam, 73), ki sooblikujejo novinarsko avtoriteto, kot so naracija, estetika in čustvenost.

Kot tretjo sestavino novinarske avtoritete Carlson prepozna metadiskurz, ki se po njegovo manifestira v »pripovedih novinarjev o novinarstvu« in »konstruira zgodbe, ki podpirajo njihove trditve kot avtoritativnih poznavalcev in ki rišejo ločnice, s katerimi izključujejo druge« (2017 184–185, 75–96). Njegova relacijska teorija vključuje »metanovinarski diskurz« (prav tam, 88) ne le z vidika, kako nastaja »interpretativna diferenciacija«, skozi katero se reproducira »epistemska avtoriteta« (Gieryn 1999, 1) novinarjev, temveč tudi, kako se oblikuje skupna avtoriteta novinarjev, kdo jo vzpostavlja, kako in zakaj. V tem dvojnem smislu Carlson (2017, 18) metadiskurz razume kot »nadzor nad novinarskim znanjem«, pri čemer ga novinarjem širok spekter akterjev vse bolj izpodbija in ga poskuša prevzemati. Medtem ko klasične profesije, kot ugotavlja Carlson (prav tam, 21), ta nadzor uporabljajo za ohranjanje »jurisdikcije«, novinarstvo znotraj poklica nima vgrajenih primerljivih formalnih mehanizmov za zaščito pred zunanjimi vplivi in odnosi, zato jo ohranja diskurzivno.

Skozi preplet sestavin novinarske avtoritete se Carlson loteva preobražanja novinarske avtoritete skozi asimetrični odnos novinarjev z občinstvom, odnose novinarjev z viri informacij pri soustvarjanju novic, prepletenost novinarstva in tehnologije ter

novinarjev z zunanji kritiki novinarstva. Relacijski model novinarske avtoritete, katere pomembna značilnost je »uravnoteženost med stabilnostjo in prilagodljivostjo« (2017 19–21), sicer daje dragocen okvir proučevanju dinamik vzpostavljanja, ohranjanja in spodjedanja novinarske avtoritete v spreminjajočem se družbenem in tehnološkem kontekstu, toda Carlson v svojem konceptualnem in analitičnem delu pri tem ne upošteva širših razmerij moči v družbi, kar bi mu omogočilo podrobnejšo razlago teh procesov. V zaključku knjige Carlson (prav tam, 187) sicer ugotavlja, da premalo pozornosti posveča odnosom »novinar – država« in »novinar – trg«, ter poudarja, da si ti odnosi »zaslužijo nadaljnjo razlago«, toda v nadaljevanju je ne ponuja. Njegova relacijska teorija namreč prezre edinstveno napetost novinarstva, ki je bistvena za razumevanje njegove avtoritete, in sicer med načelom javnosti, ki v temelju določa normativno vlogo novinarstva v družbi in njegove odnose z raznolikimi akterji, in racionalnostjo kapitalističnih družbenih odnosov, ki skozi neravnovesja moči in izključevanje bistveno zaznamujejo družbeno komuniciranje ter otežujejo delovanje novinarstva v skladu z njegovo normativno zasnovo. Proučevanje te napetosti je pomembno za obravnavo novinarske avtoritete, saj omogoča razumevanje, kako je družbena in tehnološka pogojenost novinarstva zaznamovana z močjo in interesi različnih akterjev, ki oblikujejo sodobno družbeno komuniciranje. Carlson v svojem pristopu izpušča analizo širših družbenih odnosov in izgublja širši kontekst, zato njegova relacijska teorija le delno razrešuje vprašanje, kako se novinarska avtoriteta vzpostavlja, vzdržuje in pogosto spodjeda v sodobni družbi. Razumevanje te napetosti je ključno za razlago, zakaj novinarstvo pogosto ni sposobno uresničiti svojih normativnih zasnov, saj se nenehno spopada s sklepanjem kompromisov med načelom javnosti in kapitalističnimi zahtevami. Gre za stare probleme, ki se odražajo v »uravnoteženosti med stabilnostjo in prilagodljivostjo« novinarstva ter njegove avtoritete, kot bi dejal Carlson, na katere so v svoji radikalni kritiki množičnega tiska opozarjali že začetniki nemške časnikarske vede iz druge polovice 19. in na prehodu v 20. stoletje (glej Splichal 2001; Hardt 2001).

Pred več kot stoletjem se je Karl Bücher ([1893] 2001), ki velja za osrednjega predstavnika *Zeitungswissenschafta*, posvečal političnim in ekonomskim protislovjem industrializacije tiska

ter ugotavljal, da so glavni elementi pogojevanja zunaj tiska in ne v njem. Bücher, ki je prenehal s svojim novinarskim delom zaradi spora z lastnikom časnika *Frakfurter Zeitung*, ker sta različno razumela časnikarsko avtonomijo (glej Splichal 2001, xxiii), je časopis razumel kot kapitalistično podjetje, njegovo organizacijo pa kot »tovarno novic«. Pri tem je ugotavljal, da je njegovo poblagovljenje vodilo v »temeljno preoblikovanje« »bistva« časopisa in s tem preoblikovanje značaja publicitete v drugi polovici 19. stoletja. V svoji kritiki je Bücher obravnaval napetosti med interesi in vplivi nosilcev družbene moči na eni strani ter poklicnimi idejami in prizadevanji novinarjev za uresničevanje načela javnosti na drugi. Čeprav Bücher ni eksplicitno izhajal iz njegove kritike, je v njegovem delu zaznati odmev kritičnih premislekov o cenzuri in svobodi tiska Karla Marxa ([1842] 1985). Nekdaj tudi urednik revolucionarnega *Neue Rheinische Zeitung*, pri katerem so imeli za cenzorje dejansko pripravljene celo bajonete, kot se je spominjal Friedrich Engels (glej Hardt 2001, 22), je Marx v svojem zgodnjem obdobju poleg politične cenzure, ki ji je namenjal največ pozornosti, prepoznal tudi ekonomsko, ki v časopisih v zasebni lasti izhaja iz redukcije »svobode tiska« na podjetniško svobodo. Tudi Ferdinand Tönnies ([1922] 1998) je pred dobrim stoletjem zagovarjal idejo o tisku kot javni dobrini. Časopis je proučeval kot kapitalistični posel, katerega glavni cilj je ustvarjanje dobička, in prepoznaval njegovo intelektualno razpadanje. Ko je v *Kritiki javnega mnenja* pisal o »koruptivnosti« tiska, je pisal tudi o koruptivnosti javnega življenja nasploh. Ugotavljal je, da vpliv kapitala na tisk ni le v ustvarjanju ugodnega mnenja o njegovih produktih z oglaševanjem, temveč tudi – kot odraz kapitalističnih samoohranitvnih prizadevanj – v spodbujanju »ugodnega« javnega mnenja. Po njegovo tako tisk deluje kot sredstvo za uresničevanje partikularnih lastniških ciljev – tudi na račun njegove donosnosti in dobička. Posledično, kot je pisal Tönnies, nastane »sprevrženega razmerja z javnostjo« spremlja problem podrejanja novinarstva interesom nosilcev politične in ekonomske moči (glej tudi Hardt in Splichal 2000, prvi del).

Ta kritična dela, ki so v času nastajanja ponujala vizijo razvoja medijev in družbe onkraj napetosti med načelom javnosti in racionalnostjo kapitalističnih družbenih odnosov, ostajajo relevantna, saj dajejo podlago za razumevanje družbenih protislovij,

ki zaznamujejo novinarstvo na začetku 21. stoletja in pospešujejo zaton njegove avtoritete. Carlson (2017, 182–188) v svojem gibljivem teoretskem okviru obravnava tri prepletene sestavine novinarske avtoritete, in sicer skupinsko identiteto, tekstovne prakse in metadiskurz, zato analitično nadaljevanje poglavja sledi tej razdelitvi, tako da vsako sestavino najprej povzema, nato pa kritično vrednoti z vidika družbenih razmerij moči, v katerih novinarstvo deluje. Poglavje tako poskuša v naslednjih treh razdelkih ponuditi podrobno analizo sestavin novinarske avtoritete, s pomočjo kritičnih teoretskih premislekov in kontekstualnih uvidov v sodobno novinarstvo pa dopolniti Carlsonovo relacijsko teorijo tako, da bi lahko z njo celoviteje pojasnjevali preobražanje novinarske avtoritete v obstoječih družbeno-zgodovinskih odnosih ter preizpraševali splošne vzorce neenakosti in izključevanja družbenega komuniciranja v sodobnem kapitalizmu.

Skupinska identiteta med profesionalizacijo in deprofesionalizacijo novinarstva

Carlson (2017) prepoznava skupinsko identiteto kot posebno prvine novinarske avtoritete skozi asimetričen odnos z občinstvom, ki zgodovinsko izhaja iz novinarskega dostopa do zadev, ki so pomembne za naslovnike, a so zunaj njihovih izkustev. Na tej podlagi opredeljuje profesionalizem kot osrednji pojem novinarske avtoritete, s katerim se vzpostavljajo normativne meje in standardi praks, ki ustvarjajo »razdaljo od drugih« (prav tam, 25) – ne le naslovnikov, temveč drugih akterjev v odnosu z novinarstvom. Pri tem Carlson zapostavlja edinstveno značilnost novinarstva in njegovega profesionalizma, in sicer da je »legitimnost njegove avtoritete« utemeljena na načelu javnosti, ne pa »v odnosu do naročnika«, kot je to v odvetništvu in medicini (Splichal 2021, S5). Normativno je glavna naloga novinarstva soustvarjanje in predstavljanje javnosti v odnosu z oblastjo, kar bi moralo določati vrednotno racionalnost novinarstva, ki se odraža tudi v naravi vsebine (prav tam). Za razliko od drugih samostojnih poklicev¹ je novinarski diskurz v svojem bistvu konstitutiven

1 Angleški izraz *liberal professions*, ki ga v slovenščini prevajamo kot samostojni poklici, označuje poklice, ki temeljijo na specializiranem znanju, strokovni avtonomiji in

za novinarski poklic in za celotno javnost, pri čemer je avtoriteta novinarjev nujno relacijska (prav tam). Profesionalizacija novinarstva temelji na specifičnem strokovnem znanju in izobraževanju (glej tudi Anderson 2008), hkrati pa so meje med novinarstvom in nenovinarstvom prepustne, in sicer do te mere, da lahko prepoznavamo proces deprofesionalizacije (glej tudi Wiik 2019).

Carlson (2017, poglavje 1) v obravnavi profesionalizacije izpostavlja nezmožnost novinarstva, da bi bil polna profesija, predvsem z vidikov avtonomnosti in neodvisnosti, toda pri tem zapostavlja razmerja moči v novinarskem delu. Na začetku 20. stoletja se je proces profesionalizacije namreč začel z »dogovorom« med novinarji, medijskimi lastniki in javnostjo (Nerone 2013, 450). Medtem ko so novinarji dobili širšo avtonomijo, višje plače in vizijo posebnega družbenega statusa, so medijski lastniki pristali na uveljavljanje načela javnosti, ki sicer omejuje politični vpliv in dobičkonosnost, a hkrati jemlje zagon kritiki koncentracije medijske moči; javnost pa je sprejela obljubo medijskih lastnikov o avtonomni novinarski presoji in novinarsko zavezo objektivnosti (prav tam; glej tudi McChesney 2004, 64). Kot ugotavlja Arthur J. Kaul (1986, 48), je projekt profesionalizacije pomenil »‘manever prilagajanja’ za zaščito« medijskih lastnikov pred »komercialnimi krizami, razrednim konfliktom in javnim nezadovoljstvom s tiskom, ki ogrožajo dobiček«. S tem so novinarje, ki stremijo k načelu javnosti, ekonomsko podredili lastniškim interesom kapitalističnega medijskega posla (prav tam).

Profesionalizacija novinarstva se je, kot ugotavlja Hanno Hardt (1996, 31), utrdila kot »pomembna ideološka sila menedžmenta«, s katero so novinarje in urednike ločevali od drugih delavcev v medijih, kot so tiskarji in raznašalci časopisov ter televizijski snemalci, montažerji in radijski tehniki, ter tako omejevali potencialne organiziranega boja za skupne socialne interese. Z obljubo statusa profesije in hkratnim vzponom doktrine objektivnosti so novinarji v pomembni meri izgubili nadzor nad oblikovanjem koncepcije in ciljev svojega dela (Im 1997, 39), hkrati se je javnost postopoma utrdila kot »destinacija informacij« in se zreducirala na množično občinstvo (Hardt 1998, 203). Skupinska

pogosto vključujejo reguliran dostop do opravljanja dejavnosti. Čeprav prevod poudarja organizacijsko samostojnost, izvirni izraz vključuje tudi idejo moralne odgovornosti in načela javnosti.

identiteta novinarjev je tako v pomembni meri določena s strukturnimi dejavniki, kot so lastniški interesi, komercialni pritiski in z njimi prepleteni politični vplivi. Profesionalizem prikriva razmerja moči, ki določajo novinarsko in drugo delo v medijih, in s svojimi notranjimi protislovji hkrati otežuje refleksijo o sistemskih omejitvah novinarstva – tudi o njegovi avtoriteti (glej McChesney 2004, poglavje 2).

Carlson (2017, 46–47) s svojo teorijo prepozna meje novinarskega profesionalizma, toda procesa deprofesionalizacije ne definira. Opisno ga povezuje s težavnostjo, da se novinarstvo vzdržuje kot »homogena profesija« (Witschge in Nygren 2009, 51), predvsem v luči tehnoloških in družbenih sprememb, ki z »vzponom netradicionalnih novinarjev« (Varlson 2017, 46) spodjedajo veljavo, vloge in prakse poklicnih novinarjev. V svoji obravnavi analitično prizmo sicer postavlja tako, da lahko opazujemo tako notranje kot zunanje odnose novinarstva, vendar se razmerij moči v uveljavljenih družbenih odnosih ne loteva, čeprav so ta neločljivo povezana s procesom deprofesionalizacije. Razvoj interneta in digitalizacija sta na prelomu tisočletja namreč okrepila dinamično protislovje med procesoma profesionalizacije in deprofesionalizacije, ker sta omogočila »zgodovinsko nepriemerljiv vzpon javnih, zasebnih in hibridnih načinov komuniciranja v integriranih javno-zasebnih komunikacijskih omrežjih« (Spichal 2021, S7). V tem družbenem in tehnološkem kontekstu se s pojavom »občasnega novinarstva« (prav tam) spreminja asimetrični odnos z naslovniki, saj ekskluzivna dostopnost novinarjev do zadev »tam zunaj«, na podlagi katerih je novinarstvo zgodovinsko gradilo avtoriteto nad sedanjostjo, izginja. Toda kot kaže kritično raziskovanje, deprofesionalizacija novinarstva ne vodi v podružbljanje dejavnosti in demokratizacijo znanja v smislu idealnih predstav o »participativnem novinarstvu« (glej Vobič in Dahlgren 2013), temveč v »podrejanje poklica namenski racionalnosti« (Spichal 2021, S11).

Z digitalizacijo se namreč povečujejo težnje zmanjševanja stroškov dela v uredništvih, s katerimi se novinarski delovni proces intenzivira in drobi v mikro naloge, povečujejo se pritiski na novinarje, da v krajšem času naredijo več in da se stalno tehnološko usposabljaajo za delo na različnih platformah (glej Cohen 2015; Slaček in Vobič 2017; Pickard 2020; Golding in Murdock 2022). Novinarji v digitalnem kapitalizmu tako nadalje izgubljajo

nadzor nad lastnim delom v neizproslem poročevalskem ciklu, kar nekateri imenujejo »pohrčkanje novinarstva« (Pickard 2020, 84) ali »iterativno novinarstvo« (Nerone 2022, 45). Razvoj generativne umetne inteligence dodatno zaostruje te pritiske, saj potenciali avtomatizacije novinarskih nalog krepijo težnje po hitrejši, cenejši in obsežnejši produkciji vsebin, hkrati pa po zmanjšanju števila zaposlenih pri rutinskih opravilih, kot so povzemanje novic, prevajanje, urejanje besedil in pisanje naslovov. Tovrstni procesi tehnoloških inovacij krepijo deprofesionalizacijo novinarskega dela, saj zmanjšujejo vlogo novinarjev kot avtonomnih ustvarjalcev novic in jih omejujejo na kuratorje, nadzornike ali zgolj posrednike strojno ustvarjenih vsebin (Milosavljević in Vobič 2019; Simon 2024).

Novinarji se s postopnim izgubljanjem pomena specifičnih strokovnih znanj odtujujejo od načela javnosti, njihov odnos z naslovniki pa je izpostavljen skrajni logiki instrumentalne racionalnosti, s katero novinarstvo prilagaja odločitve metrikam in sledi logiki algoritemske kuracije na digitalnih platformah (Christin 2020). Medtem ko novinarstvo postaja vse bolj podobno igri (glej Ferrer Conill 2017), ki povečuje pritiske na novinarje, da namesto poglobljenih zgodb ustvarjajo plehke in viralne vsebine, mnogotera strukturna kriza novinarstva pod vprašaj postavlja poklicno stabilnost in varnost novinarskega dela (Chadha in Steiner 2022). Tvegano delo in prekarnost kot strategija upravljanja sta v veliki meri postali normalizirani, novinarji ju danes dojemajo kot »naravni del novinarstva« (Örnebring 2018). Prevladujoča podoba fleksibilnega in samozadostnega novinarja prispeva k predstavi, da je novinarstvo »pripravljeno na prekarnost«, pri čemer novinarji v veliki meri sprejemajo ideje individualizma, podjetništva in meritokracije (prav tam).

Novinarstvo kot skupinska identiteta tako izgublja javnostni značaj in z njim konstitutivni odnos do javnosti, ki je v jedru njegove avtoritete. Zato je treba pristop k proučevanju novinarske avtoritete dopolniti s celostnim razumevanjem ekonomskih, političnih in tehnoloških silnic, ki določajo novinarsko delo in poklic. Z drugimi besedami, skupinske identitete se ne da analizirati le znotraj okvirov poklica in dinamik z drugimi akterji, temveč je nujen celovitejši pristop, ki vključuje analizo tako prepletenih zunanjih vplivov na njegovo neodvisnost kot notranje pogoje novinarskega dela. Namesto da bi zgolj reflektiralo spremembe v

profesionalnih normah in praksah ter odnosih, skozi katere se preobraža novinarstvo in njegova avtoriteta, bi raziskovanje moralo aktivno prepoznavati in obravnavati strukturne dejavnike, ki prispevajo k deprofesionalizaciji novinarskega dela. To pomeni premik od ozko definiranih kategorij profesionalizma k širšemu prepoznavanju celovitih okoliščin novinarskega dela. Kritično proučevanje avtoritete novinarstva mora tako upoštevati ne le notranje mehanizme legitimacije, temveč tudi zunanje pogoje, ki določajo razmerja moči med novinarstvom, kapitalom in tehnologijo.

Tekstovne prakse med strateškimi rituali in strukturnimi pritiski

Novinarske avtoritete, kot ugotavlja Carlson (2017), ne moremo razumeti brez podrobnega razumevanja »novičarskih oblik«, ki jih definira kot stabilne narativne in vizualne strukture novic (prav tam, 53). Novice kot kulturni produkt po Carlsonu zahtevajo posebno obravnavo stilov, postavitve in oblikovanja, in sicer kako se odnosi, v katerih se artikulira novinarska avtoriteta, prevajajo v vizualne in narativne strukture. Carlson (prav tam, 69–70) analizira avtoriteto novinarjev skozi njihove odnose z drugimi akterji, pri čemer novice kot družbeni pojav razume skozi proces ritualizacije. Medtem ko novice dajejo ljudem orientacijo in občutek pripadnosti svetu, v katerem živijo, novinarstvo vzpostavlja dokazne strategije z uporabo uveljavljenih načinov citiranja in navajanja virov informacij kot mehanizmov resničnosti novic. Novinarji skozi tekstovne prakse po njegovo vzpostavljajo »diskurzivno avtoriteto« (prav tam, 53) in informacije ob upoštevanju družbeno-tehnoloških posebnosti medijev predelujejo v novice z uporabo konvencionalnih načinov (re)prezentacije: »Vsak novinarski prispevek, ki ga novinarji predstavijo javnosti, je hkrati argument za legitimnost novinarstva, ki je zajet v oblikah, s katerimi novinarji pripovedujejo svoje zgodbe« (prav tam).

V širšem kontekstu Carlson ugotavlja, da novinarji skozi tekstovne prakse uporabljajo strateške rituale, na primer objektivnosti (Tuchman 1972) in čustvenosti (Wahl-Jorgensen 2012). Z njimi vzpostavljajo obrambne mehanizme pred tveganji, ki jih prinaša novinarsko delo, kot so kritika, roki oddaje in tožbe (Carlson 2017, 126), oziroma pridobivajo pozornost občinstva in vzpostavljajo

celo skupni emocionalni red (prav tam, 71). Carlson s prepletanjem vodilnih raziskovalcev medijev in novinarstva s področij kulturnih študij in sociologije medijev daje dragocene uvide v probleme tekstovnih praks sodobnega novinarstva. Med njimi izpostavlja izgubljanje nadzora nad postavitvijo in oblikovanjem novic v algoritmiziranem mrežnem komuniciranju, hibridizacijo oblik in načinov, brisanje meja med novinarstvom in oglaševanjem ter zanašanje na uradne in elitne vire. Toda implikacij, ki jih ti problemi prinašajo novinarski avtoriteti, se ne loteva tako, da bi poskušal razloge zanje pojasniti. V proučevanju novinarske avtoritete bi bilo zato dobrodošlo upoštevati širša razmerja moči v medijih in novinarstvu, ki se odražajo v preoblikovanju tekstovnih praks, in sicer s komercializacijo medijev, platformizacijo družbenega komuniciranja in povečano intenzivnostjo novinarskega dela (glej Amon Prodnik in Vobič 2024).

Intenzivna komercializacija, ki sovpada z globalnim vzponom neoliberalizma, se je ob koncu 20. stoletja odražala v vztrajnem procesu prilagajanja novičarskih oblik »infozabavi« (angl. *infotainment*) ter tudi hibridom med zabavo in s čustvi nabitimi vsebinami (angl. *emotainment*) z namenom pridobivanja in ohranjanja pozornosti občinstva na račun javnosti in javne razprave (Thussu 2008; Franklin 2005). Z uveljavljanjem, kot pravi Bob Franklin (2005), obrisov »mcnovinarstva« so se v uredništvih postopoma krepile težnje po učinkovitosti, preračunljivosti, predvidljivosti in nadzorovanju, ki se odražajo v uniformnih formatih, primernih za »hranjenje z novicami po žličkah«. V zadnjem desetletju se je prevladujoči model komercialnih medijev skoraj povsem razrahljal, saj so digitalni velikani, kot sta Alphabet in Meta, izjemno uspešni pri žetju oglaševalskega denarja s pomočjo velikih podatkov, algoritmov in mikrotargetiranja uporabnikov (McChesney 2016; Pickard 2020; Golding in Murdock 2022).

Prilagajanje medijev tem strukturnim spremembam temelji predvsem na zniževanju stroškov s strategijami fleksibilizacije prostora in časa, in sicer prek integracije novinarskih uredništev, ki jo zaznamuje tehnološka, prostorska in procesna konvergenca za racionalizacijo dela in standardizacijo oblik, in z uveljavljanjem profila stalno aktivnega novinarja, ki uporablja tekstovne prakse, izhajajoče iz logike metrik (Vobič 2015; Kaluža in Slaček 2021; Petre 2021). V tem kontekstu Nikki Usher (2018) ugotavlja, da novinarstvo odgovore na napade na svojo avtoriteto išče v ideji

takojšnosti novic ter pospeševanju produkcije z enotnim rokom oddaje (»zdaj«), s čimer želijo novinarji sebe in svoje tekstovne prakse ločevati od novinarskih sporočevalcev (glej tudi Amon Prodnik 2019). Ti procesi odražajo intenzivne in prepletene procese komercializacije in nadzorovanja skozi »kreativno destrukcijo novinarstva«, ki ga dela veliko bolj produktivnega, njegove prevladujoče oblike pa vse manj javnostne oziroma novinarske (Splichal in Dahlgren 2016, 8–9).

Diskurzivna avtoriteta tekstovnih praks novinarstva, ki se je zgodovinsko vzpostavljala skozi odnose med novinarji, občinstvom in viri informacij, se skozi skrajne načine rutinizacije novinarskega dela in standardizacije njegovih rezultatov sprevrača v uniformno predvidljivost novic. Instrumentalna racionalnost, usmerjena v zmanjševanje stroškov in pospeševanje, se v tem kontekstu izrazito kaže skozi povečan obseg in intenzivnost dela, med katerim so se novinarji prisiljeni zanašati na »že zapakiran material« (Curran in Redden 2024, 118) in so zaradi informacijskih subvencij različnih zasebnih in javnih akterjev »ranljivi« (Amon Prodnik in Vobič 2024, 805). Skrajni pojav predstavlja »pinjarstvo« (angl. *churnalism*),² s katerim novice nastajajo s hitrim prepisovanjem ali recikliranjem sporočil za javnost, vsebin tiskovnih agencij ali drugih medijev, namesto izvirnega novinarstva in preverjanja dejstev (glej Johnstone in Forde 2017). V tem kontekstu novinar Nick Davies ([2008] 2011) prepozna »zgodbe s ploščate zemlje«, ki jih novinarska uredništva pogosto širijo brez ustreznega preverjanja, četudi odsevajo interese nosilcev politične in ekonomske moči, kasneje pa se izkaže, da niso (povsem) točne. Z novicami kot cenanim blagom iz druge roke, ki krepi težnje homogenizacije na račun raznolikosti pogledov, lahko opazujemo zlorabo legitimnosti novinarske presoje in uveljavljene jezikovne igre novic, kar pomembno načenja diskurzivno avtoriteto novinarstva (Vobič, Robnik Šikonja, in Kalin Golob 2019).

2 Pinjarstvo metaforično pomeni novinarska praksa, s katero novinarji mehansko »stepajo« že pripravljene in objavljene vsebine praviloma brez preverjanja in nadaljnje analize. Izhaja iz glagola *pinjiti* (*delati, da se iz smetane izloči maslo*, SSKJ) in se navezuje na angleški izraz *churnalism*, ki združuje *to churn in journalism*. Gre torej za novinarstvo brez substance – hitro pripravljeno, reciklirano informacijsko »maslo«.

Po eni strani se ta zloraba kaže kot zunanji vpliv na diskurzivno avtoriteto novinarstva, in sicer z orkestriranimi dezinformacijskimi kampanjami, s katerimi propagandni aparati z »lažnimi novicami« in njihovimi drobci na medmrežju manipulirajo z narativnimi in vizualnimi sestavami novic (Waisbord 2018). Po drugi strani gre za notranje odmike od uveljavljenih tekstovnih praks, s katerimi (tudi) uveljavljena novinarska uredništva želi jo pridobivati pozornost občinstva s pretirano dramatičnostjo, zavajanjem in zastiranjem, ki se najbolj izrazito kažejo s »klikolovniki« (angl. *clickbait*s) (Lischka in Graz 2023; glej tudi Kalin Golob [v tem zborniku] 2025). Če se je novinarska avtoriteta potrjevala skozi uveljavljene novičarske oblike, ki so svoje narativne in vizualne strukture reproducirale relacijsko, preoblikovanje tekstovnih praks pod vplivom strukturnih problemov sodobnega novinarstva nakazuje zaton diskurzivne avtoritete novinarstva. Razvoj umetne inteligence ta zaton pospešuje, saj so standardizirane novičarske oblike lažje avtomatizirane s pomočjo generativnih modelov, ki reproducirajo uveljavljene tekstovne prakse (Simon 2024, prvo poglavje). Poleg tega umetna inteligenca omogoča razvoj personalizacije novic, ki se prilagaja uporabniškim preferencam in vedenjskim vzorcem, s čimer se spodjedajo možnosti vzpostavljanja javnosti skozi novice (Rydenfelt et al. 2024). Povedano drugače, personalizacija sicer izboljšuje uporabniško izkušnjo, ki je usmerjena k posamezniku kot potrošniku, hkrati pa krepi drobljenje javnosti ter zmanjšuje skupne podlage in izhodišča za razpravo državljanov o javno relevantnih temah. Težnje personalizacije spreminjajo pojem novic, ki ni usmerjen v lajšanje orientacije ljudem v družbi ter oblikovanje širših in vključujočih javnih razprav, temveč v prevzetnost in privlačnost tako, da se usmerja na navade, preference, izkušnje in prepričanja uporabnikov (Kaluža 2022). Personalizacija preoblikuje zunanjo (javno) realnost skladno z (zasebnimi) navadami uporabnikov, s čimer prispeva k oblikovanju »informacijskih mehurčkov« na račun javne sfere ter radikalizaciji in polarizaciji v družbenem komuniciranju (prav tam, 279–280). V tem kontekstu postaja ključno vprašanje, ali bodo novinarji in medijske organizacije lahko ohranjali diskurzivno avtoriteto ali pa bodo postali le še eden izmed številnih akterjev v ekosistemu algoritmično ustvarjenih in kuriranih informacijskih in komunikacijskih okolij. Brez ustreznih mehanizmov regulacije in poklicnih prilagoditev

novinarstva lahko razvoj umetne inteligence pospeši proces razkroja njegove diskurzivne avtoritete v poplavi algoritmiziranih, manipulativnih in komercializiranih vsebin.

Novice kot kulturni produkt vse težje omogočajo orientacijo in občutek pripadnosti v družbi, ki jo pomembno zaznamuje razrast dezinformacij, novinarji pa vse težje s (starimi) strateškimi rituali obravnavajo (nove) probleme izmuzljive družbene resničnosti. Raziskovanje novinarske avtoritete z analizo tekstovnih praks je zato treba dopolnjevati s sistematičnim povezovanjem diskurzivnih in materialnih ravni novinarstva. Študije diskurzivne avtoritete novinarstva bi morale proučevati ne le načine, kako novinarji konstruirajo pomen in avtoriteto skozi jezikovne prakse, temveč tudi strukturne okoliščine in razmerja moči, v katerih se te prakse (pre)oblikujejo – od partikularnih pritiskov medijskih lastnikov do naturaliziranih predpostavk tehnoloških inovacij. Proučevanje prepletanja teh ravni bi omogočalo celostno razumevanje, kako in zakaj se novinarska avtoriteta preobraža v dobi preobila informacij, umetne inteligence ter skrajno instrumentaliziranega javnega diskurza.

Metadiskurz med platformno odvisnostjo in promocijsko kulturo

V svoji relacijski teoriji novinarske avtoritete Carlson (2017) »metanovinarski diskurz« razume kot vrsto govora, s katerim se vzpostavlja ali ohranja »nadzor nad novinarskim znanjem«. Deluje kot »sekundarni diskurz, ki je notranje in reflektivno povezan s primarnim diskurzom – v tem primeru z novicami« (prav tam, 77). Sekundarni diskurz ustvarja interpretativni okvir za obravnavo širših vprašanj novinarstva – njegove moralnosti, legalnosti in kakovosti (prav tam, 78). Carlson (prav tam) poudarja, da »izjave o novinarstvu niso prosto lebdeči splošni aforizmi, temveč gre za izjave, ki prihajajo od nekod«, zato ločuje med metanovinarskim diskurzom, ki izvira iz novinarstva, in tistim, ki prihaja z njegovih robov ali od zunaj. Po eni strani poudarja, da novinarji z »zgodbami o sebi« ohranjajo epistemsko avtoriteto z »mejnim delom« (Gieryn 1999), tudi v primerih deviacij od norm poklica, kot sta plagiatorstvo in potvarjanje, ter hkrati skozi koherentnost teh pripovedi vzpostavljajo »interpretativno skupnost« (Zelizer

1993). Po drugi strani Carlson obravnava zunanjo »medijsko kritiko«, ki jo razume kot »diskurzivno obliko s svojimi lastnimi temeljnimi normativnimi predpostavkami, strateškimi cilji in načini širjenja« (2017, 178). V tem smislu metanovinarski diskurz, ki ga analizira na primerih orkestriranega desnostrankarskega zavračanja poklicnega novinarstva in stalno aktivnih »skupnosti kritikov« na medmrežju, prepozna kot kompleksne boje o podlagah novinarske avtoritete (prav tam, 164). Čeprav artikulacija metanovinarskega diskurza v prvi vrsti odraža razmerja moči v družbenem komuniciranju, Carlson v svoji teoriji zapostavlja premike v moči, s katerimi mediji in poklicni novinarji izgubljajo nadzor nad novinarskim znanjem in interpretacijami zgodb o sebi. Za bolj celovito obravnavo metanovinarskega diskurza jih je v analizah treba upoštevati.

Sekundarni diskurz v novinarstvu namreč odraža širše spremembe v razmerjih moči družbenega komuniciranja, ki se izrazijo kažejo ob neslutnem vzponu digitalnih platform in razširjanju njihovega družbenega vpliva, prav tako k njim prispeva. Digitalne platforme niso le prizorišča novinarskih pogajanj o novicah in mejah novinarstva z različnimi akterji, kot to prevladujoče proučujejo raziskovalci novinarskih študij (glej Møller Hartley et al. 2023), temveč jih je treba obravnavati tudi kot zasebne korporacije, ki so vpete v odnose in procese produkcije in distribucije, zato vstopajo v neposreden odnos z mediji in novinarstvom, tudi skozi metanovinarski diskurz. Digitalne platforme med drugim s posebnimi iniciativami, kot sta *Google News Initiative* in *Facebook Journalism Project*, razdeljujejo finančno, infrastrukturno in izobraževalno podporo medijem in novinarstvu, s čimer podpirajo svojo integracijo v novinarsko industrijo in pridobivajo nadzor nad novinarskim znanjem (Papa in Kouros 2023; De Lima Santos et al. 2023; Agarwal 2025).

Z iniciativami, s katerimi platforme omogočajo novinarjem dostop do tehnoloških orodij in z njimi podprto izobraževanje pri spremljanju občinstev, preverjanju dejstev in tematskem skeniranju medmrežja, si prizadevajo (pre)oblikovati novinarske prakse tako, da se usklajujejo z interesi platform in njihovimi poslovnimi modeli (Pape in Kouros 2023, 1494). Prav tako s tem postavljajo tudi kriterije, kaj velja za »uspešno« novinarstvo skladno s specifičnimi predstavami o konkurenci, občinstvu in poslovanju (prav tam). Iniziative predstavljajo »platformno šolanje«,

s katerim posamezne platforme vzpostavljajo in utrjujejo lastne ekosisteme, ki jih novinarjem predstavljajo kot »vse na enem mestu«, hkrati pa jih prilagajajo ekonomskim interesom platform (prav tam). Projekti s »filantro-kapitalističnimi težnjami« (De Lima Santos et al. 2023) rekonceptualizirajo novice ter tako nabor novinarskih znanj usklajujejo s kapitalističnimi normami hipnih in oprijemljivih rezultatov z omejenimi sredstvi. Hkrati platforme z načrtnim okvirjanjem javne razprave o inovacijah novinarstva krepijo svojo družbeno vrednost (glej Agarwal 2025, 137–139). Platformno šolanje odraža širšo »infrastrukturno ujetost« (Nechushtai 2018). Mediji namreč vse težje vzdržno delujejo brez zanašanja na strojne in programske vire podjetij, ki bi jih novinarstvo moralo nadzorovati. S tem postaja razmerje z njimi vse bolj odvisno, kar se odraža tako v primarnem kot sekundarnem novinarskem diskurzu. Postavljanje interpretativnega okvira, kaj je novinarstvo, in nadzora nad njim dodatno zapleta razvoj umetne inteligence, saj se z velikimi jezikovnimi modeli in njihovimi derivati začenja novo poglavje »kulturnih oblik platformne moči, ki se vgrajujejo v novinarske norme in prakse na bolj subtilne – in pogosto manj vidne – načine« (Møller Hartley et al. 2023, 1382).

V platformiziranem družbenem komuniciranju se sekundarni diskurz o novinarstvu in novinarjih subtilno artikulira tudi skozi naraščajočo »promocijsko kulturo«, ki prežema organizacije in poklice v vseh družbenih sferah, tudi nekomercialnih (Amon Prodnik in Vobič 2024, 806–807; glej tudi Davis 2013). Po eni strani so prepričevalne industrije, ki se napajajo na prikrojevanjih, možganskih trustih in odnosih z javnostmi, v zadnjih desetletjih po obsegu in finančni moči presegle novinarstvo, na katerega poskušajo vplivati tudi z različnimi načini brisanja ločnic med novinarstvom, oglaševanjem in odnosi z javnostmi, na primer z mimetičnim oglaševanjem (Golding in Murdock 2022, 39). To odseva širši pojav »promocijske usmeritve« (Davis 2013, 4), s katero posamezniki in organizacije strateško reproducirajo precejšnje komunikacijske neenakosti. Politično in ekonomsko močnejši akterji, ki delajo v interesu držav ali korporacij, lahko učinkovito manipulirajo javne razprave (prav tam, 158–162), tudi tako, da izkoriščajo algoritemsko pristranost platform, spodbujajo senzacionalizem, »epistemsko segregacijo« in promocijo, medtem ko novinarstvo, ki spodbuja kritični diskurz, odrivajo na obrobje (Splichal [v tem zborniku] 2025).

Novinarstvo v tem kontekstu prav tako izrablja promocijske strategije, saj mediji zaposlujejo strokovnjake za maksimiziranje pozornosti uporabnikov in dosega (Splichal [v tem zborniku] 2025), novinarji pa uporabljajo različne načine samoznamčenja in samopoblagovljenja (Olausson 2018). S tem krepijo »voljo do vidnosti« (Splichal [v tem zborniku] 2025), predvsem »promocijske vidnosti«, ki se praviloma kaže kot spektakel, značilen za korporativno oglaševanje in odnose z javnostmi, usmerjen v promocijo videza in »poudarjanje tega, kar naj bi porabniki mislili in verjeli, da obstaja, ne pa na poročanje in reflektiranje tega, kar dejansko obstaja« (prav tam). Volja do vidnosti, tudi skozi podrejanje novinarstva instrumentalni racionalnosti, je glavno gibalno »zaslonske javnosti«, digitalno posredovane in podatkovno vodene javnosti, ki je »oblikovana skozi interaktivno, pogosto performativno in poblagovljeno diskurzivno delovanje, namenjeno predvsem zagotavljanju družbene prepoznavnosti, pozornosti ali ekonomskih spodbud, ne pa razumnemu kritičnemu razpravljanju« (prav tam). Metanovinarski diskurz, ki je notranje in refleksivno povezan s primarnim diskurzom, torej z novicami, se v tem kontekstu izoblikuje kot neločljiv del platformiziranega družbenega komuniciranja, v katerem se prepletajo novinarski, oglaševalski in diskurzi odnosov z javnostmi. Ta preplet, ki odraža širše premike v moči, vodi v preobražanje novinarskih norm in praks, ki v ospredje postavlja metrike dosega, angažiranosti in viralnosti. Te so v nasprotju z novinarskimi vrednotami, skladnimi z načelom javnosti, kot so verodostojnost, preverjanje dejstev in kritika.

V takšnem okolju, v katerem je novinarstvo podvrženo platformi odvisnosti in širšim težnjam promocije, metanovinarski diskurz odraža ne le notranje napetosti v novinarstvu, temveč tudi širše družbene odnose in dinamike digitalnega okolja, v katerem se novinarstvo sooča z naraščajočo konkurenco drugih akterjev – od vplivnežev na omrežjih do velikih korporacij. Metanovinarski diskurz se tako vse bolj ujema z logiko platform in vrednotami promocijske kulture, kjer avtoriteta novinarstva postaja pogojena z njegovo sposobnostjo prilagajanja imperativom instrumentalizirane vidnosti, algoritmičnim preferencam in komercialnim strategijam digitalnih platform. Novinarstvo – tako njegov primarni kot sekundarni diskurz – se je znašlo v protislovnem odnosu z digitalnimi platformami. Po eni strani njegov družbeni pomen upada in mora slediti njihovi logiki, da lahko pride do

razpršenih uporabnikov medmrežja. Po drugi strani pa ob prevladi volje do vidnosti in raztresene pozornosti uporabnikov na komercialnih platformah novinarstvo le stežka prispeva k oblikovanju javnosti oziroma je njegovo delovanje podrejeno promociji. Raziskovanje preobražanja novinarske avtoritete zahteva proučevanje širših razmerij moči, ki jih metanovinarski diskurz tako odraža kot soustvarja, s čimer vpliva na to, kaj je (pomembna) novica, kdo je (legitimen) novinar in katera interpretacija bo prevladala. Premik od epistemske avtoritete k ekonomiji pozornosti zahteva, da se raziskovanje novinarske avtoritete usmeri v analizo protislovnih interakcij med ohranjanjem norm in vrednot novinarstva ter prilagajanjem politično, ekonomsko in tehnološko pogojenim odnosom, ki se vse bolj preobražajo v prid slednjega.

ZAKLJUČNI PREMISLEK: OD CLARKA KENTA DO NOVE DRUŽBENE POGODBE ZA NOVINARSTVO

Pred tridesetimi leti je Michael Schudson (1995) izpostavil izkrivljeno predstavo kritikov in zapisal, da je tisk dejansko Clark Kent, in ne Superman. Novinarstvo ni vsemočno, saj se sooča z omejitvami, ki izvirajo iz prevladujočih razmerjih moči, medtem ko novinarji poskušajo vzpostavljati vozlišče javnega življenja okoli pomembnih skupnih problemov. V družbenih odnosih digitalnega kapitalizma se novinarstvo podreja pospeševanju družbenega komuniciranja, njegovi vztrajni komercializaciji in platformni logiki vidnosti. Relacijska teorija Matta Carlsona (2017) ponuja dragoceno podlago za razumevanje novinarske avtoritete kot relacijskega procesa, v katerem si novinarji skozi dinamične odnose z drugimi družbenimi akterji prizadevajo za priznanje legitimnosti pri kontinuirani interpretaciji družbenega dogajanja. V tem smislu si novinarstvo avtoritete ne more enostransko prisvojiti, temveč se ta v spreminjajočem se družbenem kontekstu vzpostavlja, ohranja in spodkopava skozi nenehna pogajanja za pravico biti slišan, torej interpretirati dogodke, odnose in procese v družbi in javnosti ponujati verodostojne razlage. Toda Carlsonova teorija ostaja pomanjkljiva, saj zapostavlja ključno napetost med normativno konceptualizacijo novinarstva, utemeljeno na načelu javnosti, in instrumentalno racionalnostjo

kapitalističnih družbenih odnosov, ki novinarstvo postopoma oddaljujejo od njegove temeljne vloge v družbi. Njegov pristop sicer pomaga prepoznavati novinarsko avtoriteto kot nestabilno, toda ne ponuja zadostne razlage, zakaj avtoriteta novinarstva in novinarjev vztrajno slabi.

Kot so že v sredini 19. in na začetku 20. stoletja opozarjali predstavniki nemške časnikarske vede, je treba novinarstvo razumeti skozi odnose moči ter produkcijske in distribucijske razmere, ki določajo, kako se novice ustvarjajo, razširjajo in spremljajo, kar poglavitno določa značaj publicitete in družbenega komuniciranja. V začetku 21. stoletja je novinarska avtoriteta v zatonu. Novinarsko delo se degradira skozi proces deprofesionalizacije, s katerim novinarstvo izgublja javni pomen in avtoriteto kot poklic; tekstovne prakse, iz katerih je novinarstvo črpalo v diskurzivno avtoriteto, se preobražajo v mehanizme za optimizacijo pozornosti občinstva in dosega na medmrežju; metanovinarski diskurz, ki bi moral preizpraševati vlogo novinarstva v družbi, pod vplivom platformne logike in promocijske kulture postaja orodje legitimacije prevladujočih družbenih odnosov, ki določajo razmere sodobnega novinarstva. Če želimo celovito razumeti preobrazbo novinarske avtoritete, bi se moralo raziskovanje usmeriti v asimetrična razmerja moči v družbenem komuniciranju in v materialne pogoje produkcije in distribucije novic, ki poglavitno določajo odnose, v katere novinarji vstopajo, ko poskušajo delovati skladno z načelom javnosti. S pomočjo kritičnih raziskovalnih pristopov bi lahko pomagali pojasnjevati, kako lastniške strukture, poslovni modeli in digitalna infrastruktura zadevajo novinarstvo, dinamike odnosov novinarjev z drugimi akterji in njihovo avtoriteto, ter osvetljevati, kako se protislovja med družbenim komuniciranjem, kapitalom in tehnologijo odražajo v odnosih med novinarstvom, javnostjo in oblastjo.

Novinarska avtoriteta ni zgolj akademski in novinarski problem, temveč bi morala postati prvovrstna politična tema. Če dopolnjena relacijska teorija novinarske avtoritete pomaga raziskovalcem razumeti različne pojavne oblike novinarstva, torej njegovo »večglasnost« (angl. *polivocality*), kot pravi Carlson (2017, 193), in pojasnjevati preobražanje novinarske avtoritete, bi na tej podlagi kot družba morali k zatonu novinarske avtoritete pristopiti kot k problemu, ki je osrednjega pomena za demokratične procese. Krepitev novinarstva in njegove avtoritete zahteva sklenitev

nove družbene pogodbe za novinarstvo, s katero bi se kot družba premaknili od obstoječega tržnega modela, v katerem javni in skupnostni mediji delujejo kot korektor, k javnostnemu modelu, ki bi celovito preobrazil razmerja družbenega komuniciranja in omogočal novinarstvu, da deluje v skladu z načelom javnosti. Na podlagi naše razprave poglavje v zaključnem delu ponuja argumente in izhodišča nove družbene pogodbe za novinarstvo.

V ideji o novi družbeni pogodbi za novinarstvo odmeva radikalna kritika komercializacije in poblagovljanja množičnega tiska izpred stoletja in pol. Dela predstavnikov nemške časnikarske vede namreč ponujajo argumente, zakaj bi bila tovrstna intervencija v sodobno družbeno komuniciranje nujna. Družbeno komuniciranje, v katerem bi bil mogoč razvoj novinarstva skladno z načelom javnosti, bi se moralo preoblikovati tako, da bi ustvarjalo pogoje za univerzalno dostopnost informacij prek javne lastnine, stabilnega javnega financiranja in transparentnega javnega nadzora. Namesto da bi bilo novinarstvo podvrženo tržnim pritiskom, logiki dobička in volji do vidnosti, bi ga morali zasnovati kot javno dobro. Razvoj javnostnega novinarstva bi moral biti usmerjen v njegovo soustvarjanje in predstavljanje javnosti v odnosu z oblastjo, torej skladno z njegovo vrednotno racionalnostjo, ki bi se odražala tudi v naravi novic in kritičnega novinarstva, ki bi oblast v imenu javnosti nadzirali.

Čeprav se zdi, da v trenutnih družbenih odnosih in razmerjih moči, ki pospešujejo zaton novinarstva in njegove avtoritete, tovrstna intervencija ni mogoča, si moramo kot družba na podlagi kritične misli prizadevati za novo družbeno pogodbo za novinarstvo, ki bo usmerjena v transnacionalno krepitev načela javnosti in vzpostavitev javnostnega novinarstva. Za sklenitev bi bilo treba izvesti reforme na več ključnih področjih. Stabilno javno financiranje novinarstva bi lahko zagotovili z vzpostavitvijo javnega sklada za novinarstvo, ki bi ga v pomembni meri financirali s progresivnim davkom na digitalne platforme, in sistema novinarskih vavčerjev, ki bi državljanom omogočal, da podprejo medije, ki skrbijo za razvoj različnih pojavnih oblik novinarstva, skladnih z načelom javnosti (glej tudi McChesney 2016). Hkrati bi morali vzpostaviti neodvisno javno institucijo, namenjeno razvoju novinarstva kot javne dobrine (glej tudi Splichal v Lovec 2025). Njene glavne naloge bi bile skrb za stabilno dolgoročno financiranje javnostnega novinarstva in kratkoročno

spodbujanje njegovih inovacij, izobraževanje in profesionalni razvoj novinarjev, znanstveno-strokovno proučevanje sodobnih problemov novinarstva ter zagotavljanje možnosti za razvoj novinarskega sistema v skladu z načeli transparentnosti, inkluzivnosti in pluralnosti. Model bi moral hkrati imeti vtakane robustne mehanizme, ki bi preprečevali njegovo politično in komercialno instrumentalizacijo. To bi med drugim zahtevalo, da oblast oblikuje medijske politike, usmerjene v strožjo regulacijo medijskega lastništva in preprečevanje koncentracije moči posameznikov ali korporacij, na primer s strožjimi omejitvami lastništva in njegove transparentnosti, hkrati pa spodbujati razvoj neprofitnih in participativnih medijev, v katerih bi imeli novinarji in državljani večji nadzor nad upravljanjem in vlogo v uredniških odločitvah.

Pomemben del družbene pogodbe bi morale biti tudi spremembe v razvoju in delovanju digitalnih platform. Komercialne digitalne platforme bi morale postati popolnoma transparentne glede delovanja algoritmov, uporabnikom omogočati njihovo prilagajanje in dostop do podatkov, ki so jih ustvarili s svojimi aktivnostmi na medmrežju. Vzporedno bi bilo treba razviti javne digitalne platforme kot neprofitne alternative obstoječim komercialnim velikanom, ki bi jih vzpostavili na podlagi obsežnih javnih naložb v infrastrukturo, razvijale bi se pod javnim lastništvom, financiranjem in nadzorom, zasebnost uporabnikov in njihovih podatkov bi bila varovana, delovale pa bi na podlagi decentraliziranega odločanja in odprtokodnih sistemov (glej tudi Vobič 2020). V tem kontekstu bi morali vzpostaviti tudi javni nadzor nad razvojem umetne inteligence, da bi po eni strani preprečili korporativno monopolizacijo tehnologije ter ideološko in interesno pristranost modelov, po drugi strani pa spodbujali transparentno strojno učenje in odgovorno uporabo umetne inteligence skladno z načelom javnosti. Z drugimi besedami, nova družbena pogodba za novinarstvo bi morala vključevati temeljito preoblikovanje razmerij digitalnega okolja, v katerem novinarstvo deluje. To pomeni oblikovanje takih tehnoloških in institucionalnih pogojev, ki bi zagotavljale krepitev transparentnosti in odgovornosti digitalnih platform ter javni nadzor nad mrežnimi tokovi informacij in interpretacij. Samo v takšnih razmerah je mogoče zagotoviti, da digitalne platforme in razvoj umetne inteligence krepijo novinarstvo, namesto da spodkopavajo načelo javnosti in njegovo avtoriteto.

»Supermanovsko« novinarstvo nikoli ni obstajalo, »clark-kentovsko« pa je v zatonu. Ključno vprašanje prihodnosti novinarstva ni, kako zgraditi idealizirano podobo, temveč kako ustvariti sistem, v katerem bo novinarstvo lahko delovalo skladno s svojimi normativnimi zavezami ter vzpostavilo poklicno, diskurzivno in epistemsko avtoriteto, torej pravico do kontinuiranega ustvarjanja legitimnega znanja o dogodkih v svetu za druge. Brez nove družbene pogodbe za novinarstvo, ki bi pomagala reševati temeljne probleme njegove mnogotere strukturne krize, ne bo mogoče odpraviti podrejenosti novinarstva instrumentalni racionalnosti kapitalističnih odnosov in mu povrniti vlogo ključne institucije demokratične družbe.

O avtorju

Dr. Igor Vobič, univerzitetni diplomirani novinar, je redni profesor novinarskih študij na Univerzi v Ljubljani. Član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede je od leta 2006, v letih od 2015 do 2018 je bil predstojnik katedre, od 2018 do 2023 pa skrbnik magistrskega programa Novinarstvo. Trenutno je nosilec predmetov Osnove novinarskega dela, Televizijsko novinarstvo in Digitalno novinarstvo na prvi stopnji študija ter predmeta Novinarska avdiovizualna produkcija in novi mediji na drugi stopnji. Na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja je od leta 2015 namestnik predstojnika. Raziskovalno proučuje materialne in simbolne implikacije tehnoloških inovacij za novinarstvo, transformacije delovnega procesa novinarjev in družbene vloge sodobnega novinarstva. Od leta 2023 je kot predstavnik javnosti član Novinarskega častnega razsodišča pri Društvu novinarjev Slovenije in Sindikatu novinarjev Slovenije.

Financiranje

Poglavje je sofinancirala Agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije – ARIS (V5-2297 in P5-0051).

LITERATURA

- Agarwal, Simran. 2025. »Rooting Platform Dependencies in the Digital News Economy: Google News Initiative in India«. *International Journal of Communication* 19:135–158.
- Amon Prodnik, Jernej. 2019. »Družbeno pospeševanje in vloga novinarstva v algoritemski prihodnosti«. *Javnost–The Public* 26 (suplement): S23–S40.
- Amon Prodnik, Jernej, in Igor Vobič. 2024. »News Sources in the Sociology of the Media: A critical Re-Examination«. *Critical Sociology* 50 (4–5): 795–812.
- Anderson, Christopher W. 2008. »Journalism: Expertise, Authority, and Power in Democratic Life«. V: *The Media and Social Theory*, David Hesmondhalgh and Jason Toyne (ured.), 248–264. New York: Routledge.
- Broersma, Marcel. 2010. »The Unbearable Limitations of Journalism: On Press Critique and Journalism's Claim to Truth«. *The International Communication Gazette* 72 (1): 21–33.
- Bücher, Karl. (1893) 2001. »Začetki novinarstva«. V: *Komunikološka hrestomatija 1*, Slavko Splival (ured.), 67–84. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Canella, Gino. 2023. »Journalistic Power: Constructing the 'Truth' and the Economics of Objectivity«. *Journalism Practice* 17 (2): 209–225.
- Carlson, Matt. 2014. »The Robotic Reporter: Automated Journalism and the Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority«. *Digital Journalism* 3 (3): 416–431.
- Carlson, Matt. 2016. »Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation«. *Communication Theory* 26 (4): 349–368.
- Carlson, Matt. 2017. *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*. New York: Columbia University Press.
- Carlson, Matt, in Seth C. Lewis, ur. 2015. *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. London: Routledge.
- Chadha, Kalyani, in Linda Steiner, ur. 2022. *Newswork and Precarity*. London: Routledge.
- Curran, James, in Joanna Redden. 2024. *Understanding Media: Communication, Power and Social Change*. Dublin: Pelican.
- Davies, Nick. (2008) 2011. *Zgodbe s ploščate zemlje: laži, izkrivljanja in propaganda v globalnih medijih*. Mengeš: Ciceron.
- Davis, Aeron. 2013. *Promotional Cultures: the Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding*. Cambridge: Polity Press.

- De Lima Santos, Mathias-Filipe, Allen Monoriyarwa, Adeola Abdulateef Elegu, in Chris Papaevangelou. 2023. »Google News Initiative's Influence on Technological Innovation in Africa and the Middle East«. *Media and Communication* 11 (2): 330–343.
- Eldridge II, Scott A. 2017. »The Digital Journalist: The Journalistic Fields, Boundaries, and Disquieting Change«. V: *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*, Bob Franklin in Scott A. Eldridge II (ured.), 44–54. New York: Routledge.
- Ferrer Conill, Raul. 2017. »A Study on the Use of Data and Gamification to Motivate Journalists«. *Television & New Media* 18 (8): 706–720.
- Figenschou, Tine Ustad, in Karoline Andrea Ihlebæk. 2019. »Challenging Journalistic Authority: Media Criticism in Far-right Alternative Media«. *Journalism Studies* 20 (9): 1221–1237.
- Golding, Peter, in Graham Murdock. 2022. »The Political Economy of Contemporary Journalism and the Crisis of Public Knowledge«. V: *The Routledge Companion to News and Journalism (2nd Ed)*, Stuart Allan (ured.), 36–45. London: Routledge.
- Hardt, Hanno. 1996. »The End of Journalism«. *Javnost–The Public* 3 (3): 21–41.
- Hardt, Hanno. 1998. *Interactions*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Hardt, Hanno. 2001. *Social Theories of the Press: Constituents of Communication Research, 1840s to 1920s*. Boulder: Rowman & Littlefield Publishers.
- Hardt, Hanno, in Slavko Splichal. 2000. *Ferdinand Tönnies on Public Opinion*. Boulder: Rowman & Littlefield Publishers.
- Im, Yung-Ho. 1997. »Towards a Labour-Process History of Newswriters«. *Javnost–The Public* 4 (1): 31–48.
- Johnstone, Jane, in Susan Forde. 2017. »Churnalism«. *Digital Journalism* 5 (8): 943–946.
- Kalin Golob, Monika. (v tem zborniku) 2025. »Naslovje in naslovi novinarskih besedil v digitalni dobi: napovedniki, dražilniki, klikolovniki«. V: *Novinarstvo na prelomnicah*, Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik (ured.). Ljubljana: Založba FDV.
- Kaluža, Jernej. 2022. »Habitual Generation of Filter Bubbles: Why is Algorithmic Personalisation Problematic for the Democratic Public Sphere?«. *Javnost–The Public* 29 (3): 267–283.
- Kaluža, Jernej, in Sašo Slaček Brlek. 2021. »Zapleteno je: protipolno razmerje med globalnimi digitalnimi platformami in slovenskimi mediji«. *Javnost–The Public* 28 (suplement): S23–S42.
- Kaul, Arthur J. 1986. »The Proletarian Journalist«. *Journal of Mass Media Ethics* 1 (2): 47–55.
- Lischka, Juliane A., in Marcel Graz. 2023. »Clickbait News and Algorithmic Curation: A Game Theory Framework of the Relation between

- Journalism, Users, and Platforms». *New Media & Society* 25 (8): 2073–2094.
- Lobdell, Scott, in Kenneth Rocafort. 2012. *Superman: Who is the Fallen Angel of Krypton? The New 52, #13*. Burbank: DC Publishing.
- Lovec, Suzana. 2025. »Slavko Splichal: To je farsa demokracije«. *N1 Slovenija*, 22. februar 2025 <https://n1info.si/poglabljeno/slavko-splichal-to-je-farsa-demokracije/>.
- Marx, Karl. (1842) 1984. »Debate v svobodi tiska in publiciranju razprav deželnih stanov«. V *Karl Marx: Cenzura in svoboda tiska*, 49–102. Ljubljana: KRT.
- McChesney, Robert. 2004. *The Problem of the Media*. New York: Monthly Review Press.
- McChesney, Robert. 2016. »Journalism is Dead! Long Live Journalism?«. *Journalism of Media Business Studies* 13 (3): 128–135.
- Milosavljevič, Marko, in Igor Vobič. 2021. »‘Our Task is to Demystify Fears’: Analysing Newsroom Management of Automation in Journalism«. *Journalism* 22 (9): 2203–2221.
- Møller Hartley, Jannie, Caitlin Petre, Mette Bengtsson, in Aske Kammer. 2023. »Autonomies and Dependencies: Shifting Configurations of Power in the Platformization of News«. *Digital Journalism* 11 (8): 1375–1390.
- Nechushtai, Efrat. 2018. »Could digital platforms capture the media through infrastructure?«. *Journalism* 19 (8): 1043–1058.
- Nerone, John. 2013. »The Historical Roots of the Normative Model of Journalism«. *Journalism* 14 (4): 446–458.
- Nerone, John. 2015. »Journalism’s Crisis of Hegemony«. *Javnost–The Public* 22 (4): 313–327.
- Nerone, John. 2022. »The Labour History of Newswork from Industrialisation to the Digital Age«. V: *Newswork and Precarity*, Kalyani Chadha in Linda Steiner (ured.), 31–53. Abingdon: Routledge.
- Olausson, Ulrika. 2018. »The Celebrified Journalist: Journalistic Self-promotion and Branding in Celebrity Constuctions on Twitter«. *Journalism Studies* 19 (16): 2379–2399.
- Papa, Venetia, in Theodoros Kouros. 2023. »Do Facebook and Google Care about Journalism? Mapping the Relationship between Affordances of GNI and FJP Tools and Journalistic Norms«. *Digital Journalism* 11 (8): 1475–1498.
- Petre, Caitlin. 2021. *All the News That’s Fit to Click*. Princeton: Princeton University Press.
- Pickard, Victor. 2020. *Democracy without Journalism?* New York: Oxford University Press.

- Rosen, Jay. 2013. »The 'awayness' problem«. *Columbia Journalism Review*, 3. september 2013. https://www.cjr.org/cover_story/the_awayness_problem.php.
- Rydenfelt, Henrik, Lauri Haapanen, Jeese Haapoja, in Tuukka Lehtiniemi. 2024. »Personalisation in Journalism: Ethical Insights and Blindspots in Finnish Legacy Media«. *Journalism* 25 (2): 313–333.
- Schudson, Michael. 1995. *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press.
- Simon, Felix. 2022. »Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy«. *Digital Journalism* 10 (10): 1832–1854.
- Simon, Felix. 2024. *Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena*. b. k.: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.
- Slaček Brlek, Sašo, in Igor Vobič. 2017. »Novinarstvo kot delo: transformacije novinarstva skozi transformacije proizvodnih režimov«. *Javnost–The Public* 24 (suplement): S1–S18.
- Splichal, Slavko. 2001. »Predhodniki in začetki komunikologije v Evropi in ZDA«. V: *Komunikološka hrestomatija 1*, Slavko Splichal (ured.), vii–lxxx. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko. 2002. »The Principle of Publicity, Public Use of Reason and Social Control«. *Media, Culture & Society* 24 (1): 5–26.
- Splichal, Slavko. 2021. »Kriza javnosti in podružbljanje novinarstva«. *Javnost–The Public* 28 (suplement): S1–S22.
- Splichal, Slavko. (v tem zborniku) 2025. Vzpon volje do vidnosti. Od bralne do performativne javnosti. V: *Novinarstvo na prelomnicah*, Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik (ured.). Ljubljana: Založba FDV.
- Splichal, Slavko, in Peter Dahlgren. 2016. »Journalism between De-professionalisation and Democratisation«. *European Journal of Communication* 31 (1): 5–18.
- Thussu, Daya K. 2008. *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage.
- Tong, Jingrong. 2018. »Journalistic Legitimacy Revisited: Collapse or Revival in the Digital Age?«. *Digital Journalism* 6 (2): 256–273.
- Tönnies, Ferdinand. (1922) 1998. *Kritika javnega mnenja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Tuchman, Gaye. 1972. »Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newmen's Notions of Objectivity«. *American Journal of Sociology* 77 (4): 660–679.
- Usher, Nikki. 2018. »Breaking News Production Process in US Metropolitan Newspapers: Immediacy and Journalistic Authority«. *Journalism* 19(1): 21–36.

- Vobič, Igor. 2015. »Osiromašenje novinarstva«. *Javnost–The Public* 22 (suplement): S28–S40.
- Vobič, Igor. 2020. »Kot palčki v svetu velikanov: zakaj potrebujemo javne internetne platforme?«. V: *Premisleki o prihodnosti javnih medijev*, Slavko Splichal (ured.), 131–139. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Vobič, Igor, Marko Robnik Šikonja, in Monika Kalin Golob. 2019. »Nazaj v prihodnost: Avtomatizacija in preobrazba novinarske epistemologije«. *Javnost–The Public* 26 (suplement): S41–S61.
- Vobič, Igor in Peter Dahlgren. 2013. »Reconsidering Participatory Journalism in the Digital Age.« *Medijska istraživanja* 19 (2): 9–30
- Vos, Tim P., in Ryan J. Tomas. 2018. »The Discursive Construction of Journalistic Authority in a Post-truth Age«. *Journalism Studies* 19 (13): 2001–2010.
- Wahl-Jorgensen, Karin. 2012. »The Strategic Ritual of Emotionality«. *Journalism* 14 (1): 129–145.
- Waisbord, Silvio. 2018. »Truth is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post-truth«. *Journalism Studies* 19 (13): 1866–1878.
- Wiik, Jenny. 2019. »Professionalism, Professionalization, and Deprofessionalization in Journalism«. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 28. avgust 2019. <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-863>.
- Witschge, Tamara, in Gunnar Nygren. 2009. »Journalistic Work: A Profession Under Pressure?«. *Journal of Media Business Studies* 6 (1): 37–59.
- Zelizer, Barbie. 1993. »Journalists as Interpretive Communities«. *Critical Studies in Mass Communication* 10 (3): 219–237.

Jernej Amon Prodnik, Boris Mance

VZPON AVTORITARNE DESNICE IN KRIZA MEDIJEV: MED (NE)ZAUPANJEM IN POLARIZACIJO

UVOD

V zadnjem desetletju so se v strokovnih in znanstvenih razpravah prvič po koncu hladne vojne pričela postavljati vprašanja, ali se zmagovalna širitev liberalne predstavniške demokracije po svetu končuje in ali bi njen obstoj lahko bil ogrožen celo v državah, ki imajo sicer dolgo tradicijo te politične ureditve. Premisleki, ki bi še pred dobrim desetletjem naleteli na nejeve-ro in začudenje, so postali skorajda vsakodnevna stalnica poglo-bljenih študij. Ponazoriti jih je mogoče že z naslovi knjig. Levitsky in Ziblatt (2019) se na primer sprašujeta: *Kako umrejo demo-kracije?* Podobno velja za Runcimana (2018), ki postavlja skoraj identično vprašanje: *Kako se konča demokracija?* Mounk (2018) je svojo analizo, v kateri analizira konflikt med liberalizmom in demokracijo, podnaslovil z vprašanjem *Zakaj je naša svoboda ogrožena in kako jo lahko rešimo*, Moore (2018) pa že v naslovu izpostavlja: *Demokracija je bila 'shekana'*. Tudi Calhoun, Gaonkar in Taylor (2022) sledijo isti logiki, po njihovem se namreč do-gaja *Propadanje demokracije*. Že glede na naslove ni pretirano

zapisati, da se je hegemonija ureditve, ki je bila za osrednji tok družboslovja vsaj tri desetletja edina realistična možnost politične eksistence, v le nekaj letih končala (Fraser 2019).

Omenjene razprave družijo ugotovitve, da se politične ureditve ne soočajo le s površinskimi težavami, ki jih nakazujejo aktualni volilni pretresi, temveč so vzroki zanje globlji in v osnovi strukturne narave. Vključujejo dolgoročno razgradnjo institucij, norm in družbenih odnosov, ki so bili dojeti kot temeljna podporna infrastruktura teh ureditev, zato moramo za celovito razumevanje vzrokov segati dlje v zgodovino. Povedano drugače: izstopajoči politični premiki, posebej globalni vzpon avtoritarne desnice, se dogajajo na površini in so sopojev večplastnih družbenih transformacij. V tem kontekstu je eno izmed pomembnejših družbenih vprašanj, ali so institucije in prakse teh ureditev sploh dovolj trpežne, da bodo preživele napade skrajnih političnih akterjev. Avtoritarna desnica namreč svoje kritike, med katere spadajo tudi mediji, predstavlja kot sovražnike in ne kot legitimne nadzorne institucije ali nasprotnike v političnem okolju. S tem postavlja pod vprašaj njihovo pravico do nadaljnjega obstoja; če te pravice nimajo, je logična posledica, da je v boju proti njim dovoljeno uporabiti vsa sredstva.

V poglavju želiva ugotoviti, zakaj se mediji soočajo z vedno globljo krizo, ki se med drugim odraža v padcu javne podpore. Ta tematika naju ne zanima le zaradi medijev kot takšnih, temveč je ključna še zaradi dveh drugih vzajemno povezanih razlogov: prvič, ker so liberalne demokracije na pomembni prelomnici, ko njihov nadaljnji obstoj naenkrat ni več samoumeven; in drugič, zaradi osrednjega pomena, ki ga v teh ureditvah že zgodovinsko pripisujemo medijem. Iz teh dveh razlogov sledi, da kriza medijev in njene posledice niso težava le za medijski sistem, temveč imajo daljnosežen vpliv tudi na obstoječe politične ureditve in s tem družbo kot celoto. Težava je, da so razlogi za krizo medijev večplastni in niso povezani le z delovanjem medijskih sistemov, podobno kot težav politične ureditve ni mogoče obravnavati v izolaciji od širšega družbenega konteksta. To naju je postavilo pred izziv: če hočemo zadovoljivo razumeti vse te medsebojno prepletene procese, je nujna njihova celovita obravnava, a sočasno jo je na tako omejenem prostoru nemogoče izvesti. Kot izhodišče besedila sva zato vzela avtoritarno desnico, ki je v preteklih letih z napadi uspešno načela temelje obstoječih političnih ureditev in s tem pomembno prispevala k padcu zaupanja vanje.

Čeprav vzpon avtoritarne desnice ni vzrok za te procese, pa jih brez dvoma postavlja v perspektivo, saj predstavlja enega izmed pomembnejših veznih členov med njimi.

Poglavje pričenjava z obravnavo vzpona avtoritarne desnice in družbenimi okoliščinami, ki so po eni strani prispevale k njeni širitvi in po drugi strani prispevale k razgrajevanju temeljev liberalnodemokratskih političnih ureditev (drugo podpoglavje). V nadaljevanju te procese postavlja v odnos s krizo medijev, posebej na kakšne načine se vzroki za to krizo posredno in neposredno povezujejo z vzponom avtoritarne desnice (tretje podpoglavje). Zadnji del poglavja se osredotoča na padanje zaupanja v medije in obstoječo politično ureditev, pri čemer sva razpravo s pomočjo javnomnenjskih anket tudi lokalizirala (četrto podpoglavje). Med drugim naju je zanimalo, v kolikšni meri veljajo ugotovitve o postopnem padanju zaupanja v medije in kako se povezujejo s slovenskim kontekstom. Ker prihaja do zaostrovanja družbene in politične polarizacije, prek anket ugotavlja tudi, kakšen je v lokalnem kontekstu odnos med politično pripadnostjo in zaupanjem v medije.

VZPOSTAVLJANJE AVTORITARNE DESNICE IN KRIZA LIBERALNE DEMOKRACIJE

Občuten del aktualnih razprav, ki se ukvarjajo s krizo liberalne demokracije, je sprožil vsaj na videz nepredviden in nenaden vzpon avtoritarnih demagogov (Fuchs 2018; Morelock 2018) in skrajne desnice (Mudde 2019) z obrobja na vodilne politične položaje. Gre za akterje in stranke, ki praviloma zavračajo temeljne postulate obstoječe politične ureditve, pri čemer se dolgoročnejša politična destabilizacija najočitneje izraža v dejstvu, da so ti akterji postali malodane del političnega vsakdana, ne le občasna anomalija.

Politični uspehi avtoritarne desnice so v evropskem kontekstu s Silviem Berlusconiem v Italiji, Jörgom Haiderjem v Avstriji, bratoma Kaczyński na Poljskem in Viktorjem Orbánom na Madžarskem stari že vsaj tri desetletja. A globlji prelom se je zgodil leta 2016, najprej z uspešnim referendumom za izstop Velike Britanije iz Evropske unije (t. i. brexit), ki mu je še istega leta sledila izvolitev Donalda Trumpa za predsednika ZDA. Nepričakovana je bila že napoved referendumu in zmaga Trumpa na internih

(primarnih) volitvah republikanske stranke, na katerih mu večina političnih analitikov sprva ni pripisovala resnejših možnosti, zato je bil končni uspeh v obeh primerih še toliko bolj izstopajoč.

Dogodka je mogoče opredeliti za prelomna predvsem zato, ker sta se zgodila v državah, ki že zgodovinsko veljata za osrednja in bržkone prva svetovna primera liberalnih demokracij. Le stežka bi torej še naprej govorili o anomalijah, ki se dogajajo v politično premalo razvitih okoljih. Ta dogodka sta tlakovala pot za serijo volilnih uspehov strank in politikov skrajne desnice, ki ne skrivajo svojih avtoritarnih nagnjenj in zavračanja obstoječe ureditve. Samo od leta 2022 dalje je v bližnji sosesčini to vključevalo relativni zmagi na parlamentarnih volitvah za svobodnjake (FPÖ) v Avstriji in stranko za svobodo (PVV) Geerta Wildersa na Nizozemskem, medtem ko sta Giorgia Meloni v Italiji in Robert Fico na Slovaškem postala predsednika vlad.

Normalizacija skrajne desnice

Omenjena politična pretresa sta v osrednjem toku družboslovja privedla do streznitve, ki bi se ob upoštevanju strukturnih razlogov morala zgoditi že prej. Enako velja za vzpon politik, ki načrtno spodkopavajo in razgrajujejo osrednje institucije liberalne demokracije, saj imajo precej daljšo zgodovino. Vključujejo bodisi izvolitev ali utrditev avtoritarnih politikov na vodilnih položajih po številnih državah, vključno s sosednjo Madžarsko, ter razvoj čajankarskega gibanja in z njim izrazito krepitev t. i. alternativne desnice v ZDA. Razvoj teh protisistemskih gibanj je pomembno prispeval k vzponu Trumpa in kasneje tudi njegovemu prevzemu republikanske stranke. Tudi v številnih državah, ki so bile zaradi zgodovinskih razlogov še do nedavnega »imune« za skrajno desne stranke (najočitneje Nemčija in Španija), so tovrstni akterji v zadnjem desetletju prvič vstopili v parlament in se nadalje krepijo.

Zgodovinsko je mogoče ločevati med štirimi valovi, v katerih se je po drugi svetovni vojni razvijala skrajna desnica (Mudde 2019, 1. pogl.). Sprva je bila povsem na obrobju in šele v tretjem valu, v osemdesetih in devetdesetih letih 20. stoletja, je zares pridobila politični pomen in se institucionalno stabilizirala. Skrajno desne stranke so pričele vstopati v parlamentarno okolje, pri čemer so kombinirale ideje nativizma, populizma in avtoritarizma (prim. Betz 2021). To je vzpostavilo ideološke temelje četrtega vala,

ko je po prelomu stoletja skrajna desnica postala legitimen del osrednjega toka institucionalne politike. Če so širitev skrajno desnih strank v devetdesetih še spremljali redni javni protesti, njihovo sodelovanje z ostalimi političnimi akterji pa je bilo dojeto kot nesprejemljivo, so nato te stranke vedno pogostejše postajale sestavni del parlamentarnih koalicij. Starim znancem z desnice se je poleg tega pridružil pester nabor novih skrajno desnih strank, ki bi se ob preteklih spremembah strankarskega okolja umestile kvečjemu v ideološke okvire konservativne desnice.

Skrajna desnica je v zadnjem obdobju postala bolj heterogena, predvsem pa imajo zaradi normalizacije njihovega govora in stališč ti akterji večji vpliv na dejanske politične odločitve (prim. Wodak 2019). Tudi v primerih, ko te stranke niso na oblasti, vplivajo na pozicioniranje zmernejših desnih strank in njihovo radikalizacijo. Mnoga stališča, ki jih zagovarjajo, so postala zdravorazumska, zato so se razlike med strankami desnice pričele topiti (Mudde 2019, 10. pogl.). Tipičen primer je dlje časa relativno marginalna stranka Ukip v Veliki Britaniji, ki je bila najodločnejša zagovornica brexita. Kasneje je enaka politična stališča prevzel znaten del takrat vladajoče konservativne stranke, vključno s premierom Borisom Johnsonom. Podobno velja za Avstrijo, kjer je ljudska stranka (ÖVP) s takratnim kanclerjem Sebastianom Kurzom prevzela pri-stop, poprej rezerviran za skrajne svobodnjake (glej Wodak 2019).

Vloga norm v eroziji liberalne demokracije

Aktualnim zgodovinsko-teoretičnim analizam, ki se osredotočajo na krizo liberalne demokracije, je skupna ugotovitev, da obstoječega stanja ni mogoče razlagati s primeri in kategorijami iz preteklosti (Brown 2018; Müller 2021, 5). Politični in ekonomski kontekst sta doživela pregloboke spremembe, da bi bilo mogoče preprosto iskati analogije z dogodki iz 19. ali 20. stoletja. Te spremembe vključujejo tako globalno prepletenost držav kot obseg institucij in njihovo vlogo v družbenem življenju. Procesi dezintegracije liberalnih demokracij so zato drugačni, kot so bili v preteklosti. Če je za zlome demokratičnih ureditev v 20. stoletju na primer bilo značilno, da so se zgodili nenadno in nedvoumno, saj je prišlo do revolucije, puča ali vsaj ukinjanja demokratičnih institucij in procedur, danes to ne drži več nujno (Runciman 2018, 1. pogl.; Mounk 2018; Levitsky in Ziblatt 2019). V 21. stoletju

prehod v avtoritarizem ni nujno nenaden, saj se ureditve spodje-da s postopnimi spremembami in težje je biti povsem prepričan, ali je zares prišlo do spremembe in kdaj je mogoče postaviti lo-čnico (Runciman 2018, 46; prim. Wodak 2019, 207–208).

Le redki avtoritarni politiki na primer pozivajo k ukinitvi demokracije in vsi še naprej razpisujejo volitve. Vendar to ne pomeni, da sistem deluje, kot je v preteklosti. Zaradi postopnosti je erozija demokratičnih institucij, procedur in norm tež-je opazna. Eden izmed tipičnih primerov je izigravanje ustave in druge zakonodaje, ki strogo gledano mogoče še sledi črki zakona, vendar je v nasprotju z dejanskim namenom, zaradi katerega so ti pravni okviri sploh nastali (gre za t. i. ustavno preigravanje, angl. *constitutional hardball*). Kot poudarjajo analize, torej ni dovolj le dosledno sledenje zakonom, temveč tudi upoštevanje, kaj je bil namen teh zakonov, ko se jih je sprejemalo. Prav tako imajo demokratične ureditve uveljavljene norme, torej nenapisana pravila političnega delovanja, ki se jih nemalokrat dojema kot pomembne branike, brez katerih demokracije ne morejo preživet, tudi če so formalno spoštovana vsa pravila. Mednje spadajo osnovna načela strpnosti in zadržanosti pri političnem delovanju ter samoomejevanje pri (ne)spoštovanju uveljavljenih tradicij in običajev (glej Levitsky in Ziblatt 2019; Mounk 2018, 112–120; Müller 2021; Calhoun, Gaonkar in Taylor 2022, 1. pogl.).

Tipičen primer serijskega kršilca norm, ki so v ameriški demokraciji veljale desetletja ali celo več kot stoletje, je prav Donald Trump (Levitsky in Ziblatt 2019, 195). Med temi normami je vsaj osnovna spoštljivost do medijev in novinarstva. Čeprav so številni ameriški predsedniki v preteklosti zasebno prezirali medije, so priznavali, da so osrednjega pomena za demokratične družbe. V javnosti so zato do njih kazali vsaj določeno mero spodobnosti. Za razliko od tega so Trumpove »javne žalitve medijskih hiš in celo konkretnih novinarjev brez precedensa v moderni zgodovini Združenih držav Amerike« (prav tam, 199). Njegov pristop je že v prvem predsedniškem mandatu občutno spremenil dojemanje, kaj je v javnih razpravah za politične akterje še sprejemljivo, to pa je pomembno prispevalo k splošnejši normalizaciji sovražnih praks, z nezanemarljivimi posledicami za delovanje demokracije, in to ne le v Ameriki (prav tam, 198–203).

Strukturni razlogi za krizo politične ureditve

Vzpon avtoritarne desnice in kršitve demokratičnih norm so postali skorajda stalnica vseh demokracij na Zahodu, zato – kot že zapisano – le stežka še naprej govorimo o izjemnih dogodkih. Njihova pogostost nakazuje tudi, da jih le stežka obravnavamo v izolaciji, saj gre za splošen trend, ki načenja liberalnodemokratične politične ureditve. Kritični družboslovci so na težave, ki izhajajo iz globljih strukturnih procesov, opozarjali že dlje časa. Mair (2013) je na primer dokazoval, da prihaja do političnega »izdolbenja« tradicionalne institucionalne politike, ki je pričela močno izgubljati širšo javno podporo in zaupanje. Do podobne ugotovitve je že pred njim prišel Crouch (2004), ki je svojo tezo o prehodu v postdemokracijo med drugim utemeljeval z vsebinskim izpraznjenjem političnega odločanja, trivializacijo politike in naraščajočo apatijo med državljani. Čeprav prakse in institucije, ki so ključne za delovanje liberalne predstavniške demokracije, ostajajo nespremenjene (med drugim parlamenti, stranke, volitve), naj bi po njegovem mnenju od njih ostala le še prazna lupina, saj so ključne odločitve v resnici sprejete izven prostorov demokratičnega odločanja. Da se liberalna demokracija ne bo zmožna soočiti z vzponom radikalne desnice, ki se je resno nakazoval že pred več kot dvema desetletjema, je menila tudi Mouffe (1999). Po njenem prepričanju postideološka politika po hladni vojni ni bila več zares pluralna, saj ni odpirala možnosti za prave politične konflikte (prim. Müller 2021). To je odvrčalo od participacije v političnem procesu, konflikti pa so s tem privzemali drugačne oblike, zaradi česar jih je postajalo vedno težje razreševati na demokratičen način.

Te transformacije niso bile omejene le na politično sfero. V zadnjem desetletju je na primer postajalo vse očitneje, da bo neoliberalni projekt po globalni ekonomski krizi leta 2008 zašel v težave. Zaradi naraščajočih družbenih neenakosti in sočasne prezahtovnosti zahodnih držav »demokratični kapitalizem«, ki ga je Streeck (2014) že tako opredelil kot nestabilen in delno nekompatibilen skupek, ne bo več mogel »kupovati časa« za razreševanje družbenih konfliktov, ki jih je poprej blažil s povečevanjem dolga (prim. Calhoun, Gaonkar in Taylor 2022, 3. pogl.). Čeprav so v empiričnih raziskavah pozitivistični raziskovalci populizma sprva izpostavljali, da so za vzpon radikalne desnice odgovorni

predvsem kulturni dejavniki, med drugim latentni razizem privilegiranih belih moških ter občutek identitetne ogroženosti, ki ga izrabljajo in podpihujejo politiki, so kritične študije pokazale kompleksnejšo sliko. Ta je potrdila vlogo neoliberalizma v teh procesih, predvsem v kontekstu naraščajočih neenakosti in negotovosti. Pri čustvenih odzivih na individualni ravni namreč ne smemo ignorirati (ekonomskih) makro dejavnikov, zaradi katerih je del populacije vedno bolj spregledan in občuti dolgoročno tesnobo glede svoje prihodnosti (Betz 2021, 18–27; Hacker in Pierson 2020; Mounk 2018, 5. pogl.). Del političnega razreda lahko prav na tej podlagi išče grešne kozle, vnaša sovraštvo do tujcev in išče druge točke razdora, da bi s tem odvrnil pozornost, prikril ali zameglil poglobljajoče se ekonomske neenakosti in nestabilnosti, ki so rezultat tega ekonomskega sistema (prav tam; Fuchs 2018, 22–24).¹ V tem pogledu identitetni antagonizmi ne izbruhnejo preprosto zaradi družbi inherentnih konfliktov, temveč se jih načrtno ustvarja: »Spirale ekstremizma ne izbruhnejo od spodaj; na površje priplavajo, ko se elite okoristijo z že obstoječimi predsodki v gonji za političnimi koristmi« (Hacker in Pierson 2020, 10).

Večina strukturnih razlogov za te konflikte ostaja nerazrešenih, zato njihovo zaostrovanje ni nepričakovano. Čeprav je Trump po prvem mandatu doživel volilni poraz, njegovo predsednikovanje pa se je s poskusom prevrata končalo na tragikomičen način, ga to ni diskreditiralo toliko, da leta 2024 ne bi bil izvoljen vnovič. Strukturni razlogi za družbene pretese, ki jih spremljamo že dve desetletji, so v tolikšni meri načeli temelje obstoječe ureditve, da se je njena navidezna naravnost in ahistoričnost pokazala takšna,

1 Hacker in Pierson (2020, 1. pogl.) izpostavljata, da so se stranke desnice, ki so tradicionalno bližje kapitalu, že zgodovinsko soočale s t. i. »konservativno dilemo«. S širitvijo volilne pravice in globokimi ekonomskimi neenakostmi na prelomu iz 19. v 20. stoletje so morale privoliti v redistribucijo bogastva in krepitev socialnih pravic, če so hotele ohraniti širšo politično podporo. Vendar takšen pristop zaradi moči gospodarskih elit in nerazumevanja med akterji, ki so jih na različne načine podpirali, ni bil nujno mogoč. Alternativa je bila iskanje in podpihovanje drugih, neekonomskih razkolov v družbi, ki so največkrat potekali po rasnih ali religioznih ločnicah. Kot poudarjata, številni zgodovinski primeri kažejo, da v obdobjih, ko imajo ekonomske elite nesorazmerno veliko moči, pogosto same pričnejo spodbujati različne oblike delitev. Te lahko nato postane težko nadzorovati. Tudi na tej podlagi Müller (2021, 78–85) izpostavlja, da je politično predstavljanje v demokracijah v veliki meri kreativen in dinamičen proces, ki ne opisuje na nevtralen način že obstoječe, objektivne realnosti. Ločnice med skupinami in konflikti, ki jih stranke (ali avtoritarni politiki) predstavljajo, niso naravne danosti, temveč so zmeraj rezultat družbenih in političnih bojev.

kot v resnici je: kontingentna in spremenljiva. Neoliberalizem je odrezal vejo, na kateri je ta ureditev sedela, zato so politični prelomi v mnogih pogledih le reakcija na dolgoročnejše družbene konflikte (prim. Brown 2018; Fraser 2019).

KRIZA MEDIJEV IN AVTORITARNA DESNICA

Erozija institucij in praks liberalne demokracije presega politično sfero, in čeprav je vzpon avtoritarne desnice posledica ali kvečjemu sopojav zgoraj omenjenih strukturnih transformacij, so ti akterji uspešno identificirali šibkosti ureditve in jo z načrtnimi napadi dodatno oslabili. V javnem komuniciranju so na primer brezsravno »normalizirali poprej neizrekljivo in nesprejemljivo« (Wodak 2019, 207), kar vključuje ponavljajoče se napade na institucije, kršitve diskurzivnih konvencij, primitivizme in obsežno količino laži (prim. Mudde 2019; Pomerantsev 2019, 1. pogl.). Verbalni napadi poleg tega nemalokrat prehajajo v konkretne ukrepe proti tem akterjem in institucijam. Mediji in novinarji so bili na primer v preteklih letih močno pod udarom avtoritarne desnice: bodisi z ustrahovanjem, pritiski in šikaniranjem konkretnih novinarjev ali prek bolj ali manj uspešnih poskusov aktivne politične podreditve medijev in celotnih medijskih sistemov, o čemer pričajo raziskave o njihovi zmanjšani neodvisnosti in svobodi (glej Wodak 2019; Müller 2021, 13–14, 92–111; Reese 2021).

Za avtoritarizem je značilna osrednja vloga karizmatičnega voditelja in s tem povezana hierarhična logika urejanja odnosov, ki se razteza po celotni družbi. Red in disciplina od zgoraj navzdol sta zagotovljena vse od ureditve patriarhalne družine do delovanja politične stranke in funkcioniranja države kot celote (Fuchs 2018, 55–61; Morelock 2018; Wodak 2019, 198–201). Napade na nadzorstvene in posredniške institucije, ki avtoritarne politike kakorkoli omejujejo in jim niso podrejene, je torej mogoče opredeliti za konstitutivni del avtoritarizma.² V liberalnih demokracijah igrajo mediji normativno gledano obe omenjeni vlogi: poleg nadzora nad oblastjo posredujejo med državljani in

2 Levitsky in Ziblatt (2019, 64) kot eno izmed meril lakmusovega testa za avtokrate na primer izpostavljata nesprejemanje kritike in pripravljenost na uporabo moči pri kaznovanju in napadanju vseh, ki si avtokrata drznejo kritizirati.

političnimi institucijami v javni sferi, kar naj bi omogočalo vzpostavljane premišljenega javnega mnenja (glej npr. Habermas 2009; Nerone 2012). Skorajda truižem je, da naj bi mediji v teh odnosih ohranjali relativno avtonomijo in agonističen odnos do politične oblasti, kar je pomemben razlog, da jih avtoritarni politiki dojemajo kot sovražnike.

Spremenjene politične okoliščine in vedno izrazitejši politični napadi so pomembno vplivali na delovanje medijev in njihovo vlogo v družbi. Na to so postali pozorni tudi politologi (glej mdr. Mounk 2018, 4. pogl.; Hacker in Pierson 2020, 3. pogl.; Müller 2021; Calhoun, Gaonkar in Taylor 2022, 229–235, 278–281), ki so tradicionalno zanemarjali pomen medijev in jih jemali za samoumevne dele demokratičnih ureditev. Müller (2021, 3. pogl.) je na primer v obravnavi krize obstoječih političnih ureditev kot eno izmed pomembnejših težav opredelil zaton posredniških institucij, med katere poleg političnih strank umešča prav medije in profesionalno novinarstvo. Prek te ključne infrastrukture so se od sredine 19. stoletja dalje strukturirali politični konflikti, odpirale možnosti pluralnega dialoga in vzpostavljale skupne referenčne točke, poleg tega je ohranjala tudi ritem demokratičnega življenja. A kot ugotavlja Müller (2021), te institucije danes niso več zmožne opravljati funkcij, ki so bile vsaj v preteklosti za liberalne demokracije neizogibne.

Vzpon avtoritarne desnice je pomemben razlog, da mediji vedno težje opravljajo svoje normativno poslanstvo. Kljub temu pa ne gre spregledati, da se mediji že dlje časa soočajo z večplastno krizo, ki občutno presega njihov odnos s politično sfero. Izolirana obravnava tega odnosa zato ne more ponuditi celovitega razumevanja njihove krize, saj je odvisna tudi od notranje dinamike te sfere in širših kontekstualnih okoliščin. V nadaljevanju obravnava tri pomembne procese, ki jih v tem kontekstu ni mogoče ignorirati: ekonomsko krizo medijev, vlogo družbenih omrežij pri transformacijah javnega komuniciranja in vzpostavljane vzporednih medijskih okolij.

Ekonomska kriza komercialnih medijev

Pomemben razlog za šibitev medijev je njihova poglobljajoča se ekonomska kriza, ki je močno načela možnosti za financiranje kakovostnega novinarstva. Medijske industrije se v skoraj vseh

zahodnih državah soočajo s kolapsom oglaševalskih prihodkov, ki so tvorili glavnino njihovih prilivov skorajda stoletje (Pickard 2020, 3. pogl.). Kriza je najbolj prizadela tiskane medije, posebej dnevne časopise. Ti so dolgo veljali za tisti forum, ki je služil kot referenčna točka aktualnih javnih razprav, bili so tudi osrednji vir poglobljenega in analitičnega novinarstva.³ Posledica te krize je splošna degradacija medijev in novinarstva: deprofesionalizacija, pavperizacija novinarjev, hipersenzacionalizem in klikolovstvo, vedno pogostejše je tudi prepletanje novinarskega poročanja z oglaševanjem (prav tam; Slaček in Vobič 2017). Vse to močno načenja kakovost novinarskih izdelkov in spodkopava tako kredibilnost profesije kot možnosti medijev, da bi izpolnjevali svoje normativne cilje. Posledici sta nižanje novinarskih standardov in naraščajoče nezaupanje javnosti, kar na primer v Sloveniji opazajo tudi sami novinarji (Toth, Pajnik in Zdravković 2025), medtem ko se državljani za razliko od preteklosti lahko po (bolj ali manj zanesljive) informacije obračajo k drugim, na videz brezplačnim komunikacijskim kanalom.

Ekonomska šibitev medijev obenem pomeni, da so postali bolj ranljivi za napade avtoritarne desnice, kot bi bili sicer. Ti napadi so delno uspešni prav zato, ker niso povsem brez realne osnove. Komercialni model medijskih industrij, ki je skozi 20. stoletje v liberalnih demokracijah ohranjal hegemonsko vlogo, z vedno večjimi težavami razglaša, da je – ali da je kadarkoli bil – objektivni in nepristranski glas javnosti (Nerone 2012; Slaček in Vobič 2017; Pickard 2020). Pomanjkljivosti komercialnih medijev so bile vsaj od sredine 20. stoletja dalje v

3 O globini težav v Sloveniji pričajo že prodane naklade edinih splošnoinformativnih dnevnikov nacionalnega dometa: Dela, Večera in Dnevnika. Še konec leta 2006 so imeli po podatkih Slovenske oglaševalske zbornice, ki je s projektom revidiranih prodanih naklad merila potrošnjo tiskanih medijev, ti časopisi skupno prodano naklado preko 168.000 dnevniških izvodov. V začetku leta 2014 je ta številka znašala dobrih 86.000, torej skoraj polovico manj. V letu 2024 je bilo povprečno število prodanih izvodov po internih podatkih teh medijev le še 40.000, torej pod četrtino številke izpred manj kot dvajsetih let. Čeprav imajo vsi trije časopisi visok doseg in branost na internetu, jim to prinaša zanemarljive oglaševalske prihodke, saj so ta finančni vir monopolizirale največje digitalne platforme (glej Pickard 2020). Zaradi padca prodanih izvodov tiskanih edicij teh časopisov je sočasno prišlo tudi do drastičnega padca drugega osrednjega finančnega vira, denarja iz naročnin in kolportaže.

središču zanimanja kritičnih komunikoloških pristopov, ki so izpostavljali strukturne razloge, zaradi katerih je razvoj medijev, zavezanih javnosti, otežen (prav tam). Vendar ne le, da so bila ta opozorila ignorirana, negativne posledice teh teženj so se v zadnjem desetletju zaradi ekonomskih težav le še zaostrole.

Za razliko od kritičnih pristopov se avtoritarna desnica pri razlagi domnevnih pristranosti praks in institucij liberalne demokracije največkrat zateka v (nemalokrat osebne) diskreditacije in konspiracionizmu (glej Benkler, Faris in Roberts 2018, 13–20, 147–158; Reese 2021, 27–32, 39–45). To ne služi iskanju možnih izboljšav medijev in novinarstva, ki bi zagotovo bile potrebne, temveč izključno njihovemu načrtnemu spodkopavanju in podrejanju. V tem pogledu se Reese (2021, 15–16 in drugje) moti, ko v svoji analizi »krize institucionalnega tiska« preizprašuje nadaljnjo smotrnost kritičnih pristopov, ki jih primerja z na videz sorodnimi napadi s strani avtoritarne desnice; niti pri analizi vzrokov niti pri iskanju rešitev za težave medijev te kritike namreč niso primerljive z napadi. Poleg tega je mogoče trditi, da kritični pristopi že v osnovi sledijo Reesovemu (prav tam, 16, poudarek avtorjev) pozivu, da »smo lahko za institucijo, kljub njenim pomanjkljivostim«. Osrednje sporočilo kritičnih pristopov je v resnici mogoče povzeti prav z besedami: če hočejo ohraniti družbeno podporo in biti glas javnosti, se bodo mediji in novinarstvo morali spremeniti. Napadi avtoritarne desnice se po drugi strani dogajajo v kontekstu splošnejše diskreditacije in spodkopavanja posredniških institucij in profesij.

Družbena omrežja in dezintegracija javnega komuniciranja

Dezintegracijo javnega komuniciranja je poglobilo vzpostavljanje spletnih družbenih omrežij, ki so zaostрила destabilizacijo demokratičnih norm in procesov (Vaidhyanathan 2018). Čeprav so jih sprva spremljala utopična pričakovanja o krepitvi politične participacije, so v zadnjem desetletju postala pomemben vir širjenja dezinformacij, politične polarizacije in propagande na globalni ravni (Benkler, Faris in Roberts 2018; Fuchs 2018; Morelock 2018; Moore 2018; Pomerantsev 2019). Družbena omrežja so lahko učinkovita za mobilizacijo političnih skupin proti avtoritarnim režimom

(Tufekci 2017), a sočasno so dovzetna za ciljano propagando, nadzor in zatiranje demokratičnih glasov. Z odsotnostjo regulacije so postala pomemben prostor vzpostavljanja in načrtnega razvoja skrajno desnih gibanj, njihova vloga v družbi pa se v mnogih primerih širi z razpihovanjem kulturnih bojev, saj so pri njih odpovedale zavore, ki so v javnem komuniciranju veljale poprej (Moore 2018, 1. pogl.). V več volilnih kampanjah se je poleg tega izkazalo, da ciljano oglaševanje, kategoriziranje uporabnikov in preprosto širjenje dezinformacij, ki jih omogočajo družbena omrežja, močno koristijo prav avtoritarni desnici. »Če bi hoteli oblikovati medijski sistem v podporo avtoritarnim voditeljem in protidemokratičnim gibanjem, ne bi mogli biti bistveno uspešnejši od Facebooka,« meni Vaidhyanathan (2018, 185; prim. Pomerantsev 2019).

Morda najbolj znan je medijsko izpostavljeni primer podjetja Cambridge Analytica, ki je bilo z netransparentnim mikrociljanjem uporabnikov in t. i. »psihografskim pristopom« udeleženo v obeh zgoraj omenjenih političnih prelomih, torej tako v referendumski kampanji o brexitu kot v Trumpovi predvolilni kampanji (Benkler, Faris in Roberts 2018, 8. in 9. pogl.). Kako uspešno je bilo podjetje s svojim pristopom, je težko oceniti in obstaja visoka verjetnost, da so zaradi poslovnih razlogov namerno potencirali njegovo učinkovitost (prav tam, 278). Večja težava je, da družbena omrežja, na primer Facebook, že v osnovi zbirajo velike količine podatkov o uporabnikih in s temi nadzorstvenimi praksami omogočajo prikrojeno mikrociljanje, ki ga je mogoče avtomatizirati z uporabo algoritmov. Na ta način postajajo vedno pomembnejša orodja v političnih kampanjah, pri čemer z organizatorji teh kampanj praviloma sodelujejo kar same platforme, ki jim svetujejo pri oglaševanju. Dolgoletni svetovalec Donalda Trumpa in eden pomembnejših ideologov avtoritarne desnice v ZDA Steve Bannon na primer ne prikriva, da je bilo že v prvi Trumpovi predsedniški kampanji izkoriščanje velikih podatkov na platformah osrednjega pomena (prav tam, 262). Podobno vlogo so imela družbena omrežja na brazilskih predsedniških volitvah leta 2018, na katerih je zmagal avtoritarni desničar Jair Bolsonaro (Müller 2021, 121–122). Korporacije, ki so ga podpirale, so sprožile obsežno dezinformacijsko kampanjo prek aplikacije WhatsApp, ki je prav tako v lasti korporacije Facebook (od leta 2021 Meta).

Nemalokrat ti pristopi služijo načrtnemu fabriciranju zmede v javnem komuniciranju, saj postane vedno težje ločevati resnico od fikcije, kar je mogoče opredeliti kot »preizkušeno taktiko avtoritarnih politikov« (Müller 2021, 142). Ena izmed izstopajočih Bannonovih strategij je bila, da – kot se je izrazil sam – »preplavi prostor s sranjem« (v prav tam, 14; prim. Pomerantsev 2019, 4. pogl.). To je postala ena izmed njegovih bolj odmevnih izjav, a še bolj poveden je celoten citat, da naj bi po tej taktiki posegli zato, ker so po Trumpovem prevzemu republikanske stranke njihov pravi sovražnik postali mediji, ne demokratska stranka, torej njihovi strankarski nasprotniki.

Pomen družbenih omrežij v javnem komuniciranju se krepi v več vidikih. Številni akterji jih uporabljajo za neposredno komuniciranje s potencialno volilno bazo, za različne oblike prepričevanja, propagande ali zavajanja volivcev ter za bolj ali manj uspešne poskuse uvrščanja tematik na javni dnevni red (Tufekci 2017; Fuchs 2018). Ob tem nista zanemarljivi dve dejstvi: prvič, ti prostori so pod nadzorom peščice korporacij in posameznikov, pri čemer je bilo vsaj do sedaj njihovo delovanje povsem netransparentno in javni nadzor skoraj neobstoječ. Skoraj nemogoče je vedeti, kdo, kako in v kolikšnem obsegu je nagovorjen prek teh omrežij; predvsem v primeru ciljanega oglaševanja tudi ni mogoče preprosto vedeti, na kakšen način je bilo za posameznika prikrojeno sporočilo (glej Benkler, Faris in Roberts 2018, 3. del). In drugič, širjenje manipulativnih oblik komuniciranja prek teh omrežij je še preprostejše kot v preteklosti, poleg tega je odvisno predvsem od finančnih zmogljivosti vpletenih akterjev. Čeprav so mediji v preteklosti ohranjali neenake odnose moči v javnem komuniciranju, družbena omrežja v dobi globokih ekonomskih neenakosti te asimetrije še stopnjujejo, saj so zavrгла vsakršno zavezanost javnemu interesu.

Vzporedna medijska okolja in politična polarizacija

Pomemben, a v znanstvenih razpravah manj pogosto izpostavljen proces je tudi postopno vzpostavljane vzporednih in izrazito politično opredeljenih medijskih okolij. Čeprav je ta oblika medijev skozi večino 19. stoletja prevladovala v skoraj vseh zahodnih državah, je z modernizacijo in profesionalizacijo novinarstva strankarski tisk postal atipičen, njegov javni vpliv pa

zanemarljiv. A v zadnjih štiridesetih letih je posebej v ZDA v tem pogledu prišlo do sprememb, saj se je postopno vzpostavilo desno opredeljeno medijsko okolje, ki ga Reese (2021) označuje kar za protiinstitucijo, saj zavrača večino novinarskih norm, ki so se razvile v zadnjem stoletju (prim. Nerone 2012). V tem času so »desno usmerjeni mediji postali zelo vplivna sila« (DiMaggio 2020, 193), ki ima pomembno politično vlogo in močno prispeva k polarizaciji ameriške družbe.

Ti mediji so se od druge polovice osemdesetih let 20. stoletja dalje z deregulacijo medijskih trgov najprej vzpostavili med radijskimi postajami, kjer danes v ZDA močno prevladujejo konservativni voditelji pogovornih in drugih mnenjskih oddaj. Med televizijami je kasneje na podoben način pričel desno usmerjene volivce nagovarjati Fox News, ki ga je v sredini devetdesetih ustanovil Rupert Murdoch, že dve desetletji pa gre za najbolj gledano kabelsko televizijo v Ameriki. V zadnjem obdobju je tem medijem sledila kopica politično še bolj radikalnih spletnih strani, med njimi InfoWars, Drudge Report, Breitbart News (pod vodstvom že omenjenega Steva Bannona), Gateway Pundit in druge, v številnih primerih so jim pri razvoju finančno pomagali konservativni milijarderji (glej Benkler, Faris in Roberts 2018; DiMaggio 2020; Hacker in Pierson 2020, 3. pogl.; Nadler in Bauer 2020; Reese 2021, 2. pogl.).

Za javno komuniciranje ni težava, da so ti mediji odkrito politično opredeljeni, temveč da ozkim strankarskim in ideološkim interesom podrejajo informacije v tolikšni meri, da so spodkopali možnost skupne epistemske osnove, na kateri temelji komuniciranje v demokratični družbi. Fikcija se je pričela prepletati z resničnostjo, zato je konsenz nemogoč celo glede osnovnih družbenih dejstev. Ti mediji namreč brez zadržkov širijo teorije zarote, propagando in skrajne dezinformacije, ki med populacijo krepijo strahove in ogorčenje, identitetne politike pa izkrivljajo v obliko fundamentalizma, ki temelji na izključevanju (prav tam). Reese (2021) ocenjuje, da je del populacije sprejel lasten vzporedni medijski svet in do tolikšne mere zavrača preostale medije, da je zanje postal praktično »izgubljen«. Predvsem desno usmerjeni volivci so namreč tako lojalni temu zamejenemu in ekstremnemu medijskemu prostoru, da je mogoče govoriti o konservativni odmevni komori (DiMaggio 2020, 193; Nadler in Bauer 2020, 2),

ki »predstavlja radikalizacijo približno tretjine ameriškega medijskega sistema« (Benkler, Faris in Roberts 2018, 14).

V obsežni empirični raziskavi so Benkler, Faris in Roberts (2018) analizirali pretok informacij na internetu in ugotovili, da igra to desno usmerjeno medijsko okolje osrednjo vlogo pri širitvi (dez)informacij in postavljanju tematik na javni dnevni red. V veliki meri gre tudi za zaprto in samoreferenčno okolje, ki je le redko v stiku s preostalim medijskim sistemom. Medtem ko so drugod skrajne zgodbe in teorije zarote podvržene preverjanju in jih ostali mediji diskreditirajo, to ne velja za desno usmerjen medijski prostor, ki je v številnih pogledih odločno drugačen. Kot ugotavljajo (prav tam), so ti mediji zaradi informacijske izoliranosti bistveno bolj dojemljivi za širjenje laži in polresnic. Pogosto sami služijo kot osrednja gonilna sila pri ustvarjanju zmede in nezaupanja v širšem medijskem sistemu, k ojačevanju teh sporočil pa prispevajo tudi politiki in drugi vplivni akterji. Pomembni posledici raziskave Benklerja in sodelavcev (2018) sta, da brez izrazito polariziranega medijskega sistema v ZDA ne bi moglo priti do tako občutne destabilizacije politične ureditve, kot se je zgodila v zadnjih letih. Poleg tega do nje ni prišlo s samoniklim vrenjem v civilni družbi ali aktivistično uporabo družbenih omrežij med državljani, temveč ima radikalizacija svoje izvore »zgoraj«. Primarni vzrok globoke epistemske krize torej niso družbena omrežja ali njihovi algoritmi; ti so kvečjemu zaostriili težnje, ki v osnovi izhajajo iz dolgoročnih političnih in medijskih sprememb. Povedano drugače: brez desnega medijskega okolja bi se »sranje«, ki ga je omenjal Bannon, le stežka razširilo tako hitro in v tolikšnem obsegu.

Čeprav so te težnje značilne predvsem za ZDA, se vedno pogostejše pojavljajo tudi drugod, poleg tega je zaradi vpliva na globalni ravni Amerika nemalokrat tista, ki določa trende. Skrajno desna gibanja povsod po svetu ostro napadajo medije, v številnih državah prihaja tudi do izgradnje politično profiliranih medijev (Reese 2021, 43–45). V slovenskem medijskem okolju izgradnja vzporednega (desnega) medijskega okolja v zadnjih letih ni bila nič manj izrazita (Kučić 2019), prihajalo je tudi do političnih pritiskov na konkretne medije in novinarje, s poskusi njihovega podjarmljanja (Splichal 2020; Toth, Pajnik in Zdravković 2025). Predvsem v evropskih državah z močnimi javnimi mediji so neposredni politični posegi vanje prav tako postali tipični za avtoritarne politike. Morda osrednja razlika v primerjavi z drugimi

državami je, da se je v ZDA politično opredeljeni sistem vzpostavljalo desetletja in razvijalo postopno, skorajda organsko, enako velja za privrženost občinstev, ki spremljajo te medije. Ti trendi so se prepletali z vedno globljo politično polarizacijo, ki je kasneje pričela temeljiti na nesprejemanju in izključevanju; politični nasprotniki so se spreminjali v sovražnike, ki jih je potrebno premagati dokončno in za vsako ceno (Hacker in Pierson 2020; Calhoun, Gaonkar in Taylor 2022, 42–47).

NEZAUPANJE V MEDIJE TER POLITIČNE DELITVE V MEDNARODNEM IN LOKALNEM KONTEKSTU

Krhanje obstoječih političnih ureditev zaradi vzpona avtoritarizma obravnavajo različne empirične študije (glej Mounk 2018, 3. pogl.; Wike 2025). Ameriška organizacija Freedom House je poročilo o državah v prehodu leta 2021 podnaslovlila *Protidemokratski obrat* (2021), saj je večina držav po indeksu demokracije občutno nazadovala. Daleč največji padec sta doživeli Poljska in Madžarska, sledila jima je Srbija. Zadnjeomenjeni državi je Freedom House pričel umeščati med hibridne politične režime in ju torej ni več opredeljeval kot demokraciji. Poročilo švedskega inštituta V-Dem (2021) je prišlo do podobnih zaključkov. V volilnih avtokracijah je živelo že dve tretjini svetovne populacije, svoboda izražanja je bila vedno bolj pod udarom, nedemokratski trendi pa so bili značilni za večino držav na svetu. Tudi med državljani je zaupanje v institucije in osrednje predpostavke liberalne demokracije padlo. Po različnih indikatorjih v javnomnenjskih anketah se ta politični sistem še zdaleč ne dojema več kot tako samoumeven, kot je bil še pred desetletji, pri čemer gre prav tako za trend, ki je značilen za večino držav (Mounk 2018, 99–112). Pomemben razlog za nezaupanje je vedno pogostejše prepričanje državljanov, da jih politični predstavniki v resnici ne predstavljajo.⁴

4 V anketi centra Pew, ki je bila izvedena leta 2023 v 24 državah, se je 74 % vprašanih strinjalo z izjavo, da je izvoljenim političnim predstavnikom vseeno, kaj si volivci mislijo, 42 % pa jih je dejalo, da nobena stranka v državi njihovih pogledov ne predstavlja dovolj dobro (Wike 2025). Müllerjeva (2021, 78, poudarek avtorjev) ocena podpira ta stališča, posebej za ZDA, kjer je po njegovem mnenju politični sistem »de

Do primerljivih zaključkov prihajajo številne raziskave, ki obravnavajo zaupanje v medije, kljub temu pa po ugotovitvah Hanitzscha, Van Dalna in Steindl (2017) te težnje niso pravilo. Kot izpostavljajo v svoji raziskavi, je v nekaterih državah zaupanje v medije zares stalno padalo, a v večini primerov je bolj kot ne nihalo, pri čemer so bili ti trendi povezani z (ne)zaupanjem v politične institucije. Zaupanje v medije torej ni bilo odvisno le od njih samih, temveč je bilo povezano z zunanjimi kontekstualnimi dejavniki in politično ureditvijo. Najbolj dramatičen padec zaupanja v medije se je zgodil v ZDA, a kot poudarjajo, te izkušnje ne bi smeli preprosto ekstrapolirati na vse ostale primere (prav tam, 19). Raziskava Hanitzscha, Van Dalna in Steindl je zanimiva tudi za lokalni kontekst: za zadnje obdobje, ki ga avtorji vključujejo v svojo raziskavo (2010–2014), je občuten padec zaupanja v medije prisoten tudi v primeru Slovenije. V tem obdobju jim je zaupalo le še 23,4 % anketirancev, nižji delež med 45 vključenimi državami sta v tem obdobju imeli le dve drugi državi: Avstralija (16,5 %) in prav ZDA (22,8 %) (prav tam, 13).

Pri vzponu avtoritarne desnice in krizi medijev gre v mnogih pogledih za globalne trende in osrednji akterji si politične in medijske strategije pogosto izposojajo iz drugih političnih okolij. Vendar sta tako politična sfera kot medijski sistem praviloma ukoreninjena tudi v specifične nacionalnih kontekstov, zato se poskusi posplošitev slej ko prej soočijo z omejitvami (Bauer in Nadler 2025). Med državami obstajajo zgodovinsko pogojene razlike, ki se odražajo v specifičnih zakonitostih in praksah lokalnega političnega okolja, regulatornih okvirih, profesionalnih normah, sociokulturni in religijski sestavi družbe, prevladujočih ideoloških okvirih in tako dalje (prav tam). Za ZDA je na primer značilno, da je visoka stopnja nezaupanja v medije še posebej značilna za volivce republikanske stranke. V raziskavi inštituta

facto neodziven za spodnji *dve tretjini* državljanov«. Druge ankete potrjujejo te trende, pri čemer so respondenti vedno bolj prepričani, da politični sistem služi predvsem elitam (prav tam). Analiza časopisa Financial Times (Burn-Murdoch 2024) prihaja do podobnih ugotovitev glede zaupanja v demokracijo, ilustrativna je tudi glede političnega nezadovoljstva. V letu 2024 naj bi se prvič v zadnjih 120 letih zgodilo, da se je v zahodnih državah v primerjavi s prejšnjimi volitvami podpora znižala vsem strankam, ki so bile na oblasti (volitve so potekale v 12 državah). Volitve so v tem letu sicer potekale v 73 državah in na njih je skupno volilo več kot 1,5 milijarde volivcev; najbolj so pridobivale stranke skrajne desnice (prav tam).

Reuters so desno opredeljeni anketiranci dvakrat bolj verjetno dejali, da ne zaupajo novicam, v primerjavi z levo opredeljenimi anketiranci (Newman et al. 2017, 102).⁵ Kot nakazano že zgoraj, (ne)zaupanje torej v veliki meri sledi siceršnji politični polarizaciji, ki se je vzpostavila v ameriški družbi. Zanimivo je, da je podoben pojav nakazala analiza, ki se je osredotočila na slovenski medijski sistem. Respondenti v anketi, ki so spremljali desno opredeljene medije, so na primer manj zaupali medijem na splošno in bili bolj skeptični glede objektivnosti njihovega poročanja (Slaček, Zajc in Mance 2016). Politično polarizacijo kot težavo, ki se posebej zaostrojuje v obdobjih avtoritarnih vlad, izpostavljajo tudi sami novinarji (glej Toth, Pajnik in Zdravković 2025).

Mednarodni trendi (ne)zaupanja v medije in osrednje politične institucije

Obravnavane tematike nudijo več možnih poti za empirično raziskovanje, v nadaljevanju pa sva se omejila na problem zaupanja, ki sva ga zaradi nacionalnih specifik obravnavala na primerih posameznih držav. Zanimalo naju je, kakšni so trendi zaupanja v medije in ostale osrednje politične institucije v slovenskem kontekstu, kako se povezujejo s tistimi zahodnih demokratičnih družb in v kakšnem odnosu so s političnimi delitvami. Za izhodišče sva si zastavila naslednji raziskovalni vprašanji:

RV1: Kako se je zaupanje v medije v primerljivih državah spreminjalo skozi čas?

RV2: V kolikšni meri je zaupanje v medije povezano s politično opredeljenostjo?

5 Pri čemer to zaupanje močno variira med mediji. Hacker in Pierson (2020, 101) navajata raziskavo, v kateri je pred volitvami leta 2016 le 14 % republikancev izjavilo, da na splošno zaupajo medijem. Po drugi strani je v raziskavi, izvedeni dve leti pred tem, kar 88 % opredeljenih konservativnih volivcev izjavilo, da zaupa televiziji Fox News, za skoraj polovico teh anketirancev je bil Fox tudi osrednji vir novic o politiki. Do podobnih ugotovitev je prišla raziskava, izvedena leta 2017. V njej je več kot polovica republikancev Fox News imenovala za svoj najbolj zaupanja vreden vir novic (DiMaggio 2020, 190).

Medtem ko sva pri RV1 upoštevala mednarodni kontekst, sva se pri odgovarjanju na RV2 osredotočila le na lokalni kontekst. Pri tem sva se pri iskanju odgovora na RV2 oprla na naslednje tri dejavnike: strankarsko pripadnost, ideološko orientacijo in zaznavo delovanja demokracije. Iz teh dejavnikov sva izpeljala naslednji podvprašnji:

RV2.1: Katere družbenopolitične značilnosti (ideološka usmerjenost, zaupanje v medije, zadovoljstvo z demokracijo) najboljše razlikujejo med volivci različnih političnih strank?

RV2.2: Ali in v kolikšni meri pripadnost določeni politični stranki vpliva na stopnjo zaupanja v medije?

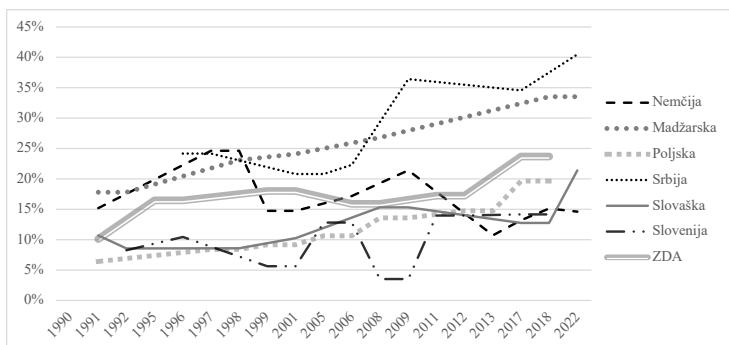
Pri odgovarjanju na RV1 sva uporabljala t. i. najdene podatke (po Mertonu), pridobljene v dveh serijah mednarodnih longitudinalnih raziskav Evropske raziskave vrednot (v nadaljevanju EVS, angl. *European Values Survey*) in Svetovne raziskave vrednot (v nadaljevanju WVS, angl. *World Values Survey*)⁶ (Gedeshi, Rotman in Merab 2024). Pri RV2 sva uporabljala podatke, dostopne v nacionalnih raziskavah serije Slovensko javno mnenje (v nadaljevanju SJM; Hafner Fink et al. 2023, 2024, 2025). Podatki SJM so precej bolj aktualni, saj so zadnji dostopni podatki v raziskavah EVS in WVS iz leta 2017. Razlog, da sva se odločila za podrobnejšo preučitev problemov, ki so sestavni del RV2, je zgoraj omenjena naraščajoča politična polarizacija, ki je po ugotovitvah drugih raziskav lahko bodisi povezana ali se prenaša v (ne) zaupanje v medije.

Stališča o zaupanju v medije (angl. *confidence in the press*) so v okviru EVS in WVS merjena na štiristopenjski lestvici, ki sega od »sploh ne zaupam« do »v veliki meri zaupam«. Svoj pregled mednarodnih trendov sva v okviru RV1 namenoma začrtala deskriptivno in v njem za razliko od Hanitzscha, Van Dalna in Steindl (2017) preverjala le obe skrajni samoopredelitvi anketirancev glede zaupanja. Za pregled sva izbrala naslednje države: Nemčijo, Madžarsko, Poljsko, Srbijo, Slovaško, Slovenijo in ZDA. Izbor

6 Podatki v EVS in WVS so bili zajeti med letoma 1981 in 2022, vendar so dostopni le do leta 2017 (glej Gedeshi, Rotman in Merab 2024; pregled valov zbiranja podatkov je v tabeli 4 v prilogi). V prikazu sva zaradi političnih premikov in dostopnosti podatkov za začetno obdobje izbrala drugi val zbiranja, tj. obdobje 1990–1993.

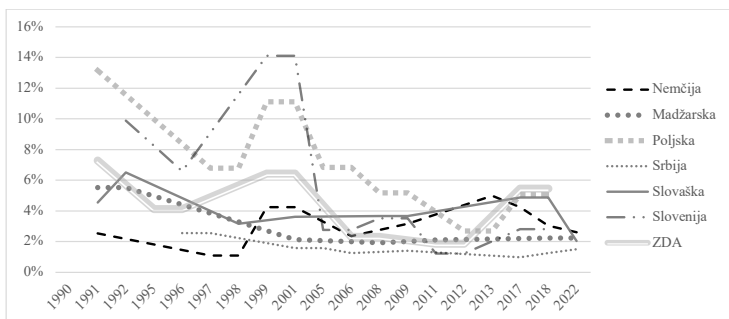
držav vključuje tako zahodnoevropske kot srednje- in vzhodnoevropske države ter ZDA, kar omogoča primerjavo različnih političnih in medijskih okolij. V vseh teh državah je v zadnjem desetletju prišlo do erozije političnih ureditev, vzpona skrajno desnih gibanj in avtoritarnih voditeljev ter krepitve politične polarizacije. Hkrati so se v njih razširili konspirativni narativi, ki načrtno spodkopavajo verodostojnost medijev in prispevajo k njihovemu dojemanju kot orodja oblasti ali določene politične opcije.

V primerih raziskav, ki sva jih uporabljala, je zaupanje razumljeno kot institucionalno zaupanje, to je zaupanje državljanov v medije kot institucijo. Mediji so torej opredeljeni kot homogena kategorija brez razlikovanja med posameznimi medijskimi organizacijami ali med različnimi vidiki medijskega delovanja, kot so način poročanja, vrednostne usmeritve in uredniška neodvisnost. Ta opredelitev ima očitne omejitve, saj lahko zaupanje v različne tipe medijev med populacijo občutno variira. Kljub temu pa splošna ocena zaupanja v medije zagotavlja okvirno merilo percepcije medijev kot celote ter odraža raven zaupanja, ki jo javnost pripisuje širšemu medijskemu sistemu. Pri analizi torej izhajava iz razumevanja zaupanja v medije kot oblike institucionalnega zaupanja, ki izhaja iz pripravljenosti občinstva, da se izpostavi medijskim vsebinam, ob predpostavki, da bo medijski sistem deloval na zadovoljiv način (Hanitzsch, Van Dalen in Steindl 2017). Omeniti velja tudi, da na podlagi (ne) zaupanja v medije ali posamezne politične institucije le stežka sklepamo, kakšno podporo ima neka politična ureditev ali celo kakšno legitimnost uživa v populaciji. Nizko zaupanje v medije bi na primer bilo mogoče interpretirati tudi kot zdravo skepso državljanov do te institucije. Vendar sva tovrstne dileme glede zaupanja in legitimnosti na tej točki primorana pustiti ob strani, saj občutno presegajo namene tega poglavja.



Graf 1: Delež anketirancev v izbranih državah, ki »sploh ne zaupajo« medijem.

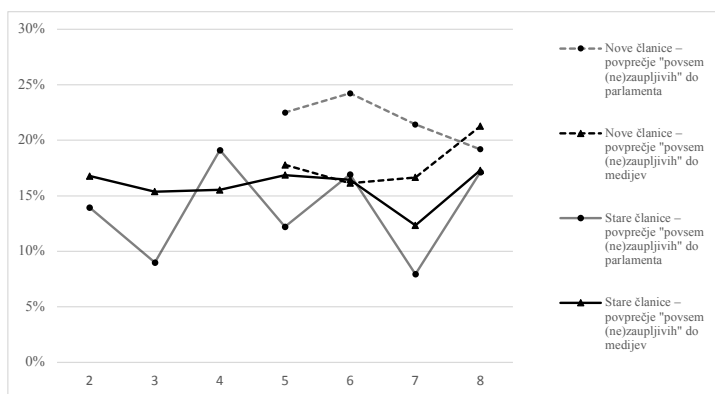
V vseh vključenih državah se delež anketirancev, ki medijem pripisujejo najnižjo stopnjo zaupanja, povečuje (graf 1). Izjema med izbranimi državami je le Nemčija, kjer je ta delež upadal. Med državami v primerjavi je bil ta delež v zadnjem merjenem obdobju s 14,2 % (2017) najnižji v Sloveniji, a je tudi v tem primeru (z izjemo krajšega vmesnega obdobja) precej višji kot v devetdesetih letih 20. stoletja.



Graf 2: Delež anketirancev v izbranih državah, ki »v veliki meri zaupajo« medijem.

Na drugi strani se v vseh analiziranih državah v zadnjih 30 letih postopno zmanjšuje tudi delež anketirancev, ki v veliki meri zaupajo medijem (graf 2). Medtem ko je v nekaterih državah, zlasti v Sloveniji, a tudi na Poljskem, v ZDA in Nemčiji, ob prelomu tisočletja prišlo do kratkotrajnega povečanja zaupanja, je

temu nato sledil izrazit upad. Razen na Poljskem in v ZDA v zadnjem merjenem obdobju delež anketirancev, ki izražajo visoko stopnjo zaupanja v medije, znaša manj od 5 %. V Srbiji je bilo takšnih le 1,5 % (2018), na Madžarskem 2,2 % (2018), v Nemčiji 2,6 % (2018) in v Sloveniji 2,8 % (2017). Ti deleži so torej tako nizki, da lahko v primeru Srbije in Madžarske spodnja meja intervala pade blizu ali celo znotraj statistične napake.



Graf 3: Ravni najnižje stopnje zaupanja v medije in parlament med prebivalci držav, ki so postale članice EU pred letom 2004 in po tem (v posameznih izvedbah WVS/EVS, glej tabelo 4 v prilogi).

Primerjava zaupanja v medije in politične institucije, kot je parlament (graf 3), kaže na pomembne razlike med starimi in novimi članicami EU. V starih članicah (z izjemo dveh časovnih obdobj) so respondenti v skupnem povprečju izrazili večje nezaupanje v medije kot v parlament. V zadnji izvedbi raziskave pa se je ta razlika izničila, saj je delež tistih, ki medijem in parlamentu pripisujejo najnižjo stopnjo zaupanja, enak in znaša približno 17 %.

V novih članicah je opazen obraten trend. Po letu 2004 je bilo nezaupanje v parlament praviloma višje kot v medije (povprečno gledano za vse nove članice EU skupaj), kar je razvidno iz deležev respondentov, ki so institucijama pripisali najnižjo oceno. V zadnji raziskavi pa se je to razmerje spremenilo, prvič je namreč delež tistih, ki najmanj zaupajo medijem, presegel delež respondentov z najnižjim zaupanjem v parlament. Trend nezaupanja v medije se postopno povečuje tako v novih kot starih članicah EU

in za nekajkrat presega delež tistih, ki so v izbranih državah medijem zaupali v veliki meri.

Zaupanje v medije skozi prizmo raziskav Slovensko javno mnenje

Takšen mednarodni pregled nudi le grob vpogled v obstoječe trende in se ne more osredotočati na razlike, ki izhajajo iz ideološke ali strankarske pripadnosti, ali na morebitne povezave, ki obstajajo med zaupanjem v širšo politično ureditev in medije. Za bolj poglobljeno razumevanje teh vidikov zaupanja sva se omejila na slovenski kontekst in se oprla na serijo Slovensko javno mnenje, ki vključuje stalen blok vprašanj, poimenovan Ogledalo javnega mnenja. Ta zajema vprašanja o zaupanju državljanov v državne institucije, kot so na primer predsednik republike, državni zbor in vlada. Vendar se vprašanja o zaupanju v medije ne pojavljajo v vsakokratni izvedbi ankete, poleg tega je vprašanje občasno merjeno z različnimi stališčnimi lestvicami, kar onemogoča daljšo longitudinalno primerjavo, kar je omejitev, ki sva jo bila primorana upoštevati.

Zadnje dostopne ankete iz omenjene serije, ki vključujejo vprašanja o zaupanju v medije, so bile izvedene dvakrat v letu 2022, zadnja pa v letu 2024. Prva je bila izvedena med 25. aprilom in 2. avgustom 2022 ($n = 1,001$), druga med 26. oktobrom 2022 in 23. januarjem 2023 ($n = 1,042$) ter tretja med 22. oktobrom 2024 in 7. februarjem 2025 ($n = 992$). V vseh podatkovnih bazah so podatki obteženi glede na spol, starost in geografsko lokacijo anketirancev ter so reprezentativni za nacionalno populacijo. Zaupanje v medije je bilo v anketah merjeno z naslednjim vprašanjem: »V kolikšni meri zaupate televiziji, časopisom in radiu?« Anketiranci so odgovarjali na lestvici od 0 do 10, kjer je 0 pomenilo »sploh ne zaupam« in 10 »povsem zaupam«. Podobno je bila merjena zaznava delovanja demokracije v Sloveniji, ki je bila ocenjena z vprašanjem: »Kako zadovoljni ste na splošno z delovanjem demokracije v Sloveniji?« Odgovor 0 je v tem primeru pomenil »izjemno nezadovoljen«, 10 pa »izjemno zadovoljen«. Tudi ideološka orientacija je bila merjena z desetstopenjsko lestvico, in sicer z vprašanjem: »Kam bi vi uvrstili sami sebe na lestvici od 0 do 10, kjer 0 pomeni levo in 10 desno?« Strankarsko

pripadnost so anketiranci ocenjevali z vprašanjem: »Denimo, da bi bile to nedeljo volitve v Državni zbor. Za kandidata katere stranke bi najverjetneje glasovali?«

Za razumevanje rezultatov je pomembno izpostaviti, da se je prva raziskava (v nadaljevanju SJM 22a) pričela izvajati dan po državnozborskih volitvah, ki so potekale 24. aprila 2022. Izvedena je bila torej v obdobju zamenjave vlad, ko je koalicijsko vlado, ki jo je vodila Slovenska demokratska stranka (SDS), zamenjala koalicijska vlada pod vodstvom Gibanja Svoboda. Velik del politične kampanje pred temi volitvami je bil prav v znamenju medijev, saj so se v javnosti pojavljale kritike avtoritarnega odnosa takratne oblasti do medijev in novinarstva. Ta se je posebej izrazilo kazal v pritiskih na najpomembnejši medijski instituciji v Sloveniji, RTV Slovenija in Slovensko tiskovno agencijo (STA), slednji je vlada tudi ukinila financiranje (Splichal 2020). Volitve so imele primerjalno gledano zelo visoko volilno udeležbo, saj je na njih sodelovalo 70,97 % volilnih upravičencev, največ po državnozborskih volitvah leta 1996. Tudi v primeru druge raziskave (v nadaljevanju SJM 22b) so bili mediji v središču javnih razprav, saj se je anketiranje delno prekrivalo z obdobjem referendumske kampanje o novem zakonu o RTV Slovenija, ki je potekal 27. novembra 2022. Novi zakon, ki naj bi po trditvah vlade odstranil strankarski vpliv na to institucijo, je bil prvi pomembnejši zakon, ki ga je po volitvah sprejela nova koalicija. Na referendumu, ki ga je zahtevala opozicija, sta zakon nato potrdili skoraj dve tretjini volivcev, ki so se udeležili referenduma (62,8 %). Šele za tretjo uporabljeno raziskavo (v nadaljevanju SJM 24) je mogoče zapisati, da mediji v času izvedbe niso bili med javno posebej izpostavljenimi tematikami.

	N	Zaupanje v medije		Ideološka orientacija	Zadovoljstvo z demokracijo
		Povprečna vrednost	Std. odklon		
	SJM	SJM	SJM	SJM	SJM
Stranka Alenke Bratušek (SAB)	22a / 22b / 24 10 / 8 / --	22a / 22b / 24 5,9 / 6,3 / --	22a / 22b / 24 3,1 / 1,5 / --	22a / 22b / 24 4,2 / 2,7 / --	22a / 22b / 24 5,1 / 5,1 / --
Demokratska stranka upokoencev Slovenije (DESUS)	7 / 7 / --	4,7 / 4,4 / --	1,9 / 3,5 / --	5,0 / 7,1 / --	4,6 / 3,1 / --
Socialni demokrati (SD)	44 / 35 / 43	4,7 / 6 / 5,4	2,5 / 1,9 / 2,2	3,2 / 3,4 / 3,3	4,9 / 5,5 / 6,2
Lista Marjana Šarca (LMSŠ)	20 / 13 / --	4,5 / 4,9 / --	2,4 / 2,4 / --	3,2 / 5 / --	4,7 / 4,5 / --
Vesna zelena stranka	9 / -- / --	4,4 / -- / --	2,8 / -- / --	4,2 / -- / --	5 / -- / --
Gibanje Svoboda	284 / 303 / 112	4,3 / 5,2 / 5,2	2,4 / 2,2 / 2,5	3,8 / 3,5 / 3,0	4,7 / 5,2 / 6,8
Nova Slovenija - Krščanski demokrati	46 / 51 / 36	4,3 / 4,8 / 4,0	2,7 / 2,3 / 2,2	6,5 / 7,2 / 6,6	5,3 / 4,9 / 5,4
Slovenska demokratska stranka (SDS)	140 / 134 / 139	4,2 / 3,7 / 3,0	2,7 / 2,2 / 2,7	7,4 / 7,5 / 7,7	5,5 / 3,8 / 3,5
Naša dežela, stranka dr. Aleksandre Pivec	6 / -- / --	4,2 / -- / --	2,2 / -- / --	5,8 / -- / --	4,2 / -- / --
Levica	36 / 40 / 48	4,1 / 4,1 / 4,7	2,4 / 2,4 / 2,6	2,1 / 1,7 / 1,9	5,2 / 4,2 / 6,4
Povežimo Slovenijo (Konkretno, Zeleni, SLS, NLS, NS)	19 / 14 / --	3,3 / 4 / --	2,5 / 2,4 / --	6,4 / 5,1 / --	4,7 / 3,9 / --
Piratska stranka Slovenije	10 / -- / --	3,0 / -- / --	2,4 / -- / --	5,4 / -- / --	4,6 / -- / --
Državljsko gibanje Resni.ca	10 / 17 / --	2,0 / 2,2 / --	2,1 / 2,6 / --	4,8 / 4,6 / --	4,6 / 3,3 / --
Ljudska lista gibanja Zdrava družba	12 / -- / --	1,7 / -- / --	2,4 / -- / --	5 / -- / --	2,8 / -- / --
Drugo	13 / 19 / 56	4,5 / 3,1 / 3,8	3,1 / 2,3 / 2,5	5,5 / 5,0 / 4,7	5,6 / 2,7 / 5,4
Ne vem	160 / 245 / 363	3,8 / 4,3 / 3,9	2,4 / 2,4 / 4,1	5,1 / 4,5 / 4,7	4,6 / 4,3 / 3,7
Ni odgovoril	46 / 45 / 39	4,5 / 3,9 / 3,4	2,2 / 2,4 / 3,9	5,0 / 5,6 / 5,2	5,0 / 4,3 / 3,8
Ne bi šel/šla na volitve	92 / 96 / 148	3,0 / 3,4 / 3,4	2,5 / 2,4 / 3,1	4,9 / 5,1 / 4,5	3,8 / 3,6 / 3,0
Skupaj	933 / 1030 / 980	4,2 / 4,7 / 4,1	2,5 / 2,4 / 3,5	4,8 / 4,7 / 4,7	4,9 / 4,7 / 4,4

Tabela 1: Povprečne vrednosti stalnih volivcev slovenskih političnih strank glede zaupanja v medije, zadovoljstva z demokracijo in ideološke orientacije. *Iz prikaza sva odstranila rezultate, kjer je število respondentov oziroma simpatizerjev strank znašalo manj kot 5. Tako so bili izločeni podatki za naslednje stranke: Listo Borisa Popoviča – Digitalizirajmo Slovenijo, Naša prihodnost, Dobra država, Slovensko nacionalno stranko (SNS) in Za ljudstvo Slovenije (ZLS).

Iz rezultatov (tabela 1) lahko sklepamo, da je tudi v Sloveniji zaupanje v medije povezano s politično pripadnostjo in da ne gre za stabilno kategorijo. Zaupanje se spreminja glede na konkretne zunanje okoliščine, kot nakazujejo tudi Hanitzsch, Van Dalen in Steindl (2017). Povečanje ali zmanjšanje zaupanja pri določenih skupinah strankarskih simpatizerjev v različnih izvedbah anket kaže, da na to percepcijo vplivajo različni dejavniki, kot so politični dogodki in aktualno dogajanje. V prvi izvedbi ankete je le med simpatizerji SAB povprečna ocena zaupanja v medije tako visoka (5,9 in 6,3), da je presegla srednjo vrednost merske lestvice (tabela 1). Pri simpatizerjih drugih strank, kjer je bilo anketiranih vsaj pet posameznikov in so ti izpolnjevali minimalne kriterije variabilnosti, je ocena zaupanja v medije nižja in je ostala pod srednjo vrednostjo. Med temi strankami so se v prvem anketiranju (SJM 22a) ocene pri 9 od 14 strank ($n = 592$; 93 % veljavnega vzorca) razlikovale znotraj ene ocene, kar kaže na precejšnjo stopnjo soglasja.

V drugi izvedbi ankete, ko je že bila oblikovana nova vlada in je bila v središču politične pozornosti RTV Slovenija, so se pojavile izrazitejše razlike: zlasti med simpatizerji SD in Gibanja Svoboda, ki so oceno zaupanja v medije zvišali (za 1,3 oz. 0,9), medtem ko je bilo pri simpatizerjih stranke SDS mogoče zaznati največji upad zaupanja, saj je njihova ocena padla za 0,5. Najnižjo stopnjo zaupanja v medije sicer izkazujejo simpatizerji neablikiranih strank, kar tudi kaže, da je dilema zaupanja potrebno obravnavati kot širši problem, tesno povezan z nezadovoljstvom z (obstoječo) ureditvijo in demokratičnimi procesi nasploh.

Ocena zaupanja v medije med simpatizerji stranke Levica je ostala v prvih dveh obdobjih anketiranja nespremenjena, kar je zanimivo, saj gre za eno izmed strank, ki so vstopile v novo vladno koalicijo. Prav tako je vredno omeniti, da so simpatizerji Levice v obdobju koalicijske vlade pod vodstvom SDS izražali nižje zaupanje v medije kot simpatizerji stranke SDS. Slednji so se v nacionalnem kontekstu ideološko identificirali kot najbolj desni volivci (ideološka orientacija 7,4 / 7,5 / 7,7), oceno zaupanja v medije pa – vsaj tako kaže – prilagajajo glede na zmožnosti strankinega (uspešnega) nadzora nad mediji. Ta ugotovitev odraža tudi strankino politiko napadov na medije, s katero skuša okrepiti svoj vpliv na medijsko krajino (prim. Toth, Pajnik in Zdravković 2025).

(Ne)zaupanje v medije pred (ne)zadovoljstvom z demokracijo: hierarhija dejavnikov volilne odločitve

Z diskriminantno analizo sva preučila, v kolikšni meri tri spremenljivke – zaupanje v medije, ideološka samoopredelitev in zadovoljstvo z delovanjem demokracije – omogočajo razlikovanje med podporniki slovenskih političnih strank. Analize, izvedene na strankah z najmanj 20 anketiranimi, so pokazale visoko konsistentnost ideološke samoopredelitve kot glavne dimenzije razlikovanja. Prva diskriminantna funkcija, ki v vseh treh obdobjih pojasni med 93 % in 98 % variance med skupinami (glej tabelo 2), je tesno povezana prav s to spremenljivko. Pojasnjena varianca pomeni delež razlik med skupinami, ki ga posamezna funkcija uspe razložiti, kar kaže na izjemno močan diskriminativni učinek ideološke orientacije.

Kanonična korelacija, ki meri povezanost med diskriminantno funkcijo in skupinsko pripadnostjo, je bila najvišja za prvo funkcijo (med 0,68 in 0,73), kar dodatno potrjuje njeno relevantnost. Glavna spremenljivka, ki najbolj korelira s prvo funkcijo, je bila v vseh obdobjih ideološka samoopredelitev (s korelacijami nad 0,92 v vseh treh analizah). Centroidi – povprečne vrednosti posameznih strank na diskriminantnih funkcijah – dosledno kažejo polarizacijo med desnosredinskimi (SDS, NSi) in levosredinskimi (Levica, SD, LMS, Gibanje Svoboda) strankami. Gibanje Svoboda se pri tem umešča nekoliko bližje centru.

Zaupanje v medije (druga diskriminantna funkcija) in zadovoljstvo z demokracijo (tretja funkcija), čeprav skupaj pojasnujeta razmeroma majhen delež variance (1–7 %), najpogosteje prispevata k razločevanju znotraj levega političnega pola.

Kazalnik		SJM 22a	SJM 22b	SJM 24
Št. analiziranih strank		6	5	5
1. funkcija	Pojasnjena varianca	98,3 %	93,1 %	97,6 %
	Kanonična korelacija	0,682	0,733	0,717
	Glavna spremenljivka	Ideološka samoopredelitev	Ideološka samoopredelitev	Ideološka samoopredelitev
	Najvišji centroidi	SDS (1,417), NSi (0,882)	SDS (1,543), NSi (1,176)	SDS (1,582), NSi (0,862)
	Najnižji centroidi	Levica (-1,276), SD (-0,822), LMŠ (-0,790) Gibanje Svoboda (-0,480)	Levica (-1,389), SD (-0,766), Gibanje Svoboda (-0,679)	Levica (-1,344), SD (-0,551), Gibanje Svoboda (-0,613)
	Pojasnjena varianca	1,4 %	6,8 %	2,2 %
2. funkcija	Kanonična korelacija	0,110	0,279	0,154
	Glavna spremenljivka	Zaupanje v medije (r = 0,418)	Zaupanje v medije (r = 0,807)	Zaupanje v medije (r = 0,894)
	Najvišji centroidi	Levica (-0,355), SDS (-0,039)	Levica (-0,804), SDS (-0,194)	Levica (-0,317), SDS (-0,027)
	Najnižji centroidi	SD (0,110), Gibanje Svoboda (0,058)	NSi (0,388), SD (0,368)	NSi (0,219), SD (0,155)
	Pojasnjena varianca	0,3 %	0,1 %	0,2 %
	Kanonična korelacija	0,049	0,040	0,047
3. funkcija	Glavna spremenljivka	Zadovoljstvo z demokracijo (r = 0,737)	Zadovoljstvo z demokracijo (r = 0,581)	Zadovoljstvo z demokracijo (r = 0,733)
	Najvišji centroidi	SD (-0,147), SDS (-0,023)	SD (-0,147), SDS (-0,011)	Gibanje Svoboda (-0,068), SDS (-0,009)
	Najnižji centroidi	NSi (0,125), Levica (0,012)	NSi (0,026), Gibanje Svoboda (0,019)	SD (0,120), NSi (0,095)

Tabela 2: Ključni kazalniki diskriminantne analize političnih strank po treh valovih raziskave SJM.

Zaupanje kot lakmusov test pripadnosti politični ureditvi

Za podrobnejše razumevanje, ali se zaupanje v medije statistično različno razlikuje med volivci različnih političnih strank, smo izvedli enosmerno analizo variance (ANOVA), dopolnjeno s post hoc testom (Tukey HSD). Cilj analize je bil ugotoviti, ali in v kolikšni meri obstajajo statistično značilne razlike pri zaupanju v tradicionalne medije med volivci različnih političnih strank.

V vseh treh valovih raziskav so bile razlike med strankarskimi skupinami statistično značilne (vse vrednosti F statistik so bile pomembne na ravni $p < 0,001$), kar potrjuje trditev, da strankarska pripadnost posameznika pomembno vpliva na njegovo zaupanje v medije. V prvem valu so bile razlike med strankami statistično značilne ($F(21, 957) = 2,92$, $p < 0,001$), pri čemer je bilo pojasnjene približno 6 % variance zaupanja ($\eta^2 \approx 0,06$). To pomeni, da pripadnost stranki pojasnjuje majhen del razlike v zaupanju v medije. Najvišje povprečje zaupanja so dosegli volivci Gibanja Svoboda in Socialnih demokratov, najnižje pa podporniki gibanja Zdrava družba ter volivci, ki se volitev ne bi udeležili. V drugem valu so razlike med strankami postale izrazitejše ($F(15, 1014) = 8,386$, $p < 0,001$), z večjim deležem pojasnjene variance ($\eta^2 \approx 0,11$), kar kaže na večji vpliv strankarske pripadnosti na zaupanje v medije. Tokrat je bilo zaupanje najvišje pri volivcih SAB, najnižje pa pri volivcih strank Resni.ca in SDS. Tretji val je ponovno potrdil statistično značilne razlike med strankami ($F = 10,832$, $p < 0,001$), z nekoliko nižjim deležem pojasnjene variance ($\eta^2 \approx 0,09$). Medtem ko so bili udeleženci, ki so navedli podporo strankam SD, Gibanje Svoboda in Levica, na splošno bolj zaupljivi do medijev (povprečne vrednosti 5,4; 5,2; 4,7), so imeli tisti, ki so izbrali stranki SDS in NSi ter možnost »ne bi šel_šla na volitve«, nižje ocene zaupanja (povprečne vrednosti: 3,0; 4,0; 3,4).

Za dodatno razjasnitev, katere specifične strankarske skupine se med seboj statistično razlikujejo, sva izvedla še post hoc analizo (Tukey HSD) (tabela 3).

	Strankarski par	Razlika	p-vrednost
SJM 22a	Gibanje Svoboda – ne bi šel na volitve	1,3	0,003
	Ljudska lista gibanja Zdrava družba – Gibanje Svoboda	-2,6	0,044
	Ne bi šel na volitve – SD	-1,7	0,031
	Ljudska lista gibanja Zdrava družba – SD	-3,0	0,025
	Ljudska lista gibanja Zdrava družba – SAB	-4,2	0,011
SJM 22b	Gibanje Svoboda – Državljsko gibanje Resni.ca	3,0	0,000
	Gibanje Svoboda – SDS	1,5	0,000
	Gibanje Svoboda – druga stranka	2,1	0,008
	Državljsko gibanje Resni.ca – Nova Slovenija	-2,6	0,004
	Državljsko gibanje Resni.ca – SD	-3,8	0,000
	Državljsko gibanje Resni.ca – SAB	-4,1	0,003
	SD – Levica	1,9	0,039
	SDS – SD	-2,3	0,000
SJM 24	Gibanje Svoboda – SDS	2,2	0,000
	Gibanje Svoboda – ne bi šel/šla na volitve	1,8	0,000
	SD – SDS	2,4	0,000
	SD – ne bi šel/šla na volitve	2,0	0,000
	Levica – SDS	1,7	0,000
	Levica – ne bi šel/šla na volitve	1,3	0,001
	druga stranka – SD	-1,6	0,018
	druga stranka – Gibanje Svoboda	-1,4	0,002

Tabela 3: Statistično značilne razlike v zaupanju v medije med strankarskimi skupinami v treh valovih SJM.

Stranka SDS ima dosledno najnižje – ali med najnižjimi ravnmi – zaupanje v medije v vseh treh analiziranih valovih raziskave. V prvem valu (SJM 22a) se volivci SDS glede zaupanja v medije sicer niso statistično značilno razlikovali od večine drugih strankarskih skupin, vendar se je njihova povprečna raven zaupanja nahajala v spodnjem delu lestvice. V drugem valu (SJM 22b) so volivci SDS izkazovali statistično značilno nižje zaupanje v medije v primerjavi z volivci Gibanja Svoboda ($p < 0,001$) in Socialnih demokratov (SD) ($p < 0,001$). Posredno se razlike kažejo tudi v primerjavi z volivci Stranke Alenke Bratušek (SAB) in Levice, saj sta ti skupini izkazovali višje zaupanje v medije kot volivci

gibanja Resni.ca, ki se glede ravni zaupanja umešča blizu SDS. V letu 2024 so podporniki SDS prav tako izkazovali statistično značilno nižje zaupanje v medije v primerjavi z volivci Gibanja Svoboda ($p = 0,000$), Socialnih demokratov (SD) ($p = 0,000$) in Levice ($p = 0,000$)

Analize treh valov raziskave kažejo, da je pripadnost politični stranki pomemben dejavnik pri oblikovanju zaupanja v medije. Volivci levosredinskih in liberalno usmerjenih strank (npr. Gibanje Svoboda, SD, SAB) izkazujejo najvišjo raven zaupanja, medtem ko se na nasprotni strani nahajajo volivci SDS in Resnica.ca, ki izražajo izrazito nezaupanje. Pomembno je tudi poudariti, da volivci Levice v določenih valovih prav tako izražajo nižje povprečne ravni zaupanja, kar kaže, da nezaupanje ni izključno domena desnosredinskih ali avtoritarno orientiranih skupin.

Rezultati kažejo na ideološko pogojen odnos do medijskega sistema, kjer se moč učinkov giblje v razponu od manjših do srednje velikih (η^2 med 0,06 in 0,11). Kljub temu gre za stabilen vzorec, ki potrjuje pomembno vlogo politične pripadnosti pri oblikovanju zaupanja v medije. Analiza potrjuje, da je zaupanje v medije v Sloveniji politično zaznamovan pojav, ki se oblikuje v odvisnosti od pripadnosti ideološkim taborom in odnosa do institucionalnega sistema. Volivci strank, ki se pozicionirajo kot sistemski akterji, izražajo višjo stopnjo zaupanja, medtem ko podporniki antisistemskih ali marginaliziranih političnih sil izkazujejo bolj distanciran ali celo zavračajoč odnos do medijev. S tem se ideološke razlike poglobljajo, zaupanje v novinarstvo pa se vse bolj oblikuje skozi prizmo politične identifikacije.

Na podlagi analize je mogoče zapisati, da zaupanje v medije podobno kot v nekaterih drugih državah tudi v Sloveniji odseva politične interese. To pomembno vpliva na zaupanje v medije, saj jih podporniki oblasti vidijo kot (bolj) zanesljive posredovalce informacij, opozicija pa kot pristranske in problematične. S tem se ideološke razlike še dodatno poglobljajo, kar spodkopava zaupanje v demokratične institucije, saj se medije vse bolj dojema skozi prizmo političnih interesov in moči. Ta nepredvidljiva dinamika ne le pogloblja prepad med ideološkimi tabori, temveč dodatno spodkopava zaupanje v eno od temeljnih demokratičnih institucij.

SKLEP

V preteklih letih sta v nekaterih državah kriza obstoječe politične ureditve in polarizacija povzročili tako globoko fragmentacijo, da je mogoče govoriti že o družbeni dezintegraciji. Te težnje so se v zadnjih letih manifestirale v številnih političnih pretresih, ki so iz spanca zbudili tudi zmernejše avtorje. Če bi ti ob svarilih kritičnih raziskovalcev še nedavno zamahnili z roko, češ da pretiravajo, so v zadnjih letih sami pričeli biti plat zvona. Ob globalnem vzponu avtoritarne desnice, ki si podreja institucije ter pred sabo podira uveljavljene prakse in norme, to ni presenetljivo. A sočasno ne smemo ignorirati dejstva, da so vzpon in napadi avtoritarizma mogoči le zaradi globljih strukturnih sprememb, ki že dlje časa spodkopavajo temelje obstoječe ureditve.

Med te temelje je potrebno uvrščati tudi medije, ki se soočajo z večplastno krizo, zaradi katere vedno težje izvajajo svoje normativno poslanstvo. Med posledicami je naraščajoče nezaupanje v medije, ki ga lahko dojemamo kot težavo v mnogih zahodnih demokracijah. A te težnje so povezane tudi z zunanjimi dejavniki, med drugim z aktualnimi političnimi okoliščinami in politično opredelitvijo. Zaupanje v medije tako ni več le nevtralen indikator institucionalnega zaupanja, temveč se je preoblikovalo v ideološki označevalec, tesno povezan s strankarsko pripadnostjo. Nizko zaupanje v medije zato ni nujno odraz njihove kakovosti, temveč je pogosto odsev političnih strategij, ki namenoma spodbujajo dvome v obstoječo politično ureditev in demokratične strukture.

Poglobljanje družbenih razkolov postaja vedno večja težava, saj različni deli populacije vedno bolj živijo v vzporednih in nepovezanih svetovih, med katerimi včasih ni strinjanja niti o osnovnih dejstvih. V ZDA je tako prišlo do skoraj popolnega kolapsa skupne komunikacijske in politične osnove, zaenkrat pa obstaja le malo indicev, da se bo situacija kmalu spremenila. Te razpoke se kažejo tudi v slovenskem kontekstu; čeprav se občutno razlikuje od ameriškega, je politično vedno bolj razdeljen, nezaupanje v medije pa je po najinih ugotovitvah tudi v tem kontekstu visoko ter povezano s politično pripadnostjo in izgrajevanjem komunikacijskega okolja, ki informacije celovito podreja strankarskim interesom.

Intenzivni politični konflikti v javnem komuniciranju niso novost, prav tako niso sami po sebi sprožilec, zaradi katerega bi

bilo mogoče govoriti o krizi (demokratske) politike. V konflikt-nih teorijah demokracije so politična nasprotja pomemben del družbe in za zagovornike teh pristopov konsenzualni modeli v najslabšem primeru zamegljujejo družbene konflikte in njihov pomen (Mouffe 1999). Če se ti konflikti namreč ne odpirajo in razrešujejo v političnih institucijah, lahko pričnejo privzemati drugačne preobleke. V veliki meri je bilo prav to značilno za post-ideološko politiko zadnjih treh desetletij, ko vsebinske razlike med strankami skorajda niso več obstajale, kar je odprlo prostor za avtoritarne akterje, ki so pričeli odkrito zavračati celotno politično ureditev in njene temelje.

Kritika v normativnem pomenu predstavlja proces konstruktivnega soočanja različnih idej, vedenj ali dejanj z namenom, da bi prek odprte razprave in argumentacije prispevala k izboljšanju ali razrešitvi določenega družbenega problema. Njena osrednja značilnost je racionalnost, vpeta v javni diskurz, kjer deluje inkluzivno, spodbuja refleksijo skozi argumente (v veliki meri, a ne izključno) primerno usposobljenih akterjev. Nasprotno pa prakse avtoritarne desnice, katerih cilj je družbena osamitev posameznikov, skupin ali institucij prek moralne diskreditacije in družbenega pritiska, bolj kot kritiki ustrezajo kulturi izključevanja, saj namesto dialoga vzpostavljajo mehanizme sankcioniranja in nadzora. Danes se pri tem opirajo na neregulirana družbena omrežja, vzporedne medijske projekte in kvazinovinarske prakse. Ustvarjanje sovražnikov s političnih akterjev širijo na sodno vejo oblasti, civilno družbo in končno na medije. To lahko ustvari začarani krog skorajda nepremostljivih družbenih konfliktov, zaradi katerih lahko pride do popolne razgradnje zaupanja v skupne institucije ali celo osnovna dejstva, brez katerih družba le težko sobiva. Kot to težavo na primeru medijev razlagajo Benkler, Faris in Roberts (2018, 5), je za ohranitev demokracije nujnega pomena, da smo se skupaj sposobni dogovoriti vsaj to, o katerih dejstvih in prepričanjih je še mogoče razumno razpravljati, katera pa so tako brez stika z realnostjo, da jim preprosto ni vredno posvečati pozornosti. V preteklosti so pri razreševanju teh dilem osrednjo vlogo odigrali množični mediji, ki so kljub številnim napakam omogočali skupni forum za javne razprave. Vendar danes ni več jasno, ali skupaj z novinarstvom še (lahko) igrata to vlogo v družbi in v kakšnem komunikacijskem okolju bomo v nasprotnem primeru živeli v prihodnosti.

O avtorjih

Dr. Jernej Amon Prodnik, univerzitetni diplomirani politolog (2008), je izredni profesor komunikologije na Univerzi v Ljubljani. Član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede je od leta 2016, med letoma 2018 in 2021 je bil predstojnik katedre. Trenutno je nosilec predmetov Zgodovina novinarstva, Politična ekonomija novinarstva in Podatkovno novinarstvo, sodeluje tudi pri predmetih Novinarski praktikum in Sodobni problemi novinarstva. Je član Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede.

Dr. Boris Mance, komunikolog, je raziskovalec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

Financiranje

Poglavje je sofinancirala Agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS) v okviru raziskovalnega programa Množični mediji, javna sfera in družbene spremembe (P5-0051) in projekta Rekonfiguracija novinarstva sredi vzpona ekonomije pozornosti in zatona javne sfere (J5-3110).

Priloga

Država / regija	1981–1984		1989–1993		1994–1998	1999–2004		2005–2009	2008–2010	2010–2014	2017–2022	
Izvedba	1		2		3	4		5	6	7	8	
	EVS	WVS	EVS	WVS	WVS	EVS	WVS	WVS	EVS	WVS	EVS	WVS
Nemčija			1990		1997	1999		2006	2008/2009	2013	2017/2018	2017/2018
Madžarska		1982	1991		1998	1999		2009	2008/2009		2018	
Poljska			1990	1989	1997	1999		2005	2008	2012	2017/2018	
Srbija					1996		2001		2008		2018	2017
Slovaška			1991	1990	1998	1999			2008		2017	2022
Slovenija			1992		1995	1999		2005	2008	2011	2017	
ZDA	1982		1990		1995		1999	2006		2011		2017

Tabela 4: Pregled analiziranih držav v valovih EVS in WVS ter leto zbiranja podatkov (Gedeshi, Rotman in Merab 2024).

LITERATURA

- Bauer, A. J., in Anthony Nadler. 2025. »Competing for Cultural Authority: Journalism Studies Must Account for the Right«. *Journalism Studies* 26 (5): 624–37. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2454344>.
- Benkler, Yochai, Robert Faris, in Hal Roberts. 2018. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Betz, Hans-Georg. 2021. »Forty years of radical right-wing populism: an assessment.« V: *Global Resurgence of the Right*, Gisela Pereyra Doval in Gastón Souroujon (ured.), 7–40. London: Routledge.
- Brown, Wendy. 2018. »Neoliberalism's Frankenstein.« V: *Authoritarianism: Three Inquiries in Critical Theory*, Wendy Brown, Peter E. Gordon in Max Pensky (avt.), 7–44. Chicago: University of Chicago Press.
- Burn-Murdoch, John. 2024. »What the 'Year of Democracy' Taught Us«. *Financial Times*, 30. december 2024. <https://www.ft.com/content/350ba985-bb07-4aa3-aa5e-38eda7c525dd>.
- Calhoun, Craig, Dilip Parameshwar Gaonkar, in Charles Taylor. 2022. *Degenerations of Democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Crouch, Colin. 2004. *Post-democracy*. Cambridge, MA: Polity.
- DiMaggio, Anthony. 2020. »Slanting the News: Media Bias and Its Effects«. V: *News on the Right: Studying Conservative News Cultures*, Anthony Nadler in A. J. Bauer (ured.), 190–212. New York: Oxford University Press.
- Fraser, Nancy. 2019. *The Old Is Dying and the New Cannot Be Born*. London: Verso.
- Freedom House. 2021. *Nations in Transit 2021: The Antidemocratic Turn*. Freedom House. https://freedomhouse.org/sites/default/files/2021-04/NIT_2021_final_042321.pdf.
- Fuchs, Christian. 2018. *Digital Demagogue: Authoritarian Capitalism in the Age of Trump and Twitter*. London: Pluto Press.
- Gedeshi, Ilir, David Rotman, in Merab Pachulia. 2024. *Joint EVS/WVS 2017-2022 Dataset (Joint EVS/WVS)*. Köln, GESIS. ZA7505 Data file Version 5.0.0, <https://doi.org/10.4232/1.14320>.
- Habermas, Jürgen. 2009. *Europe: The Faltering Project*. Cambridge: Polity.
- Hacker, Jacob S., in Paul Pierson. 2020. *Let Them Eat Tweets: How the Right Rules in an Age of Extreme Inequality*. New York: Liveright Publishing.
- Hafner Fink, Mitja, Samo Uhan, Maša Filipovič Hrast, Andraž Petrovčič, in Slavko Kurdija. 2023. *Slovensko javno mnenje 2022/1: Ogledalo javnega mnenja, raziskava o družini in spolnih vlogah (ISSP 2022), brezdolci, uporaba interneta* [Podatkovna datoteka]. Ljubljana:

- Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP - IDNo: SJM221. https://doi.org/10.17898/ADP_SJM221_V1.
- Hafner Fink, Mitja, Slavko Kurdija, Samo Uhan, Maša Medvešek, Maja Bresjanac, in Brina Malnar. 2024. *Slovensko javno mnenje 2022/2: Ogledalo javnega mnenja, Odnos do priseljencev in njihova integracija, Raziskava o zdravju možganov (Sinapsa), Zdravje in življenjski slog* [Podatkovna datoteka]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP - IDNo: SJM222. https://doi.org/10.17898/ADP_SJM222_V1.
- Hafner Fink, Mitja, Slavko Kurdija, Samo Uhan, Mojca Medvešek, Maja Bresjanac, in Brina Malnar. 2025. *Slovensko javno mnenje 2024/1: Ogledalo javnega mnenja* [Podatkovna datoteka]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, interno gradivo dosegljivo prek avtorjev raziskave.
- Hanitzsch, Thomas, Arjen Van Dalen, in Nina Steindl. 2017. »Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press«. *The International Journal of Press/Politics* 23(1): 3–23.
- Kučić, Lenart J. 2019. »Povzetek preiskave: medijski sistem SDS«. *Pod črto*, 14. november 2019. <https://podcrto.si/povzetek-preiskave-medijski-sistem-sds>.
- Levitsky, Steven, in Daniel Ziblatt. 2019. *How Democracies Die*. New York: Penguin.
- Mair, Peter. 2013. *Ruling the Void: The Hollowing of Western Democracy*. London: Verso.
- Moore, Martin. 2018. *Democracy Hacked: Political Turmoil and Information Warfare in the Digital Age*. London: Oneworld Publications.
- Morelock, Jeremiah, ur. 2018. *Critical Theory and Authoritarian Populism*. London: University of Westminster Press.
- Mouffe, Chantal. 1999. »Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?«. *Social research* 66(3): 745–758.
- Mounk, Yasha. 2018. *The People vs. Democracy: Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Mudde, Cas. 2019. *The Far Right Today*. Cambridge: Polity Press.
- Müller, Jan-Werner. 2021. *Democracy Rules*. London: Penguin.
- Nadler, Anthony, in A. J. Bauer, ur. 2020. *News on the Right: Studying Conservative News Cultures*. New York: Oxford University Press.
- Nerone, John. 2012. »The Historical Roots of the Normative Model of Journalism«. *Journalism* 14(4): 446–458.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos, David A. L. Levy, in Rasmus Kleis Nielsen. 2017. Reuters Institute Digital News Report 2017. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf.

- Pickard, Victor. 2020. *Democracy Without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. New York: Oxford University Press.
- Pomerantsev, Peter. 2019. *This is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. London: Faber&Faber.
- Reese, Stephen D. 2021. *The Crisis of the Institutional Press*. Cambridge: Polity.
- Runciman, David. 2018. *How Democracy Ends*. London: Profile.
- Slaček, Sašo, in Igor Vobič. 2017. »Novinarstvo kot delo v kapitalizmu: transformacije novinarstva skozi transformacije proizvodnih režimov«. *Javnost – The Public* 24(supl.): S1–S18.
- Slaček, Sašo, Jožica Zajc, in Boris Mance. 2016. »Connections Between Trust in Journalism and Patterns of Media Use«. *Medijska istraživanja* 22(1): 41–63
- Splichal, Slavko, ur. 2020. *Premisleki o prihodnosti javnih medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Streeck, Wolfgang. 2014. *Buying Time: The Delayed Crisis of Democratic Capitalism*. London: Verso.
- Toth, Fanni, Mojca Pajnik, in Lana Zdravković. 2025. »From Transition to Authoritarian Populism: Historical Contingencies of Media Instrumentalization in Central and Eastern Europe«. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/10776990251323253>.
- Tufekci, Zeynep. 2017. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press.
- Vaidhyanathan, Shiva. 2018. *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. New York: Oxford University Press.
- V-Dem Institute. 2021. *Autocratization Turns Viral. Democracy Report 2021*. Gothenburg: University of Gothenburg. https://v-dem.net/documents/12/dr_2021.pdf.
- Wike, Richard. 2025. »Why the World Is Down on Democracy«. *Journal of Democracy* 36(1): 93–108.
- Wodak, Ruth. 2019. »Entering the 'post-shame era': the rise of illiberal democracy, populism and neo-authoritarianism in Europe«. *Global Discourse* 9(1): 195–213.

II. NOVINARSKA ETIKA, SAMOREGULACIJA IN IZOBRAŽEVANJE NOVINARJEV

Melita Poler K.

O PRETRESIH IN PREMIIH V NOVINARSKI ETIKI

Novinarska etika je v obdobju velikih sprememb. Model profesionalne etike izpred digitalne revolucije je bil namenjen drugačnim medijem drugačnega časa (Ward 2011), sodobno okolje pa prinaša pretese, ki se v novinarski etiki kažejo kot nova (velika) vprašanja. Teh ni mogoče ustrezno nasloviti z manjšimi preoblikovanji obstoječih načel in s tradicionalnimi novinarskoetičnimi vzvodi. Novinarska etika potrebuje »radikalno pojmovno prenovu – nadomestna pojmovanja vloge novinarstva in nova načela za ocenjevanje prakse« (Ward 2019, 1). Vprašanje je le, kaj od starega je vredno ohraniti in kaj bo treba izumiti na novo (Ward 2016, 68).

K potrebi po preoblikovanju etičnih temeljev novinarstva močno prispevajo pojavi, kot so digitalizacija novinarskih medijev (Ekström, Lewis in Westlund 2020), datafikacija (Porlezza 2024), platformizacija (Simon 2023; Anter 2024) in avtomatizacija oziroma algoritmizacija novinarstva (Carlson 2018; Thurman, Lewis in Kunert 2019) ter uporaba generativne umetne inteligence (Cools in Diakopoulos 2024). Razmah digitalnih medijev, ki omogočajo ustvarjanje in objavo vsebin daleč od k profesionalni etiki zavezanih uredništev, slabi tradicionalne novinarskoetične vrednote, prav tako jih slabi tudi vzpon skrajnega populizma in netolerantnih skupin, podprtih s tehnologijami za širjenje dezinformacij, ter globalnost medijev po dosegu, vplivu in vsebini (Ward 2019, 3). Ugotovitve poročila Inštituta Reuters za študij

novinarstva kažejo, da se novičarski mediji vse bolj soočajo z negotovim poslovnim okoljem, porastom dezinformacij, nizkim zaupanjem in napadi politikov (Newman et al. 2024, 10).

Pretrasi ne pomenijo, da so tradicionalna novinarskoetična vprašanja in načela izginila. Nekatera obstajajo že desetletja in ostajajo aktualna, druga so nova ali pa imajo vsaj spremenjeno obliko ali drugačen odtenek (Steele 2014, viii). Med tradicionalnimi in novejšimi pa so vsaj tri pomembne razlike (Ward 2019, 6): prvič, razprava o etičnih vprašanjih je bila v preteklosti osnovana na relativno širokem soglasju o načelih za njihovo razreševanje, danes pa takega soglasja ni več; drugič, kontekst in problemi so se spremenili, zato je treba tudi obstoječa načela interpretirati na novo; in tretjič, nova vprašanja pretresajo temelje novinarstva, saj se nanašajo na njegovo naravo in cilje. Pri tem je treba poudariti, da poziv k preoblikovanju novinarske etike ne zavrača temeljnih vrednot, kot sta privrženost resnici in točnost, ampak predvsem išče nove načine izpolnjevanja temeljnih zavez (McBride in Rosenstiel 2014, 1).

Namen tega sestavka je orisati ključne, med seboj povezane pojave, ki pretresajo tradicionalno novinarsko etiko, in z njimi povezane premike, obenem pa nakazati (možne) prilagoditve novim okoliščinam na ravni normativne novinarske etike, odzivov novinarske samoregulacije in novinarskega izobraževanja.

PRETRASI V TRADICIONALNI NOVINARSKI ETIKI: NOVE OKOLIŠČINE – NOVI PROBLEMI

Prenova novinarske etike pomeni prekinitev ene ali več prevladujočih moralnih ideologij novinarstva. Potreba po tem se zgodi, ko glavne ideje ideologije v praksi postanejo sporne, so zavržene ali prezrte in ko ideologija ni uporabna pri reševanju novih problemov, zlasti v obdobju hitrih sprememb (Ward 2019, 2–3). Pretresi, opisani v tem poglavju, pomenijo okoliščine, ki ustrezajo tej opredelitvi in ustvarjajo potrebo po prenovi, tj. preoblikovanju etičnih temeljev novinarstva.

Vstop novičarskih medijev v digitalni svet

Digitalizacija je v novinarstvu povzročila revolucijo. Odgovor na vprašanje, kaj je novinarstvo in kdo je novinar, sicer nikoli ni bil

enostaven, a tudi nikoli tako zapleten kot z vstopom v digitalni svet. Digitalizacija in internetizacija komuniciranja sta povečali vpliv nenovinarskih akterjev pri definiranju novinarskega ozemlja (Splichal 2022, 118), nastale so nove oblike novinarskega dela, ki zajemajo več profesionalnih identitet (Ananny in Crawford 2015, 192–193). Meje novinarstva so vse bolj prepustne za »nove ustvarjalce novinarstva« (Witschge in Harbers 2018), nove in nove »novinarske tujce« (Holton in Belair-Gagnon 2018), »igralce z obrobja« (Chua in Duffy 2019) oziroma »akterje z obrobja« (Hanusch in Löhmann 2022), ki delujejo ob tradicionalnih novinarjih in urednikih ali skupaj z njimi (Belair-Gagnon, Holton in Westlund 2019) ter sprožajo vprašanje, kaj njihov prihod pomeni za identiteto novinarstva in novinarsko etiko.

Postavlja se tudi vprašanje, ali (naj) novinarski etični kodeksi zavezujejo le tradicionalne novinarje ali tudi nove akterje z nejasno ali hibridno identiteto. V javnokomunikacijskem prostoru imajo ob novinarjih pomembno vlogo tudi drugi »množični samokomunikatorji« (Castells 2007, 239), uporabniki velikih digitalnih platform, ki niso novinarji, vendar imajo dostop do orodij za ustvarjanje, snemanje in deljenje besedil, fotografij, zvočnih in video posnetkov hitreje in enostavneje kot kadarkoli prej, te vsebine pa so za marsikoga postale pomemben vir informacij (Hamada 2018, 36–38). Uporabniki družbenih medijev po merilih tradicionalnega novinarstva niso zavezani k poklicni odgovornosti, ki se pričakuje od novinarjev.

Posledica digitalnega pretresa so številna nova novinarsko-etična vprašanja oziroma novi vidiki obstoječih vprašanj. Masip, Suau in Ruiz (2021) so z anketo med novinarji prepoznali dileme, povezane s hitrostjo in točnostjo objave; pritegovanjem klikov; odgovornostjo za zunanje vsebine; odgovornostjo za uporabo vsebin uporabnikov v novinarskih prispevkih; uporabo vsebin z zasebnih profilov družbenih omrežij v novinarskih prispevkih; sodelovanjem novinarjev v razpravah na družbenih omrežjih in javnih forumih; odgovornostjo za spoštljivost in vljudnost komentarjev pod novinarskimi prispevki; brisanjem novinarskih prispevkov v navezavi na pravico do pozabe; robotskim novinarstvom. Kot opozarja Steele (2014, ix), velik problem predstavljajo razrahljani uredniški standardi, ki pogosto dajejo prednost hitrosti pred preverjanjem. Tradicionalna novinarska etika na ta in podobna vprašanja ne odgovarja ali pa to počne pomanjkljivo.

Preoblikovanje poslovnih modelov in porast pretiranega komercializma

Novinarstvo je bilo pred pojavom interneta in digitalnih platform večinoma financirano na dva načina (OECD 2021, 8–9): z vzvodi ekonomije obsega oziroma povezovanjem z drugo vsebino, na primer športom, in z uporabo dvostranskega poslovnega modela prek oglaševalskih prihodkov. Izdajatelji novičarskih medijev so imeli nadzor nad viri prihodkov, hkrati pa so obstajale naravne ovire, kot je čas, potreben za ustvarjanje in distribucijo vsebin, kar je omejevalo možnost brezplačnega izkoriščanja ali reproduciranja izvirnih vsebin. Nasprotno pa lahko v spletnem okolju vsebina doživi takojšnje posodobitve, drugi jo lahko nemudoma ponovno uporabijo, kar izdajateljem otežuje, da bi poželi koristi (dragih) vsebin, ki jih ustvarjajo.

Premik k distribuciji vsebin na digitalne platforme je pomembno vplival na preoblikovanje poslovnih modelov medijev. V razmerah prehoda oglaševanja na platforme, brezplačnih spletnih vsebin in sprememb v vedenju potrošnikov morajo novičarski mediji tekmovati z digitalnimi platformami za pozornost uporabnikov in oglaševalske prihodke (Villi in Picard 2019, 122–124; OECD 2021). Iskanje rešitev za uspeh ali vsaj preživetje vodi v pretiran komercializem in povečevanje prekarnosti na področju novinarskega dela, v zniževanje stroškov in poskuse narediti več z manj; prednost imajo vsebine, ki pritegnejo več klikov, in invazivne oblike oglaševanja (Pickard 2019, 154–155). Med etično vprašljivimi je denimo sožitno oglaševanje, ki nasprotuje družbeni odgovornosti novinarstva: je zavajajoče, saj njegova učinkovitost temelji na prikrivanju komercialnega namena, njegova vsebina pa odseva interese oglaševalca, opozarja Beckert (2023, 1736). Senzacionalizem se stopnjuje. Šokantnost vsebine povečuje verjetnost, da bo pritegnila pozornost, da jo bodo ljudje delili in se z njo ukvarjali, torej bodo bolj verjetno izpostavljeni več oglasom in bodo ustvarili več podatkov o sebi, ki jih oglaševalci želijo (Pickard 2020a, 714).

Novi pristopi organiziranja in komuniciranja zabrisujejo meje tradicionalnega novinarstva in ogrožajo njegovo verodostojnost. Mediji integrirajo uredniško in poslovno delovanje (Cornia, Sehl in Nielsen 2020), nekateri eksperimentirajo z novimi organizacijskimi strukturami, kot so novičarska zagnoska podjetja (Carlson

in Usher 2016; Chadha 2016), drugi uvajajo različne oblike sodelovanja med uredniškim in poslovnim delom (Drew in Thomas 2018). Ker uredniške in komercialne vloge temeljijo na nasprotujočih si vrednotah, se je tradicionalno uveljavila njihova ločitev – zid, ki naj bi preprečil vpliv komercialnih interesov na novinarsko-uredniško delovanje (Duffy in Cheng 2022, 87). Ta zid, ki sicer nikoli ni bil povsem trden, se pospešeno podira. Zdi se, da se novinarstvo, podprto z oglaševanjem, preobraža v oglaševanje, podprto z novinarstvom, je kritičen Pickard (2020b, 84). To je v močnem nasprotju s temeljnimi postulati novinarske etike in profesionalnega novinarskega poslanstva.

Epistemska kriza, postresnica in dezinformacije

V razmerah naraščajoče medijske diferenciacije, politične polarizacije ter razširjanja nepreverjenih vsebin in dezinformacij se krepi preizpraševanje tradicionalnih epistemskih avtoritet, kot sta novinarstvo in znanost (Neuberger et al. 2023, 181). Legitimnost novinarstva izhaja iz njegove sposobnosti zagotavljanja verodostojnega in veljavnega védenja o realnosti, služenja demokraciji in etičnega delovanja, kar pa postaja vedno bolj vprašljivo. Napredek digitalnih tehnologij pomeni izgubo monopola novinarstva pri ustvarjanju in širjenju informacij, ob pogosto netičnem delovanju in kršenju profesionalnih načel pa se porajajo dvomi, ali lahko novinarstvo zagotavlja kakovostne in zanesljive novice (Tong 2018, 258–259). Poseben položaj in moč novinarstva pri določanju resnice je vse težje braniti, ko platforme oblikujejo skupnosti prepričanj, ki same določajo pomen in resnico brez pomoči tradicionalnih novinarskih določevalcev (Waisbord 2018, 1873).

Diskurzi dezinformacij in splošna datafikacija družbe so med glavnimi gonilnimi silami epistemske krize (Steensen 2019) v dobi postresnice, ko »se točnost in transparentnost umikata algoritemskim analizam, ki razkrivajo, kaj ljudje raje slišijo« (Dahlgren 2018, 25). V obdobju populističnega upora v zahodnih demokracijah se je tradicionalno nezaupanje v medije spremenilo v napad na osnovna razsvetljenska načela, védenje postaja legitimirano prek emocionalnosti; pojem »postresnica« ne pomeni klasičnih prevar ali laži, ampak nakazuje pojav novega epistemskega režima, pri katerem čustveni odziv prevlada nad dejstvi in razumno

analizo (Dahlgren 2018, 20). Postresnica izziva normativno vizijo novinarstva, ki temelji na dejstvih in razumskih argumentih, ter njegovo vlogo graditelja skupnosti v demokratičnem javnem življenju (Waisbord 2018, 1874).

Problem dezinformacij in »lažnih novic« sicer ni nov (o tem glej v Berg Tusinski 2022), vendar so načini njihovega širjenja učinkovitejši kot kadarkoli prej. Drugačni so hitrost, obseg ter množična razširjenost in potrošnja dezinformacij, ki se širijo prek digitalnih platform, pojav »lažnih novic« pa kot simptom kaosa v sodobnem javnem komuniciranju odpira novo poglavje v starem boju za definicijo resnice (Waisbord 2018, 1867). Raziskava širjenja resničnih in napačnih informacij na Twitterju (zdaj X-u) je denimo pokazala, da so se napačne širile bistveno dlje in hitreje v vseh kategorijah novic (Vosoughi, Roy in Aral 2018). Problem dezinformacij je povezan z napredkom v tehnologijah, ki omogočajo medijsko manipulacijo in spreminjajo uveljavljene predstave o tem, kaj je zaupanja vreden vir. Napredna orodja poleg manipulacije zvočnih in video posnetkov omogočajo tudi ustvarjanje posnetkov resničnih ljudi, ki govorijo stvari, ki jih v resnici niso izrekli, kar destabilizira tradicionalno hierarhijo virov, v kateri so posnetki pri vrhu zaupanja vrednih virov informacij (Steensen 2019, 185–186). To je za novinarsko etiko izjemen izziv.

Grožnje svobodi izražanja in napadi na novinarje

Dvomi o avtoriteti novinarstva se krepijo v razmerah porasta populizma in neoavtoritarizma v Evropi in drugod (Polyák 2019; Wodak 2019). Raziskave razkrivajo povezave med populistično vladavino in upadom medijske svobode (Kenny 2020), povečanje instrumentalizacije novičarskih medijev (Wodak 2022; Maurer et al. 2023) ter napade na javne medije (Holtz-Bacha 2021; Sehl, Simon in Schroeder 2022; Smejkal et al. 2024).

V prvi polovici leta 2024 so bili novinarji v državah članicah EU pogosto izpostavljeni ustrahovanju in grožnjam (MFRR 2024). Število zabeleženih diskreditacij, nadlegovanj, žaljenj ali ustrahovanj je v tem obdobju že doseglo podobno raven kot v celotnem letu 2023. Zelo se je povečalo število zabeleženih primerov preprečevanja ali oviranja novinarskega dela, prav tako uredniško vmešavanje. Trend naraščanja je opaziti pri globokih ponaredkih in lažnih spletnih straneh za diskreditacijo medijev

ali širjenje dezinformacij. Zabeleženih je bilo 12 zakonodajnih pobud, s katerimi bi omejili svobodo izražanja. Novinarji in novičarske organizacije se soočajo s pravnimi postopki, strateške tožbe za onemogočanje sodelovanja javnosti (SLAPP), namenjene utišanju »javnih čuvajev z aktivno vlogo pri varovanju demokracije in vladavine prava« (Borg-Barthet, Lobina in Zabrocka 2021, 7), vzbujajo vedno večjo zaskrbljenost (Bonello Ghio in Nasreddin 2022; Kerševan in Poler 2024; Safety of Journalists Platform 2024).

Poročilo Platforme za varnost novinarjev (Safety of Journalists Platform 2024) kaže na vse večjo raznolikost groženj, pritiskov in omejitev, s katerimi se pri svojem delu srečujejo novinarji. Kot glavne probleme, ki ovirajo svobodo medijev v Evropi, navaja grožnje in zastraševanje, pridržanja, restriktivno zakonodajo in tožbe SLAPP. Izpostavlja tudi nevarnosti vse aktivnejših kriminalnih organizacij in političnih napadov na medije. Na seznam dodaja »nove grožnje«, kot so umetna inteligenca, vpliv družbenih omrežij, dezinformacije, zatiranje poročanja o podnebnih spremembah ali dogodkih, povezanih z okoljem, ter politično vzdušje, zaznamovano z radikalizacijo in polarizacijo ter sovražno do svobodnega in neodvisnega novinarstva.

Napadi na novinarje lahko sprožijo zastraševalni učinek, ko strah pred možnimi posledicami novinarje odvrne od dejanj, za katera verjamejo, da bi jim lahko škodovala (Anthonissen 2008). To vodi v samocenzuro, ki ovira svobodo izražanja. Različne oblike napadov z namenom utišanja novinarje postavljajo v položaj, ko morajo izbirati med vztrajanjem pri etičnih standardih poklica, kot sta nepristranskost in celovitost poročanja, ter samocenzuro zaradi strahu pred negativnimi posledicami, ki jih lahko pri-
nese uresničevanje novinarskega poslanstva.

Upad zaupanja v novičarske medije in novinarstvo

V raziskavi Univerze v Oxfordu, izvedeni v 47 državah (Nielsen 2024), je leta 2015 60 odstotkov vprašanih odgovorilo, da novičarskim medijem večinoma zaupajo, leta 2024 pa le še 43 odstotkov. Močan upad zaupanja v zadnjem desetletju kaže na rahljanje neformalne družbene pogodbe med novinarstvom in javnostjo (o tem glej Hanitzsch in Vos 2017, 124), po kateri javnost od novinarjev pričakuje, da bodo v zameno za svobodo izražanja

in pooblastilo za opravljanje javne službe delovali odgovorno in uresničevali njene komunikacijske potrebe.

Med ključnimi razlogi za krizo zaupanja je razpad tradicionalnih, na oglaševanju temelječih poslovnih modelov, ki je novinarske organizacije pustil z manj sredstvi za produkcijo kakovostnih vsebin, kar je pospešilo porast senzacionalizma in klikolovnikov v digitalnih medijih (Fink 2019, 40). Tesno je povezana tudi z upadanjem zaupanja v vlado in druge institucije, medije pa se pogosto dojema kot orodje vplivnih posameznikov, ki uveljavljajo lastne interese, namesto da bi služili javnosti. Nelson, Sanderson in Lewis (2024) opozarjajo na vse večji razkorak med tem, kako novinarji vidijo sami sebe, in tem, kako jih dojema javnost.

Urbániková (2023) na primeru Češke in Slovaške pojasnjuje, da v razmerah, ko so večine oglaševalskih prihodkov deležni digitalni velikani, komercializacija in tabloidizacija medijskih vsebin poglobljata prepričanje, da mediji delujejo predvsem v interesu gospodarskih in političnih elit. K temu prispevajo tudi »alternativni« mediji, ki širijo dezinformacije in propagando, ter napadi vplivnih političnih predstavnikov na novinarje. Ti dodatno utrjujejo podobo novinarjev kot pristranskih, pokvarjenih in nevrednih zaupanja. Izpostavljenost dezinformacijam ustvarja ugodne razmere za upad zaupanja v osrednje medije (Ognyanova et al. 2020). Kako povrniti zaupanje javnosti in kakšno vlogo (naj) ima pri tem novinarska etika?

Globalnost novičarskih medijev po dosegu, vplivu in vsebinah

Novičarski mediji so po dosegu, vplivu in vsebinah postali globalni (Ward 2019, 3), kar od novinarske etike zahteva temeljit premislek in določene prilagoditve. Vojna, terorizem, podnebne spremembe, človekove pravice, globalne neenakosti in mnoge druge teme terjajo etiko, ki presega tradicionalno osredotočenost na novinarstvo, ki služi zgolj lokalnim, regionalnim ali nacionalnim javnostim. Iskanje etičnih okvirov, ki bi bili relevantni in legitimni globalno, izhaja iz spoznanja, da so hitre spremembe medijskih infrastruktur, vsebin in praks po vsem svetu zabrisale geografske in kulturne meje. Pri tem je eno ključnih vprašanj, kako pristopiti k oblikovanju globalne medijske etike, ne da bi

ponavljali imperialistično miselnost obravnavanja zahodnjaških oblik znanja kot univerzalno veljavnih, hkrati pa bi se izognili kulturnemu relativizmu, ki zgolj prispeva k nadaljnji fragmentaciji, opozarja Wasserman (2022, 70).

Primer, ki kaže na potrebo po premiku od lokalno-nacionalnega h globalnemu, je poročanje mednarodnih medijev o izraelskem bombardiranju Gaze, ki je bilo predmet številnih kritik zaradi pristranskosti (glej npr. Freedman 2024) in dehumanizirajočih upodobitev Palestinecev. Kot opozarja Gathara (2024), tradicionalna novinarska etika izhaja iz časa, ko so mednarodne novice večinoma sporočali dopisniki iz tujine za domače občinstvo, ki je prevladujoče delilo vrednote in pristranskosti novinarja, mednarodni mediji pa so imeli skoraj monopol pri določanju, kaj so novice in kako jih predstaviti. V današnjih globaliziranih spletnih prostorih pa so tradicionalne predstave o položaju in vlogi novinarstva ter novinarjev vse bolj vprašljive, saj medijske organizacije niso več edini odbiralci novic. Zato Gathara (prav tam) medije poziva k skupnemu zavzemanju za oblikovanje globalnega kodeksa novinarske etike.

Razvoj in uporaba umetne inteligence

Izjemen pretres, povezan z vprašanji transparentnosti, odgovornosti, pristranskosti in raznolikosti, povzroča integracija umetne inteligence v celoten novinarski proces – od zbiranja informacij do širjenja novic (Porlezza in Schapals 2024, 356). Avtomatizacija in algoritmi spreminjajo novinarsko delo in uvajajo »epistemski premik od novinarske presoje k algoritemski presoji« (Carlson 2018, 1767).

Nastajajo novi etični problemi, denimo »algoritemska pristranskost« (Bartzen Culver in Minocher 2022), ki jih dodatno zapletajo pravni problemi, kot je možnost, da algoritmi ustvarijo obrekljive vsebine (Lewis, Sanders in Carmody 2019). Avtomatizirane novičarske vsebine lahko nasprotujejo obstoječim etičnim smernicam (Lindén et al. 2019), stare etične težave – kot je širjenje dezinformacij – pa dobivajo nove razsežnosti (Steensen 2019). Številna nova etična vprašanja (npr. Dörr in Hollnbuchner 2017; Monti 2018; Noain-Sánchez 2022; Jamil 2023; Paik 2023) porajajo potrebo po premisleku obstoječih novinarskih vrednot in načel.

Vrhunec pretresa, ki ga je prinesla avtomatizacija, je pojav generativne umetne inteligence (Møller, Skoysgaard in de Vreese 2024, 11–12). Veliki jezikovni modeli so zmožni preseči rutinska opravila ter opravljati naloge, ki zahtevajo višjo raven abstraktnosti in ustvarjalnosti. Posledično se je širši spekter novinarskih nalog znašel v domeni avtomatizacije, kar pomeni grožnjo zamenjave znatnega dela novinarjev z umetno inteligenco, zato je nujno obravnavati vprašanje, kako se lahko novinarstvo kot poklic zaščiti. Veliki jezikovni modeli delajo napake in halucinirajo, njihovo učenje iz zastarelih podatkovnih zbirk lahko onemogoči generiranje točnih informacij o aktualnih dogodkih, poleg tega so podatki, iz katerih se učijo, lahko pristranski, kar povečuje nagnjenost k reproduciranju stereotipov. Haluciniranje umetne inteligence ostaja ena ključnih tem v akademskih razpravah na tem področju. Čeprav med raziskovalci obstajajo nesoglasja glede natančne opredelitve izraza, v bistvu označuje pojav, ko umetna inteligenca ustvari popačeno informacijo (Sun et al. 2024, 2), tj. napačen odgovor, ki je lahko povsem nesmiseln, lahko pa tudi izjemno prepričljiv (Christensen, Hansen in Wilson 2025, 545).

Študija med nizozemskimi in danskimi novinarji razkriva tri glavna tveganja uporabe generativnih orodij umetne inteligence (Cools in Diakopoulos 2024, 11–12). Intervjuvani novinarji so najpogosteje omenili nevarnost pomanjkanja novinarske presoje oziroma pretiranega poenostavljanja kompleksnih vprašanj. Izpostavili so tudi nevarnost halucinacij in pristranskosti, ki jih ustvarjajo ta orodja, kar lahko vodi v napačno predstavitev resničnosti. Navedli so tudi strah pred izgubo nadzora nad svojo (novinarsko) avtonomijo; veliki jezikovni modeli, ki so trenirani na specifičnih novinarskih vsebinah, bi lahko začeli posnemati njihov edinstveni slog izražanja, pretirano zanašanje na umetno inteligenco lahko privede do homogenizirane vsebine ter manj novinarske ustvarjalnosti in preizkušanja novih pristopov. Vse navedeno so problemi, s katerimi se mora ukvarjati tudi novinarska etika.

PREMIKI V NOVINARSKI ETIKI: OD NOVIH (VIDIKOV) ETIČNIH VPRAŠANJ K NOVI ETIKI?

Opisani pretresi, v katerih sta se v digitalni dobi znašla novinarstvo in njegova etika, sprožajo vprašanja in probleme, na katere se morajo novinarji odzivati vsakodnevno pri sprejemanju odločitev na različnih stopnjah procesa novičarske produkcije. Z odzivi sodelujejo v »epistemskih tekmovanjih« oziroma stalnih bojih glede standardov, ki naj bi vodili novinarsko delo (Carlson 2023). Njihove profesionalne izbire in strategije se kažejo v (spreminjajočih se) epistemskih praksah, tj. normah, pravilih, rutinah, oblikah interakcij in institucionalnih postopkih, ki vodijo produkcijo védenja (Ekström 2002) ter lahko imajo pomembne posledice za identiteto in meje novinarstva kot dejavnosti, ki naj bi zagotavljala relevantno, točno in preverjeno javno védenje (Ekström in Westlund 2019). Pretresi povzročajo premike pri vsakodnevni novinarskih praksah in vodijo k (potrebi po) preoblikovanju etičnih temeljev sodobnega novinarstva.

Model tradicionalne novinarske etike kot projekt novinarske profesionalizacije

Zgodovina novinarske etike v zahodnem svetu beleži pet velikih revolucij (Ward 2022). Prva, v kateri se kažejo zametki novinarske etike, je potekala v obdobju vzpostavljanja periodičnega tiska 16. in 17. stoletja. Druga sega v 18. stoletje, ko so časniki postali komunikacijski kanali javne sfere in se je uveljavilo razumevanje tiska kot četrte veje oblasti. Tretjo je v 19. stoletju zaznamovala liberalna teorija tiska. Četrta je v 20. stoletju prinesla tako vzpon kot kritike profesionalne norme objektivnosti. Peta poteka v 21. stoletju – v digitalni dobi globalnega medijskega okolja.

Model tradicionalne novinarske etike sovпада s četrto revolucijo. Njegovi začetki segajo v pozno 19. stoletje, ko so časopisni novinarji zasnovali etiko kot praktičen sklop neformalnih pravil, ki so jih v zgodnjem 20. stoletju začeli zapisovati v novinarske kodekse. Določbe kodeksov so posamezni novinarji in mediji različno interpretirali, razumevanja posameznih načel so se v medijskih kulturah razlikovala, vendar so načela, kot so objektivnost, preverjanje pred objavo in točnost, od 30. let dalje tvorila

prevladujočo moralno ideologijo profesionalnega novinarstva (Ward 2019, 6–7). Pri tem imamo v mislih »hegemonistični zahodni model novinarstva« (Nerone 2013), ki izhaja iz odnosov in praks, ki so se oblikovali v obdobju dnevnikov in tiskovnih agencij ob koncu 19. stoletja. Takrat je imel tisk skoraj monopol za zagotavljanje novic in analiz, javnost pa so tvorili pasivni potrošniki informacij, odvisni od podatkov, ki so jih zagotavljali novinarji, ki so bili vse pogostejše zaposleni v velikih novičarskih organizacijah, in ta odvisnost je povzročila zaskrbljenost javnosti, ali novinarji služijo javnosti ali zasebnim interesom (Ward 2016, 69).

Novičarska industrija se je na kritike odzvala s profesionalizacijo novinarstva, ki jo literatura prevladujoče povezuje z uvedbo novinarskih kodeksov in šol ter nastankom profesionalnih organizacij v 20. stoletju, ko je iz zgodnjih zametkov iz sredine 19. stoletja prerasla v resno gibanje (Banning 1999, 162). Novinarski »projekt profesionalizacije« (Nerone 2013, 450) je zagotavljal, da so novinarji kot neodvisni in avtonomni strokovnjaki sposobni premagati pristranskosti, in je predstavljal nekakšen dogovor med tremi zainteresiranimi stranmi, od katerih je vsaka nekaj pridobila in nekaj žrtvovala (prav tam). Novinarji so pridobili določeno mero avtonomije pri svojem delu in povečanje dohodka. Lastniki so privolili, da bodo občasno dopustili prevlado novinarskih norm nad skrbjo za povečanje dobička, da bi tako utišali javno kritiko in preprečili naraščajoče zahteve po regulaciji. Javnost pa se je strinjala, da opusti radikalnejše rešitve in sprejme obljubo, da bodo lastniki novinarjem dovolili izvajati neodvisno strokovno presojo pri zagotavljanju »objektivnega« poročanja.

Profesionalna etika je torej nastala kot protiutež vedno večji moči tiska ter zaskrbljujočemu vplivu časopisnih mogotcev in poslovnih interesov na poročanje. Nastala je kot poskus zagotovila, da lahko javnost novinarjem zaupa, da bodo svojo moč uporabljali odgovorno (Ward 2016, 69). Njena osnova je normativna medijska teorija (Fourie 2022), ki družbeno odgovornost medijev razume kot produkcijo in distribucijo raznovrstnih vsebin, ki prispevajo k osebni, družbeni, kulturni in izobrazbeni razsvetljenosti; ohranjajo in varujejo družbene ter kulturne norme in vrednote; omogočajo razpravo o vprašanjih, ki vplivajo na delovanje družbe; razkrivajo in dvomijo o vsem, kar ogroža ali bi lahko ogrozilo družbene vrednote in norme.

Neustreznost tradicionalnega modela za nova etična vprašanja

Tradicionalna novinarska etika temelji na zgodovinsko pogojenem položaju novičarskih medijev – na prevladi množičnega komercialnega tiska nad informacijskimi kanali javne sfere, in ko je ta začela slabeti, je bila tudi etika neizogibno postavljena pod vprašaj. Usodni udarec ji je zadal tehnološki razvoj proti koncu 20. stoletja, zlasti pojav digitalnih medijev ter številnih novih oblik spletnega komuniciranja in objavljanja ob relativno nizkih stroških. Objavljanje informacij in mnenj je postajalo vedno bolj dostopno in privlačno za neprofesionalne avtorje, mreže somišljenikov so lahko začele komunicirati ter deliti informacije in vedenje, obenem pa kritizirati profesionalne novinarje, nove razmere opisuje Ward (2016, 70).

Fourie (2022) opozarja na neustreznost normativne medijske teorije kot temelja novinarske etike v digitalni dobi predvsem zaradi zastarelih predpostavk o omejeni ponudbi medijev, homogenih medijskih vsebinah in pasivnem množičnem občinstvu. Linearna struktura transmisijskega modela množičnega komuniciranja ne odraža realnosti digitalnega komuniciranja, kjer je prejemnik (medijski uporabnik) postal pomemben akter. Izziv za normativno teorijo je tudi argument o obstoju različnih identitetnih skupnosti, ki ne delijo nujno univerzalne vizije skupnega dobrega, temveč jih zanimajo pragmatične in dogovorjene izmenjave o tem, kaj je lahko etično obnašanje in ravnanje v različnih okoliščinah in kontekstih.

Sodobni trendi na trgih dela in delovni procesi v uredništvih, ki jih omogočata digitalizacija in avtomatizacija, ogrožajo avtonomijo novinarjev, kar vodi v procese deprofesionalizacije in pavperizacije novinarstva, ki jih v digitalnem novinarstvu pospešuje ekonomija pozornosti, ugotavlja Splichal (2021, S12). V tradicionalnem modelu novičarske produkcije so novinarji osrednji akterji: nadzorujejo produkcijski proces in si prizadevajo slediti vrednotam, vgrajenim v njihovo poklicno ideologijo (Zamith in Westlund 2022). Profesionalno ideologijo uporabljajo kot semantično orodje za razmejevanje poklica (Riedl 2023, 691) v procesih mejnega dela, ki obsega širjenje ali izključevanje tistega, kar se šteje za novinarsko, in tistih, ki so upoštevani kot novinarji, ter zaščito avtonomije na področjih udeležencev, praks in profesionalizma (Carlson 2015, 10). Vendar mejnega dela ne opravljajo

samo novinarji, ampak se vanj vključujejo tudi drugi udeleženci. Deprofesionalizacija novinarstva je tako »tudi posledica neučinkovitega mejnega dela za ohranjanje poklicnih meja, slabitve vrednotne racionalnosti novinarskega poklica in podrejanja namenski racionalnosti kapitalističnega sistema« (Splichal 2021, S18).

Snovalci tradicionalne etike, ki je v zgodnjem 20. stoletju ponudila normativne smernice za nastajajoči razred profesionalnih novinarjev, niso mogli predvideti današnjih okoliščin in problemov (Ward 2019, 8–9). Tradicionalni model na primer daje le malo usmeritev, katere norme naj vodijo interpretativno novinarstvo, oziroma ne zmore usmerjati oblik novinarstva, v katerih novinar deluje kot angažirani sporočevalec. Kako v dobi hitrega deljenja informacij uporabiti tradicionalno načelo preverjanja dejstev pred objavo? Kaj v razmerah bloganja v živo, hitrega vključevanja podatkov iz družbenih medijev v udarne novice in uporabe vsebin spletnih uporabnikov pomeni načelo točnosti? Kako zaščititi uredniško neodvisnost, ko novinarji odkrito podpirajo politične skupine ali ideologije? Kako odgovorno uporabljati nova novinarska orodja, kot so obdelava velikih podatkov ter uporaba dronov in virtualne resničnosti? Kako se soočati z dezinformacijami skrajnih populistov? Kako na podlagi tradicionalnega modela, ki temelji na ozkoglednem nacionalnem pristopu, usmerjati poročanje o globalnih vprašanjih?

Ward (2019, 5–6) povzema ključne premike v novinarski etiki, ki so posledica opisanih pretresov, v katerih se je znašlo novinarstvo. Tradicionalna novinarska etika se je ukvarjala predvsem z vprašanji točnosti in preverjanja; neodvisnosti in povezanosti; zavajanja in potvarjanja; nazornih podob in manipulacije podob; virov in zaupnosti; posebnih situacij (zasebnosti, poročanja o samomorih ipd.). V sodobnem okolju pa so za novinarsko etiko relevantna vprašanja identitete (kdo je novinar); obsega (koga zavezuje novinarska etika); vsebine (katera načela in pristopi so najustreznejši za etiko digitalnega novinarstva, ali je denimo objektivnost še vedno veljaven ideal); o novem novinarstvu (kako lahko neprofitno in podjetniško novinarstvo ohranjata standarde, kot je uredniška neodvisnost); vključevanja skupnosti (katere etične norme naj vodijo uporabo vsebin državljanov); globalnega vpliva (katere globalne dolžnosti imajo novinarji in kako naj jih uskladijo z domoljubnimi vrednotami); o krepitvi netolerantnih glasov in dezinformacij

(kako naj novinarji poročajo o dejanjih netolerantnih skupin in se izognejo širjenju dezinformacij).

Obrisi prenovljene etike

Etična vprašanja sodobnega časa terjajo novo miselnost, nov niz idej o etiki in vlogi novinarstva ter njegovih primarnih vrednotah, je prepričan Ward (2016, 71–80). Treba je ustvariti bolj kompleksno in pojmovno globljo globalno etiko za odgovorno komuniciranje profesionalcev in neprofesionalcev, v glavnih in alternativnih medijih, na spletu in tradicionalno. Novinarsko etiko, ki bo del širše komunikacijske etike. Kakšni bi lahko bili njeni obrisi? Raziskovalna vrzel na tem področju je še vedno precejšnja, obstaja pa nekaj zamisli, bolj ali manj konkretnih predlogov, ki lahko tvorijo izhodišče za nadaljnje razprave.

Fourie (2022) zagovarja prehod novinarske etike v komunikacijsko, ki pa potrebuje nov temelj, torej novo normativno teorijo. To bi po njegovem mnenju lahko bila teorija mediatizacije, ki izhaja iz celovitosti, vseprisotnosti, invazivnosti in razširjenosti medijskega komuniciranja ter digitalne medijske krajine v vsakdanjem življenju. Komunikacijska etika bi na tej podlagi omogočala celovitejšo in širšo osnovo za etično analizo in vrednotenje medijskih vsebin ter praks, veljala bi za vse medijske vsebine in prakse, tudi tiste, ki jih ustvarjajo medijski uporabniki, še posebej v družbenih medijih. Njeno temeljno načelo bi bilo spoštovanje sočloveka; torej bi se osredotočala na človeka/osebo, medtem ko je tradicionalna novinarska etika bolj osredinjena na poklic.

McBride in Rosenstiel (2014, 2–3) predlagata konkreten nov nabor temeljnih etičnih načel, ki združuje osrednje vrednote novinarstva z demokratičnimi vrednotami digitalne dobe. Njun predlog ob načelu iskanja resnice izpostavlja še dve načeli: prvo je transparentnost, ki je doslej bila vključena v iskanje resnice, zdaj pa postaja samostojna; drugo je vključitev skupnosti.

Med konkretnimi možnimi odzivi novinarske etike na krizo zaupanja v novinarstvo se v literaturi omenja krepitev vloge preverjevalcev dejstev, ki izhaja iz predpostavke, da vidnost postopkov preverjanja zmanjša zaskrbljenost glede pristranskosti in poveča zaupanje. Vendar prakse preverjanja prinašajo različne odzive, tudi negativne. Ljudje na splošno zaupajo novinarjem, ko ti preverjane trditve potrdijo kot resnične, so pa relativno

nezaupljivi pri novinarskem popravljanju napačnih trditev, saj dvomijo o poštenosti in motivih preverjevalcev, ugotavljata Stein in Meyersohn (2024). Dvomi pri preverjanju političnih vsebin so povezani z vprašanji kot: kaj šteje kot zanesljiv podatek, kdo je upravičen do ocenjevanja resnice in kako je ta resnica uravnotežena (Humprecht 2020, 311). Da mora preverjanje dejstev kljub pomislekom ostati v ospredju, je prepričan Berg Tusinski (2022, 387), saj je to ukrep za zagotavljanje kakovostnega poročanja.

Številni predlogi se ukvarjajo s prenovo novinarske etike v luči globalnosti. Ward (2010, 158–162) uvaja pojem kozmopolitske države, ki temelji na treh imperativih: deluj kot globalni akter, služi državljanom sveta in spodbujaj razumevanja z mednarodne perspektive. Avtorji uporabljajo raznolike filozofske podlage globalne etike in utemeljujejo možna univerzalna načela. Med ponujenimi so privrženost resnici, spoštovanje človeškega dostojanstva in nenasilnost (Cooper in Christians 2020; Wasserman 2022). Eno od filozofskih izhodišč je etika skrbi (Hossain in Aucoin 2018), katere ustreznost ponazarja primer migrantske krize v Evropi leta 2015. Novinar, ki izhaja iz etike skrbi, o prihodu migrantov ne poroča le z osredotočanjem na migracije in sile, ki jih povzročajo, ampak tudi z obravnavo družbenega odziva držav, ki se bojijo prihoda tujcev, in osebnih zgodb obupa družin, ki so sprejele tveganja migracij, da bi našle zavetje.

Globalna etika potrebuje pristop, ki bo univerzalna načela uveljavil kot trdne referenčne točke na globalni ravni, a jim bo hkrati omogočal, da se prilagodijo specifičnim okoljem in konkretnim družbeno-ekonomskim razmeram (Wasserman 2022, 73). Zavezanost univerzalnim načelom ne sme odpravljati medkulturnih razlik v mišljenju in prepričanjih, ne sme ovirati kulture in zavirati njihovega razvoja (Cooper in Christians 2020, 76). Cilj je oblikovati niz univerzalnih, integrativnih načel, a obenem prepoznati, da se ta različno interpretirajo v različnih medijskih kulturah, torej združevati lokalno in globalno (Ward 2014, 466). Globalno etiko bi snovali s kritičnim dialogom in interakcijo v lokalnih kontekstih, in ne z racionalno obravnavo etičnih konceptov, ločenih od zgodovinskih kontekstov, vsakodnevnih izkušenj in praks (Wasserman 2011).

Prenovljena etika se bo morala odzvati na uporabo umetne inteligence. Møller, Skoysgaard in de Vreese (2024, 11) ugotavljajo, da so novinarji v preteklosti prilagajali subjektivne lastnosti

svojega dela, da bi ohranili pristojnost nad svojim področjem, ki nima trdno določenih meja in vstopnih pogojev. Poudarjanje objektivnosti in uravnoteženosti je bilo denimo odziv na konkurenco odnosov z javnostmi. Podoben odziv bo morda potreben tudi zdaj, menijo avtorji (prav tam): novinarstvo lahko z okrepitevijo normativnih in profesionalnih idealov zameji bistvo svoje dejavnosti, zaščiti svojo legitimnost in normativno osnovo, ki je ogrožena, ko novinarske naloge vse pogosteje opravljajo tehnologije, ki ne zagotavljajo etičnosti.

Prilagoditve novinarske samoregulacije

Preoblikovanju etičnih temeljev novinarstva se mora prilagoditi tudi novinarska samoregulacija. Raziskave kažejo, da samoregulativni odzivi na etične probleme digitalne dobe potekajo počasi. Študija 99 novinarskih etičnih kodeksov z različnih koncev sveta pred desetletjem je pokazala, da jih je takrat le devet omenjalo internet in le dva sta imela posebno poglavje o novinarstvu v digitalnih medijih (Díaz-Campo in Segado-Boj 2015). Raziskava v šestih evropskih državah leta 2021 je razkrila, da je skoraj 71 odstotkov anketiranih članov medijskih svetov menilo, da etični kodeks v njihovi državi odgovarja na etične izzive digitalizacije, anketa med novinarji v devetih evropskih državah pa, da je enako ugotavljala le tretjina anketiranih novinarjev (Masip, Suau in Ruiz 2021, 55).

Prilagoditve samoregulacije so nujne zaradi uporabe umetne inteligence v novinarstvu, ki zahteva človeški nadzor. Umetno inteligenco je treba uporabljati pregledno, pravično in odgovorno ter v skladu z novinarsko etiko (EFJ 2023), zato morajo medijske organizacije in novinarji razviti jasno vizijo ter jo izraziti v samoregulativnih instrumentih (CoE 2023). Mednarodne raziskave ponujajo nekatera priporočila (npr. Cools in Diakopoulos 2024), medijske organizacije so postopoma začele objavljati smernice (Becker, Simon in Crum 2023; DeLimaSantos et al. 2024), vendar njihova praktična uporaba ostaja težavna in premalo raziskana – ne samo zaradi nejasnosti algoritmov umetne inteligence, temveč tudi zaradi težav pri vgrajevanju novinarskih vrednot v sisteme umetne inteligence (Porlezza in Schapals 2024, 356).

Etični kodeksi ostajajo temeljni vzvod novinarske samoregulacije, vendar v luči novih vprašanj potrebujejo redne prenovе.

Ward (2019, 93) priporoča tudi njihovo strukturno prenovu, po kateri bi imeli tri ravni: prva bi obsegala splošna načela odgovornega novinarstva; na drugi bi zapisali bolj specifične norme, izhajajoče iz splošnih načel, in tudi študije primerov njihove uporabe; tretja raven pa bi se nenehno razvijala, saj bi vključevala norme za nove novinarske prakse, o katerih potekajo polemike in razprave. Kljub kritikam pa ostajajo aktualne tudi zamisli univerzalnega ali globalnega etičnega kodeksa (glej npr. Herrscher 2002; Poler Kovačič 2015; Gathara 2024).

ZAKLJUČEK

Ob velikih pretresih, ko tradicionalni pristopi k novinarski etiki ne delujejo več, se morda komu zazdi mamljivo zatekanje v post-moderni relativizem, ki že od pojava krize moderne dobe dalje ponuja na prvi pogled enostaven odgovor: ker ni univerzalnega temelja, so tudi (novinarske) vrednote odvisne od spontanih trenutnih interpretacij, etika kot ena tipičnih omejenosti moderne dobe pa je »poslana na smetišče zgodovine« (Bauman 1993, 2), torej je sodobni novinar ne potrebuje več. Tak odziv ni sprejemljiv. Samo etično novinarstvo lahko opravlja svoje temeljno družbeno poslanstvo. Čeprav se konvencije in pričakovanja, kako naj novinarstvo služi državljanom, spreminjajo, so verodostojni novinarji in novičarski mediji za razvoj in ohranjanje demokratičnih procesov bolj nujni kot kadarkoli prej (Elliott 2020, 30–31). Povedano drugače, zaupanja vredno novinarstvo mora preživeti, saj brez njega demokracija propade: močni bodo manj odgovorni in bodo bolj verjetno zlorabljali svoj vpliv, javnost bo bolj ogrožena, družbeni problemi bodo neopaženi in nerešeni, informacije, ki bi jih nekateri želeli skriti, bodo v senci še dlje, opozarjata McBride in Rosenstiel (2014, 2).

Ta sestavek se izrecno ukvarja z novinarsko etiko, kar pa ne pomeni, da odgovornost za etično novinarstvo pripisuje samo tradicionalnim novinarjem. Ti niso edini ustvarjalci in posredniki vsebin v javnokomunikacijskem prostoru, meje med njimi in ostalimi pa so pogosto zamegljene, kar pogloblja temeljno vprašanje o identiteti novinarstva in nosilcih odgovornosti. V tej razpravi velja ob vplivni vlogi digitalnih platform in družbenih medijev vsaj omeniti vprašanja njihove družbene odgovornosti

(npr. Helberger 2020), etike (npr. Johnson 2017) in samoregulacije (npr. Cusumano, Gawer in Yoffie 2021), četudi neposredno niso tema tega prispevka. Za etičnost javnega komuniciranja – tudi novinarskega – je odgovorna družba kot celota. Ward (2019, 71–87) piše o potrebi po »razstrupljanju javne sfere«, pri čemer imajo novinarji pomembno nalogo, da se uprejo dezinformacijam in skrajnemu populizmu ter pri tem začnejo sodelovati z različnimi družbenimi akterji – da z njimi sklenejo neke vrste globalno koalicijo za odgovornost. Kot na primeru Facebooka razmišljata Johnson in Kelling (2022, 413), uporabniki družbenih medijev delijo odgovornost za ohranjanje kakovosti tako razprav kot tudi novinarstva na platformi. Ker imajo nesporno moč pri produkciji in širjenju novic, imajo tudi dolžnost ohranjanja temeljev demokracije, ki je bila novinarjem pripisana že pred stoletji. Novinarska etika je postala preveč pomembna, da bi jo prepustili le novičarski industriji in akademskim krogom, meni Sanders (2022, 15), zato bi se učenje etike moralo začeti v šolah in nadaljevati kot vseživljenjsko učenje tako za bodoče specializirane ustvarjalce vsebin kot tudi vse ostale, ki bodo javno komunicirali ter zato potrebujejo kritično mišljenje in epistemološka orodja za razlikovanje dejstev od fikcije ter resnice od laži.

Razširitev odgovornosti na druge komunikacijske akterje v digitalnem prostoru pa ne pomeni, da se odgovornost novinarjev zmanjšuje ali celo izgublja, in tudi ne, da specifična novinarsko-etična znanja niso več potrebna. Ravno obratno. Da novinarstvo lahko služi javnemu dobremu z obveščanjem državljanov, morajo biti novinarji dobro usposobljeni za sprejemanje pravih moralnih odločitev (Slattery 2020, 258–259). Etični problemi in dileme novinarstva postajajo vedno bolj zapleteni. Izobraževanje o etiki zaradi hitrih sprememb v medijskem okolju postaja zahtevnejše, ugotavlja Wyatt (2022, 504), in ker tudi sicer ni mogoče pričakovati, da bi formalno izobraževanje lahko študente v celoti pripravilo na njihovo prihodnje delo, je nujno razvijanje veščin skozi celotno kariero. Vendar pa študij v predavalnici študentom omogoča sprejemanje odločitev v miru in pod lastnimi pogoji, daje jim priložnost za prepoznavanje moralnih dilem in jih opremlja s strategijami za njihovo reševanje (Slattery 2020, 259). Ena ključnih nalog novinarskega izobraževanja v digitalni dobi je, da bodoče novinarje opremi s kritičnim mišljenjem in tehnološkimi veščinami, ki jih potrebujejo za ustvarjanje neodvisnih in točnih vsebin, obenem

pa jih spodbuja, da do občinstva razvijejo odgovoren in spoštljiv odnos (Reed et al. 2020). Pri predmetu o novinarski etiki študenti pridobivajo temeljno znanje in veščine ter razvijajo stališča, kar jim pomaga učinkovito reševati etične probleme še dolgo po tem, ko zapustijo predavalnice (Wyatt 2022, 504).

Družba in novinarstvo se bosta spreminjala še naprej, prišli bodo novi pretresi in v novinarski etiki se bodo zgodili novi premiki. Kar mora ostati, je zavedanje o pomembnosti novinarstva in njegove etike, vztrajno prizadevanje za ideale ter neumorno iskanje poti do odgovornejšega novinarstva in s tem tudi boljše, pravičnejše družbe.

O avtorici

Dr. Melita Poler K., univerzitetna diplomirana novinarka in doktorica komunikologije, je redna profesorica novinarskih študij na Univerzi v Ljubljani. Članica Katedre za novinarstvo na FDV je od leta 1993, od 2002 do 2007 je bila njena predstojnica. Trenutno je nosilka predmetov Uvod v novinarstvo in Novinarska etika na prvi stopnji študija ter predmetov Novinarstvo, etika in profesionalnost in Sodobni problemi novinarstva na drugi stopnji. Je tudi skrbnica področja Novinarske študije na tretji stopnji študija. Je članica Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na FDV, raziskovalno se ukvarja predvsem z vprašanji svobode izražanja v kontekstu novinarstva in novičarskih medijev, zlasti z novinarsko etiko in samoregulacijo.

Financiranje

Poglavje je nastalo pri projektu DIACOMET (pogodba o dodelitvi sredstev št. 101094816) v okviru programa Evropske unije za raziskave in inovacije Obzorje Evropa (Horizon Europe, HORIZON-CL2-2022-DEMOCRACY-01).

LITERATURA

- Ananny, Mike, in Kate Crawford. 2015. »A Liminal Press: Situating news app designers within a field of networked news production«. *Digital Journalism* 3 (2): 192–208.
- Anter, Luise. 2024. »How News Organizations Coordinate, Select, and Edit Content for Social Media Platforms: A Systematic Literature Review«. *Journalism Studies* 25 (9): 1095–1115.
- Anthonissen, Christine. 2008. »The sounds of silence in the media: Censorship and self-censorship«. V: *Handbook of Communication in the Public Sphere*, Ruth Wodak in Veronika Koller (ured.), 401–429. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Banning, Stephen A. 1999. »The Professionalization of Journalism: A Nineteenth-Century Beginning«. *Journalism History* 24 (4): 157–163.
- Bartzen Culver, Kathleen, in Xerxes Minocher. 2022. »Algorithmic news: Ethical implications of bias in artificial intelligence in journalism«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 328–336. London: Routledge.
- Bauman, Zygmunt. 1993. *Postmodern Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Becker, Kim Björn, Felix M. Simon, in Christopher Crum. 2023. »Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations«. <https://doi.org/10.31235/osf.io/c4af9>.
- Beckert, Johannes. 2023. »A threat to journalism? How journalists and advertising sales managers in news organizations perceive and cope with native advertising«. *Journalism* 24 (8): 1733–1751.
- Belair-Gagnon, Valerie, Avery E. Holton, in Oscar Westlund. 2019. »Space for the Liminal«. *Media and Communication* 7 (4): 1–7.
- Berg Tusinski, Kati. 2022. »The Influence of Fake News: Rebuilding Public Trust in Journalism«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 380–389. London: Routledge.
- Bonello Ghio, Rebecca, in Dalia Nasreddin. 2022. »Shutting Out Criticism: How SLAPPs Threaten European Democracy: A report by The Coalition Against SLAPPs in Europe (CASE)«. The Daphne Carauana Galizia Foundation, Greepeace International, Amsterdam Law Clinics. <https://www.the-case.eu/wp-content/uploads/2023/04/CASEREportSLAPPsEurope.pdf>.
- Borg-Barthet, Justin, Benedetta Lobina, in Magdalena Zabrocka. 2021. »The Use of SLAPPs to Silence Journalists, NGOs and Civil Society«. Bruselj, Evropski parlament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694782/IPOL_STU\(2021\)694782_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694782/IPOL_STU(2021)694782_EN.pdf).

- Carlson, Matt. 2015. »Introduction: The Many Boundaries of Journalism«. V: *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*, Matt Carlson in Seth C. Lewis (ured.), 1–18. London: Routledge.
- Carlson, Matt. 2018. »Automating judgment? Algorithmic judgment, news knowledge, and journalistic professionalism«. *New Media & Society* 20 (5): 1755–1772.
- Carlson, Matt. 2023. »Epistemic Contests in Journalism: Examining Struggles over Journalistic Ways of Knowing«. *Digital Journalism* 13 (3): 362–77. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2288392>.
- Carlson, Matt, in Nikki Usher. 2016. »News Startups as Agents of Innovation: For-Profit Digital News Startup Manifestos as Metajournalistic Discourse«. *Digital Journalism* 4 (5): 563–581.
- Castells, Manuel. 2007. »Communication, Power and Counter-power in the Network Society«. *International Journal of Communication* 1: 238–266.
- Chadha, Monica. 2016. »What I am Versus What I Do: Work and Identity Negotiation in Hyperlocal News Startups«. *Journalism Practice* 10 (6): 697–714.
- Christensen, Jeff, Jared M. Hansen, in Paul Wilson. 2025. »Understanding the Role and Impact of Generative Artificial Intelligence (AI) Hallucination within Consumers' Tourism Decision-Making Processes«. *Current Issues in Tourism* 28 (4): 545–560.
- Chua, Sherwin, in Andrew Duffy. 2019. »Friend, Foe or Frenemy? Traditional Journalism Actors' Changing Attitudes towards Peripheral Players and Their Innovations«. *Media and Communication* 7 (4): 112–122.
- CoE. 2023. »Guidelines on the Responsible Implementation of Artificial Intelligence Systems in Journalism«. Steering Committee on Media and Information Society (CDMSI), 30. november 2023. <https://rm.coe.int/cdmsi-2023-014-guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artific/1680adb4c6>.
- Cools, Hannes, in Nicholas Diakopoulos. 2024. »Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities«. *Journalism Practice* avgust: 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>.
- Cooper, Thomas W., in Clifford G. Christians. 2020. »The Search for Universals«. V: *The Routledge handbook of mass media ethics*, Lee Wilkins in Clifford G. Christians (ured.), 73–87. New York: Taylor & Francis.
- Cornia, Alessio, Annika Sehl, in Rasmus Kleis Nielsen. 2020. »‘We no longer live in a time of separation’: A comparative analysis of how

- editorial and commercial integration became a norm«. *Journalism* 21 (2): 172–190.
- Cusumano, Michael A., Annabelle Gawer, in David B. Yoffie. 2021. »Can self-regulation save digital platforms?«. *Industrial and Corporate Change* 30 (5): 1259–1285.
- Dahlgren, Peter. 2018. »Media, Knowledge and Trust: The Deepening Epistemic Crisis of Democracy«. *Javnost/The Public* 25 (1–2): 20–27.
- DeLimaSantos, MathiasFelipe, Wang Ngai Yeung, in Tomás Dodds. 2024. »Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media«. *AI & Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>.
- Díaz-Campo, Jesús, in Francisco Segado-Boj. 2015. »Journalism Ethics in a Digital Environment: How Journalistic Codes of Ethics Have Been Adapted to the Internet and ICTs in Countries Around the World«. *Telematics and Informatics* 32 (4): 735–744.
- Dörr, Konstantin Nicholas, in Katharina Hollnbuchner. 2017. »Ethical Challenges of Algorithmic Journalism«. *Digital Journalism* 5 (4): 404–419.
- Drew, Kevin K., in Ryan J. Thomas. 2018. »From Separation to Collaboration: Perspectives on editorial–business collaboration at United States news organizations«. *Digital Journalism* 6 (2): 196–215.
- Duffy, Andrew, in Lydia Cheng. 2022. »‘It’s Complicated’: Cognitive Dissonance and the Evolving Relationship Between Editorial and Advertising in US Newsrooms«. *Journalism Practice* 16 (1): 87–102.
- EFJ. 2023. »EFJ and 16 partners support Paris Charter on AI and Journalism«. Objavljeno 14. novembra 2023. <https://europeanjournalists.org/blog/2023/11/14/efj-and-16-partners-support-paris-charter-on-ai-and-journalism/>.
- Ekström, Mats. 2002. »Epistemologies of TV Journalism«. *Journalism* 3 (3): 259–282.
- Ekström, Mats, in Oscar Westlund. 2019. »The Dislocation of News Journalism: A Conceptual Framework for the Study of Epistemologies of Digital Journalism«. *Media and Communication* 7 (1): 259–270.
- Ekström, Mats, Seth C. Lewis, in Oscar Westlund. 2020. »Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation«. *New Media & Society* 22 (2): 205–212.
- Elliott, Dani. 2020. »Essential Shared Values and 21st Century Journalism«. V: *The Routledge handbook of mass media ethics*, Lee Wilkins in Clifford G. Christians (ured.), 30–42. New York: Taylor & Francis.
- Fink, Katherine. 2019. »The biggest challenge facing journalism: A lack of trust«. *Journalism* 20 (1): 40–43.

- Fourie, Pieter J. 2022. »From Journalism Ethics to Communication Ethics«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 28–35. London: Routledge.
- Freedman, Des. 2024. »BBC, bias and Gaza: A partial study of impartiality«. *Media Reform Coalition*, 13. september 2024. <https://www.mediareform.org.uk/blog/bbc-bias-gaza-asserson-report>.
- Gathara, Patrick. 2024. »Missteps in Gaza coverage spur push for a global code of media ethics«. NiemanLab. <https://www.niemanlab.org/2023/12/missteps-in-gaza-coverage-spur-push-for-a-global-code-of-media-ethics/>.
- Hamada, Basyouni Ibrahim. 2018. »Social Media: A Turning Point into Global Journalism Identity and Ethics«. V: *Social Media and Journalism: Trends, Connections, Implications*, Ján Višňovský in Jana Radošinská (ured.), 35–56. London: IntechOpen.
- Hanitzsch, Thomas, in Tim P. Vos. 2017. »Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism«. *Communication Theory* 27 (2): 115–135.
- Hanusch, Folker, in Kim Löhmann. 2022. »Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field«. *Digital Journalism* 11 (7): 1292–1310. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549>.
- Helberger, Natali. 2020. »The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power«. *Digital Journalism* 8 (6): 842–854.
- Herrscher, Roberto. 2002. »A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals«. *Journal of Mass Media Ethics* 17 (4): 277–289.
- Holton, Avery E., in Valerie Belair-Gagnon. 2018. »Strangers to the Game? Interlopers, Intralopers, and Shifting News Production«. *Media and Communication* 6 (4): 70–78.
- Holtz-Bacha, Christina. 2021. »The kiss of death: Public service media under right-wing populist attack«. *European Journal of Communication* 36 (3): 221–237.
- Hossain, Mohammad Delwar, in James Aucoin. 2018. »The Ethics of Care as a Universal Framework for Global Journalism«. *Journal of Media Ethics* 33 (4): 198–211.
- Humprecht, Edda. 2020. »How Do They Debunk 'Fake News'? A Cross-National Comparison of Transparency in Fact Checks«. *Digital Journalism* 8 (3): 310–327.
- Jamil, Sadia. 2023. »Automated Journalism and the Freedom of Media: Understanding Legal and Ethical Implications in Competitive Authoritarian Regime«. *Journalism Practice* 17 (6): 1115–1138.

- Johnson, Brett Gregory. 2017. »Speech, Harm, and the Duties of Digital Intermediaries: Conceptualizing Platform Ethics«. *Journal of Media Ethics* 32 (1): 16–27.
- Johnson, Brett G., in Kimberly Kelling. 2022. »Facebook and the Boundaries of Professional Journalism«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 407–415. London: Routledge.
- Kenny, Paul D. 2020. »‘The Enemy of the People’: Populists and Press Freedom«. *Political Research Quarterly* 73 (2): 261–275.
- Kerševan, Tanja, in Melita Poler. 2024. »Silencing journalists in matters of public interest: Journalists and editors’ assessments of the impact of SLAPPs on journalism«. *Journalism* 25 (12): 2485–2503.
- Lewis, Seth C., Amy Kristin Sanders, in Casey Carmody. 2019. »Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96 (1): 60–81.
- Lindén, Carl-Gustav, Hanna Tuulonen, Asta Bäck, Nicholas Diakopoulos, Mark Granroth-Wilding, Lauri Haapanen, Leo Leppänen, Magnus Melin, Tom Moring, Myriam Munezero, Stefanie Sirén-Heikel, Caj Södergård, in Hannu Toivonen. 2019. *News Automation: The rewards, risks and realities of ‘machine journalism’*. Frankfurt: WAN-IFRA.
- Masip, Pere, Jaume Suau, in Carlos Ruiz. 2021. »Media Councils in the Digital Age. Survey Results. Research Report«. Blanquerna School of Communication and
- International Relations University Ramon Llull. https://www.presscouncils.eu/wp-content/uploads/2023/02/journalist_survey_report.pdf.
- Maurer, Marcus, Pablo Jost, Marlene Schaaf, Michael Sülflow, in Simon Kruschinski. 2023. »How Right-Wing Populists Instrumentalize News Media: Deliberate Provocations, Scandalizing Media Coverage, and Public Awareness for the Alternative for Germany (Afd)«. *The International Journal of Press/Politics* 28 (4): 747–769.
- McBride, Kelly, in Tom Rosenstiel. 2014. »New Guiding Principles for a New Era of Journalism«. V: *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*, Kelly McBride in Tom Rosenstiel (ured.), 1–6. Los Angeles: Sage.
- MFRR. 2024. »Mapping Media Freedom: Monitoring Report January–June 2024«. Media Freedom Rapid Response. <https://www.mappingmediafreedom.org/wp-content/uploads/2024/09/MR-2024-Final-Draft-Pages.pdf>.
- Møller, Lynge Asbjørn, Morten Skovsgaard, in Claes de Vreese. 2024. »Reinforce, readjust, reclaim: How artificial intelligence impacts

- journalism's professional claim». *Journalism* 0 (0). <https://doi.org/10.1177/14648849241269300>.
- Monti, Matteo. 2018. »Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field«. *Studies in Comparative and National Law* 1 (1): 1–17.
- Nelson, Jacob L., Zeve Sanderson, in Seth C. Lewis. 2024. »People trust themselves more than they trust the news. They shouldn't«. *Columbia Journalism Review*, 12. marec 2024. https://www.cjr.org/tow_center/people-trust-themselves-more-than-they-trust-the-news-they-shouldnt.php.
- Nerone, John. 2013. »The Historical Roots of The Normative Model of Journalism«. *Journalism* 14 (4): 446–458.
- Neuberger, Christoph, Anne Bartsch, Romy Fröhlich, Thomas Hanitzsch, Carsten Reinemann, in Johanna Schindler. 2023. »The digital transformation of knowledge order: a model for the analysis of the epistemic crisis«. *Annals of the International Communication Association* 47 (2): 180–201.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, in Rasmus Kleis Nielsen. 2024. »Reuters Institute Digital News Report 2024«. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.
- Nielsen, Rasmus Kleis. 2024. »The worst threats to journalism come from politicians. The best defence against them is serving the public«. *Reuters Institute, University of Oxford*, 28. september 2024. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/worst-threats-journalism-come-politicians-best-defence-against-them-serving-public>.
- Noain-Sánchez, Amaya. 2022. »Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics«. *Communication & Society* 35 (3): 105–121.
- OECD. 2021. »Competition issues concerning news media and digital platforms«. OECD Competition Committee Discussion Paper. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/11/competition-issues-in-news-media-and-digital-platforms_efe6218f/a877a656-en.pdf.
- Ognyanova, Katherine, David Lazer, Ronald E. Robertson, in Christy Wilson. 2020. »Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power«. *The Harvard Kennedy School Misinformation Review* 1 (4). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-024>.
- Paik, Sejin. 2023. »Journalism Ethics for the Algorithmic Era«. *Digital Journalism* maj: 1–27. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2200195>.

- Pickard, Victor. 2019. »The Violence of the Market«. *Journalism* 20 (1): 154–158.
- Pickard, Victor. 2020a. »Restructuring Democratic Infrastructures: A Policy Approach to the Journalism Crisis«. *Digital Journalism* 8 (6): 704–719.
- Pickard, Victor. 2020b. *Democracy Without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. New York: Oxford University Press.
- Poler Kovačič, Melita. 2015. »Razvoj globalne novinarske etike: raznolike tradicije, univerzalen etični kodeks?«. V: *Osolnikov zbornik*, Melita Poler Kovačič (ured.), s41–s52. London: Taylor & Francis.
- Polyák, Gábor. 2019. »'Media in Hungary: Three Pillars of an Illiberal Democracy'«. V: *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*, Eva Połonska in Charlie Beckett (ured.), 279–303. London: Palgrave Macmillan.
- Porlezza, Colin. 2024. »The datafication of digital journalism: A history of everlasting challenges between ethical issues and regulation«. *Journalism* 25 (5): 1167–1185.
- Porlezza, Colin, in Aljosha Karim Schapals. 2024. »AI Ethics in Journalism (Studies): An Evolving Field Between Research and Practice«. *Emerging Media* 2 (3): 356–370.
- Reed, Katherine, Kim Walsh-Childers, Kenneth Fischer, in Bill Davie. 2020. »Restoring Trust in Journalism: An Education Prescription«. *Journalism & Mass Communication Educator* 75 (1): 40–45.
- Riedl, Martin Johannes. 2023. »Journalism as a profession of conditional permeability: A case study of boundaries in a participatory online news setting«. *Journalism* 24 (4): 691–708.
- Safety of Journalists Platform. 2024. »Press Freedom in Europe: Time to Turn the Tide«. Council of Europe. <https://rm.coe.int/annual-report-2024-platform-for-the-safety-of-journalists-web-pdf/1680aeb373>.
- Sanders, Karen. 2022. »Why Ethics Still Matters«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 9–17. London: Routledge.
- Sehl, Annika, Felix M. Simon, in Ralph Schroeder. 2022. »The populist campaigns against European public service media: Hot air or existential threat?«. *International Communication Gazette* 84 (1): 3–23.
- Simon, Felix M. 2023. »Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies«. *Digital Journalism* 12 (2): 149–170.
- Slattery, Karen L. 2020. »Let's Not Forget Education: Owning Journalism Ethics«. *Journalism & Communication Monographs* 22 (3): 255–259.
- Smejkal, Klára, Jakub Macek, Lukáš Slavík, in Jan Šerek. 2024. »Just a 'Mouthpiece of Biased Elites?'. Populist Party Sympathizers and

- Trust in Czech Public Service Media». *The International Journal of Press/Politics* 29 (2): 548–569.
- Splichal, Slavko. 2021. »Kriza javnosti in podružbljanje novinarstva«. *Javnost/The Public* 28 (sup1): S1–S22.
- Splichal, Slavko. 2022. *Datafication of Public Opinion and the Public Sphere: How Extraction Replaced Expression of Opinion*. London: Anthem Press.
- Steele, Bob. 2014. »Journalism Ethics Then and Now«. V: *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*, Kelly McBride in Tom Rosenstiel (ured.), vii–ix. Los Angeles: Sage.
- Steensen, Steen. 2019. »Journalism's epistemic crisis and its solution: Disinformation, datafication and source criticism«. *Journalism* 20 (1): 185–189.
- Stein, Randy, in Caroline E. Meyersohn. 2024. »Whose Pants Are on Fire? Journalists Correcting False Claims are Distrusted More Than Journalists Confirming Claims«. *Communication Research* 0 (0). <https://doi.org/10.1177/00936502241262377>.
- Sun, Yujie, Dongfang Sheng, Zihan Zhou, in Yifei Wu. 2024. »AI hallucination: towards a comprehensive classification of distorted information in artificial intelligence-generated content«. *Humanities and Social Sciences Communications* 11: 1278. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03811-x>.
- Thurman, Neil, Seth C. Lewis, in Jessica Kunert. 2019. »Algorithms, Automation, and News«. *Digital Journalism* 7 (8): 980–992.
- Tong, Jingrong. 2018. »Journalistic Legitimacy Revisited: Collapse or revival in the digital age?«. *Digital Journalism* 6 (2): 256–273.
- Urbániková, Marína. 2023. »Journalists as liars, servants, and sell-outs? On the declining trust in the media in the Czech Republic and Slovakia«. *Global media journal*. German edition 12 (2). <https://doi.org/10.22032/dbt.55519>.
- Villi, Mikko, in Robert G. Picard. 2019. »Transformation and innovation of media business models«. V: *Making media: Production, practices, and professions*, Mirjam Prenger in Mark Deuze (ured.), 121–131. b. k.: Amsterdam University Press.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, in Sinan Aral. 2018. »The spread of true and false news online«. *SCIENCE* 359 (6380): 1146–1151.
- Waisbord, Silvio. 2018. »Truth is What Happens to News«. *Journalism Studies* 19 (13): 1866–1878.
- Ward, Stephen J. A. 2010. *Global Journalism Ethics*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Ward, Stephen J. A. 2011. *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Ward, Stephen J. A. 2014. »Radical Media Ethics: Ethics for a global digital world«. *Digital Journalism* 2 (4): 455–471.
- Ward, Stephen J. A. 2016. »Digital Journalism Ethics«. V: *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, Tamara Witschge, Chris W. Anderson, David Domingo in Alfred Hermida (ured.), 68–80. London: SAGE.
- Ward, Stephen J. A. 2019. *Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on the Frontier of Digital Media*. London: Routledge.
- Ward, Stephen J. A. 2022. »From Parochial to Global: The Turbulent History of Journalism Ethics«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 18–77. London: Routledge.
- Wasserman, Herman. 2011. »Towards a Global Journalism Ethics Via Local Narratives«. *Journalism Studies* 12 (6): 791–803.
- Wasserman, Herman. 2022. »The Case for Global Media Ethics«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 69–76. London: Routledge.
- Witschge, Tamara, in Frank Harbers. 2018. »Journalism as Practice«. V: *Journalism*, Tim P. Vos (ured.), 105–123. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Wodak, Ruth. 2019. »Entering the 'post-shame era': the rise of illiberal democracy, populism and neo-authoritarianism in Europe«. *Global Discourse* 9 (1): 195–213.
- Wodak, Ruth. 2022. »Shameless normalization as a result of media control: The case of Austria«. *Discourse & Society* 33 (6): 788–804.
- Wyatt, Wendy N. 2022. »The Humble Yet Lofty Goals of a Journalism Ethics Course«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 504–512. London: Routledge.
- Zamith, Rodrigo, in Oscar Westlund. 2022. »Digital Journalism and Epistemologies of News Production«. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 18. julij 2022. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.84>.

Manica J. Ambrožič

V ZAKULISJU PRENOVE: ANALIZA NASTAJANJA ETIČNEGA IN POKLICNEGA KODEKSA RTV SLOVENIJA

Medijska odgovornost ter instrumenti samoregulacije na področju medijev in novinarstva so v času globoke krize zaupanja v medije ter ob tehnološkem napredku in v družbeni realnosti, v kateri se javnost med drugim sooča z lažnimi novicami, vse pomembnejša tema raziskav (Allen 2008; McBride in Rosenstiel 2013; Appelgren in Kalsnes 2022; Fidalgo et al. 2022; Kreutler in Fengler 2024). »Novinarska etika še nikoli ni bila tako pomembna za toliko ljudi« (Sanders 2022, 15). Appelgren in Kalsnes (2022, 7) sta na primer ocenila, da lahko prav uveljavljanje doslednih etičnih praks v novinarskih uredništvih »ohrani in okrepi zaupanje v medije« v časih obtožb o tem, da mediji ustvarjajo lažne novice, in o novinarjih, ki da lažejo; takšne obtožbe se slišijo z najvplivnejših političnih podijev in vse do nepreglednih količin komentatorskih zapisov na družbenih omrežjih. Etične norme, veljavne v zadnjih desetletjih, so bile namenjene medijem in medijski krajini nekega drugega časa (Ward 2011); odgovor na vprašanja, kaj je novinarstvo in za koga je, kot sta bili oblikovani pred globalizacijo in razmahom digitalizacije, ki krepi »vpliv nenovinarskih akterjev v določanju meja novinarskega ozemlja« (Splichal

2021), je zato treba preoblikovati (Ward 2011). Sodobni čas torej nedvomno kliče k prevetritvi tradicionalnih sistemov medijske odgovornosti (Eberwein in Porlezza 2016; Eberwein, Fengler in Karmasin 2018, 285).

Etična načela in pravila profesije primarno določajo njeni pripadniki sami (Bertrand 2000; McBride in Rosenstiel 2013). Danes se tudi v liberalnih demokracijah ruši tradicionalna vloga novinarjev kot »profesionalnih proizvajalcev védenja« (Carlson 2017, 45) ter »avtoritet, ki posredujejo ključne informacije javnega značaja o politiki in nadzorujejo nosilce politične oblasti« (Patrona in Ekström 2024, 29). Ta tradicionalna vloga temelji na splošnem zaupanju v profesionalno novinarstvo ter tudi na institucionaliziranem in pripoznanem odnosu med novinarji in političnimi akterji (Carlson 2017; Carlson, Robinson in Lewis 2021; Patrona in Ekström 2024). Nekateri raziskovalci novinarske etike kot najboljši odgovor na to rušenje tradicionalne vloge novinarstva, na ta proces delegitimizacije novinarstva, ki je pogosto politično orkestriran (Carlson et al. 2021; Krämer and Langmann, 2020; Patrona in Ekström 2024), ponujajo razkrivanje in osvetljevanje novinarskih delovnih procesov – povedano preprosteje: odgovor vidijo v vpogledu javnosti v procese ustvarjanja medijskih vsebin (Allen 2008; Kovach in Rosenstiel 2001; Smith 2005).

Proces profesionalizacije novinarstva v 20. stoletju je utrdil konsenzualno poklicno ideologijo novinarjev iz različnih delov sveta z enakimi temeljnimi etičnimi standardi in načeli (Deuze 2005) – pa vendar se v času hitrih ekonomskih in tehnoloških sprememb, deprofesionalizacije novinarstva in novih delovnih rutin ter v svetu, v katerem mediji za pozornost občinstev tekmujejo s tehnološkimi korporacijami in v novinarstvo vdirajo algoritmi, na različnih ravneh porajajo mnogi novi etični izzivi (McBride in Rosenstiel 2013; Dörr in Hollnbuchner 2016) ter krepijo vprašanja o »poklicanosti novinarjev in o njihovi posebni družbeni vlogi in potrebi po izobraževanju in združevanju, ki sta namenjeni razvijanju poklicne etike« (Splichal 2021, 11). Tu so še vprašanja o verodostojnosti novinarjev in nasploh legitimnosti tistih, ki novinarski poklic opravljajo (Kovach in Rosenstiel 2001; Allen 2008; Karlsson 2010; McBride in Rosenstiel 2013; Ward 2015).

Strokovnjaki med ključnimi načeli novinarske etike izpostavljajo resnicoljubnost, transparentnost, objektivnost ter delovanje v službi javnega, in ne zasebnega interesa (Hafez 2002;

Deuze 2005; Ward 2010; McBride in Rosenstiel 2013; Slattery 2016). Primerjave etičnih kodeksov različnih držav kažejo, da sta resnicoljubnost in objektivnost »standard delovanja, h kateremu vsi stremimo«, torej univerzalna temelja obče novinarske etike (Deuze 2005, 450).

Tudi v Sloveniji so digitalizacija, komercializacija, pritiski političnih in ekonomskih centrov moči ter zmanjšanje zaupanja javnosti del okolja, v katerem poskušajo preživeti mediji in novinarstvo. Pravkar se spreminja tudi zakonodajni okvir na tem področju: ob koncu leta 2024 je vlada potrdila in v Državni zbor poslala nov medijski zakon (Vlada RS 2024), ki naj bi nasledil zakon iz leta 2006 (zakonodajni postopek za novi zakon se je sicer začel po sprejemu Evropskega akta o svobodi medijev; ta velja od maja 2024 (EUR-Lex 2024)). Žgoče so ta hip tudi razprave o uporabi umetne inteligence v medijih. Društvo novinarjev Slovenije je tako spomladi 2025 dopolnilo Kodeks novinarjev Slovenije s tremi členi, povezanimi z etično in odgovorno uporabo umetne inteligence v novinarstvu (Društvo novinarjev Slovenije 2025; Novinarsko častno razsodišče 2025a).

V tako spreminjajočem se okviru slovenske medijske krajine je na RTV Slovenija nastajalo tudi besedilo novega internega samoregulativnega instrumenta – *Etičnega in poklicnega kodeksa RTV Slovenija*. Ta bo predvidoma nasledil leta 2000 sprejeti pravilnik o poklicnih standardih z naslovom *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2000). V času njegovega spreminjanja je manj raziskano prav področje procesov nastajanja novih etičnih kodeksov (Poler Kovačič, Van Putten in Vobič 2012), čeprav raziskovalci etičnega področja opozarjajo na potrebo po prenovah teh dokumentov (Whitehouse 2010; Ward 2014; Karlsson, Ferrer Conill in Örnebring 2023), nekatere raziskave in analize pa se posvečajo tudi kritični presoji že prenovljenih kodeksov (Buttry 2014; Culver Bartzen 2017). Nastajanje novega kodeksa na slovenski javni radioteleviziji je zato relevantna tema za strokovno in znanstveno obravnavo. V prispevku se bomo posvetili zakulisju nastajanja novega dokumenta (razlogom za njegov nastanek in načinu priprave) ter ključnim novostim, ki jih prinaša.

SAMOREGULACIJA NA PODROČJU MEDIJEV IN NOVINARSTVA

Medijska etika »lahko obstaja le v demokraciji« (Bertrand 2000, 5). Samoregulacija je oblika regulacije, v kateri akterji sami oblikujejo in uveljavljajo pravila svoje dejavnosti ter hkrati poskrbijo tudi za sankcioniranje neupoštevanja teh pravil (Puppis 2007). Gre torej za »regulacijo brez državnih akterjev« (Puppis 2010, 139).

Samoregulacija na področju medijev in novinarstva je sistem pravil, etičnih smernic ter standardov in ukrepov, o katerih se dogovorijo novinarji ali medijske organizacije ter jih uveljavljajo za zagotavljanje odgovornega in verodostojnega novinarstva (Bertrand 2000; Puppis 2007, 2010; McQuail 2010; Fidalgo et al. 2022; Tambini 2008). Kot že sicer velja za samoregulacijo, je tudi medijska samoregulacija praviloma ločena od državnega ali zakonskega regulativnega okvira, a regulacija, koregulacija in samoregulacija skupaj tvorijo regulacijsko strukturo, v kateri delujejo mediji (Puppis 2007). Del medijske samoregulacije je tudi novinarska samoregulacija, ki se osredotoča izključno na etiko novinarskega dela. Med drugim pomeni »spodbujanje nenehnega novinarskega razmisleka o profesionalnem prav in narobe«, novinarje in medijske hiše pa opogumlja, »da sprejemajo kritiko in vzpostavijo dialog z občinstvom« (Todorovski 2024, 5).

Samoregulacijo v medijih zagotavljajo različni vzvodi, kot so kodeksi, poklicna ali častna razsodišča, ombudsmani oz. varuhi pravic javnosti in medijske komisije; posredno pa je vidna tudi v novinarskih prispevkih o medijih samih in v uredniških pojasnilih (Laitila 1995; Bertrand 2000; Fengler et al. 2015; Fidalgo et al. 2022; Kreutler in Fengler 2024). Načeloma država v samoregulaciji na področju medijev in seveda tudi novinarstva ne sodeluje, a včasih poteka »tudi z njeno podporo« (Kerševan Smokvina in Poler Kovačič 2021, 45). Evropska komisija je tako v priporočilu ob Evropskem aktu o svobodi medijev zapisala: »Samoregulacija medijev in standardi novinarske etike so učinkovito orodje za opolnočenje novinarjev, prav tako pa jim pomagajo, da se zoperstavijo neupravičenemu pritisku, tudi politične in ekonomske narave, ter s tem povečujejo zaupanje javnosti v medije« (EUR-Lex 2022).

Etični kodeksi, ki sodijo med najbolj razširjene oblike in najbolj učinkovita orodja samoregulacije novinarskega poklica, so »orodja profesionalizacije«, »način profesionalne vzgoje«

in »vzvodi krepitve vestnega dela« (Christians in Nordenstreng 2004, 17). Izpostavljajo najboljše »profesionalne prakse in etične standarde« (Fidalgo et al. 2022, 211) in so instrumenti, ki »definirajo in predstavljajo vrednote« tistih, ki poklic opravljajo (Roberts 2012, 116). Novinarske etične kodekse sprejemajo ne le stanovske organizacije, denimo nacionalna novinarska društva in medijski sveti, ampak tudi mednarodna novinarska združenja in organizacije ter posamezne medijske hiše. Te s kodeksi opredelijo svoje vrednote, vlogo v družbi in profesionalne norme, obenem pa ti kodeksi odslikavajo tudi politični sistem in kulturo, v kateri medij deluje (Bertrand 2000; Limor in Himmelboim 2006, 2008; Fidalgo et al. 2022). Kodeksi so namenjeni zunanjim in notranjim akterjem – zapovedujejo in interpretirajo odgovornost medija v odnosu do javnosti, države, novinarskih virov, oglaševalcev ipd., hkrati pa ščitijo integriteto in identiteto novinarskega poklica pred škodljivimi zunanjimi in notranjimi vplivi ter nepravilnostmi (denimo plagiatorstvo) (Laitila 1995; Roberts 2012).

Prve raziskave novinarske odgovornosti so bile večinoma namenjene »normativnim in teoretičnim okvirom odgovornosti medijev« (Kreutler in Fengler 2024, 3). Primerjalne raziskave etičnih kodeksov so denimo opravili Cooper (1990), Laitila (1995) in Bertrand (2000), po letu 2000 pa se je to raziskovalno področje precej okrepilo (Hafez 2002; Himmelboim in Limor 2011; Roberts 2012; Fengler et al. 2014). Predmet raziskav so bili tudi posamezni temeljni in univerzalni elementi novinarske etike, ki so del kodeksov; med njimi denimo resnicoljubnost (Christensen 2013), izogibanje konfliktom interesov (Wilkins in Brennen 2004) in vpliv kodeksov na novinarsko prakso (Boeyink 1994, 1998; Voakes 1997; Berkowitz in Limor 2003; Berkowitz, Limor in Singer 2004; Van der Wurff in Schönbach 2011). Nekateri raziskovalci so preverjali še (ne)moč in učinkovitost instrumentov medijske samoregulacije (Boeyink 1994; Campbell 1999; Fengler 2003; Eberwein in Porlezza 2014; Poler Kovačič 2014; Vobič, Slaček Brlek in Mance 2017; Kerševan Smokvina in Poler Kovačič 2021), sem pa sodijo tudi razmisleki o snovanju univerzalnega etičnega kodeksa (Herrscher 2002; Ward 2005, 2008; Poler Kovačič 2015).

Primerjalne raziskave različnih kodeksov po svetu kažejo, da kljub razlikam med državami etični kodeksi odslikavajo nekatera že omenjena skupna temeljna načela, kot so resnica, objektivnost in služenje javnemu interesu (Ryan 2001; Hafez 2002; Wilkins in

Brennen 2004; Laitila 2005; Ward 2010; Culver Bartzen 2017) – ali kot je tri ključne stične točke opredelil Thomas Cooper (1990, 7, 8, 9): »iskanje resnice«, »želja po odgovornosti« in »težnja po svobodi izražanja«. Povedano na kratko, govorimo o resnicoljubnosti, odgovornosti in avtonomiji.

Digitalizirana in globalizirana medijska krajina je s svojimi revolucionarnimi spremembami zanetila tudi revolucijo v medijski etiki, in sicer šesto revolucijo po 17. stoletju, ko se je pojavil množični tisk (Ward 2011). Prvi novinarski etični kodeksi so sicer nastali v začetku 20. stoletja (Laitila 1995; Fidalgo et al. 2022), a še v letu 1980, torej pred manj kot 50 leti, je bilo v poročilu Unesca o etičnih kodeksih po svetu zapisano, da je na svetu več držav brez formalizirane medijske regulacije, kot je držav z veljavnim etičnim kodeksom (Jones 1980, 9). Pred drugo svetovno vojno so v Evropi novinarske etične kodekse poznali v Franciji, na Švedskem, Finskem in Norveškem (Laitila 1995), tovrstne dokumente so v prvih desetletjih 20. stoletja sprejemali tudi v Združenih državah Amerike (Pullen 1986). Mednarodno združenje novinarjev (IFJ), ki je po drugi svetovni vojni nastalo na temeljih predvojne mednarodne povezave novinarjev, je leta 1954 sprejelo etični dokument o načelih delovanja novinarjev, ki ga poznamo tudi kot Deklaracijo iz Bordeauxa, standard profesionalnega ravnanja za novinarje, ki se ukvarjajo z zbiranjem, prenašanjem, razširjanjem ter komentiranjem novic in informacij pri opisovanju dogodkov (International Federation of Journalists 2019; Fidalgo et al. 2022). Zgodovinske analize kažejo, da so novinarski etični kodeksi nastajali ali so se spreminjali v časih večjih preizkušenj za novinarje ter v časih večjih medijskih sprememb in kritik na račun medijev (npr. v 20. letih preteklega stoletja v ZDA, po drugi svetovni vojni v Zahodni in Severni Evropi ter v 90. letih 20. stoletja v Vzhodni Evropi (Laitila 1995; Fidalgo et al. 2022)). Spremenjena medijska krajina in razmah digitalizacije sta po letu 2000 prinesla nov val revizij etičnih kodeksov ali vsaj pozive po njih (Whitehouse 2010; Ward 2014; Karlsson, Ferrer Conill in Örnebring 2023), vendar pa se zdi, da je zgolj vnašanje določil o npr. digitalizaciji in avtomatizaciji novinarstva ali preverjanju informacij precej enostavnejše kot iskanje oprijemljivih odgovorov na nova vprašanja o najbolj temeljnih vrednotah novinarstva, kot so neodvisnost, transparentnost in objektivnost (McBride in Rosenstiel 2013).

SAMOREGULACIJA V NOVINARSKIH ORGANIZACIJAH V SLOVENIJI IN NA RTV SLOVENIJA

Pod okriljem Društva novinarjev Slovenije in Sindikata novinarjev Slovenije deluje Novinarsko častno razsodišče, ki bdi nad spoštovanjem etičnih in profesionalnih pravil, zapisanih v *Kodeksu novinarjev Slovenije*. Gre za dokument, ki je nastal leta 1991, nato pa je bil v letih 2002, 2010, 2019 in 2025 prenovljen. Prenovi, ki sta potekali leta 2002 in 2010, sta bili hitri, opravljene v majhni skupini in brez širšega sistematičnega raziskovanja (Poler Kovačič, Van Putten in Vobič 2012). Spremembe, s katerimi je bil dopolnjen kodeksa iz leta 2019, so se nanašale predvsem na člene o zasebnosti, dodan je bil tudi člen, ki zahteva transparentnost pri popravljanju napak in dopolnjevanju že objavljenih prispevkov v spletnih medijih (Novinarsko častno razsodišče 2019). Zadnjo spremembo je, kot smo že napisali, kodeks doživel spomladi 2025 s členi o umetni inteligenci (Društvo novinarjev Slovenije 2025; Novinarsko častno razsodišče 2025a). Med 11 članov Novinarskega častnega razsodišča je devet novinarjev in dva predstavnika javnosti (Novinarsko častno razsodišče 2025b). V letu 2024 je Novinarsko častno razsodišče objavilo 28 razsodb in stališč (Novinarsko častno razsodišče 2025c).

Častno razsodišče je leta 2007 ustanovilo tudi Združenje novinarjev in publicistov. Na spletni strani združenja je objavljen *Etični kodeks ameriškega Združenja poklicnih novinarjev in publicistov* iz leta 1996 (Združenje novinarjev in publicistov 2007a); gre za dokument, ki ga je ameriško združenje sicer leta 2014 prenovilo in *Münchensko deklaracijo o dolžnostih in pravicah novinarjev* (Združenje novinarjev in publicistov 2007b). Častno razsodišče Združenja novinarjev in publicistov ima pet članov. Na njihovi spletni strani sta objavljeni dve razsodbi iz leta 2014.

Raziskovalci slovenskih medijev in novinarstva opozarjajo, da v Sloveniji instrumenti medijske odgovornosti v preteklosti niso »mogli učinkovito preprečiti niti političnega vmešavanja niti komercialnih pritiskov na medije in novinarje pri njihovih poskusih, da bi državljane smiselno povezali z družbenim življenjem« (Vobič, Slaček Brlek in Mance 2017, 235); pa tudi, da novinarji instrumente samoregulacije sprejemajo in upoštevajo le z malo vneme (Bervar 2002; Poler Kovačič 2014; Vobič, Slaček Brlek in Mance 2017).

RTV Slovenija ima svoj etični kodeks od leta 2000. Gre za samo-regulativni dokument *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*, napisan po zgledu BBC-jevih uredniških standardov (Todorovski 2024). Takratni predsednik Sveta RTV Slovenija Janez Kocijančič je v uvod tega dokumenta zapisal, da je »določitev pravil igre, opredelitev civilizacijskih razsežnosti svobode informiranja in svobode javne besede izjemno zahtevna naloga. Iskati je potrebno razmerja, da ne bi svoboda enega ogrozila svobodo drugega. Ko širimo meje svobode, je treba širiti in zaščititi svobodo vseh in vsakogar« (RTV Slovenija 2000). Šest let kasneje so bili sprejeti še *Programski standardi RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2006), ki so jih leta 2024 nadomestili novi (RTV Slovenija 2024).

Od leta 2008 na RTV Slovenija deluje tudi varuh pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin. Ta instrument je bil predviden že v *Poklicnih merilih in načelih novinarske etike* iz leta 2000, in sicer kot varuh dokumenta, torej poklicnih meril in načel novinarske etike. Njegova vloga se je do leta 2008 preoblikovala v vlogo varuha, ki obravnava pripombe in predloge gledalcev, poslušalcev, bralcev in uporabnikov. Delo in pristojnosti varuha so opredeljeni v *Pravilniku o delovanju varuha pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin Radiotelevizije Slovenija* (RTV Slovenija 2021). Za prvo varuhinjo je bila leta 2008 imenovana takratna urednica in televizijska voditeljica na RTV Slovenija Miša Molk. Od januarja 2022 je na položaju četrta varuhinja, novinarka Marica Uršič Zupan, ki je prva, ki na položaj ni prišla iz kolektiva RTV Slovenija, pač pa iz lokalnega medija, a je v 90. letih 20. stoletja, torej na začetku svoje novinarske kariere, kot honorarna sodelavka delala v uredništvu Teleteksta na RTV Slovenija in na TV Koper. Varuhinja o svojih ugotovitvah pripravlja mesečna poročila, redno pa poroča tudi Svetu RTV Slovenija. V letu 2024 je obravnavala 2.490 odzivov gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin RTV Slovenija (RTV Slovenija 2025a).

RAZISKAVA

Metodologija

Namen poglavja je predstaviti nastajanje novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija, ki ima v zadnji delovni različici naslov *Etični in poklicni kodeksa RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2025b), ter njegove ključne novosti. Zato si zastavljam pet raziskovalnih vprašanj:

- RV1: Kateri so bili razlogi za prenovo starega samoregulativnega dokumenta *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2000)?
- RV2: Kateri postopki so vodili do nastanka delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija?
- RV3: Kakšna je bila sestava delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija?
- RV4: Kako je potekalo delo delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija?
- RV5: Katere so ključne novosti, ki jih prinaša novi samoregulativni dokument RTV Slovenija *Etični in poklicni kodeks RTV Slovenija*?

V raziskavi sem uporabila dve metodi dela, in sicer analizo dokumentov kot »sistematični postopek obravnave ter ocene tiskanih in elektronskih dokumentov« (Bowen 2009, 27), ter polstrukturirani intervju, metodo, ki intervjuvancem omogoča, da brez omejitev govorijo o tistih vidikih tematike, ki sem jim zdijo pomembni (Hesse-Biber 2016). Pri vseh petih raziskovalnih vprašanjih sem uporabila metodologijo polstrukturiranega intervjuja. Pri drugem, tretjem in četrtem raziskovalnem vprašanju sem podatke za raziskavo črpala tudi iz interne elektronske korespondence.

V analizo dokumentov sem vključila stara *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2000) ter predlagani *Etični in poklicni kodeks RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2025b). Analizirala sem tudi ključne dokumente interne e-komuniciranja, v katero so bili kot naslovniki vključeni člani in članice delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija. Gre za komuniciranje, ki je

bilo namenjeno predvsem usmerjanju dela skupine ter se je nanašalo predvsem na sklice delovnih srečanj in pa vsebine, obravnavane na srečanjih. Do tega komuniciranja sem imela dostop kot članica delovne skupine.

Za polstrukturirane intervjuje sem z metodo namenskega vzorčenja (Patton 2015) izbrala štiri predstavnice delovne skupine. Ilinka Todorovski (intervju opravljen 3. marca 2025) je bila vodja delovne skupine in snovalka osnutka samoregulativnega dokumenta, ki ga je obravnavala delovna skupina. Todorovski je bila v letih 2017–2022 varuhinja pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin RTV Slovenija, sicer pa je dolgoletna novinarka in urednica v Informativnem programu Televizije Slovenija. Marica Uršič Zupan (intervju opravljen 26. februarja 2025) je aktualna varuhinja pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin RTV Slovenija. Ksenja Tratnik (intervju opravljen 25. februarja 2025) je odgovorna urednica MMC RTV Slovenija in vsebin na uradnih novičarskih profilih RTV Slovenija na družbenih omrežjih. Tatjana Pirc (intervju opravljen 28. februarja 2025) je nekdanja odgovorna urednica Prvega programa Radia Slovenija ter dolgoletna novinarka in urednica na Radiu Slovenija. V času priprave novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija je bila tudi predsednica Novinarskega častnega razsodišča pri Društvu novinarjev Slovenije in Sindikatu novinarjev Slovenije. Intervjuvala sem torej članice delovne skupine, ki so novinarsko in uredniško aktivne na vseh medijskih platformah RTV Slovenija.

Pred izvedbo intervjujev, ki sem jih opravila s pomočjo vodiča, sem intervjuvanke seznaniła z vprašanji, prav tako so vse podpisale obveščeno soglasje. Z dvema intervjuvankama sem intervju opravila prek videokonferenčne povezave, z dvema sem se pogovarjala na osebni srečanju. Pri predstavitvi rezultatov analize intervjuvanke poimenujem s priimkom. Intervjuje, ki so v povprečju trajali 45 minut, sem posnela in jih transkribirala. Prepise intervjujev hrani avtorica in so pri njej dostopni na zahtevo, ob predhodni utemeljitvi in ob zagotavljanju varstva osebnih podatkov.

Pri delu skupine, ki je pripravljala novi samoregulativni dokument RTV Slovenija, sem kot nekdanja odgovorna urednica Informativnega programa TVSLO sodelovala tudi avtorica tega poglavja.

Rezultati

Razlogi za spremembo starega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija

Po mnenju vseh štirih intervjuvank je glavni razlog za spremembo samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija iz leta 2000 v spremembah medijske krajine in novinarstva, ki jih je prinesla digitalizacija. Medijski etični kodeksi morajo odslikavati in vključevati te spremembe (Tratnik, intervju); poleg tega se je RTV Slovenija v zadnjih 25 letih spremenila in ni več takšna medijska organizacija, kot je bila na začetku tega tisočletja (Pirc, intervju). Tratnik je ob tem opozorila, da ključna merila in načela starega dokumenta še vedno veljajo in se niso spremenila. Treba jih je bilo le nadgraditi in prilagoditi zahtevam sodobnega časa. »Če bi povsem zanemarili obstoječi dokument, bi zanikali delo, ki smo ga opravljali vsa ta desetletja« (Tratnik, intervju).

Intervjuvanke so bile soglasne, da je dokument *Poklicni standardi in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija 2000) zastarel, njegova prenova pa nujna predvsem zaradi skoraj popolne odsotnosti odgovorov na etične dileme spletnega novinarstva in medijske digitalnosti. Spleta in družbenih omrežij v dokumentu iz leta 2000 skoraj ni (Todorovski, intervju) oz. so omenjeni le z nekaj stavki (Tratnik, intervju), predvsem pa tu manjkajo odgovori na vprašanja, kdo je odgovoren za objave na spletu ter kdo se podpiše pod videokasete in odgovarja za njihovo vsebinsko in tehnično kakovost (Uršič Zupan, intervju). Še več, v veljavnem dokumentu je (pre)dominantna televizija, medtem ko je radio zapostavljen (Uršič Zupan, intervju).

Posebno pozornost je Todorovski namenila tudi pomenu varuha, ki ga je v 16. členu vpeljal prav veljavni dokument iz leta 2000, in sicer kot »varuh/a/ poklicnih meril in načel novinarske etike v programih RTV Slovenija«, ki nadzoruje »spoštovanje poklicnih meril in etičnih načel, določenih s tem dokumentom, varuje interese RTV-plačnikov, poslušalcev, gledalcev in sodelujočih v oddajah in programih RTV Slovenija, pa tudi interese novinarjev in drugih ustvarjalcev radijskih in televizijskih programov pred neupravičenimi pritožbami in očitki ter morebitnim neupravičnim ravnanjem posameznih urednikov« (RTV Slovenija 2000). Sogovornica je opozorila, da varuh ob ustanovitvi leta 2008 ni

bil več »varuh poklicnih meril in etičnih načel, pač pa varuh občinstva na podlagi tega dokumenta« (Todorovski, intervju).

Staremu dokumentu se očita tudi, da so nekatera njegova določila v nasprotju z medijsko in volilno zakonodajo (Todorovski, intervju), kritik strokovne in novinarske javnosti pa so bila deležna še določila, ki zahtevajo t. i. uravnoteževanje sporočanja. Tako so v drugem poglavju dokumenta iz leta 2000 dokaj obširno zapisana pravila o vsestranskosti in uravnoteženosti sporočanja s posebnim daljšim podpoglavjem v treh delih o uravnoteženosti sporočanja, uravnoteženost pa je nato obravnavana tudi v delu o volilni kampanji. Bistvo teh členov je, da mora RTV za dosego uravnoteženosti »zagotoviti najširši možen obseg izražanja različnih stališč in mnenj«, pri obravnavi vprašanj javnega interesa, o katerih obstajajo v javnosti različna stališča, morajo programi RTV Slovenija v skladu s tem dokumentom »zagotoviti enakovredno in enakomerno predstavitev najširšega možnega izbora stališč o določeni zadevi«, novinar pa mora »za določen prispevek ali oddajo najti predstavnike vseh vpletenih (prizadetih) strani ali mnenj« (RTV Slovenija 2000). Po mnenju Todorovski (intervju) gre v tem delu za neposrečeno prevajanje in prilagajanje besedila takrat veljavnega kodeksa britanskega BBC-ja. Todorovski je ob tem še dodala, da je stari dokument že sicer bodisi »na slabem glasu« bodisi je »slabo poznan med novinarji na RTV Slovenija«.

Glede prenove dokumenta iz leta 2000 je Pirc opozorila, da so že ob njegovem sprejetju napovedovali, da ga bo treba redno posodabljeni, a se to ni zgodilo. »Sprejeta etična pravila so odprta in jih bomo v skladu z novimi spoznanji in izkušnjami dopolnjevali in popravljali,« je v uvod v *Poklicne standarde in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija* zapisal takratni predsednik Programskega sveta RTV Slovenija (RTV Slovenija 2000), a je »zanimivo, da so se vsi dosedanja poskusi spreminjanja in posodabljanja poklicnih meril vedno klavrno končali, ker so predlagane spremembe naleteli na odpor, strah, nepripravljenost ali nerazumevanje« (Pirc, intervju).

Ustanovitev delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija

V delovno skupino za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenije je bilo konec leta 2023 imenovanih 11 članov in članic. Skupina je takoj po ustanovitvi v obravnavo prejela osnutek, ki ga je pripravila Todorovski, ki je prevzela tudi vodenje skupine. Osnutek je v dogovoru s takratnim vodstvom RTV Slovenija avtorica sicer pripravljala že približno dve leti prej, ob koncu svojega mandata varuhinje (januar 2022), bil pa je odziv na »zelo boleče /.../ dejstvo, da ima RTV Slovenija tako zastarel dokument« (Todorovski, intervju).

Do poletja 2023 je osnutek nastajal na osnovi neformalnih posvetov z nekaterimi izkušenimi kolegi iz uredniških in novinarskih vrst RTV Slovenija ter z upoštevanjem nekaterih drugih samoregulativnih dokumentov po svetu (Todorovski, intervju), denimo uredniških smernic BBC-ja (BBC 2019). Poleg tega je osnutek vključeval tudi nekatera določila dokumenta iz leta 2000, v primerjavo pa je bil vključen še nikoli dokončani osnutek prenove etičnega kodeksa, ki je v ozki skupini pod vodstvom Andreja Stoparja, takratnega odgovornega urednika Prvega programa Radia Slovenija, na RTV Slovenija nastajal v letih 2019–2020. Dokument z delovnim naslovom *Poklicna načela in merila vseh sodelavcev RTV Slovenija, profesionalni in etični priročnik* (interno e-komuniciranje, 7. julij 2020) ni bil nikoli poslan v formalno obravnavo, ga je pa Todorovski v vlogi varuhinje na predlog takratnega vodstva RTV Slovenija junija in julija 2020 pregledala ter predlagala njegove dopolnitve (Todorovski, intervju).

13. julija 2023 je bil za novega predsednika uprave RTV Slovenija imenovan Zvezdan Martić, ki je oktobra 2023 članom uprave in direktorjem enot RTV Slovenija sporočil, da bo imenovana delovna skupina za prenovo poklicnih meril iz leta 2000. Skladno s to odločitvijo predsednika uprave je bila Todorovski imenovana za vodjo delovne skupine; ta je imela nalogo, da »do konca leta pripravi usklajen predlog, ki bi bil primeren za razpravo in (...) pregled pri medijskih strokovnjakih« (interno e-komuniciranje, 26. oktober 2023). Po navodilu takratnega predsednika uprave naj bi vsaka enota predlagala vsaj enega člana ali članico. Prva je bila v skupino pod vodstvom Ilinke Todorovski imenovana predstavnica Radia Slovenija Tatjana Pirc, in sicer 6.

novembra 2023 (interno e-komuniciranje, 6. november 2023). Dokončno oblikovana skupina, kot rečeno, z 11 člani in članicami pod vodstvom Todorovski, se je prvič sestala 27. novembra 2023 z namenom, da »osveži dokument, ki je temelj novinarske samoregulacije v javnem mediju, a bo letos napolnil že 23 let« (interno e-komuniciranje, 14. november 2023). Skupina je z delom končala čez dobro leto, marca 2025, ko se je o novem dokumentu uskladila in ga 17. marca 2025 poslala upravi RTV Slovenija v nadaljnjo obravnavo (interno e-komuniciranje, 17. marec 2025).

Sestava delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija

Delovno skupino so sestavljali predstavniki in predstavnice iz vseh enot RTV Slovenija, tudi predstavnika madžarskega in italijanskega programa. Televizija, splet ter Regionalna RTV centra Koper-Capodistria in Maribor so bili v skupini zastopani s po dvema članoma, Radio Slovenija je v skupino imenoval eno članico, članica skupine, ki je delala pod vodstvom Ilinke Todorovski, je bila tudi aktualna varuhinja pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin Radiotelevizije Slovenija. Po mnenju intervjuvank je skupina odražala regionalno raznolikost RTV Slovenija in je predstavljala »pester nabor ljudi z izkušnjami in znanjem« (Pirc, intervju), hkrati pa je število članov in članic omogočalo »obvladljivo sodelovanje v skupini« (Todorovski, intervju). Predlagano besedilo so torej obravnavali novinarji in uredniki, z izjemo režiserja TV Slovenija Aljaža Bastiča, ki ustvarja v Kulturno-umetniškem programu RTV Slovenija (interno e-komuniciranje, november 2023; Todorovski, intervju).

Pri vprašanju, ali je novinarska samoregulacija predvsem v domeni novinarjev ali pa je treba v pripravo novinarskih etičnih kodeksov vendarle vključiti tudi javnost, medijske lastnike ter medijske in pravne strokovnjake (Culver Bartzen 2017), so se tri intervjuvanke nagibale k odgovoru, da zadoščajo le prvi – novinarji. »To je naša profesija in naša stroka in prav je, da nas pustijo, da delamo svoj posel« (Tratnik, intervju), bi pa bil koristen še pravni strokovnjak (Pirc, intervju; Uršič Zupan, intervju; Todorovski, intervju). Tratnik in Pirc sta se strinjali, da je bilo pomembno, da so bili v skupini predstavniki različnih

delov RTV Slovenija. Nasprotno je potrebo po zunanjih članih že v prvi fazi obravnave osnutka poudarjala Uršič Zupan, ki je menila, da je bil izbor članov skupine preozek, v skupini je namreč sodelovala le ena oseba, ki je predstavljala nenovinarske profile in poklice na RTV Slovenija. Po njeni oceni bi kot član skupine lahko deloval tudi strokovnjak s kompetencami na področju digitalnih medijskih vsebin in digitalnega komuniciranja (Uršič Zupan, intervju). Med morebitnimi pomožnimi sodelavci je bil omenjen še profil, ki bi »iskal in pripravljal dodatno gradivo o nekaterih vprašanjih, ki so si jih člani komisije zastavljali med pisanjem posameznih poglavij« (Pirc, intervju).

Delo delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta RTV Slovenija

Kot je bilo že omenjeno, se je delovna skupina prvič sestala 27. novembra 2023. Sestanke je sklicevala vodja skupine Todorovski, potekali so v prostorih RTV Slovenija z možnostjo sodelovanja na daljavo. 9. novembra 2024 se je skupina srečala na celodnevni klavzuri, na kateri je obravnavala 30. različico besedila (interno e-komuniciranje, november 2023–marec 2025).

Člani in članice skupine so dokument obravnavali po poglavjih. Vsi so prejeli vsa poglavja, vsebinske delitve dela torej ni bilo. Tudi če bi si delo razdelili, je menila Uršič Zupan, »bi na koncu morali vsi vse prebrati« (intervju).

Po vsakokratni razpravi na sestankih je vodja skupine v besedilo vnesla popravke. Vnos sprememb po vsakem sestanku je pomenil novo različico besedila (Todorovski, intervju; Pirc, intervju). Delovna skupina je na svoji zadnji seji pred oddajo dokumenta upravi RTV Slovenija 13. marca 2025 obravnavala 34. različico besedila (interno e-komuniciranje, 13. marec 2025).

Delo je potekalo počasneje, kot je vodja skupine pričakovala in ga »zato sama ne bi nikoli izbrala«, je pa mestoma že kar »izjemna« počasnost prinesla temeljitost in izčrpnost (Todorovski, intervju). Intervencije članov skupine, ki so to delo opravljali ob svojih rednih službenih obveznostih, so bile včasih »burne«, celo »mukotrpne« (Tratnik, intervju), tudi ob temah, ki vnaprej niso nakazovale razprav z izrazito neenotnimi stališči (Pirc, intervju), a so bile občasno »ostre razprave na mestu in koristne« (Uršič Zupan, intervju, 2025). Nekateri člani in članice so bili

bolj aktivni, poglobljeno so poznali dokument in so se pogosteje oglašali ter izražali ločena mnenja ali opozorila, kar je pomenilo, da je bila njihova prisotnost na delovnih srečanjih skupine ključna (Todorovski, intervju). Sogovornice so kljub počasnemu napredku poudarjale pomembnost »priložnosti za temeljit razmislek, pojasnila in iskanje argumentov« (Pirc, intervju; Tratnik, intervju). Še več, razprava o etičnih dilemah ustvarjalcev vsebin na RTV Slovenija je bila strokovna, temeljita, poglobljena in sistematična, kar je »v moji dolgoletni karieri dela na RTV Slovenija izjema« (Todorovski, intervju).

Vse odločitve je skupina sprejela soglasno z eno izjemo, pri kateri je sklep potrdila večina (Pirc, intervju).

Člani skupine so pred koncem delovnega procesa presodili, da dokument pred predajo upravi radiotelevizije nujno potrebuje znanstveni pregled in presojo, zato je decembra 2024 delovna skupina besedilo poslala rednima profesorjema Meliti Poler Kovačič in Igorju Vobiču s Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede, ki se raziskovalno ukvarjata z vprašanji novinarske samoregulacije in profesionalizacije novinarstva. Znanstvenika sta januarja 2025 dokument s komentarji vrnila delovni skupini (interno e-komuniciranje, 26. januar 2025), ta je nato na zadnjih dveh delovnih srečanjih komentarje pregledala in jim v delih, s katerimi se je strinjala, tudi sledila (interno e-komuniciranje, marec 2025; Todorovski, intervju).

Skupina je ob že omenjeni predaji delovne različice *Etičnega in poklicnega kodeksa RTV Slovenija* upravi te medijske ustanove začasno prekinila delo (interno e-komuniciranje, 17. marec 2025) z namenom, da ga nadaljuje s presojo pripomb, ki bodo rezultat obravnave dokumenta znotraj RTV Slovenija. Ob predaji dokumenta marca 2025 torej delovna skupina uradno ni bila razpuščena.

Ključne novosti novega samoregativnega dokumenta RTV Slovenija

Predlog novega *Etičnega in poklicnega kodeksa RTV Slovenija* (2025) s podnaslovom *Smernice za odgovorno ravnanje in priročnik za pripravo kakovostnih programskih vsebin* ima deset delov: 1. Uvod, 2. Etična načela, 3. Poklicna merila, 4. Pravila oblikovanja in izvedbe vsebin, 5. Posebnosti v sporočanju posameznih vsebin,

6. Pravila posvetovanja, objave vsebin in posegov vanje, 7. Javno delovanje zaposlenih in navzkrižja interesov, 8. Oglaševanje: merila, pravila, zaveze, 9. Popravki, pritožbe, reševanje strokovnih sporov, seznanjanje javnosti, pravna pomoč in 10. Uveljavitev in veljavnost etičnega in poklicnega kodeksa (RTV Slovenija 2025b). V besedilu je v primerjavi z doslej veljavnim dokumentom (RTV Slovenija 2000) »veliko novosti« (Pirc, intervju) ter veliko »točnejše in jasnejše zapisanih definicij in opredelitev posameznih ravnanj, a jih je še vedno premalo« (Uršič Zupan, intervju).

Novi dokument podaja smernice za delo na vseh platformah, na katerih RTV Slovenija objavlja svoje vsebine, torej za televizijo, radio in splet, pri čemer so po mnenju Tratnik (intervju) ključna prav določila, ki se nanašajo na spletno novinarstvo, saj veljavni dokument specifik spletnega novinarstva ne obravnava. Samostalniki *splet* in pridevniki *spletno* sta v dokumentu uporabljena 33-krat, medtem ko v besedilu dokumenta iz leta 2000 besed *splet* ali *spletno* ni, enkrat samkrat je omenjena digitalna tehnologija. V novem dokumentu je med žanri tudi tak, ki se nanaša izključno na splet, tj. spletni intervju, opredeljeno je tudi »poročanje v živo na spletu (RTV Slovenija 2025b; Tratnik, intervju). Posebna pozornost je bila posvečena tudi uporabi umetne inteligence. Člen 3.1.4 tako zavodu nalaga dolžnost, da »zagotovi temeljit in do javnosti transparenten nadzor nad vsakršno programsko uporabo umetne inteligence« (RTV Slovenija 2025b, 12).

Za razliko od starega kodeksa (RTV Slovenija 2000) je v novem beseda *uravnoteževanje* uporabljena le enkrat, in sicer v poglavju 5.1.1 *Politično uravnoteževanje* (RTV Slovenija 2025b). »Uredniška matematika namreč ni le štetje minut in enako število nastopajočih z leve in desne, kar smo jasno in podrobno opisali« (Pirc, intervju). Nov dokument pa neposredno nagovarja tudi prizadevanja za verodostojnost novinarstva s transparentnostjo, ki je ključni element sodobnega novinarstva in način, s katerim lahko novinarji ponovno vzpostavijo zaupanje javnosti (Heim in Craft 2020). Transparentnost, ki je bistvena za doseganje verodostojnosti sodobnega novinarstva (McBride in Rosenstiel 2013), Todorovski vidi kot eno pomembnejših določil novega dokumenta, saj meni, da javnost želi proces novinarskega dela »sokreirati, ga razumeti in v njem sodelovati. Pojasnila in opravičila so pomembna, toda ob tem je pomembno omeniti tudi zlorabe tega

instrumenta, še posebej od politike» (intervju). V novem besedilu kodeksa sta besedi transparentnost ali transparentno zapisani petkrat, med drugim denimo pri razkrivanju nadzora nad uporabo umetne inteligence ali pri razkrivanju načrtovanih ravnanj RTV Slovenija v referendumski in volilni kampanji.

Del novega dokumenta je namenjen tudi ranljivim družbenim skupinam, poročanju o zdravju, spremljanju znanosti in tehnologije ter podnebnemu in okoljskemu novinarstvu. Posebej je opredeljena tudi pravica do pozabe (RTV Slovenija 2025b). V delu, ki govori o celovitosti poročanja, je poglavje namenjeno temam, ki javnost razdvajajo. V poglavju 6.6 z naslovom Deljena uredniška odgovornost pa je opredeljeno, kako se deli uredniška pristojnost pri vsebinah, ki so objavljene v različnih oddajah ali na platformah in so pod uredniško pristojnostjo različnih urednikov.

Dalje predlog novega kodeksa omejuje zunajslužbene dejavnosti sodelavcev RTV Slovenija, posebno poglavje je namenjeno še njihovemu delovanju na družbenih omrežjih – »žal preskopo in s premalo podrobnimi določili« (Uršič Zupan, intervju). Novi kodeks zaostrojuje tudi pravila političnega udejstvovanja programskih ustvarjalk in ustvarjalcev, še posebej pa novinark in novinarjev ter urednic in urednikov informativnih programov (RTV Slovenija 2025b).

Intervjuvanke so kot pomembno novost na koncu poudarile tudi predlog uvedbe novega samoregulativnega organa na RTV Slovenija, Sveta za poklicna in etična vprašanja (Spev, intervju). Po predlogu skupine bi šlo za petčlanski organ, ki bi reševal strokovne spore, svetoval o uporabi kodeksa in po potrebi predlagal dopolnitve tega dokumenta (RTV Slovenija 2025b). Pirc pravi (intervju), da lahko katerokoli določilo naleti na nasprotovanje v okviru javne obravnave in da bo novi samoregulativni organ po njeno naletel na »odpor, strah, nepripravljenost ali nerazumevanje«.

ZAKLJUČEK

»Etično novinarstvo je pomembno za soočanje družbe z njenimi ključnimi dilemami« (Trifonova Price, Sanders in Wyatt 2022, 1). Če je etika »premišljeno soočanje s ključnimi dilemami časa in iskanje odgovorov na vprašanja, kje smo bili in kje upamo, da

bomo jutri» (Ward 2011, 3), novi samoregulativni dokument, ki je aprila 2025 začel postopek kritične interne obravnave na RTV Slovenija (interno e-komuniciranje, 8. april 2025) odraža prav to: premislek o vrednotah in odgovornostih. Digitalizacija ter spremenjeni medijska krajina in družba sta v preteklih dvajsetih letih gnetli in preoblikovali RTV Slovenija ter njene ustvarjalce programskih vsebin. In ti procesi se ne ustavljajo.

Razmah digitalizacije je zamajal tradicionalno medijsko etiko. Teoretiki že več kot desetletje opozarjajo, da je etična načela zastarelih kodeksov treba prilagoditi (Díaz-Campo in Segado-Boj 2015; Eberwein in Porlezza 2016; Kerševan Smokvina in Poler Kovačič 2021), morda celo napisati povsem na novo (Eberwein in Porlezza 2016), nove etične dileme pa presegajo samo novinarsko prakso in zahtevajo »etiko uporabe novih medijev« (Ward 2014, 51). Študije novinarskih in medijskih kodeksov ter instrumentov samoregulacije s področja medijev in novinarstva so pokazale, da jih le malo omenja internet in obravnava etične izzive digitalnega medijskega okolja (Díaz-Campo in Segado-Boj 2015; Eberwein in Porlezza 2016; Kerševan Smokvina in Poler Kovačič 2021).

Živimo v času medijev in polmedijev, lažnih medijev in lažnih novic, spletnih vsebin brez regulacije in še manj samoregulacije. Slovenska filozofinja Alenka Zupančič v pogovoru za spletno stran RTV Slovenija navaja slovenskega filozofa Mladena Dolarja in opozarja na »veliko razliko med informacijo in vednostjo. Informacije so same po sebi lahko nekaj, kar nas samo zbega oziroma ustvari neko stanje, ki je tako rekoč nasprotno od informiranosti, saj samo razprši neke podatke« (Jerič 2025). Na neki način je zato dosežek *Etičnega in poklicnega kodeksa RTV Slovenija* (2025) že v tem, da je sploh nastal, pa tudi v tem, kako je nastal – z odgovorno in premišljeno razpravo o novinarski profesiji in vlogi RTV Slovenija v slovenski družbi. Družbi, ki je vedno bolj prepredena »s skrajnimi glasovi, ki ne bodo potihnil. In novinar in urednik morata vedno znova, vsak dan, odločati o vseh vidikih novinarskih vsebin« (Tratnik, intervju).

Tudi pobude o odpiranju zaprtih modelov novinarskega etičnega razmisleka, ki bi okrepilo medijsko odgovornost, so vse pogostejše (Buchanan 2005; Culver Bartzen 2017; Kerševan Smokvina in Poler Kovačič 2021). Če bi v skupinah, ki skrbijo za medijsko samoregulacijo, poleg novinarjev sodelovali še založniki in predstavniki javnosti, bi medijske ustanove morda bolj

poskrbele za odgovornost novinarjev do svojih kolegov ter odgovornost medijskih organizacij do javnosti in zaščito novinarjev (Buchanan 2005). V primeru nastajanja novega RTV kodeksa so člani in članice delovne skupine svoj model etičnega razmisleka tik pred koncem nastajanja besedila odprli predstavnikoma znanstvene sfere s področja novinarskih študij (interno e-komuniciranje, december 2024, 26. januar 2025).

V kolikšni meri bo novi dokument novinarske samoregulacije reševal dileme, s katerimi se novinarji in uredniki na RTV Slovenija srečujejo že sedaj ter se bodo srečevali tudi v prihodnje, je težko reči. Na vrata že vsaj dve leti npr. intenzivno trkajo izzivi, ki jih prinaša umetna inteligenca (Noain-Sánchez 2022; Beckett in Yaseen 2023), a je ta v novem samoregulativnem dokumentu RTV Slovenija omenjena le v enem členu. Odprta so tudi vprašanja druge vrste (Pirc, intervju): »Kako bodo zaposleni kodeks sprejeli in ponotranjili? Kdo vse so programski ustvarjalci, ki jih omenjamo v kodeksu? Ali voditelj zabavne oddaje z nastopom v oglasu ruši verodostojnost RTV-ja? Bi morale tudi zanj veljati podobne prepovedi kot za novinarje ali urednike?« Kljub pomislekom pa člani in članice delovne skupine za pripravo novega samoregulativnega dokumenta na RTV Slovenija ocenjujejo, da je ta »dobra sprememba na bolje, ki lahko, če ga bodo zaposleni sprejeli, gradi zaupanje v naš medij« (Uršič Zupan, intervju).

Osnutek besedila, ki ga je obravnavala in nato dopolnila delovna skupina, je nastajal v času preizkušenj za RTV Slovenija in upora proti politični podreditvi tega javnega medija (Lovec 2022; Petkovič 2022). Morda sta ravno ta okoliščina in izkušnja večino najbolj dejavnih članov delovne skupine spontano »opolnomočili /.../, da smo se /.../ večkrat, kot smo to počeli sicer, /.../ pogovarjali o tem, kaj je prav in kaj ni, in to na osnovi pravil in diskusije o teh pravilih. To je pomenilo, da je bilo nasprotovanje političnemu prevzemu RTV Slovenija večinoma utemeljeno na znanju, vedenju, ne samo na občutku, da nekaj je ali ni prav« (Todorovski, intervju). Dokument je torej tudi plod zavedanja pomena vloge RTV Slovenija v demokratični slovenski družbi nasploh.

O avtorici

Manica J. Ambrožič, univerzitetna diplomirana francistka in novinarka (1997), je urednica, novinarka in televizijska voditeljica

na Televiziji Slovenija. Od leta 2018 do decembra 2021 je bila odgovorna urednica Informativnega programa Televizije Slovenija. Kot novinarka Zunanjepolitične redakcije TV Slovenija je pripravila več dokumentarnih oddaj o mednarodnih temah. Novembra 2022 je bila na skupščini Informativnih programov članic Evropske zveze javnih radiotelevizij EBU izbrana za članico odbora informativnih programov EBU (EBU News Committee), prav tako je članica Novinarskega častnega razsodišča. S Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani sodeluje pri predmetu Televizijski praktikum. Na tej fakulteti je tudi študentka doktorskega programa Humanistika in družboslovje, področje Novinarskih študij.

Opomba avtorice

Pri pripravi *Etičnega in poklicnega kodeksa RTV Slovenija* (2025) sem sodelovala tudi sama. Najprej v neformalnih pogovorih v času priprave osnutka besedila, od novembra 2023 dalje pa kot članica delovne skupine.

LITERATURA

- Allen, David S. 2008. »The Trouble with Transparency«. *Journalism Studies* 9 (3): 323–340. <https://doi.org/10.1080/14616700801997224>.
- Appelgren, Ester, in Bente Kalsnes. 2022. »Exploring the Boundaries of Nordic Journalism: Introduction to Special Issue«. *Journalistica*: 6–11. <https://doi.org/10.7146/journalistica.v16i1.135042>.
- BBC. 2019. *The BBC's Editorial Standards*. London: BBC. <https://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/bbc-editorial-guidelines-whole-document.pdf>.
- Beckett, Charlie, in Mira Yaseen. 2023. *A Global Survey of What News Organizations Are Doing with AI*. London: LSE, The London School of Economics and Political Science. <https://static1.squarespace.com/static/64d-60527c01ae7106f2646e9/t/656e400a1c23e22da0681e46/17017224190867/Generating+Change++The+Journalism+AI+report++English.pdf>.
- Berkowitz, Dan, in Yehiel Limor. 2003. »Professional Confidence and Situational Ethics: Assessing the Social-Professional Dialectic in Journalistic Ethics Decisions«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 80 (4): 783–801. <https://doi.org/10.1177/107769900308000403>.

- Berkowitz, Dan, Yehiel Limor, in Jane Singer. 2004. »A Cross-Cultural Look at Serving the Public Interest«. *Journalism* 5 (2): 159–181. <https://doi.org/10.1177/146488490452001>.
- Bertrand, Claude Jean. 2000. *Media Ethics & Accountability Systems*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Bervar, Gojko. 2002. *Svoboda neodgovornosti. Samoomejevanje v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.
- Boeyink, David E. 1994. »How Effective Are Codes of Ethics? A Look at Three Newsrooms«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 71 (4): 893–904. <https://doi.org/10.1177/107769909407100413>.
- Bowen, Glenn A. 2009. »Document Analysis as a Qualitative Research Method«. *Qualitative Research Journal* 9 (2): 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>.
- Buchanan, Sara. 2005. »Introduction«. V: *Freedom and Accountability Safeguarding Free Expression through Media Self-Regulation*, Sara Buchanan in Luitgard Hammerer (ured.), 10–15. London: Article 19.
- Buttry, Steve. 2014. »New SPJ Code of Ethics: An Improvement but a Disappointment«. *The Buttry Diary*, 8. september 2014. <https://stevebuttry.wordpress.com/2014/09/08/new-spj-code-of-ethics-an-improvement-but-a-disappointment/>.
- Campbell, Angela J. 1999. »Self-Regulation and the Media«. *Federal Communications Law Journal* 51 (3): 712–771.
- Carlson, Matt. 2017. *Journalistic Authority. Legitimizing News in the Digital Era*, 1. izd. New York: Columbia University Press.
- Carlson, Matt, Sue Robinson, in Seth Lewis. 2021. *News after Trump: Journalism's Crisis of Relevance in a Changed Media Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Christensen, Steen Eiler. 2013. »Cognitive Biases and Errors as Cause – and Journalistic Best Practices as Effect«. *Journal of Mass Media Ethics* 28 (3): 160–174.
- Christians, Clifford, in Kaarle Nordenstreng. 2004. »Social Responsibility Worldwide«. *Journal of Mass Media Ethics* 19 (1): 3–28.
- Cooper, Thomas. 1990. »Comparative International Media Ethics«. *Journal of Mass Media Ethics* 5 (1): 3–14. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme0501_1.
- Culver Bartzan, Kathleen. 2017. »Disengaged Ethics«. *Journalism Practice* 11 (4): 477–492. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1121788>.
- Deuze, Mark. 2005. »What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered«. *Journalism* 6 (4): 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>.

- Díaz-Campo, Jesús, in Francisco Segado-Boj. 2015. »Journalism Ethics in a Digital Environment: How Journalistic Codes of Ethics Have Been Adapted to the Internet and ICTs in Countries around the World«. *Telematics and Informatics* 32 (4): 735–44.
- Dörr, Konstantin Nicholas, in Katharina Hollnbuchner. 2016. »Ethical Challenges of Algorithmic Journalism«. *Digital Journalism* 5 (4): 404–419. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612>.
- Društvo novinarjev Slovenije. 2025. »Zapisnik redne skupščine DNS 2025«. Objavljeno 16. aprila 2025. <https://novinar.com/dns/zapisnik-redne-skupscine-dns-2025/>.
- Eberwein, Tobias, in Colin Porlezza. 2016. »Both Sides of the Story: Communication Ethics in Mediatized Worlds«. *Journal of Communication* 66 (2): 328–342. <https://doi.org/10.1111/jcom.12216>.
- Eberwein, Tobias, in Colin Porlezza. 2014. »The Missing Link: Online Media Accountability Practices and Their Implications for European Media Policy«. *Journal of Information Policy* 4 (1): 421–443. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.4.2014.421>.
- Eberwein, Tobias, Susanne Fengler, in Matthias Karmasin, ur. 2018. *The European Handbook of Media Accountability*. New York: Routledge.
- Ekström, Mats, in Marianna Patrona. 2024. *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism: A Discourse Approach*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003390152>.
- EUR-Lex. 2022. »PRIPOROČILO KOMISIJE (EU) 2022/1634 z dne 16. septembra 2022 o notranjih zaščitnih ukrepih za uredniško neodvisnost in preglednost lastništva v medijskem sektorju«. Objavljeno 22. septembra 2022. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022H1634>.
- EUR-Lex. 2024. »Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (evropski akt o svobodi medijev)«. EUR-Lex, 17. april 2024. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/sl/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1083>.
- Fengler, Susanne. 2003. »Holding the News Media Accountable: A Study of Media Reporters and Media Critics in the United States«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 80 (4): 818–832.
- Fengler, Susanne et al. 2015. »How Effective Is Media Self-Regulation? Results from a Comparative Survey of European Journalists«. *European Journal of Communication* 30 (3): 249–266. <https://doi.org/10.1177/0267323114561009>.
- Fidalgo, Joaquim, Barbara Thomass, Chiara Ruggiero, Matteo Bomba, Sara Sallusti, in Thomas von Krogh. 2022. »Ethical Codes of Conduct in Journalism: Demands for a Digitalising Mediascape«.

- V: *Success and Failure in News Media Performance: Comparative Analysis in the Media for Democracy Monitor 2021*, Josef Trappel in Tanja Tomaz (ured.), 211–230. Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855589-10>.
- Hafez, Kai. 2002. »Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia«. *Political Communication* 19 (2): 225–250. <https://doi.org/10.1080/10584600252907461>.
- Heim, Kyle, in Stephanie Craft. 2020. »Transparency in Journalism«. V: *The Routledge Handbook of Mass Media Ethics*, Lee Wilkins in Clifford G. Christians (ured.). 1. izd., 308–320. Routledge, New York. <https://doi.org/10.4324/9781315545929-21>.
- Herrscher, Roberto. 2002. »A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals«. *Journal of Mass Media Ethics* 17 (4): 277–289. https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1704_03.
- Hesse-Biber, Sharlene Nagy. 2016. *The Practice of Qualitative Research*. London: Sage
- Himmelboim, Itai, in Yehiel Limor. 2011. »Media Institutions, News Organizations, and the Journalistic Social Role Worldwide: A Cross-National and Cross-Organizational Study of Codes of Ethics«. *Mass Communication & Society* 14 (1): 71–92. <https://doi.org/10.1080/15205430903359719>.
- International Federation of Journalists. 2019. »Global Charter of Ethics for Journalists«. Objavljeno 12. junij 2019. <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>.
- Jerič, Slavko. 2025. »Alenka Zupančič: Človek kot paradoks – je presežek tako dobrega kot zla«. Objavljeno 1. marca 2025. <https://www.rtvsllo.si/stevilke/alenka-zupancic-clovek-kot-paradoks-je-presezek-tako-dobrega-kot-zla/737006>.
- Jones, Clement. J. 1980. *Mass Media Codes of Ethics and Councils A Comparative International Study on Professional Standards*. Pariz: Unesco.
- Karlsson, Michael. 2010. »Rituals of Transparency: Evaluating Online News Outlets' Uses of Transparency Rituals in the United States, United Kingdom, and Sweden«. *Journalism Studies* 11 (4): 535–545.
- Karlsson, Michael, Raul Ferrer Conill, in Henrik Örnebring. 2023. »Recoding Journalism: Establishing Normative Dimensions for a Twenty-First Century News Media«. *Journalism Studies* 24 (5): 553–72. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161929>.
- Kerševan Smokvina, Tanja, in Melita Poler Kovačič. 2021. »Medijska etika in profesionalnost v digitalnem komunikacijskem okolju: odzivi izvajalcev medijske samoregulacije in regulacije«. *Javnost*

- *The Public* 28 (supl.): S43–S61. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.2012933>.
- Kovach, Bill, in Tom Rosenstiel. 2001. »Sources: Have Journalists Ceded Control?« *Nieman Reports*, 15. marec 2001. <https://niemanreports.org/sources-have-journalists-ceded-control/>.
- Krämer, Benjamin, in Klara Langmann. 2020. »Professionalism as a Response to Right-Wing Populism? An Analysis of a Metajournalistic Discourse«. *International Journal of Communication* 14: 5643–5662.
- Kreutler, Martin, in Susanne Fengler. 2024. »Media Accountability: Global Trends and European Monitoring Capabilities«. *Media and Communication* 12 (1): 1–15. <https://doi.org/10.17645/mac.7256>.
- Laitila, Tiina. 1995. »Journalistic Codes of Ethics in Europe«. *European Journal of Communication* 10 (4): 527–544.
- Limor, Yehiel, in Itai Himelboim. 2006. »Journalism and Moonlighting: An International Comparison of 242 Codes of Ethics«. *Journal of Mass Media Ethics* 21 (4): 265–85.
- Lovec, Suzana. 2022. »Znane RTV-jevke: Zdaj skupaj jočemo in skupaj se smejimo«. Objavljeno 24. junija 2022. <https://n1info.si/poglabljeno/znane-rtv-jevke-zdaj-skupaj-jocemo-in-skupaj-se-smejimo/>.
- McBride, Kelly, in Tom Rosenstiel, ur. 2013. *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*. Washington, DC: CQ Press.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6. izd. London: SAGE.
- Noain-Sánchez, Adriana. 2022. »Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The Perception of Experts, Journalists and Academics«. *Communication & Society* 35 (3): 105–121.
- Novinarsko častno razsodišče. 2019. »Veljati so začele spremembe Kodeksa novinarjev Slovenije«. Objavljeno 6. novembra 2019. <https://razsodisce.org/2019/11/veljati-so-zacele-spremembe-kodeksa-novinarjev-slovenije/>.
- Novinarsko častno razsodišče. 2025a. »Kodeks novinarjev Slovenije posodobljen s členi glede uporabe umetne inteligence«. Objavljeno 13. maja 2025. <https://razsodisce.org/2025/05/kodeks-novinarjev-slovenije-posodobljen-s-cleni-glede-uporabe-umetne-inteligence/>.
- Novinarsko častno razsodišče. 2025b. »Iz statutov DNS in SNS«. Objavljeno 2. marca 2025. <https://razsodisce.org/wp-content/uploads/2016/02/Iz-statutov-DNS-in-SNS.pdf>.
- Novinarsko častno razsodišče. 2025c. »Razsodbe in stališča 2024«. Objavljeno 2. marca 2025. <https://razsodisce.org/category/razsodba/?y=2024>.

- Patton, Michael Quinn. 2015. *Qualitative Research and Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Patrona, Marianna, in Mats Ekström. 2024. *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism*. London: Routledge.
- Petkovič, Blaž. 2022. »Po ustanovni seji programskega sveta RTV Slovenija: 'Sramota ni Gregorčič, sramota so stranke Kul-a.'«. Objavljeno 17. februarja 2022. <https://vecer.com/slovenija/po-ustanovni-seji-programskega-sveta-rtv-slovenija-sramota-ni-gregor-cic-sramota-so-stranke-kul-a-10271089>.
- Poler Kovačič, Melita. 2014. »Etične Dileme Slovenskih Spletnih Novinarjev in Urednikov«. *Javnost* 21 (supl1). <https://doi.org/10.1080/13183222.2014.11009154>.
- Poler Kovačič, Melita. 2015. »Razvoj globalne novinarske etike: raznolike tradicije, univerzalen etični kodeks?«. *Javnost* 22 (sup1): S113–S129. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1129206>.
- Poler Kovačič, Melita, Anne-Marie Van Putten, in Igor Vobič. 2012. »Drafting journalism codes of ethics: reasons and sources in Slovenia and the Netherlands/Snovanje Novinarskih Etičnih Kodeksov: Razlogi in Viri v Sloveniji in na Nizozemskem«. *Družboslovne Razprave* 28 (70): 71–88. <http://nukweb.nuk.uni-lj.si/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/drafting-journalism-codes-ethics-reasons-sources/docview/1220621251/se-2>.
- Puppis, Manuel. 2007. »Media Governance as a Horizontal Extension of Media Regulation: The Importance of Self- and Co-Regulation«. *Communications* 32 (3): 330–336.
- Puppis, Manuel. 2010. »Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation«. *Communication, Culture & Critique* 3 (2): 134–149. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x>.
- Pullen, Rick D. 1986. »Newspaper Codes of Ethics«. *International Journal of Applied Philosophy* 3 (2): 11–16.
- Roberts, Chris. 2012. »Identifying and Defining Values in Media Codes of Ethics«. *Journal of Mass Media Ethics* 27 (2): 115–129. <https://doi.org/10.1080/08900523.2012.669289>.
- Ryan, Michael. 2001. »Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism«. *Journal of Mass Media Ethics* 16 (1): 3–22. https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1601_2.
- RTV Slovenija. 2000. »Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija«. Objavljeno 1. marca 2025. <https://www.rtvlo.si/rtv/kdo-smo/zakoni-predpisi-in-dokumenti/pravilnik-o-poklicnih-standardih/475078>.

- RTV Slovenija. 2006. »Programski standardi«. Objavljeno 28. novembra 2006. https://www.rtvlo.si/files/svet_rtv/pprogramski_stdardi0612.pdf.
- RTV Slovenija. 2021. »Pravilnik o delovanju varuha pravic gledalcev, poslušalcev in bralcev ter uporabnikov programskih vsebin Radiotelevizije Slovenija«. Objavljeno 18. oktobra 2021. https://img.rtvlo.si/_files/2021/12/07/46_384780799070699538_pravilnik-o-delovanju-varuha-2021.pdf.
- RTV Slovenija. 2024. »Programski standardi Radiotelevizije Slovenija«. Objavljeno 28. marca 2024. https://img.rtvlo.si/_files/2024/05/07/9_512607432191508499_informator-24-99.pdf.
- RTV Slovenija. 2025a. »Letno poročilo 2024«. Objavljeno 17. marca 2025. https://img.rtvlo.si/_files/2025/03/20/3_558585864800698643_ad-5-1-letno-porocilo-varuhinje-za-let-2024-nelektorirano-docx_pra-va-verzija.pdf.
- Sanders, Karen. 2022. »Why ethics still matters«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 9–17. New York: Routledge.
- Slatery, Karen L. 2016. »The Moral Meaning of Recent Revisions to the SPJ Code of Ethics«. *Journal of Media Ethics* 31 (1): 2–17. <https://doi.org/10.1080/23736992.2015.1116393>.
- Smith, Steven. A. 2005. »A Newsroom's Fortress Walls Collapse«. *Nieman Reports* 59 (3): 44–48.
- Splichal, Slavko. 2021. »Kriza Javnosti in Podružbljanje Novinarstva«. *Javnost - The Public* 28 (sup1): S1–S22. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.2012941>.
- Tambini, Damian. 2008. »Self Regulation of the Media«. V: *The International Encyclopedia of Communication*, Wolfgang Donsbach (ured.). Malden: Wiley-Blackwell.
- Todorovski, Ilinka. 2024. *Models of media self regulation. Examples of good practise*. Sarajevo: Foundation Mediacentar Sarajevo.
- Trifonova Price, Lada, Karen Sanders, in Wendy N. Wyatt. 2022. »Introduction«. V: *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, Lada Trifonova Price, Karen Sanders in Wendy N. Wyatt (ured.), 1–5. New York: Routledge.
- Van der Wurff, Richard, in Klaus Schönbach. 2011. »Between profession and audience«. *Journalism Studies* 12 (4): 407–422. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.506055>.
- Vlada RS. 2024. »Predlog Zakona o medijih«. Vlada Republike Slovenije, 31. december 2024. <https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonoda>

- ja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn5BhsYGwQHG-pHEaPfAAAdwNCBOPx4FUfiNL8gNDQ11VFQEAAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F866B25D56483727C1258.
- Voakes, Paul. S. 1997. »Public Perceptions of Journalists' Ethical Motivations«. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74(1): 23–38. <https://doi.org/10.1177/107769909707400103>.
- Vobič, Igor, Aleksander Sašo Slaček Brlek, in Boris Mance. 2017. »Slovenia: The paper tiger of media accountability«. V: *The European Handbook of Media Accountability*, Tobias Eberwein et al. (ured.), 235–243. Abingdon-on-Thames: Taylor & Francis Group.
- Ward, Stephen J. A. 2005. »Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics«. *Journal of Mass Media Ethics* 20 (1): 3–21. https://doi.org/10.1207/s15327728jmmme2001_2.
- Ward, Stephen J. A. 2008. »Global Journalism Ethics: Widening the Conceptual Base«. *Global Media Journal – Canadian Edition* 1 (1): 137–149.
- Ward, Stephen J. A. 2010. *Global Journalism Ethics*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Ward, Stephen J. A. 2011. *Ethics and the Media: An Introduction*. New York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511977800>.
- Ward, Stephen. J. A. 2014. »Radical media ethics: Responding to a revolution«. *Nordicom Review* 35: 45–52.
- Ward, Stephen J. A. 2015. *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. United Kingdom: McGill-Queen's University Press.
- Whitehouse, Ginny. 2010. »Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age«. *Journal of Mass Media Ethics* 25 (4): 310–27. <https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512827>.
- Wilkins, Lee, in Bonnie Brennen. 2004. »Conflicted Interests, Contested Terrain: Journalism Ethics Codes Then and Now«. *Journalism Studies* 5 (2): 297–309.
- Združenje novinarjev in publicistov. 2007a. »Kodeks združenja poklicnih novinarjev«. Objavljeno 1. marca 2025. <https://www.znp.si/castno-razsodisce/kodeks-zdruzenja-poklicnih-novinarjev>
- Združenje novinarjev in publicistov. 2007b. »Münchenska deklaracija o dolžnostih in pravicah novinarjev«. Objavljeno 1. marca 2025. <https://www.znp.si/castno-razsodisce/muenchenska-deklaracija>.

Nana Čemas

MED TNALOM IN NAKOVALOM: POLJE SODOBNEGA NOVINARSKEGA IZOBRAŽEVANJA

Področje novinarskega izobraževanja je polno nasprotij in raznolikosti pogledov. Ti so v veliki meri povezani z izhodiščnimi nasprotji pri razumevanju samega novinarstva. Pogledi nanj se razlikujejo tako pri novinarjih kot raziskovalcih (Zelizer 2004). Ta konceptualna neenotnost dojemanja krovnega področja se posledično odslikava v njegovem prenosu na raven novinarskega izobraževanja. Enotnega globalnega pristopa k tej temi namreč ni, četudi so se pojavljali tako pozivi k poenotenju novinarskega izobraževanja (Holm 2001; Deuze 2006) kot tudi poskusi oblikovanja skupnih izobraževalnih modelov (glej Unesco 2013). Omenjena trenja pa so se še bolj razširila z vstopom novinarskega izobraževanja v okvir visokega šolstva oziroma z začetkom in razmahom univerzitetnega študija novinarstva.

Pri razmišljanju o številnih medsebojnih povezavah in vzajemnih vplivih med različnimi družbenimi področji nam je lahko v veliko pomoč pristop, ki ga je razvil francoski sociolog in antropolog Pierre Bourdieu: teorija družbenih polj. Že sam Bourdieu se je ukvarjal z uporabo omenjenih konceptov tako na področju novinarstva kot na področju univerze (glej Bourdieu 2001, 2005, 2012). Menim, da je (tudi zato) teorija posledično primerna za

razmislek o področju novinarskega izobraževanja. Da je novinarstvo zaradi kopice tako tehnoloških kot družbeno-političnih sprememb in preobratov danes podvrženo tako notranjim kot zunanjim prevpraševanjem svojega (nekdanjega) pomena za demokracijo, ni nova ugotovitev (glej Blumler 2011; Splichal in Dahlgren 2016; Splichal 2021). Pod vse večjimi – sicer geografsko in družbeno-politično pogojenimi – zunanjimi pritiski so se znašle tudi univerze in univerzitetno okolje (glej Wihlborg 2019; Yin in Mu 2022). Vprašanje, ki se tako postavlja, je, kaj preostane tistim, ki so se znašli na njunem preseku: študentom, raziskovalcem in/ali pedagogom novinarstva.¹ Osnovna teza, ki jo bom poskušala razviti in argumentirati skozi pričujoče besedilo, je, da se vpliv prevladujočega družbenega sistema na področju novinarskega izobraževanja producira dvojno: na eni strani iz novinarstva in na drugi iz univerzitetnega okolja.

Prispevek je razdeljen na tri dele. V prvem, uvodnem, predstavljam pregled literature s področja novinarskega² izobraževanja in povzetek ključnih konceptov Bourdieujeve sociologije. Ogrodje, postavljeno v prvem delu, služi kot temelj za razumevanje drugega dela, v katerem o novinarskem izobraževanju, raznolikosti pogledov in vplivov nanj razmišljam skozi prizmo zastavljenega teoretskega okvira. V zadnjem, tretjem delu poskušam nastavke iz prvih dveh aplicirati na področje novinarskega izobraževanja v Sloveniji.

ZMES RAZVOJA IN RAZNOLIKOSTI POGLEDOV NA NOVINARSKO IZOBRAŽEVANJE (MED EVROPO IN ZDA)

Izobraževanje novinarjev se je v okolje univerze uvrstilo šele po tem, ko je novinarstvo samo doseglo določene spremembe,

1 Vpogled v eno izmed »rešitev« – in sočasno rezultat omenjenih pritiskov – ponuja prispevek Besbris in Petre (2020).

2 V prispevku se resda osredotočam specifično na izobraževanje novinarjev, vendar pa novinarstvo kot poklicno panogo seveda sestavljajo tudi mnogi drugi profili strokovnjakov (glej npr. Tomanič Trivundža in Vobič 2022), ki bi si vsekakor zaslužili ločeno, poglobljeno študijo s pomočjo koncepta družbenih polj.

zaznamovane z razvojem družbenega okolja, v katerem je delovalo. Posledično se je tudi izobraževanje novinarjev po svetu razvijalo različno (Berger in Foote 2017). V splošnem velja, da je bilo še na začetku 20. stoletja pretežno zastavljeno na način, ki bi ga lahko opredelili kot vajeništvo – mladi so se pravil in veščin novinarskega dela učili neposredno na delovnem mestu, brez predhodno pridobljene izobrazbe (Berger in Foote 2017, 246). Razvoj množičnega komuniciranja in z njim povezanih medijskih industrij pa je sčasoma privedel do povečanih potreb po kadrih, čemur so se z uvedbo novih programov prilagodile tudi visokošolske institucije (prav tam). Novinarstvo je bilo na fakultete tako vpeljano v sklopu komunikologije,³ ki je razmah doživela v 60. letih 20. stoletja (Delano 2008, 70). Opozoriti velja, da je sicer pogosto prepričanje o Združenih državah Amerike kot »zibelki« komunikologije pravzaprav zmotno (Splichal 2001, vii). Začetki znanstvenega proučevanja družbenega komuniciranja in z njim povezanih pojavov – kasneje združenega pod imenom komunikologija – izvirajo na evropskih tleh, natančneje na nemško govorečem območju (Splichal 2001, ix). Prav med ZDA in nemško govorečim območjem je od samega začetka potekalo nekakšno »pingpong« podajanje dognanj in pristopov k proučevanju tega področja, v veliki meri pogojeno s takratnimi družbeno-političnimi realnostmi, sploh vzponom nacizma in obema svetovnima vojnama (Splichal 2001). Res pa je, da se je sistematično raziskovanje tega področja na obeh celinah institucionaliziralo (tudi znotraj univerz) v 20. stoletju (Splichal 2001).

Vključitev novinarskega izobraževanja v univerzitetno okolje od približno druge polovice minulega stoletja je bila tako povezana z razmahom oziroma razvojem dveh novinarskemu izobraževanju lastnih, medsebojno povezanih silnic: medijskih industrij na eni strani in komunikologije znotraj univerze na drugi strani (Greenberg 2007; Delano 2008; Berger in Foote 2017). Prav začetki profesionalizacije novinarskega poklica se tudi povezujejo s prenosom izobraževanja o njem na univerzitetno raven (Drummond 1956; prim. Cherian 2011, 258).

Tenzije pri prenosu na univerzitetno raven so bile najbolj povezane z osrednjim vprašanjem razmerja med teoretičnim

3 Komunikologijo kot pojem na mestih v besedilu, kjer se sklicujem na vire v angleščini, uporabljam kot poslovenjeni izraz za medijske in/ali komunikacijske študije.

poučevanjem in poučevanjem v praksi. Specifično na področju nekdanje Jugoslavije in s tem tudi Slovenije so bile povezane tudi z (ne)naklonjenostjo takratne politične oblasti (Vreg [1983] 2020; Splichal 2020) – več o tem v nadaljevanju. In četudi osrednja napetost med prakso in teorijo še zdaleč ni zamejena samo na področje novinarskega izobraževanja, pa zanj predstavlja pomemben prelom v filozofski osnovi oziroma prvobitni podlagi njegovega razumevanja (Greenberg 2007, 292). Ali kot je napetost ubesedil Enn Raudsepp (1983, 3): »Novinarsko izobraževanje je, na veliko žalost tako tistih, ki ga prakticirajo, kot tistih, ki ga zagovarjajo, končalo ne kot eno ne kot drugo; je nepriljubljeno med [medijsko] industrijo in komaj tolerirano s strani univerze«.

Omenjena napetost je privedla tudi do povečanega zanimanja za raziskovanje samega področja novinarskega izobraževanja. To je pomemben razmah doseglo proti koncu minulega in na začetku novega tisočletja (glej npr. Deuze 2001; Holm, 2001; Greenberg 2007). Kot avtor, ki se je z omenjenim področjem ukvarjal na številnih mestih, je Mark Deuze (2006, 30–31) zagovarjal pristop k izboljšanju novinarskega izobraževanja preko njegovega raziskovanja. Tema, ki so jo pretežno obravnavali raziskovalci, je bila povezana z (uporabnim) prenosom internih nasprotij novinarstva v predavalnice, pri čemer so zagovarjali jasen odmik od strogega razločevanja med teorijo in prakso oziroma preseganje omenjene dihotomije (glej Deuze 2001; Holm 2001; Gans 2004; Deuze 2006; Greenberg 2007). Kot pravi Mensing (2010, 518), so »nasprotovanja med profesionalci in raziskovalci, med prakso in teorijo v obdobju prelomov in sprememb neproduktivna«. Tej tezi je pritrdjeval tudi George (2011). Leta 2018 je Deuze naredil konkretnější premik v svojem prepričanju in skupaj s Tamaro Witschge spodbudil k raziskovanju novinarskega izobraževanja ne le z vidika izboljšanja slednjega, temveč tudi z vidika izboljšanja (in sprva boljšega razumevanja) novinarstva samega (Deuze in Witschge 2018, 177). Kot pravita avtorja, je potrebno spremeniti pristop; premakniti se je potrebno »onkraj novinarstva«, s tem pa pristopiti k »razumevanju novinarstva kot dinamičnega predmeta raziskovanja, ki kaže na stalno nestabilnost znotraj [medijske] industrije, kot tudi na strukturne nestabilnosti izven novinarstva, ki nanj vplivajo« (prav tam). Enak razmislek je že proti koncu minulega tisočletja o študiju novinarstva v Sloveniji izrazil Slavko Splichal: »Moja ideja v zvezi z novinarstvom nasploh [...] je, da

bi morali biti naši diplomanti v bistvu alternativni novinarji. A so prehitro okuženi s tistim, kar dejansko je, in prehitro prenehajo razmišljati o tem, kaj bi dejansko lahko bilo» (1990, 457).

Omenjeni strukturni vplivi in nestabilnosti v novinarstvu (Deuze in Witschge 2018) se ponujajo kot primerni za raziskovanje s pomočjo Bourdieujevega konceptualnega aparata.

POLJE IN KAPITAL NA KRATKO: OSREDNJA KONCEPTA BOURDIEUJEVEGA SOCIOLOŠKEGA PRISTOPA

V nadaljevanju predstavljam kratek oris ključnih konceptov Bourdieujeve sociologije, ki jih bom uporabila na primeru novinarskega izobraževanja. Njegov osnovni pristop k raziskovanju in teoretiziranju družbenih fenomenov temelji na relacijskem razmišljanju, tj. razmišljanju o predmetu zanimanja v odnosu (relaciji) do drugih družbenih pojavov (Bourdieu in Wacquant 1992, 96; Grenfell 2014, 220–21). Povedano drugače, Bourdieu je v ospredje svojega razumevanja postavljal poglobljeno kontekstualizacijo raziskovanega predmeta, pri čemer je kontekst pojmoval z enim izmed svojih konceptualnih orodij: poljem (Grenfell 2014, 221). »Razdelitev« družb na posamezna polja z raznoliko stopnjo avtonomije je značilnost visoko diferenciranih družb (Bourdieu in Wacquant 1992, 97). Vsako družbeno polje ima lastno notranjo logiko, ki ji daje tudi določeno stopnjo avtonomije glede na druga polja (prav tam).

Ko govorimo o konceptu polja oziroma ga uporabljamo, moramo to početi z zavedanjem, da gre za »raziskovalno orodje, katerega glavna funkcija je omogočiti znanstveno konstrukcijo družbenih objektov« (Bourdieu 2005, 30). Na ta način je uporabljen tudi v pričujočem besedilu. Kot izpostavlja Patricia Thomson, je o polju mogoče razmišljati na različne konceptualne načine, pri čemer se kot pomemben element razumevanja izkaže tudi jezik oziroma njegov prevod v druge jezike⁴ (2014, 68). Bourdieu v enem izmed svojih del ponuja naslednjo poenostavljeno definicijo družbenega polja (ki jo tudi sam pojmuje kot »nezadostno«): opredeljuje ga kot »polje silnic, znotraj katerih akterji zavzemajo

4 Pomena jezika in prevoda v Bourdieujevi sociologiji se podrobneje loteva Štrajn (2012).

položaje, ki statistično določajo mesta, ki jih bodo zavzeli v odnosu do polja, pri čemer je zavzemanje teh položajev namenjeno bodisi ohranjanju bodisi spreminjanju strukture razmerij med silnicami, ki polje vzpostavljajo» (2005, 30).

Na najbolj osnovni ravni lahko o konceptu polja razmišljamo kot o neenakomernem oziroma neenakopravnem prostoru delovanja z njemu lastnimi, internimi pravili (Bourdieu 2005, 30). Namen slednjih je ohranjanje uveljavljenega *statusa quo* oziroma ohranjanje prevladujočih položajev že uveljavljenih akterjev, ki posedujejo kapital, s katerim vstopajo v odnose s preostalimi akterji (Grenfell 2014; Thomson 2014). Struktura polja ni »zacementirana« v času, temveč se nenehno spreminja glede na relacije med vanj vključenimi akterji (Bourdieu in Wacquant 1992, 99). Polje je tako spremenljivo, na to pa vplivajo tudi interesi in prizadevanja posameznih akterjev (prav tam). Vedno ga sestavljajo akterji, ki jim trenutna struktura oziroma *status quo* ustreza in si bodo prizadevali za njegovo ohranjanje, ter akterji, ki si bodo prizadevali za spremembo (prav tam, 102–3).

Logiko polja in njegovega delovanja je mogoče razumeti tudi skozi kapital in njegovo posedovanje. Kot to oriše Bourdieu: »Struktura polja, to je neenakomerna porazdelitev kapitala, predstavlja vir specifičnih učinkov kapitala, to je prilastitev dobičkov in moči za uveljavljanja pravil delovanja polja, ki najbolj ustrezajo kapitalu in njegovi reprodukciji« (2011, 82). Ali ponazorjeno z vidika kapitala samega: »Struktura distribucije različnih tipov in podtipov kapitala v določenem trenutku v času predstavlja immanentno strukturo družbenega sveta, to je nabor omejitev, ki so zapisane v resničnost tega sveta, ki upravljajo njegovo delovanje na vzdržen način in s tem določajo možnosti uspeha praks [akterjev v njem]« (prav tam, 78). Bourdieu je pojem kapitala razširil glede na sicer prvotno ekonomsko razumevanje, saj je bil prepričan, da kot tak ni zadosten za razumevanje družbenih struktur in posledično polj (prav tam). Posamezne oblike kapitala so povezane s specifičnim poljem, znotraj katerega so različno vrednotene; iz tega sledi, da kapital sam po sebi ne obstaja in nima vrednosti izven polja (Bourdieu in Wacquant 1992, 98–99, 101). Zaradi tega je Bourdieu razširil njegovo razumevanje na različne oblike, med katerimi so glavni ekonomski, kulturni, socialni in simbolni kapital (2011). Medtem ko je ekonomski kapital razumljiv iz samega koncepta – gre za materialno obliko kapitala, katerega

posedovanje in izmenjavo lahko »vidimo« – so drugi abstraktni; vsi pa so enačeni z močjo (Bourdieu in Wacquant 1992, 98; Bourdieu 2011). Povedano drugače – kdor poseduje (katerokoli obliko) kapital(a), poseduje moč, ki je enakovredna količini posedovanega kapitala (prav tam). Za pričujočo nalogo sta najbolj relevantni obliki kapitala ekonomski in kulturni, zaradi česar slednjega – in njegov presek z ekonomskim znotraj univerze in novinarstva – podrobneje predstavljam v nadaljevanju.

Kulturni kapital se lahko pojavlja v treh različnih oblikah: zapisani, opredmeteni in institucionalizirani (Bourdieu 2011). Za razumevanje njegove pojavnosti znotraj univerze je najbolj primerna oblika zadnja, institucionalizirana – posedovanje kakršnekoli univerzitetne kvalifikacije ali naziva (najsilneje to diploma, doktorat ali naziv profesorja) kapitalu podeljuje *prepoznavno* vlogo, ki ne zahteva nenehnega dokazovanja posedovanja kulturnega kapitala (prav tam, 83). Povedano drugače: diplomant katerekoli univerze s posedovanjem naziva *diplomant* v družbi dokazuje akumulirani kulturni kapital,⁵ tj. znanje, ki ga je pridobil med šolanjem (prav tam). Kulturni kapital novinarstva po drugi strani predstavlja posameznikovo sledenje normativnim vrednotam novinarstva in priznavanje stanovskih kolegov, da jih posameznik upošteva (Bourdieu 2005, 63–64). Izhajajoč iz tega, največ kulturnega kapitala znotraj novinarskega polja posedujejo uveljavljeni novinarji in novinarke ter medijske hiše, ki ustvarjajo t. i. dobro novinarstvo⁶ (prav tam). Vendar pa so tako kulturni kapital kot vse druge oblike kapitala derivat ekonomskega kapitala (Bourdieu 2011, 87). Moč vseh oblik kapitala, izpeljanih iz ekonomskega kapitala, znotraj določenega družbenega polja temelji na njihovi sposobnosti prikrivanja omenjene izpeljave (prav tam).

Zgoraj predstavljeni koncepti in oris teorije so, kot že omenjeno, izredno posplošeni. Namen pričujočega besedila ni teoretska razprava o Bourdieujevi sociologiji (več o tem glej Bourdieu in Wacquant 1992; Grenfell in Bailey 2014), temveč njena raba na primeru novinarskega izobraževanja. Kljub temu ocenjujem, da

5 Posedovanje *količine* kulturnega kapitala se glede na stopnjo naziva znotraj univerze razlikuje, s tem pa se razlikuje tudi prepoznavanje količine moči, ki jo nosi posameznik (več o tem glej Bourdieu 2011, 2012).

6 O normativnih idealih novinarstva glej npr. Kovach in Rosenstiel (2013).

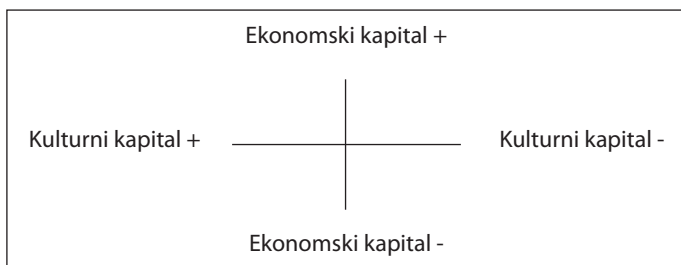
je bilo smiselno povzeti vsaj najbolj osnovne principe njegovega pristopa, saj so ti ključni za nadaljnje razumevanje njihovega apliciranja na predmet obravnave. Kjer bo relevantno, bodo specifične značilnosti konceptov (eden takšnih je koncept polja moči, glej Hilegrz in Mandez 2015) podrobneje razložene in argumentirane ob primeru novinarskega izobraževanja.

Novinarsko polje, polje znanosti in polje moči

Kersokonceptinovinarskegapolja, poljaznanosti in poljamočiključni sestavni del pričujočega besedila, se v nadaljevanju posvečam njihovi osnovni predstavitvi, začenši s poljem novinarstva, kot ga je opredelil že Bourdieu (2005). Zanj je – prav zaradi umeščenosti v polje moči (glej Benson in Neveu 2005, 5) – značilna nizka stopnja avtonomije (in s tem visoka stopnja heteronomije), ki temelji na osnovni razdeljenosti med dva pola: kulturnega (ki predstavlja najbolj »čisto«, tj. normativno različico novinarstva) in ekonomskega (ki predstavlja odvisnost novinarstva od zunanjih (predvsem ekonomskih) dejavnikov) (Bourdieu 2005, 41). Ekonomski pol sočasno predstavlja t. i. heteronomni pol, tj. pol zunanjih dejavnikov, kulturni pol pa avtonomni pol, tj. pol internih zapovedi in pravil »normativnega« novinarstva (prav tam, 41–42). Našteto se, zaradi neposredne spetosti novinarstva z novinarskim izobraževanjem, odraža tudi v strukturnem položaju polja slednjega.

Tako kot v ostalih poljih tudi v polju znanosti prihaja do napetosti in konfliktov, povezanih s posedovanjem posebne oblike socialnega kapitala, tj. znanstvene avtoritete (Bourdieu 1975, 19–23). Ta temelji na prepoznavanju in priznavanju uspehov ter prestiža znotraj univerze, tj. znotraj polja samega, pri čemer imajo zunanji akterji veliko manjši ali skorajda ničen vpliv (prav tam, 23). Bourdieu se je kasneje res dotaknil vpliva zunanjih akterjev in njihovega potencialnega vpliva na zmanjšanje sicer avtonomnega polja znanosti (2001, 2005), vendar je o njem pisal še pred vzponom in vplivom neoliberalizma (Yin in Mu 2022, 77). Ta, kot opozarjata Yin in Mu (2022), s svojim skorajda izključnim interesom ustvarjanja dobička v veliki meri ogroža njegovo avtonomijo, s tem pa polje znanosti lahko dojemamo kot razpeto med kulturni (avtonomni) in ekonomski (heteronomni) pol.

Za polje moči je značilna dihotomija oziroma opozicija med kulturnim in ekonomskim kapitalom, pri čemer slednji poseduje večjo moč kot kulturni ter ga s tem nadvladuje (Hilegrz in Mandez 2015, 8). Učinek polja moči na posamezna družbena polja sta Hilgerz in Mandez (2015, 9) po Bourdieuju predelala na naslednji način: »Polje moči bo verjetno vplivalo na vsako specifično polje, v strukturi katerega bo proizvedlo dva nasprotujoča si pola, ki sta strukturno – četudi posredno in v bolj ali manj neprepoznani obliki – podobna nasprotjem znotraj polja moči.« Povedano drugače: s svojim vplivom polje moči prej ali slej svoje lastne inherentne tenzije med kulturnim in ekonomskim kapitalom preslika (v takšni ali drugačni obliki) znotraj posameznih družbenih polj (prav tam). Novinarsko polje pri tem ni nikakršna izjema; ne le to, je del polja moči, pri čemer pa je pretežno umeščeno v pol specifične kulturne produkcije, ki je podrejena ekonomskemu kapitalu⁷ (Benson in Neveu 2005, 5). Strukturno nasprotje med polom kulturnega in ekonomskega kapitala, ki ga polje moči preslika na vsako vanj vpeto polje (Hilgerz in Mandez 2015, 9), se v slednjem odraža na način, kot ga prikazuje Shema 1.



Shema 1: Diagram družbenega polja (Thomson 2014, 72)

UPORABA BOURDIEUJEVEGA KONCEPTA POLJA NA NOVINARSKEM IZOBRAŽEVANJU

Bourdieujev pristop je vse prej kot neznanka ali niša na področju raziskovanja novinarstva (glej npr. Maares in Hanusch 2022), četudi so načini in specifična področja njegove uporabe izredno

⁷ Za razširjeno in poglobljeno opredelitev položaja polja novinarstva znotraj polja moči glej Benson in Neveu (2005) ter Bourdieu (2005).

raznoliki (Hovden 2023, 693). Nenazadnje se ga je večkrat lotil tudi sam Bourdieu (2005, 2011), pri čemer je svojo odločitev za raziskovanje utemeljil s prepričanjem o naraščajočem vplivu novinarstva na druga družbena področja (glej Bourdieu 2005, 41).

Kot eno izmed takšnih področij lahko dojemamo tudi področje novinarskega izobraževanja. Preden se lotim razlage njegovega pojmovanja ter njegovih internih in eksternih relacij z drugimi družbenimi polji, pa moram pojasniti nekatere omejitve, s katerimi vstopam v pričujoče razmišljanje.

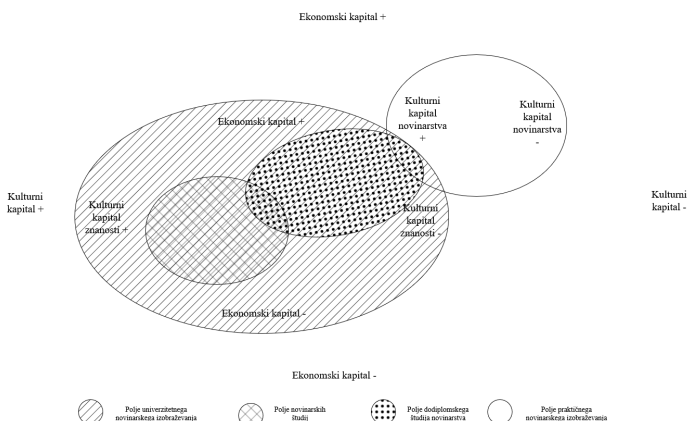
V nadaljevanju predstavljena shema temelji na literaturi predvsem iz t. i. zahodnega sveta, v veliki meri iz Združenih držav Amerike in Velike Britanije, in sicer zaradi prevladujoče literature o novinarskem izobraževanju v teh geografskih, kulturnih ter družbeno-političnih prostorih. Naj na tem mestu izpostavim, da se zavedam določenih redukcionističnih in zahodnocentričnih pomanjkljivosti sheme polja novinarskega izobraževanja, ki jo bom orisala v nadaljevanju.

Prav tako v nadaljevanju predstavljene sheme ne gre jemati kot univerzalne v smislu časa. Viri, na katere se sklicujem, izhajajo iz različnih časovnih obdobj (ter – kot že omenjeno – različnih držav in kultur), s čimer se določena stopnja natančnosti sheme izgubi. Izhajajoč iz prostorske, kulturne in časovne nedoslednosti sheme, naj tako že na tej točki izpostavim, da njen namen ni predstavljati zaključeno celoto, temveč zgolj izhodiščne nastavke za njeno potencialno dopolnitev in nadgradnjo.

Tisoč in ena podreditev polja novinarskega izobraževanja

Polje novinarskega izobraževanja si je mogoče predstavljati kot krovno polje, sestavljeno iz dveh podpolj (v ang. *sub-fields*): univerzitetnega novinarskega izobraževanja in praktičnega novinarskega izobraževanja (glej Shemo 2). Na kar je potrebno opozoriti, je, da polje novinarskega izobraževanja ni *sestavljeno* iz polja univerzitetnega novinarskega izobraževanja in polja praktičnega novinarskega izobraževanja, temveč ju le *zaobjema*. Četudi so namreč polja lahko *razdeljena* na podpolja, pa ta ne tvorijo njihovih »delov«: vsako podpolje namreč razpolaga z »lastno logiko, pravili, stalnicami ... [...] Vsako polje predstavlja potencialno odprt prostor igre,

katerega okviri so *dinamične meje*, ki so predmet konfliktov znotraj samega polja» (Bourdieu in Wacquant 1992, 104). Navedeno je izjemno pomembno pri razmišljanju o polju novinarskega izobraževanja, saj razlike (in podobnosti) znotraj njegovih podpolj kažejo na interna trenja znotraj samega polja (prav tam) ter posledično na zapletenost področja novinarskega izobraževanja.



Shema 2: Polje novinarskega izobraževanja

Vendar pa se je položaj novinarskega izobraževanja z razvojem novinarstva in izobraževanjem (bodočih) novinarjev spreminjal. Ta sprememba je nekaj, kar je, tudi po samem Bourdieuju, pravzaprav stalnica družbenih polj (Bourdieu in Wacquant 1992; Thomson 2014, 79). Nekdaj polje novinarskega izobraževanja tako ni bilo razcepljeno na podpolji, temveč je obstajalo kot samostojno polje *praktičnega* novinarskega izobraževanja. Tako je ostalo vse do začetkov oziroma prve polovice 20. stoletja, ko so se bodoči novinarji pravil in veščin poklica učili neposredno od že uveljavljenih in izkušenih novinarjev (Berger in Foote 2017, 246). Takratna struktura polja je bila preprostejša – nasproti sta si stala »le« ekonomski kapital zahtev medijske industrije in kulturni kapital takratnega normativnega ideala novinarstva (Bourdieu 2001, 63–64). Seveda pa takratno polje novinarskega izobraževanja ni obstajalo v vakuumu. Tako kot ostala družbena polja je bilo vpeto v t. i. polje moči (Hilegrz in Mandez 2015, 8).

Vpetost novinarskega polja v polje moči (glej Benson in Neveu 2005, 5) je pomenilo, da je bil vpliv slednjega na polje

novinarskega izobraževanja zaradi izobraževanja novinarjev znotraj uredništev in medijskih hiš (Berger in Foote 2017, 246) enak ali podoben vplivu, ki ga je bilo deležno novinarstvo. Trdim, da je mogoče spremembo vpliva polja moči na polje novinarskega izobraževanja, tj. njegovo intenziviranje, zaznati v trenutku, ko se je tako izven kot znotraj novinarskega izobraževanja samega pojavila težnja po univerzitetnem novinarskem izobraževanju bodočih novinarjev. Pri tem imam v mislih specifično *univerzitetni novinarski študij* in ne »le« univerzitetni študij, ki se je v splošnem kot nasprotje praktičnemu novinarskemu izobraževanju začel v Združenih državah Amerike pojavljati že veliko prej⁸ (glej Folkerts 2014), v Evropi pa je bila (katerakoli) univerzitetna diploma za delo v novinarstvu pogosto pomemben pogoj (Delano 2008, 71). Ekonomske težnje (lahko bi rekli celo zahteve) po univerzitetnem novinarskem izobraževanju so se pokazale ob razmahu medijskih industrij in njihovih potrebah po povečanem številu zanje usposobljenih kadrov (Berger in Foote 2017, 246). Odgovor z vpeljavo študija novinarstva znotraj komunikologije, ki so ga ponudile univerze (prav tam; Delano 2008), pa je zaradi želje po uveljavljanju novinarstva kot profesije ustrezal tudi novinarstvu samemu, saj naj bi zanj predstavljal možnost za »ohranitev lastne svobode in avtonomije za javno dobro ter za samonadzorovanje z enako avtoriteto in odgovornostjo, s kakršno se predstavlja in njeno priznanje zahteva od javnosti« (Drummond 1956, 361). Kljub temu ga je novinarstvo sprejelo s stisnjenimi zobmi: nekateri so mu nasprotovali, ker so ga dojemali kot nevarnost poenotenja in zapiranja področja novinarstva, katerega ena osnovnih predpostavk je svoboda in neomejenost (Raudsepp 1989, 5).

Vendar pa vključitev univerzitetnega izobraževanja v polje novinarskega izobraževanja ne pomeni, da je univerzitetno nadomestilo praktično. Ravno nasprotno: kot omenjeno, se je nekdanje enotno polje novinarskega izobraževanja preoblikovalo v krovno polje, katerega notranje konflikte sta v veliki meri narekovali na novo oblikovani podpolji univerzitetnega in praktičnega novinarskega izobraževanja. S tem pa so se začela tudi nasprotja, ki so v pomembni meri zaznamovala diskurz o izobraževanju novinarjev

8 Pozivi k njegovi uveljavitvi so prihajali tudi iz – sicer nasprotovanj deležnih – frakcij znotraj novinarstva, med drugim so k temu že leta pozivala uveljavljena imena kot npr. Joseph Pulitzer (Raudsepp 1989, 3).

– čemu pri tem dati prednost, teoriji ali praksi? Ter predvsem: komu in v imenu česa – kulturnega ali ekonomskega kapitala?

(Ne)ekskluziven pomen polja univerzitetnega novinarskega izobraževanja

Kot omenjeno, je bil vstop novinarstva v polje univerze in s tem oblikovanje polja univerzitetnega novinarskega izobraževanja povezan z razmahom komunikologije (Delano 2008, 70). Sistematizirano raziskovanje komuniciranja se je v Evropi in ZDA institucionaliziralo (tudi znotraj univerz) v 20. stoletju (Splichal 2001). Medtem ko je evropska misel močno zaznamovala raziskovalne začetke v ZDA, so te na staro celino vplivale – sploh od 50. let 20. stoletja dalje – s poudarjanjem empiričnega raziskovanja (prav tam, x, xliv).

Polje univerzitetnega novinarskega izobraževanja lahko posledično razumemo kot ločeno na izobraževanje *za* novinarstvo in izobraževanje *o* novinarstvu, kakor je ta različna pristopa opredelil Glasser (2006, 148–49). Prav raziskovanje novinarstva je avtor pojmoval kot edinstven prispevek univerzitetnega študija novinarstva, ki pa kljub temu v svojem središču še vedno ohranja novinarsko prakso (prav tam, 149). Ta tudi na univerzitetnem nivoju ostaja pomemben element večine študijev novinarstva. To nakazuje, da četudi je polje praktičnega novinarskega izobraževanja svoj nekdanj edinstveni primat nad poljem novinarskega izobraževanja zaradi deljenja z univerzitetnim novinarskim izobraževanjem izgubilo, še vedno ohranja stabilno prisotnost v vseh njegovih podpoljih, vključno z univerzitetnim. Tudi o slednjem lahko razmišljamo kot o polju, ki obsega dve podpolji: polje novinarskih študij z večjo količino kulturnega kapitala in polje dodiplomskega novinarskega izobraževanja z večjo količino ekonomskega kapitala. Tega lahko najlažje konceptualiziramo kot prvostopenjski oziroma dodiplomski študij ali, kot ga pojmuje Glasser (2006, 148–49), kot študij *za* novinarstvo. Prav dodiplomski študij novinarstva je pogosto dojet kot temelj univerzitetnega poučevanja novinarstva (Reese in Cohen 2000, 214). Na drugi strani imamo polje novinarskih študij, ki svoje zaledje posedovanja kulturnega kapitala najdejo znotraj umeščenosti v polje univerze. Vendar je njihov kulturni kapital napram bolj

uveljavljenim humanističnim in družboslovnim področjem nižji (glej Reese in Cohen 2000). Četudi novinarske študije dajejo svojevrstno ozadje študiju novinarstva na univerzitetni ravni, njihova nejasna opredelitev znotraj univerze prispeva k temu, da je dodiplomski študij novinarstva v ZDA postal tarča vse večjih zahtev tamkajšnjih medijskih industrij (Reese in Cohen 2000, 215), s tem pa je postal tudi bolj dovzeten za njihov vpliv in vpliv ekonomskega kapitala. Medijske industrije so namreč primarno osredotočene na pridobivanje diplomantov s praktičnimi znanji in veščinami, pripravljenih na čimprejšnje samostojno opravljanje dela znotraj medijske industrije (prav tam).

In četudi je polje univerzitetnega novinarskega izobraževanja danes stalnica znotraj polja novinarskega izobraževanja – ponekod tudi še vedno prevladujoča (Berger in Foote 2017) – še zdaleč ni enotno ali avtonomno samo po sebi. Razdeljeno je med stalno nasprotje med novinarji in raziskovalci, dodatna odprta »fronta« pa je tudi znotraj pola univerze. Internih nasprotij in bojov, ki tem sledijo znotraj akademskega prostora (oziroma univerze), se je Bourdieu že lotil v delu *Homo Academicus* (2012). Avtor je med drugim razpravljal o konfliktih med raziskovalno in pedagoško dejavnostjo ter nosilci raznolikih akademskih nazivov (Bourdieu 2012), podobni konflikti pa so prisotni tudi znotraj polja univerzitetnega novinarskega izobraževanja. To temelji na razumevanju in konceptualiziranju *novinarstva*. Toda jasnega konsenza glede tega ključnega in izhodiščnega temelja ni, kar vodi v nasprotovanje sprva med novinarji in raziskovalci v splošnem (glej Zelizer 2004), posledično pa tudi znotraj polja (univerzitetnega) novinarskega izobraževanja. Ti nasprotji se kažeta že pri tem, kdo naj bi sploh poučeval študente novinarstva: ali naj bodo to raziskovalci novinarstva ali pa naj bodo to izkušeni novinarji (glej Reese in Cohen 2000, 223–24; Milosavljević 2009, 507–8)?

Polje univerzitetnega novinarskega izobraževanja obenem predstavlja primer medsebojnih vplivov polj. Nestabilnost položaja novinarstva v širšem univerzitetnem prostoru ter njegovo umeščanje (npr. znotraj oddelkov) s konfliktnimi področji (kot sta npr. trženje in odnosi z javnostmi) je namreč zgodovinsko vplivalo na širšo nestabilnost ter nekoherentnost pogledov na splošno novinarsko izobraževanje (Raudsepp 1989, 10; Macdonald 2006, 747). Pogosta umeščenost raziskovanja novinarstva znotraj drugih raziskovalnih smeri (glej Zelizer 2004) je z odpiranjem novih

vprašanj z različnih perspektiv resda pripomogla k njegovemu boljšemu razumevanju, vendar pa je širše okvirjanje raziskav z utalitarističnimi oziroma administrativnimi nameni prispevalo k dodatni marginalizacij področja novinarskih študij (Reese in Cohen 2000, 220–21). In prav tu lahko vidimo vpliv polja moči na univerzo, s tem pa njegov dvostranski vpliv na sprva polje univerzitetnega novinarskega izobraževanja in nato na splošno polje novinarskega izobraževanja. Univerze namreč, naj se to zdi še tako samoumevna trditev, ne obstajajo in ne delujejo v vakuumu. Tako kot novinarstvo in tako kot mediji so del družbe z določeno ureditvijo, pravili in zahtevami. Kot sta že na začetku tisočletja opozarjala Reese in Cohen (2000, 221), so finančni izdatki za (ameriške) univerze upadali, kar je vodilo v spremembo njihovih prioritet in s tem posledično k dajanju prednosti neposrednemu izobraževanju za trg dela. Prav to pa je, kot že omenjeno, v interesu medijskih industrij, ki so odjemalci prav tiste »delovne sile«, ki jo ustvarjajo predvsem dodiplomski programi študija novinarstva. Omeniti velja, da procesov sprememb, ki so jim podrejene univerze v ZDA in v Evropi, ne gre enačiti. Medtem ko so ekonomski pritiski na ameriške visokošolske ustanove – sploh v povezavi s političnimi od začetka drugega predsedniškega mandata Donalda Trumpa (glej Bogost 2025; Conroy 2025) – precejšnji, so pritiski na pretežno javne fakultete v Evropi veliko manjši, a še vedno – sicer bolj implicitno – prisotni, sploh od začetka uvajanja bolonjske reforme (glej Wihlborg 2019).

Na tej točki se je dokaj preprosto ustaviti in vprašati, čemu res služi specifično *novinarsko* izobraževanje na univerzitetni ravni, če je to tudi na njej še vedno vezano na izvajanje različnih oblik obveznih praktičnih usposabljanj študentov in študentk ter če teoretska znanja in novinarske študije zaradi vpliva vse bolj v dobiček usmerjenega sistema izgubljajo svoj pomen. Izhajajoč iz rabe Bourdijevih konceptov, lahko odgovor najdemo v smeri zadostne moči – tj. posedovanja zadostne količine kapitala – subjektov, katerih interes se nahaja znotraj ohranjanja praktičnega izobraževanja. Univerzitetni novinarski študij še vedno obstaja, kar jasno nakazuje, da tudi kulturni kapital, ki ga z diplomiranjem prejmejo študentje in študentke, še vedno nosi določeno težo (tudi) znotraj polja novinarskega izobraževanja in novinarskega polja. Razloge za to gre (ponovno) iskati v polju moči. Vse več nedavnih raziskav novinarskega izobraževanja namreč poudarja pomen *širine*,

ki jo ponuja univerza – in to ne le iz splošnih razlogov siceršnje razgledanosti, temveč tudi zaradi koristi za diplomante: s spreminjanjem novinarstva in delovnih razmer v medijski industriji obstaja konsenz po odmiku od »slepega«, nekritičnega učenja večšin prav zaradi sprememb novinarskega dela, ki ga bodo (predvidoma) opravljali nekdanji študentje in študentke (Deuze in Witschge 2018; Maniou, Stark in Touwen 2020; Cervi 2021). Kulturni kapital, ki ga tako prejmejo z diplomo, je znamenje njihove sposobnosti prilagajanja in širine znanj. To tezo potrjuje tudi še vedno prisotna prevlada univerzitetnih programov novinarstva (Berger in Foote 2017) ter prevlada in uspešnost teoretsko močnih novinarskih oz. komunikoloških programov (Cervi 2021).

Umeščenost polja novinarskega izobraževanja znotraj polja moči

Reese in Cohen (2000, 224–25) sta že na prelomu tisočletja opozarjala na zunanje pritiske, ki jih je deležno novinarsko izobraževanje:

[M]edijska industrija se vse izraziteje nagiba k preoblikovanju [študija novinarstva] v smer če že ne poklicnega izobraževanja, pa vsaj v smer medijskega profesionalizma, ki odgovarja na praktične potrebe industrije. Po drugi strani pa se komunikologija, prevladujoča disciplinarna identiteta novinarstva, z uporabo prilagodljivih metodoloških orodij za preučevanje medijskih učinkov in občinstev vse bolj prilagaja administrativni smeri raziskovanja in s tem pogodbenemu delu. V obeh primerih si intelektualno in pedagoško identiteto ter njuna prizadevanja vse intenzivneje prilščajo zunanja področja vpliva.

Polje novinarskega izobraževanja je samo podpolje večjih polj, na eni strani novinarskega in na drugi znanstvenega. Obe sta tudi sami vključeni v polje moči (Benson in Neveu 2005, 5; Štech 2011; Yin in Mu 2022). Kar kot značilnost polja novinarstva opredeljujeta Benson in Neveu (2005, 4), in sicer podobnost z ruskimi babuškami, velja tudi za polje novinarskega izobraževanja. Obe sta sočasno samostojni in ter del širšega polja; medtem ko na novinarstvo vplivata tako politično kot ekonomsko polje (glej Bourdieu 2005; Champagne 2005), pa novinarstvo samo te vplive posredno prenaša na druga družbena polja, kot sta npr. znanost

in kultura (Bourdieu 2001). Klasično relacijsko razmišljanje, na katerem temelji tudi Bourdieuv pristop konceptualizacije družbe (Bourdieu in Wacquant 1992, 96; Grenfell 2014, 220–21), nas usmerja proti sklepu o posrednem vplivu tako političnega⁹ kot ekonomskega polja na polje novinarskega izobraževanja preko polja novinarstva. Vsa ta pa so, kot že omenjeno, pod vplivom polja moči in njegovega pretežnega vrednotenja ekonomskega kapitala nad kulturnim (Hilgerz in Mandez 2015, 8–9).

Novinarsko izobraževanje se tako nahaja znotraj dveh razcepjenih polj z različno stopnjo avtonomije, ki pa sta obe podvrženi vplivom, razmeram in zahtevam, ki jih postavlja prevladujoče polje moči. Napetosti in konflikti znotraj obeh polj se tako podvojijo znotraj polja novinarskega izobraževanja, s tem pa se vse bolj zdi, da je množična prisotnost raznolikih pogledov res tveganje za vse bolj – kot sta že leta 2000 opozorila Reese in Cohen (2000, 215) – »shizofreno« naravo področja novinarskega izobraževanja.

NASTAVKI ZA PREMISLEK O POLJU NOVINARSKEGA IZOBRAŽEVANJA V SLOVENIJI

Začetki formalnega univerzitetnega novinarskega izobraževanja v Sloveniji segajo v 60. leta 20. stoletja, z zasnovo visokošolskega novinarskega programa leta 1963 in ustanovitvijo katedre za novinarstvo leto zatem na predhodnici današnje Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani (v nadaljevanju: FDV UL), Visoke šole za politične vede (v nadaljevanju: VŠPV), ki se je kasneje preimenovala v Visoko šolo za sociologijo, politične vede in novinarstvo (v nadaljevanju: VŠSPVN) (Milosavljević 2009, 503; FDV b. d.a). Za oblikovanje programa je bil v največji meri zaslužen France Vreg, ki je poleg tega v slovenskem prostoru razvijal tudi takrat novo vedo, komunikologijo (Splichal 2020). Pred tem so se novinarji pretežno izobraževali »v praksi«, pogosto pa so bili, tako kot po drugih državah Zahodne in Srednje Evrope, obenem tudi pisatelji in/ali intelektualci (Milosavljević 2009, 503). Še preden je bil študij novinarstva prestavljen na fakulteto, tedanj

9 V pričujočem besedilu koncept političnega polja in z njim političnega kapitala (več o tem glej npr. Bourdieu 2005) puščam ob strani, saj bi njegov vpliv na polje novinarskega izobraževanja zahteval ločen prispevek.

VŠPV, se je visokošolski študij odvijal pod okriljem Centra za visokošolsko izobraževanje novinarjev pri Društvu novinarjev Slovenije (Splichal 2020, 16).

Vregu je bila dodeljena pristojnost, da zasnuje univerzitetni študij novinarstva ne le v Sloveniji, temveč tudi po preostalih republikah nekdanje Jugoslavije (Vreg [1983] 2020). Zasnoval ga je po vzorih iz tujine, natančneje iz ZDA, pri čemer se je odločil za model študija z močnimi temelji iz politologije in sociologije, z novinarskimi predmeti ter predmeti odnosov z javnostmi (Vreg [1983] 2020, 120). Tako kot je bil študij novinarstva zasnovan po vzorih iz tujine, se je po podobnih mednarodnih vzorih razvijala tudi takrat še nastajajoča veda komunikologija, kar je bilo sploh v sedemdesetih letih tudi kamen spotike takratne politike – začasno zaviranje vede se je s ponovnim močnejšim mednarodnim sodelovanjem zaključilo v osemdesetih letih (Splichal 2020, 27–28). Začetki univerzitetnega novinarskega izobraževanja pa so bili že od samega začetka tesno povezani z raziskovanjem (množičnega) komuniciranja (Vreg [1983] 2020; Splichal 2020).

Tako lahko tudi o polju novinarskega izobraževanja v Sloveniji razmišljamo podobno kot o njem na splošno: sprva ga je predstavljalo samostojno polje praktičnega novinarskega izobraževanja, z uvedbo univerzitetnega študijskega programa pa se je »razcepilo« na dve podpolji. Vendar omenjenega razcepa in povezave z uvedbo univerzitetnega študija novinarstva v Sloveniji ne gre povsem enačiti z zgoraj zastavljeno povezavo med profesionalizacijo in univerzitetnim študijem. Kot opozarja Marko Milosavljević (2009, 508–509), samega pojma »novinarske profesionalizacije« zaradi zgodovinskega razvoja novinarstva v Sloveniji v ta prostor ni mogoče prenesti. Novinarstvo in njegov razvoj sta bila na tem območju vse od začetkov povezana s politiko takratne socialistične ureditve¹⁰ (prav tam). Francetu Vregu je bila s strani tedanjih odločevalcev podeljena pristojnost za načrtovanje in izvedbo študija novinarstva, vendar se je Vreg pogosto obračal k mednarodnemu prostoru, kar tedanjim voditeljem ni

10 Naj na tej točki ponovno opozorim, da pričujoči prispevek predstavlja zgolj izhodiščni razmislek o področju polja novinarskega izobraževanja ter njegovem prenosu na področje Slovenije. Zgodovinski družbeno-politični kontekst nekdanje Jugoslavije je veliko kompleksnejši, kot ga predstavljam tukaj. Za več o tej temi glej npr. prispevke v tematski številki revije *Prispevki za novejšo zgodovino* (letn. 62, št. 1, 2022), naslovljene *Contradictions of Media and Journalism in Socialist Yugoslavia*.

bilo vedno pogodu – sploh ker je bil študij novinarstva na VŠPV tesno prepleten z uveljavljanjem takrat nove vede komunikologije, za katero so menili, da preveč odstopa od marksističnih temeljev, ki naj bi utemeljevali znanost v Jugoslaviji (Splichal 2020; Vreg [1983] 2020).

Študij novinarstva je bil vse od začetkov do danes tesno povezan z medijsko industrijo, tako z vidika opravljanja rednih študijskih praks kot tudi z občasnim financiranjem in zaposlitvenimi praksami (Milosavljević 2009, 507). Velik poudarek je bil dan tudi praktičnemu izobraževanju, vendar kot je izpostavil Vreg, zaradi strahu pred pretirano v prakso usmerjenimi fakultetami vseeno ne toliko, kot bi bilo potrebno za kakovostno novinarsko izobraževanje (Vreg [1983] 2020, 120). Tudi sicer so bile »klasične« dileme novinarskega univerzitetnega izobraževanja v Sloveniji (in Jugoslaviji) prepletene z vprašanjem razmerja med prakso in teorijo (Vreg [1983] 2020). Tako se je tudi v slovenskem prostoru pojavila dihotomija med zagovorniki prevlade teoretskega izobraževanja in zagovorniki praktičnega izobraževanja (glej npr. Košir 1990). Ta je, tudi na strani pristašev univerzitetnega novinarskega izobraževanja, izhajala predvsem iz zabrisanih meja med poučevanjem in študiranjem komunikologije in novinarstva (prav tam).

Smer današnjega novinarskega izobraževanja je podobna tisti, o kateri je v svojem prispevku že pred več kot desetletjem razmišljal Milosavljević (2009). Študij novinarstva na Katedri za novinarstvo Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani je tudi danes edini univerzitetni novinarski študij v Sloveniji. V minulih desetletjih je doživel precejšnje spremembe, saj je bil skupaj z ostalimi programi na Fakulteti za družbene vede deležen temeljite prenove (več o tem v Kalin Golob 2016). Vsebina študija z vključenostjo univerze v združenje European Journalism Training Association (EJTA) sledi Tartujski deklaraciji, katere zadnja posodobitev je bila leta 2020 (EJTA b. d.). Članice so pri tem zavezane izobraževanju novinarjev v kar najširšem normativnem dojemanju novinarstva ter njegove vloge v družbi in za družbo (glej EJTA b. d.).

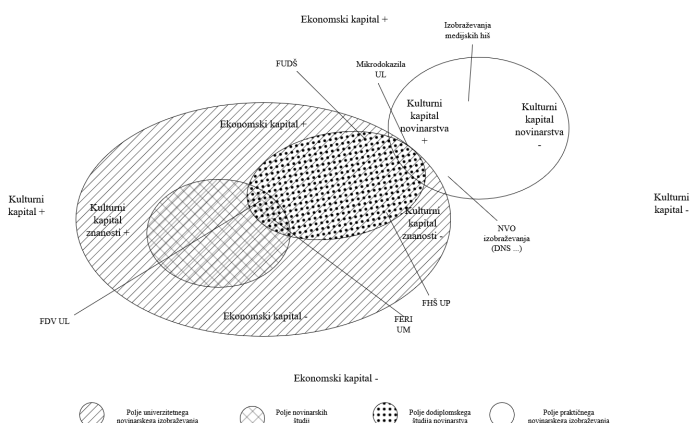
Kljub temu pa novinarski študij na ljubljanski univerzi ni edini, ki v okviru slovenskega javnega visokošolskega izobraževanja obravnava širše področje medijev in novinarstva. Na Fakulteti za družbene vede se študijski program Novinarstvo na prvi in drugi stopnji študija izvaja – znotraj istega oddelka – ob boku prvo- in drugostopenjskega študijskega programa Komunikologija

– Medijske in komunikacijske študije, študijsko področje Novinarske študije pa na tretji stopnji študija (znotraj interdisciplinarnega doktorskega programa Humanistika in družboslovje) ob tretjestopenjskih študijskih področjih Komunikologija in Medijski študiji (FDV b. d.b; FDV b. d.c). Na Univerzi na Primorskem na Fakulteti za humanistične študije (FHŠ UP) izvajajo program dodiplomskega in podiplomskega študija Komuniciranje in mediji (glej FHŠ b. d.), na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko Univerze v Mariboru (FERI UM) pa dodiplomski, podiplomski in doktorski program Medijske komunikacije (glej FERI b. d.). S študijem Mediji in novinarstvo, sicer na visokošolski in ne univerzitetni ravni, področje novinarstva obravnava tudi zasebna Fakulteta za uporabne družbene študije (glej FUDŠ b. d.). Program je naslednik študija, ki ga je pred pridružitvijo FUDŠ izvajala nekdanja Fakulteta za medije – ta je koncesijo za izvajanje programov na prvi in drugi stopnji prejela leta 2022 (FUDŠ 2022), v času tretje vlade Janeza Janše.¹¹ Novinarske in medijske hiše¹² organizirajo interna praktična izobraževanja, kot je npr. POP Akademija medijske hiše PRO Plus (Usenik 2025). Nevladne organizacije prav tako izvajajo različna izobraževanja, ki služijo kot svojevrstna dopolnitev drugim oblikam izobraževanja s pokrivanjem specifičnih nišnih tem (glej DNS b. d.a). V zadnjem obdobju podobna prizadevanja uresničuje tudi Univerza v Ljubljani v sodelovanju s Fakulteto za družbene vede, s katero je izvedla več izobraževanj za t. i. mikrodokazila (Univerza v Ljubljani 2024).

Institucije oziroma nosilce različnih oblik novinarskega izobraževanja lahko dojemamo kot subjekte znotraj polja novinarskega izobraževanja. Glede na siceršnjo usmerjenost in značilnosti pa lahko sklepamo o obliki in količini kapitala, ki ga posedujejo znotraj polja, in o tem, kam jih ta kapital umešča. Shema 3 predstavlja razporeditev oziroma strukturo polja novinarskega izobraževanja v Sloveniji.

11 Podelitev koncesije študijskim programom nekdanje Fakultete za medije sovпада s takratnim burnim dogajanjem na področju državnega poseganja v visokošolsko izobraževanje, pri katerem se je pokazal odnos vlade do javnih izobraževalnih ustanov na eni in do zasebnih ustanov na drugi strani (več o tem glej Tavčar in V. U. 2021; R. 2021; Ma., 2022).

12 O siceršnji možnosti vstopa v novinarsko polje skozi praktično izobraževanje (tj. brez diplome in izven študijske prakse) na tej točki ne morem sklepati, saj bi bilo področje potrebno empirično raziskati.



Shema 3: Polje novinarskega izobraževanja v Sloveniji

Na podlagi raziskave Poler Kovačič et al. (2013) polje univerzitetnega novinarskega izobraževanja dojemam in postavljam kot osrednje podpolje novinarskega izobraževanja. To podpira ugotovitev avtorjev raziskave o večinskem zagovoru univerzitetnega izobraževanja novinarjev in novinark – ker pa ga tako vrednotijo skupaj s precejšnjim pridobivanjem izkušenj v praksi (prav tam), se to podpolje v določenem delu (v polu dodiplomskega novinarskega izobraževanja) prekriva oziroma stika z drugim podpoljem, to je praktičnim novinarskim izobraževanjem. Kulturni kapital, ki ga prejmejo diplomanti študija novinarstva, tako še vedno ima težo tako znotraj polja novinarskega izobraževanja kot tudi znotraj polja novinarstva. Še vedno pa sam po sebi ni zadosten in ne odtehta vpliva, ki ga ima kulturni kapital praktičnega novinarskega izobraževanja.

Stanovske organizacije, kot je Društvo novinarjev Slovenije, znotraj novinarskega polja zaradi zagovarjanja normativnih idealov novinarstva (glej DNS, b.d.b) – povezanih z etičnim ravnanjem, uredniško in novinarsko neodvisnostjo ... (Kovach in Rosenstiel 2013) – posedujejo visok kulturni kapital (Bourdieu 2005, 41). S tem so tudi izobraževanja, ki jih ponujajo oziroma so jih ponujali v nedavni preteklosti, povezana s kulturnim kapitalom novinarstva, torej usmerjena v izobraževanje o kakovostnem novinarstvu v praksi, neodvisno od finančnih zahtev medijske industrije (glej DNS b. d.a, b. d.b).

Tako izobraževanja, ki jih ponujajo nevladne organizacije in medijska industrija, kot tudi mikrodokazila lahko dojemamo kot subjekte, ki vstopajo v polje novinarskega izobraževanja in si prizadevajo za spremembo njegovega internega *statusa quo* (Bourdieu 1975, 29–30). Pri tem je potrebno opozoriti, da ni nujno, da zahtevajo prevzem »prevlade« znotraj polja. Kot pišeta Berger in Foote (2017), zunajuniverzitetni subjekti s svojo ponudbo novinarskoizobraževalnih vsebin pogosto poskušajo zajeti specifična nišna področja novinarstva, za katera znotraj univerzitetnih predavalnic ni prostora. To tendenco lahko vidimo zlasti pri izobraževanjih, ki jih ponuja Društvo novinarjev Slovenije (glej DNS b. d.a), in tudi pri izobraževanjih za mikrodokazila, ki jih ponuja Univerza v Ljubljani (2024).

Postopno spreminjanje polja univerze v Sloveniji pod udarom neoliberalizma

Pred zaključkom naj na kratko opredelim še polje univerze v Sloveniji in njeno umeščenost v polje moči. Kot je ob izidu slovenskega prevoda Bourdieujevega dela *Homo academicus* v spremni študiji napisal Gaber (2012), je to polje zaradi zunanjih pritiskov vse manj avtonomno. Eden izmed takšnih zunanjih vplivov, ki si ga poskušajo podrediti, je gospodarstvo oziroma ekonomski interes: »Tudi danes, tokrat s pozicije desnega populizma, se soočamo z nakano zlomiti moč univerzitetnega, raziskovalnega polja kot nezadostno industrijsko usmerjenega, kot v svojem bistvu nedelavnega (lenega) in kot tistega, ki zajeda gospodarstvo in ga je treba podrediti gospodarskemu napredku« (prav tam, 259). Povedno je, da je prevod Bourdieujevega dela Gaber pozdravil (prav tam, 257) le nekaj let po uvedbi bolonjske reforme v slovenski visokošolski sistem. Bolonjska reforma je vanj – tako kot drugod (glej Wihlborg 2019) – v veliki meri vnesla neoliberalne ukrepe, saj je »omogočila vdor instrumentalne logike trga in poglobljenja izobrazbe na univerze, ki so bile tradicionalno dojete kot kulturne institucije znanja« (Štech 2011, 123). Kritike vpliva slednjega – sploh na področje humanistike in družboslovja – so odmevale tudi v Sloveniji (glej Avtorska skupina 2013). Izhajajoč iz tega, lahko polje univerze v Sloveniji opredelimo kot razdeljeno med dva pola: kulturnega (pri čemer

se trudi ohraniti tradicionalno opredelitev kot »kulturne institucije znanja« (Štech 2011, 123)) in ekonomskega. Omeniti velja, da to velja za tri javne univerze v Sloveniji in ne za preostale zasebne visokošolske zavode.

ZAKLJUČEK

V prispevku sem poskusila pokazati, na kakšen način je polje novinarskega izobraževanja pozicionirano na preseku dveh vse izraziteje različno heteronomnih polj – univerzitetnega in novinarskega (glej Bourdieu 2005; Štech 2011; Yin in Mu 2022) – ter kako se to v njem odraža. Pri tem sem se oprla na raznoliko tujo in domačo strokovno literaturo in raziskave ter na teoretski konceptualni aparat sociologa Pierra Bourdieuja.

Opozoriti je potrebno na določene omejitve zastavljene shematizacije polja novinarskega izobraževanja. Ena izmed njih je že nakazani zahodnocentrični temelj pogleda na novinarsko izobraževanje in posledično na konceptualizacijo njegovega polja. Predstavljena shematika tako ne sme biti dojeta kot univerzalna ali kot poskus, da bi veljala za takšno. Dodaten problem, ki se pojavlja, je tudi, da njeno ogrodje predstavljajo viri iz različnih časovnih obdobj. Da lahko polje, njegovo strukturo in medsebojne vplive z drugimi polji res natančno opredelimo, ga moramo misliti znotraj specifičnih časovnih in prostorskih razmer (Bourdieu in Wacquant 1992, 109). Tako je potrebno obe shemi, tako splošnega polja novinarskega izobraževanja kot tistega v Sloveniji, dojemati z razumevanjem, da predstavljata izhodiščni razmislek in nastavke za potencialno nadaljnje raziskovanje. To bi, za kar se je zavzemal tudi Bourdieu (Bourdieu in Wacquant 1992, 100), zahtevalo empirične raziskave. Enako velja tudi za razmišljanje o heteronomnosti »krovnih« polj novinarskega izobraževanja, novinarskega in univerzitetnega. Teh že v splošnem orisu ne gre enačiti – da bi razmere povečanih zunanjih (sploh tržnih) vplivov lahko zares dokazali, bi se morali poglobiti v geografsko in časovno-zgodovinsko usmerjeno raziskovanje. Novinarsko izobraževanje v Sloveniji bi si (četudi bi šlo za velik zalogaj) v prihodnosti zaradi procesa razvoja ter večkratnih sprememb političnih in tržnih okvirov zaslužilo takšno raziskavo, ki bi obenem služila tudi kot preizkus in izboljšava v besedilu predstavljenih izhodišč.

Kljub temu pa predstavljeni grobi orisi potrjujejo osrednjo tezo prispevka: s položajem polja novinarskega izobraževanja na preseku dveh (vse izraziteje) heteronomnih polj – univerze (Štech 2012; Yin in Mu 2022) in novinarstva (Bourdieu, 2005) – se dualni konflikti znotraj obeh na tem preseku le še podvojijo. S tem pa v polju novinarskega izobraževanja ter subjektom znotraj in okoli njega še dodatno zapletajo že tako zahtevno uveljavljanje lastnih interesov.

V veliki meri se nam lahko utemeljeno zdi, da v besedilu predstavljeni oris prispeva »le« k ponovni ugotovitvi zapletenosti razpetosti področja tako novinarstva kot novinarskega izobraževanja. To lahko pripišemo umankanju avtonomnosti obeh polj (glej Bourdieu 2005). Kot pravi Bourdieu, je pojasnjevalni potencial interne logike posameznega polja omejen glede na njegovo stopnjo avtonomije (2005, 34). To me v zaključku privede do – morda samoumevne, a kljub temu (ponovno) pomembne – trditve o pomenu kontekstualizacije specifičnega področja v času in prostoru. Jasno pa je, da vse bolj zapletene družbene in politične razmere tako po svetu kot v Sloveniji že tako zapleten položaj novinarstva – in s tem novinarskega izobraževanja – le še dodatno zapletajo.

O avtorici

Nana Čemas, univerzitetna diplomirana etnologinja in kulturna antropologinja ter sociologinja (2022), je študentka magistrskega študijskega programa Novinarstvo na Fakulteti za družbene vede.

LITERATURA

- Avtorska skupina. 2013. *Kaj po univerzi?* Ljubljana: Založba /**cf.*
- Benson, R., in Erik Neveu. 2005. »Introduction: Field Theory as a Work in Progress«. V: *Bourdieu and the Journalistic Field*, Rodney Benson in Erik Neveu (ured.), 1–28. Cambridge: Polity Press.
- Berger, Guy, in Joe Foote. 2017. »Taking Stock of Contemporary Journalism Education: The End of the Classroom as We Know It«. V: *Global Journalism Education*, Robyn S. Goodman in Elanie Steyn (ured.), 245–65. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin.

- Besbris, Max, in Caitlin Petre. 2020. »Professionalizing Contingency: How Journalism Schools Adapt to Deprofessionalization?«. *Social Forces* 98 (4), 1524–1547. <https://doi.org/10.1093/sf/soz094>.
- Blumler, Jay G. 2011. »FOREWORD: The two-legged crisis of journalism«. V: *The Future of Journalism*, Bob Franklin (ured.), xv–xvii. London: Routledge. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/fdv-odk/jg/detail.action?docID=1397545>.
- Bogost, Ian. 2025. »A New Kind of Crisis for American Universities«. *The Atlantic*, 10. februarja 2025. <https://www.theatlantic.com/health/archive/2025/02/nih-trump-university-crisis/681634/>.
- Bourdieu, Pierre. 1975. »The specificity of the scientific field and the social conditions of the progress of reason«. *Social Science Information* 14 (6): 19–47. <https://doi.org/10.1177/053901847501400602>.
- Bourdieu, Pierre. 2001. *Na televiziji*. Prevedla Agata Šega. Ljubljana: Krtina.
- Bourdieu, Pierre. 2005. »The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field«. V: *Bourdieu and the Journalistic Field*, Rodney Benson in Erik Neveu (ured.), 29–47. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre. 2011. »The Forms of Capital«. V: *The Sociology of Economic Life*, Mark Granovetter in Richard Swedberg (ured.), 78–92. Oxford: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/fdv-odk/jg/detail.action?docID=5352139>.
- Bourdieu, Pierre. 2012. *Homo Academicus*. Prevedla Matej T. Vatovec in Varja Balžalorsky. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Bourdieu, Pierre, in Loïc Wacquant. 1992. »The Logic of Fields.« V: *An Invitation to Reflexive Sociology*, 94–115. Cambridge: Polity Press.
- Cervi, Laura, Núria Simelio, in Santiago Tejedor Calvo. 2020. »Analysis of Journalism and Communication Studies in Europe's Top Ranked Universities: Competencies, Aims and Courses«. *Journalism Practice* 15 (7): 1033–53. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1762505>.
- Champagne, Patrick. 2005. »The 'Double Dependency': The Journalistic Field Between Politics and Markets«. V: *Bourdieu and the Journalistic Field*, Rodney Benson in Erik Neveu (ured.), 48–63. Cambridge: Polity Press.
- Conroy, Oliver J. 2025. »US universities face choice to surrender or fight back against Trump's 'takeover'«. *The Guardian*, 20. marca 2025. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/mar/20/universities-trump-administration>.
- Contradictions of media and journalism in socialist Yugoslavia*. 2022. 62 (1). Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino. <https://doi.org/10.51663/pnz.62.1>.
- Delano, Anthony. 2008. »Different horses, different courses«. *British Journalism Review* 19 (4): 68–74. <https://doi.org/10.1177/0956474808100868>.

- Deuze, Mark. 2001. »Educating 'New' Journalists: Challenges to the Curriculum«. *Journalism & Mass Communication Educator* 56 (1), 4–17. <https://doi.org/10.1177/107769580105600102>.
- Deuze, Mark. 2006. »Global Journalism Education: A Conceptual Approach«. *Journalism Studies* 7 (1): 19–34. <https://doi.org/10.1080/14616700500450293>.
- Deuze, Mark, in Tamara Witschge. 2018. »Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism«. *Journalism* 19 (2): 165–81. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>.
- DNS. b. d.a »Izobraževanja«. Dostopano 24. februar 2025, <https://novinar.com/drustvo-novinarjev-slovenije/priloznosti/izobrazevanja/>.
- DNS. b. d.b »Dokumenti«. Dostopano 27. februar 2025, <https://novinar.com/drustvo-novinarjev-slovenije/o-nas/dokumenti/>.
- Drummond, Edward J. 1956. »Professional Journalism Education And the University«. *Journalism Quarterly* 33 (3), 359–363. <https://doi.org/10.1177/107769905603300311>.
- EJTA. »EJTA framework for competencies: Tartu Declaration«. Dostopano 28. marec 2025, <https://ejta.eu/index.php/about-us/tartu-declaration/>.
- FDV. b. d.a »Kronologija FDV«. Dostopano 24. februar 2025, <https://www.fdv.uni-lj.si/o-fdv/jubileji-fdv/kronologija-fdv>.
- FDV. b. d.b »Katedra za medijske in komunikacijske študije.« Dostopano 10. april 2025, <https://www.fdv.uni-lj.si/studij/oddelki-in-katedre/oddelek-za-komunikologijo/katedra-za-medijske-in-komunikacijske-studije>.
- FDV. b. d.c »Katedra za novinarstvo.« Dostopano 10. april 2025, <https://www.fdv.uni-lj.si/studij/oddelki-in-katedre/oddelek-za-komunikologijo/katedra-za-novinarstvo>.
- FERI. b. d. »Študijski program Medijske komunikacije.« Dostopano 24. februar 2025, <https://medijske.um.si/>.
- FHŠ. b. d. »Oddelek za medijske študije.« Dostopano 24. februar 2025, <https://fhs.upr.si/oddelki/oddelek-za-medijske-studije/>.
- Folkerts, Jean. 2014. »History of Journalism Education«. *Journalism & Communication Monographs* 16 (4): 227–99. <https://doi.org/10.1177/1522637914541379>.
- FUDŠ. b. d. »Mediji in novinarstvo (VS)«. Dostopano 24. februar 2025, <https://www.fuds.si/sl/mediji-in-novinarstvo-vs-lp/>.
- FUDŠ. 2022. »Dodelitev koncesije za študijski program mediji in novinarsko 1. in 2. stopnje na Fakulteti na medije«. Dostopano 28. marec 2025, <https://www.fuds.si/sl/2022/03/04/dodelitev-koncesije-za-studijski-program-mediji-in-novinarstvo-1-in-2-stopnje-na-fakulteti-za-medije/>.

- Gaber, Slavko. 2012. »Homo academicus: O tistem, kar ostaja 'tuje, ker je preveč domače'«. V: *Homo academicus*, 257–70. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Gans, Herbert J. 2004. »Journalism, Journalism Education, and Democracy«. *Journalism & Mass Communication Educator* 59 (1): 10–16. <https://doi.org/10.1177/107769580405900103>.
- George, Cherian. 2011. »Beyond Professionalization: A Radical Broadening of Journalism Education«. *Journalism & Mass Communication Educator* 66 (3): 257–67. <https://doi.org/10.1177/107769581106600306>.
- Greenberg, Susan. 2007. »Theory and Practice in Journalism Education«. *Journal of Media Practice* 8 (3): 289–303. https://doi.org/10.1386/jmpr.8.3.289_1.
- Grenfell, Michael James. 2014. »Methodological principles«. V: *Pierre Bourdieu: Key Concepts*, Michael James Grenfell in Richard Bailey (ured.), 219–28. Durham: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/fdv-odkkg/detail.action?docID=3060927>.
- Grenfell, Michael James, in Richard Bailey, ur. 2014. *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Durham: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/fdv-odkkg/detail.action?docID=3060927>.
- Hilgerz, Mathieu, in Eric Mandez. 2015. »Introduction to Pierre Bourdieu's theory of social fields«. V: *Bourdieu's Theory of Social Fields: Concepts and applications*, Mathieu Hilgers in Eric Mangez (ured.): 1–36. New York: Taylor and Francis.
- Holm, Hans-Henrik. 2001. »The Forgotten Globalization of Journalism Education«. *Journalism & Mass Communication Educator* 56 (4): 67–71. <https://doi.org/10.1177/107769580205600406>.
- Hovden, Jan Frederik. 2023. »The same everywhere? Exploring structural homologies of national social fields using the case of journalism«. *The British Journal of Sociology* 74 (4): 690–710. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.13023>.
- Kalin Golob, Monika, ur. 2016. *Odgovornost za razvoj družboslovja: deset let prenovljenih programov Fakultete za družbene vede*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Košir, Manca. 1990. »Za uveljavitev specifičnosti študija novinarstva: reforma študija na FSPN«. *Teorija in praksa* 27 (1/2): 232–35. <http://www.dlib.si/?URN=URN:NBN:SI:doc-FQXU45A8>.
- Kovach, Bill, in Tom Rosenstiel. 2013. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press. EBSCOhost. <https://research-ebSCO-com.nukweb.nuk.uni-lj.si/linkprocessor/plink?id=45e42ac2-2fdb-3bfb-a438-d38462de03a5>.

- Ma., Al. 2022. »Vlada dodelila koncesije 12 zasebnim visokošolskim zavodom.« *MMC RTV Slovenija*, 10. februar 2022. <https://www.rtvlo.si/slovenija/vlada-dodelila-koncesije-12-zasebnim-visokosolskim-zavodom/611967>.
- Maures, Phoebe, in Folker Hanusch. 2022. »Interpretations of the journalistic field: A systematic analysis of how journalism scholarship appropriates Bourdieusian thought«. *Journalism* 23 (4): 736–54. <https://doi.org/10.1177/1464884920959552>.
- Macdonald, Isabel. 2006. »Teaching Journalists to Save the Profession: A Critical Assessment of Recent Debates on the Future of US and Canadian Journalism Education«. *Journalism Studies* 7 (5): 745–64. <https://doi.org/10.1080/14616700600890414>.
- Maniou, Theodora A., Alexandra Stark, in Carien J. Touwen. 2020. »Journalism Training Beyond Journalism Schools«. *Journalism & Mass Communication Educator* 75 (1): 33–39. <https://doi.org/10.1177/1077695820904979>.
- Mensing, Donica. 2010. »Rethinking [Again] the Future of Journalism Education«. *Journalism Studies* 11 (4): 511–23. <https://doi.org/10.1080/14616701003638376>.
- Milosavljević, Marko. 2009. »The Slovenian Journalism Education Landscape«. V: *European Journalism Education*, Georgios Terzis (ured.), 501–10. Bristol: Intellect.
- Poler Kovačič, Melita, Karmen Erjavec, Marko Milosavljević, in Igor Vobič. 2013. »Univerzitetno izobraževanje ali novinarska praksa? Stališča urednikov slovenskih množičnih medijev«. *Teorija in praksa* 50 (2): 397–411. http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/TiP2013_2_Poler-KovacicEtal.pdf.
- R., B. 2021. »Javne univerze opozarjajo na po njihovem nedopustno ogrožanje prihodnosti slovenskega visokošolskega prostora«. *MMC RTV*, objavljeno 21. december 2021. <https://www.rtvlo.si/slovenija/preberite-tudi/javne-univerze-opozarjajo-na-po-njihovem-nedopustno-ogrozanje-prihodnosti-slovenskega-visokosolskega-prostora/605817>.
- Raudsepp, Enn. 1989. »Reinventing Journalism Education«. *Canadian Journal of Communication* 14 (2): 1–14.
- Reese, Stephen D., in Jeremy Cohen. 2000. »Educating for Journalism: The Professionalism of Scholarship«. *Journalism Studies* 1 (2): 213–27. <https://doi.org/10.1080/14616700050028217>.
- Splichal, Slavko. 1990. »Diplomanti novinarstva bi morali biti 'alternativci': govori predstojnik novinarske katedre na FSPN v Ljubljani dr. Slavko Splichal«. Intervjuvali Breda Luthar in Majda Hostnik-Šetinc. *Naši razgledi* 39 (16): 464, 457.
- Splichal, Slavko. 2001. »Predhodniki in začetki komunikologije v Evropi in ZDA«. V: *Komunikološka hrestomatija 1: Začetki komunikologije v*

- Evropi in ZDA*, Slavko Splichal (ured.), vii–lxxx. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Splichal, Slavko. 2020. »'Vsa živa bitja se bodo sporazumela prej kot politiki': mišljenjska obzorja Franceta Vrega.« V: *France Vreg, Demokratično komuniciranje: izbrana dela*, Slavko Splichal in Igor Vobič (ured.), 13–45. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Splichal, Slavko. 2021. »Križa javnosti in podružbljanje novinarstva«. *Javnost – The Public* 28 (sup1): S1–S22. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.2012941>.
- Splichal, Slavko, in Peter Dahlgren. 2016. »Journalism between de-professionalisation and democratisation«. *European Journal of Communication* 31 (1): 5–18. <https://doi.org/10.1177/0267323115614196>.
- Štech, Stanislav. 2011. »The Bologna Process as a New Public Management Tool in Higher Education«. *Journal of Pedagogy* 2 (2): 123–140. <https://doi.org/10.2478/v10159-011-0013-1>.
- Štrajn, Darko. 2012. »Bourdieu in njegovi koncepti«. *Šolsko polje* 23 (5/6): 65–77. <http://www.dlib.si/?URN=URN:NBN:SI:DOC-Y9MRAHYS>.
- Tavčar, Borut in V. U. 2021. »Janša zaustavil objavo razpisa o vpisu na fakultetni študij.« *Delo*. Objavljeno 29. 1. 2021, zadnja posodobitev 30. 1. 2021. <https://www.delo.si/novice/slovenija/jansa-zaustavil-objavo-razpisa-o-vpisu-na-fakultetni-studij>.
- Thomson, Patricia. 2014. »Field«. V: *Pierre Bourdieu: Key Concepts*, Michael James Grenfell in Richard Bailey (ured.), 67–81. Durham: Taylor & Francis Group. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/fdv-odkig/detail.action?docID=3060927>.
- Tomanič Trivundža, Ilija, in Igor Vobič. 2022. »Photojournalist as a Newsworker: Between Missing Picture of the Past and Explanatory Image of the Present«. *Membrana – Journal of Photography, Theory and Visual Culture* 7 (1-2), 37–63. <https://doi.org/10.47659/mj-v7n1-2id128>.
- UNESCO. 2013. *Model Curricula for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi*. Pariz: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Univerza v Ljubljani. 2024. »Novinarsko poročanje in krizno komuniciranje v vojnih razmerah: dezinformacije in verodostojnost.« Dostopano 25. februar 2025, <https://www.uni-lj.si/studij/vseživljensko-ucenje-in-mikrodokazila/krajsa-izobrazevanja-in-usposabljanja-za-mikrodokazila/novinarsko-porocanje-in-krizno-komuniciranje-v-vojnih-razmerah-dezinformacije-in-verodostojnost>.
- Usenik, Janez. 2025. »POP AKADEMIJA odpira vrata«. *24ur.com*, 31. januarja 2025. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/pop-akademija-odpira-vrata.html>.

- Vreg, France. (1983) 2020. »Jugoslovanska šola novinarstva«. V: *France Vreg, Demokratično komuniciranje: izbrana dela*, Slavko Splichal in Igor Vobič (ured.), 111–129. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV. Prvič objavljeno 1983 kot »Jugoslovenska škola novinarstva«, *Novinarstvo* 19 (1/2): 16–32, prevedel Igor Vobič.
- Wihlborg, Monne. 2019. »Critical viewpoints on the Bologna Process in Europe: Can we do otherwise?«. *European Educational Research Journal* 18 (2), 135–157. <https://doi.org/10.1177/1474904118824229>.
- Yin, Melody Yue, in Guanglun Michael Mu. 2023. »Thriving in the neo-liberal academia without becoming its agent? Sociologising resilience with an early career academic and a mid-career researcher«. *High Educ* 86: 65–80. <https://doi.org/10.1007/s10734-022-00901-0>.
- Zelizer, Barbie. 2004. *Taking journalism seriously: news and the academy*. Thousand Oaks: Sage.

III. NOVINARSTVO, MEDIJSKE POLITIKE IN REGULACIJA

Marko Milosavljević

RELEVANTNOST MEDIJSKE POLITIKE IN REGULACIJE ZA NOVINARSTVO: PRIMER PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH 2024

Začetek 21. stoletja je tako kot na drugih področjih novinarstva prinesel pomembne spremembe tudi v novinarski in širše gledano medijski regulaciji ter njeni vlogi; nanje je vplival preplet digitalne preobrazbe medijske ekonomije in koncentracije oglaševalske prihodkovne moči platform, gospodarska kriza po letu 2008, splošna družbena kriza po izbruhu koronavirusa po letu 2020 ter kriza tiskanih medijev. Zaradi povezanih družbeno-ekonomskih težav v medijih so se spremenila tudi pričakovanja do medijske regulacije, posebej v manjših državah, kjer zaradi majhnosti trga prej prihaja do občutljivih nihanj v medijskem poslovanju in novinarski vzdržnosti (Aalberg in Milosavljević 2016). V tem kontekstu medijska regulacija postane eden temeljnih vzvodov za pomoč novinarstvu (glej Trevisan, Štětka in Milosavljević 2025; Picard in Pickard 2017), novinarskim delovnim mestom in preživetju posameznih medijev ali posameznih sektorjev.

Vse to se kaže tudi v predlogu Zakona o medijih (predlog ZMed-1 2024), ki ga je decembra 2024 sprejela Vlada Republike

Slovenije. Predlog zakona,¹ s katerim se poskuša nadomestiti Zakon o medijih (ZMed 2001) iz leta 2001 (ki je bil kasneje večkrat amandmiran), je ob predstavitvi javnosti decembra 2023 prejel nekaj sto komentarjev različnih akterjev in niz komentarjev, predlogov in pripomb tudi po sprejetju na Vladi RS decembra 2024. Zaradi povečane relevantnosti ustreznega zakona o medijih za slovensko medijsko in novinarsko krajino je zato relevantno analizirati besedilo zakona in njegove temeljne značilnosti ter možne pomanjkljivosti. Cilj tega poglavja je zato podrobna analiza in opredelitev ključnih značilnosti ter morebitnih problematičnih mest, ki bi lahko povzročila težave pri implementaciji ali pri doseganju (v uvodu zakona) opredeljenih ciljev.

Poglavje bo opredelilo ključne pojme, kot so medijski zakon, medijska regulacija in medijske politike, ter v luči odzivov na predlog Zakona o medijih predstavilo slovenski kontekst. Opredelilo bo teoretične in metodološke značilnosti pravne analize kot metode preučevanja v medijskih in novinarskih študijah (Milosavljević in Poler Kovačič 2019), relevantnost pravne analize posameznih zakonov na področju novinarstva in komuniciranja ter omejitve tovrstnega pristopa. Sledila bo analiza besedila zakonskega predloga in predstavitev rezultatov z diskusijo o ugotovljenih značilnostih ter možnih nejasnostih ali težavah na štirih področjih, temu pa bo sledil sklep.

TEORETSKI OKVIR

Medijska regulacija in medijski zakoni

Medijska regulacija, medijske politike in medijski zakoni so »relevantno področje raziskovanja in teorije« v medijskih in novinarskih študijah (Reinard in Ortiz 2005, 594), kot takšno je prepoznano tudi v ustreznih stanovskih raziskovalnih in pedagoških organizacijah (na primer v evropski organizaciji ECREA,

1 Predlog Zakona o medijih je bil sprejet na seji Vlade Republike Slovenije 31. decembra 2024. Pričujoče poglavje je nastalo v januarju in februarju 2025, njegovo pisanje pa je bilo končano 25. februarja 2025. Poglavje upošteva vse pripombe in postopke glede predloga zakona do tega roka; kasnejših sprememb ali postopkovnih vidikov ni bilo več možno upoštevati.

ki vključuje sekcijo »Komunikacijsko pravo in politika«). Po drugi strani so raziskovalci še v osemdesetih letih minulega stoletja opozarjali, da so pravne študije, »čeprav so eno od najstarejših področij komunikološkega raziskovanja«, hkrati v »šolah in oddelkih novinarstva skromne po številu« (Gillmor in Dennis 1981, 322). Osrednja točka tovrstnega proučevanja je bila sicer potreba po aktualnih informacijah in vpogledu v medijsko-novinarske zakone, pri čemer so »pedagogi s področja novinarstva priskrbeli kolegom podrobne in natančne, včasih ozko osredotočene aktualne informacije glede trenutnih primerov in njihovih učinkov« na novinarsko delo (Gillmor in Dennis 1981, 322).

Ključne pojme, to so medijski zakon, medijska regulacija in medijska politika, pri tem opredeljujemo takole: medijski zakon je z mediji povezan »niz pravil, ki jih oblikujejo vladne agencije, pristojne za to področje, pravila pa pri tem poskušajo voditi, upravljati in posledično sankcionirati, ko so ta pravila kršena« (Creech 1996, 2). Medijska regulacija je sistem zakonov, ki pretežno ali delno pokrivajo medijsko področje, pri čemer je to področje pogosto fleksibilno ali tudi izmuzljivo glede svojih natančnih meja, kar pa je odvisno tudi od širšega pojma, medijske politike (v splošnem smislu, torej »policy«, in ne strankarskem ali ideološkem, torej ne kot »politics«).

Pri preučevanju teh pojmov, predvsem celovite medijske regulacije in politik, prihaja do določenih razlik med raziskovalci pravniki in raziskovalci komunikologi, predvsem zaradi razlik v institucionalnih tradicijah in konvencijah, zaradi česar lahko pride do različnih pristopov; raziskave tako med drugim kažejo, da raziskovalci s področja komunikacijskih ved bolj uporabljajo in citirajo teoretična, zgodovinska in filozofska dela, medtem ko raziskovalci s področja pravnih študij bolj citirajo dela pravne doktrine (Pasadeos, Bunker in Kim 2006, 179). Oboji pa pri svojem raziskovanju medijske zakonodaje izpolnjujejo več funkcij, med drugim razjasnitve zakonov prek analize postopkov, precedenčnih primerov, reform starih zakonov in ustvarjanja novih zakonov, pa tudi prek ustvarjanja boljšega razumevanja, kako zakoni delujejo v družbi (Gillmor in Dennis 1981, 323).

Medijske politike

Medijske politike definiramo kot za medijsko področje izoblikovan »načrt ali smer izpeljanih dejavnosti, usmerjen v družbo«, kjer bi »oblikovanje politike v idealnem smislu vodilo razširjanje povezanih zakonov« (Creech 1996, 2). Analiza medijskih politik se torej osredotoča na rezultate in se sprašuje, ali je rezultat določene pravne odločitve ali njena izvedba »poštena, učinkovita ali konsistentna s tem, kar je bil namen te odločitve« (Cate 2006, 18). Oblikovanje medijskih zakonov naj bi bilo zato odvisno od širše zastavljene medijske politike kot načrta, ki naj bi mu sledilo tudi sprejetje ustreznih specifičnih medijskih zakonov.

Medijska politika pa naj bi bila oblikovana na podlagi relevantnih ciljev na področju medijev, pri čemer je ta politika rezultat različnih akterjev, a jo vseeno najbolj oblikuje politika, ali kot opozarjata Rolland in Ostbye (1986): osnovni odnos med sfero politike in sfero (množičnega) komuniciranja temelji na tem, da so različni medijski sistemi »ustvarjeni, ohranjeni in na koncu ukinjeni prek odločitev, sprejetih v političnem sistemu (in samo posredno prek dejanj, opravljenih na trgu)«. Podobno ugotavljata Wilbur Schramm in William Porter (1982, 152): »Vsaka država obljublja svojemu narodu svobodo javnega govora, toda vsaka nadzira množične medije v večji ali manjši meri, tako kot nadzira vse svoje družbene institucije.« Na tovrstne različne medijske politike so opozarjali Siebert, Peterson in Schramm že v svoji analizi štirih teorij tiska ([1956] 1963) in v njej zapisali, da je z vidika medijske politike tudi tedanja Sovjetska zveza, ki je po svojih siceršnjih značilnostih veljala za klasičen model represije, v 125. členu ustave z zakonom zagotavljala svobodo a) govora in b) tiska (Siebert, Peterson, in Schramm 1956, 1963, 109).

Podobno kot navedeni avtorji je tudi Curran (2000) opredelil štiri modele, v njegovem primeru štiri idealne tipe odnosov med politiko oz. oblastjo in mediji, in sicer politiko *laissez-faire*, politiko represije, politiko inkorporacije oz. vključitve ter politiko privzema oz. kooptacije. Na formalni ravni je bil kot prevladujoč model odnosa med obema sferama v zadnjih desetletjih opredeljen model *laissez-faire*. Zanj je med drugim značilen koncept *negativne politike*, oblike nevmešavanja oz. neintervencionizma: medijske trge, akterje in posameznike naj bi prepustili same sebi, brez zunanjega vmešavanja. Za državne

institucije, zadolžene za medijsko politiko, naj bi bila tipična nenaklonjenost in odpor do sprejemanja novih pravil ali zakonov s področja medijev, ker naj bi ovirali inovativnost in razvoj medijev samih po sebi ter jim nalagali birokratske postopkovne zahteve in obveznosti. Politični posegi naj bi zato bili minimalni in nemoteči (Freedman 2014, 62).

Freedman (2014) denimo temu pripisuje tudi sprejetje dveh pomembnih komunikacijskih zakonov v zadnjih 75 letih v Združenih državah Amerike (do objave njegove knjige leta 2014), to sta Komunikacijski zakon iz leta 1934 in Telekomunikacijski zakon iz leta 1996. Najbolj znan primer *negativne politike* je prvi amandma v Ustavi Združenih držav Amerike, ki pravi, da »kongres ne bo sprejel nobenega zakona, ki bi omejil svobodo govora ali tiska« (Constitution Annotated [1787] b. d., Amandma I).²

Tudi zaradi takšnih primerov in njihove popularnosti se marsikje pogosto pojavljajo prepričanje, želje ali zahteve, da morata biti svoboda govora in svoboda medijev popolni in neomejeni, brez posebnih zakonov. Zahteva je prisotna tudi v razpravah glede (eventualnega) reguliranja družbenih omrežij in velikih spletnih platform, posebej zato, ker jih večina prihaja iz Združenih držav Amerike ter se tudi v drugih državah in na tržiščih sklicuje na to pričakovanje popolne (deregulirane) svobode (Hernández-Morales 2025). Skladna s tem so bila tudi prepričanja ob začetku digitalizacije v sredini 90. let 20. stoletja, da se zaradi namnožitve komunikacijskih kanalov postavlja osnovno vprašanje: »Ali je regulacija v digitalnem svetu sploh še potrebna?«³ Curran temu pravi »liberalni narativ« o medijski zgodovini, »prepričljiva zgodba o pozitivnem vplivu najprej tiska, nato filma, radia in televizije ter spleta na demokratično življenje«, kot »zgodba o napredku«, po kateri »mediji postajajo svobodni«, kot to z distanco opredeljuje Curran (2002, 7), tudi po zaslugi tovrstne *negativne politike*. Ta negativna politika je v tej pozitivni zgodbi dojeta kot bolj primeren »način za varovanje svobode izražanja javnosti in zagotavljanje 'trga idej' kot pa mikromenedžment komunikacijske sfere prek državnih 'pomagačev'« (Freedman 2014, 63).

2 »Congress shall make no law abridging the freedom of speech, or of the press ...« (Constitution Annotated [1787] b. d., Amandma I).

3 »Is regulation still an option in a digital universe?« (Lees, Ralph in Brown 2000).

Vsekakor pa se negativna politika odraža tudi v splošni opredelitvi medijske svobode ne glede na specifičen sistem: svoboda namreč vključuje zmožnost medijev, da so svobodni *pred* državnim vmešavanjem oz. nasproti njemu in *pred* nadzorom; a hkrati vključuje tudi sposobnost biti svoboden *za*: svoboden do nečesa, oziroma *da lahko*: svoboda, da »lahko nasprotujejo ali izzovejo argumente predstavnikov države ter da nadzirajo njihove dejavnosti in početja« (Freedman 2014, 62).

Slovenski kontekst v luči medijskih politik

V tej luči so bili odzivi na predlog Zakona o medijih (v nadaljevanju predlog zakona) tudi v Sloveniji različni in v kontekstu medijskih politik predvsem vezani na različne ideologije in percepcije relevantnosti medijske politike, regulacije in zakonov kot takšnih. Najbolj izraziti so bili zagovorniki pristopa *laissez-faire* oziroma zagovorniki popolne svobode govora, po katerih naj bi bila kakršnakoli zakonska regulacija bolj ali manj nepotrebna, nevarna.

Takšni pristopi so predvsem prihajali iz vrst politične opozicije, najpogosteje povezanih s stranko SDS, ki se je tudi v tem pogledu postavila na nasprotni položaj kot stranka, ki je med nastajanjem in predstavljanjem zakona vodila Ministrstvo za kulturo, to je Levica. Novinarji naj bi po tem pristopu tudi brez kakovostne medijske regulacije bili zmožni ustvarjati kakovostne novinarske izdelke, ki naj bi bili še vedno profesionalni, kompleksni, v javnem interesu, neodvisni in kritični, mediji kot institucije in hkrati kot (večinoma) podjetja pa naj zakona ne bi potrebovali ne v obliki posebnih pomoči, predvsem pa ne zaradi administrativnih zahtev, ki izhajajo iz zakona in regulacije. Nekateri iz kroga opozicijske SDS so tako med razpravo in sprejemanjem zakona trdili: »Svobodna družba ne potrebuje zakona, ki regulira medije« (Turk 2025).⁴ Drugi so trdili, da »zakona o medijih demokratične in svobodne družbe ne potrebujejo. 39. člen ustave je absoluten, ne predvideva nobene regulative pri širjenju mnenj. Izdajatelj je podvržen ZGD. Torej, vsaka regulacija medijev je protiustavna

4 Avtor tvita Žiga Turk je sicer bivši minister za kulturo iz vlade, ki jo je vodila SDS.

in totalitarna« (Biščak 2025).⁵ Predsednik stranke SDS je v tem času zapisal: »Ne potrebujemo vas in vaše cenzure. Niti vašega zakona« (Janša 2024). Evropska poslanka te stranke pa je nasprotovanje samemu zakonu argumentirala, ker da je nacionalna zakonodaja nepotrebna, saj imamo Evropski akt o svobodi medijev, in da ta povsem zadošča (Tomc 2025).

Ob tem je relevantno dejstvo, da je obstoječi Zakon o medijih (ZMed 2001), ki je bil obširno amandmiran 2006, v mnogih pogledih oblikovala prav stranka SDS, ki je v letih 2004 do 2008 vodila Vlado RS in Ministrstvo za kulturo RS. Kljub trditvam, da zakon za medije in novinarstvo sploh ni pomemben in potreben, je prav ZMed 2001, kot je bil amandmiran (čas vlade, ki jo je vodila stranka SDS od 2004 do 2008), vnesel niz dodatnih državnih posegov na medijskem področju, vključno z razširjeno pravico do odgovora in popravka ter mnogimi drugimi intervencijami, ki so v svojem bistvu v nasprotju s sicer formalno oz. javno zagovarjanim pristopom *laissez-faire*, kakršen naj bi bil značilen za desne vlade v Evropi.

V celoti zato velja stališče, da je vsaka oblika nadzora nad mediji, tudi v odnosu, ki je definiran kot *laissez-faire*, zato določena z »vzorcem distribucije oblasti in moči v družbi« (Man Chan 2001, 108), kar je odvisno od strukture oblasti, politične kulture, medijske konfiguracije, pritiska trga, organizacijskih omejitev, medijske ideologije in osebnih nagnjenj. Vzorec distribucije oblasti in moči v slovenski družbi v letih 2003, 2004 in 2005 je zato v osnovni sestavi političnih akterjev na oblasti nasproti političnim akterjem v opoziciji vplival ali delno določil tudi izoblikovanje medijske politike in medijskega zakona, tako kot je na to vplival zgodovinski kontekst, da je obstoječi zakon v mnogočem definirala in pisala trenutno opozicijska stranka SDS, ki verjetno tudi zato – ker ščiti 'svoj' zakon – nasprotuje relevantnosti in spreminjanju Zakona o medijih. Oblikovanje zakona bi zato lahko opredelili kot obliko dialoškega komuniciranja med različnimi akterji v družbi, tudi politično pozicijo in opozicijo, vsekakor pa takšna sestava moči in odnosov v politiki vpliva na javno razpravo ter na posamezne vidike oziroma besedilo zakona (kot bomo opredelili v nadaljevanju).

5 Jože Biščak je sicer urednik medija, zgodovinsko povezanega s stranko SDS in hkrati redni kolumnist na spletni strani SDS.

METODOLOŠKI OKVIR

Najbolj pogosto področje preučevanja, ko gre za medijsko zakonodajo, so vprašanja, povezana z regulacijo množičnih medijev. Pri tem je najbolj pogost pristop študija primerov različnih držav in primerjalne analize regulacijskih modelov v različnih državah (Reinard in Ortiz 2005, 601).

Tudi naša analiza temelji na študiji primera posameznega zakona posamezne države (predlog Zakona o medijih Vlade Republike Slovenije decembra 2024), pri čemer pa se zavedamo, da je takšno analizo težko zamejiti tako na ravni predmeta analize kakor na ravni metod, ko upoštevamo, da »praktično vsak raziskovalni projekt na širokem področju komuniciranja vključuje ekonomske, politične ali družbene, tako kot tudi pravne probleme, in v mnogih primerih je nemogoče ločiti strogo pravne od drugih vidikov. K temu je treba dodati tendenco pravnega raziskovanja, da se razširi tudi v družboslovje in da uporabi rezultate teh področij pri reševanju pravnih oz. sodnih vprašanj« (Siebert 1952, 102).

V tem pogledu gre za razliko v metodološkem pristopu, kjer »raziskovalec prava-kot-družboslovja pristopi k zakonu s čistim namenom razumevanja, medtem ko raziskovalca prava kot praktičnega pravnega raziskovanja zanima, kako je možno zakon uporabiti oz. aplicirati v praksi« (Siems in Sithigh 2012, 655). Gre tudi za razliko, ali se prek raziskave oz. analize želi razjasniti zakon in ponuditi pojasnilo (prek analize postopkov, predhodnih primerov in doktrine) ali pa se poskušajo popraviti oz. reformirati stari zakoni in predlagati spremembe, pri čemer je cilj raziskovalcev, da priskrbijo boljše razumevanje, kako zakon vpliva na družbo (Gillmor in Dennis 1981, 328–329).

Tovrstna uporaba družboslovnih metod pri preučevanju komunikacijskih zakonov in drugih pravnih težav je v uporabi večinoma šele v zadnjih desetletjih, saj je pred tem bilo tovrstnih pristopov relativno malo, kot je leta 1981 ugotovil Gillmor in Dennis (1981, 333).

V takšnem kontekstu bomo analizirali predlog zakona kot predlog temeljnega zakona na področju medijev in novinarstva ter kot enega od temeljev medijske regulacije v Republiki Sloveniji. Zakon o medijih tvori medijsko regulacijo v Republiki Sloveniji v ožjem smislu, poleg drugih neposrednih zakonov s področja medijev, to so Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1 2005),

Zakon o Slovenski tiskovni agenciji (ZSTAgen 2011) in Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS 2011). Širši kontekst medijske regulacije zagotavljajo še drugi zakoni, ki na področje medijev in novinarstva posegajo posredno oziroma le delno, to so zakoni, kot so Zakon o elektronskih komunikacijah (ZEKom-2 2022), Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMk-2 2022), Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-1 2022), Zakon o dostopu do informacij javnega značaja (ZDIJZ 2003), temu pa je treba dodati predvsem akte, ki jih je sprejela Evropska unija.

Naše poglavje se ne bo ukvarjalo s celovito analizo celotne slovenske medijske regulacije ali tudi medijske politike, temveč le s predlogom zakona, saj gre za temeljni zakon na področju medijev, ki obravnava delovanje vseh tipov medijev (tiskani, radijski, televizijski in spletni; izjema so družbeni mediji kot posebna kategorija) in z različnih vidikov oz. področij: nekateri členi ali poglavja zakona pokrivajo neposredno novinarsko delo, nekateri 'posegajo' na področje novinarstva posredno, prek zagotavljanja pravnega okvira za delovanje novinarskih medijev z ekonomskega vidika (oglaševanje in državna pomoč), političnega vidika (poskus zagotavljanja neodvisnega delovanja medijev in novinarstva ter s tem povezanih regulatorjev), uredniške in novinarske avtonomije (tudi prek delov zakona, namenjenim omejevanju koncentracije, navzkrižnega lastništva). Nekateri vidiki zakona niso neposredno povezani z novinarstvom, recimo ko gre za različne kvote drugih vsebin (avdio-vizualne medijske storitve, neodvisna produkcija, slovenska glasba), vendar so tudi ta določila delno relevantna, saj s svojimi zahtevami glede določenih kvot vplivajo na uredniško avtonomijo določenih urednikov in uredništev, recimo glasbenih urednikov in uredništev igranega programa.

Analiza predloga zakona bo osredotočena na vidike, ki neposredno zadevajo novinarsko delo (vključno z uredniškim), kot so zgoraj naštet, delno pa se bo dotaknila tudi tistih poglavij ali členov, ki se novinarsko-uredniškega dela dotikajo oz. ga regulirajo v določenih segmentih ali le določenih medijih (npr. kvote slovenske glasbe).

Pri tem bomo po eni strani izhajali iz črkobralskega (»black-letter«) pristopa, ki želi »sistematizirati, popraviti in razčistiti zakon glede katerekoli določene tematike prek specifičnega načina analize« (McConville in Chui 2007, 4). Tak natančen način branja

in analize naj bi omogočil opredelitev »dokončne, avtoritativne interpretacije besedila« (McConville in Chui 2007, 4). Na drugi strani pa pri analizi upoštevamo tudi širši pristop (glej Gillmor in Dennis 1981), saj je ob preučevanju medijev in medijske zakonodaje treba upoštevati kontekst, za katerega sta zadnja desetletja značilna »vse večja kompleksnost družbe, pluralizacija interesov in izjemno povečanje količine informacij, potrebnih za učinkovito upravljanje in nadzorovanje okolja sploh in posebej države« (Splichal 1997, 347). V takšnih okoliščinah raziskovalci »priskrbijo boljše razumevanje, kako zakon vpliva na družbo« (Gillmor in Dennis 1981, 328–329), prek prepleta različnih (pod) sistemov, ne zgolj pravnega oz. regulatornega, temveč tudi v povezavi s političnimi, ekonomskimi vidiki, zgodovinskega konteksta tega zakona in medijske regulacije v slovenskem prostoru, vključno z dosedanjim Zakonom o medijih (sprejet leta 2001, nato temeljito amandmiran med drugim leta 2006) kot neposrednim predhodnikom analiziranega predloga.

Poleg tega bomo pri analizi predloga zakona pozorni, podobno kot pri Freedmanovem (2014) konceptu svobode *pred* in svobode *za*, ne samo na to, kar v zakonu je, ampak na področja, tematike ali vidike, ki jih v zakonu ni. Te t. i. »tišine medijske politike« (Freedman 2014, 91) so lahko naključne in stvar nepozornosti ali površnosti, lahko so stvar različnih percepcij (katera področja so pomembna in katera niso), lahko pa so stvar širše in zavestne (ideološke ali lobistično povezane in povzročene) medijske politike ter vprašanja, kaj naj bi bilo regulirano in kaj ne zaradi specifičnih političnih ali lobističnih interesov in ciljev. Za raziskovanje zato ni pomembno samo vprašanje, kaj v zakonu piše, temveč tudi, česa ni, a bi morda pričakovali ali bi se morda nekaterim akterjem zdelo potrebno, zato je takšna odsotnost raziskovalno relevantna pri identifikaciji ciljev ali neciljev zakona in (negativne) medijske politike.

REZULTATI: KLJUČNI (PROBLEMATIČNI) VIDIKI PREDLOGA ZAKONA O MEDIJIH

Po celovitem branju predloga zakona smo na podlagi navedenih metod, predvsem s primerjalno analizo z obstoječim oziroma veljavnim Zakonom o medijih (ZMed 2001) in Evropskim aktom

o svobodi medijev (EMFA; Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024), ki naj bi bil implementiran v predlog zakona zaradi zahtev oziroma roka Evropske komisije glede implementacije akta v nacionalni pravni red (Ministrstvo za kulturo 2024). Pri analizi smo upoštevali tudi širši zgodovinski, gospodarski in politični kontekst minulih let ter druge relevantne gospodarske vidike (predvsem razvoj novih tehnologij), posebej pripombe različnih akterjev z medijskega področja v minulih letih glede posameznih členov ali posameznih identificiranih sprememb in potreb.

Ugotovili smo precej posameznih nejasnosti, a ker v tem poglavju ni prostora za vse podrobne pripombe ali dileme, se v nadaljevanju osredotočamo na tista ključna področja (povezana bodisi s posameznimi poglavji predloga zakona bodisi s posameznimi medijskimi sektorji ali širšimi vprašanji), ki širše vplivajo ter lahko zaznamujejo regulacijo medijev in novinarstva v Sloveniji v prihodnjih letih, če bo prišlo do dokončnega sprejetja in uveljavitve predloga. Te nejasnosti ali problematičnosti smo povezali v nekaj ključnih skupin, ki jih predstavljamo v nadaljevanju.

Državno oglaševanje

Dosedanji Zakon o medijih (ZMed 2001) ni omenjal državnega oglaševanja kot specifične kategorije, ki bi bila regulirana ali definirana v kateremkoli poglavju ali členu. Predlog zakona obravnava državno oglaševanje (tudi) kot enega od vidikov, ki jih ureja Evropski akt o svobodi medijev (EMFA) in opredeljuje državno oglaševanje kot eno od področij, ki mora biti posebno transparentno in podvrženo jasnim (merljivim) kriterijem pri dodeljevanju državnih oglaševalskih sredstev, saj so v mnogih državah, posebej zaradi krize oglaševalsko utemeljenega poslovnega modela (pretežnega) dela medijev, pomemben vir (možnih) prihodkov.

Predlog zakona o državnem oglaševanju govori v 66. členu z naslovom »Državno oglaševanje«. Člen v prvem odstavku navaja:

»(1) Državno oglaševanje mora delovati po načelih zakonitosti, resničnosti, preglednosti, objektivnosti in stroškovne učinkovitosti ob spoštovanju svobode medijev in medijske pluralnosti ter uresničevanju javnega interesa na področju medijev ter temeljiti na podatkih o dosegu medijev, spletnih platform in oglaševalskih omrežij ter njihovemu doseganju ciljnih občinstev.«

Zapisana dikcija ni jasna ter zato omogoča različne interpretacije in morebitne zlorabe. Člen in drugi členi ali deli zakona ne opredeljujejo pomena dela prvega odstavka, ki pravi, da mora državno oglaševanje delovati ob spoštovanju medijske pluralnosti. Takšna dikcija zato omogoča različne in poljubne interpretacije: glede na trenutno dikcijo člena, bi lahko ministrstvo ali vlada izpeljala poljubno (ali celo politično prirejeno) študijo pluralnosti na slovenskem medijskem področju (pojem pluralnosti ni nikjer eksaktno opredeljen), s katero bi dokazovala, da obstajajo takšni ali drugačni razlogi za dodeljevanje državnega oglaševanja točno določenim medijskim izdajateljem oz. lastnikom, predvsem takšnim, ki bi bili (lahko) politično, lastniško ali interesno povezani ali blizu določeni vladi ali ministrstvu.

Državno oglaševanje mora biti glede na zahteve EMFA razdeljeno oz. delovati na osnovi jasnih kriterijev, ki morajo biti znani vnaprej, jasni, transparentni in proporcionalni; takšni kriteriji naj bi vodili h gospodarnemu in transparentnemu ravnanju z oglaševalskimi proračuni državnih institucij in podjetij v državni lasti, da bi preprečevali politične ali osebne zlorabe na eni strani in zagotavljali gospodarnost porabe davkoplačevalskih sredstev. To naj bi vodilo k splošni oglaševalski in medijski učinkovitosti, ustvarjanju specifičnih dosegov, specifičnih publik in specifičnih demografskih potreb, specifičnih regij ali lokalnih okolij, torej izmerljivih in objektivnih prej opredeljenih kriterijev. Trenutna dikcija je v nasprotju s takšnimi zahtevami in omogoča usmerjanje državnega oglaševanja glede na politične ali osebne interese.

Ko gre za subjekte, ki so zavezani določbam o državnem oglaševanju, zakon v 2. odstavku 66. člena navaja:

»(2) Javni subjekti in subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov morajo dodelitev sredstev ali drugih prispevkov izdajateljem ali ponudnikom spletnih platform za državno oglaševanje ali javna naročila blaga in storitev izvesti na podlagi odprtih, sorazmernih in nediskriminatornih postopkov ter v skladu s preglednimi, objektivnimi, sorazmernimi in nediskriminatornimi merili, ki so vnaprej javno dostopna.«

Glede na težave ali nejasnosti pri očitnem interpretiranju »subjektov pod prevladujočim vplivom javnih subjektov« na primeru Erarja in oglaševanja hčerinskih podjetij državnih podjetij (Televizija Slovenija 2025) bi bilo smiselno eksplicitno zapisati, da se določila 66. člena nanašajo tudi na hčerinska podjetja

državnih podjetij in ne samo na neposredna državna podjetja. Čeprav trenutna dikcija govori o »subjektih pod prevladujočim vplivom javnih subjektov«, kar bi načeloma moralo vključevati omenjena podjetja, je treba, da bi preprečili kakršnekoli nejasnosti in zlorabe, v zakon zapisati tudi bolj natančno opredelitev subjektov, za katere velja 66. člen predloga zakona.

Državni razpisi, subvencije in sheme pomoči

Na splošno velja, da določila zakona opredeljujejo zgolj državne razpise in pomoč za eno leto, ne predvidevajo oz. ne omogočajo pa večletnih programov, ki bi medijem in novinarjem omogočili več stabilnosti ter kadrovske in menedžerske načrtovanje in izvajanje. Nekatere oblike pomoči sploh niso zapisane v zavezujoči, obvezni obliki, ampak so zgolj možne (državne institucije »lahko« izpeljejo določene razpise ali določene oblike pomoči) ter zato omogočajo vsakokratni vladi in ustreznim državnim institucijam, da bodisi pomagajo medijem bodisi jim to pomoč odrečejo. To je neustrezna oblika arbitrarnosti in odvisnosti od dobre volje vladajoče politike, ali bo določene oblike pomoči dejansko namenila medijem ali pa jim iz različnih razlogov sploh ne bo pomagala. Ker smo v preteklosti v Sloveniji že imeli primere tovrstnih zapletov in finančnih blokad medijev, odvisnih od državnega financiranja (primer STA v letih 2021–2022 (Društvo novinarjev Slovenije 2021)), je presenetljivo, da zakonodajalec ni z ustreznimi členi poskrbel za jasne in zavezujoče zahteve po financiranju medijev.

Sedanji Zakon o medijih (ZMed 2001) v 4. členu določa »Javni interes na področju medijev« in nato na osnovi tega v 4.a členu opredeljuje »Financiranje programskih vsebin medijev«, kjer v 12. odstavkih opredeljuje kriterije, način in področja, za katera Republika Slovenija zagotavlja določena državna sredstva pomoči (t. i. sklad za pluralizacijo medijev). Poleg tega zakon v 2. poglavju opredeljuje tudi radijske in televizijske programe posebnega pomena, kjer so z vidika državnih razpisov in pomoči relevantni predvsem lokalni (77. in 78. člen) ter regionalni (79. člen) radijski in televizijski programi posebnega pomena.

Z vidika državne pomoči in razpisov se spreminja predvsem področje financiranja vsebin medijev.

14. člen predloga zakona (Vlada RS 2024) z naslovom »Osnovni pogoji in merila za dodelitev finančne podpore« zdaj v 3. odstavku med drugim določa, da se pri presoji ustreznosti prijav upošteva tudi (4. alineja) »spoštovanje zakonskih zahtev v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava ...«

V zvezi s to alinejo ni jasno, ali to pomeni, da na dodeljevanje državnih pomoči in subvencij vpliva oz. o njih odloča tudi morebitna 'kaznovanost' medija, lastnika ali izdajatelja zaradi možnih pomanjkljivosti ali napak pri pogodbah z zaposlenimi, sodelavci, pogodbenimi partnerji in tudi delovnim časom. Ta je v medijih specifičen in pri uveljavljanju pravil glede beleženja delovnega časa so v zadnjem letu mediji velikokrat opozarjali in pripominjali, da določila ne upoštevajo dovolj posebnosti in potrebne fleksibilnosti novinarskega dela, ki se lahko ob nepredvidenih novicah ali posebnih dogodkih bistveno zavleče, s tem pa za seboj povleče vrsto potencialnih težav za medije oz. delodajalce, ali uspejo takšno fleksibilno delo nemudoma ustrezno izpeljati znotraj predvidenih zakonskih okvirov. Mediji so opozarjali, da bi morali biti izvzeti iz zakonskih določil o beleženju delovnega časa, kakršno velja za druge, bolj klasične oblike dela, ki imajo vnaprej določene termine in obsege, medtem ko delo v medijih zahteva veliko prilagodljivosti in dela v izrednih razmerah ali dogodkih (Bežjak 2024).

Če to drži, potem lahko takšna dikcija onemogoči kakovostnim medijem, da pridobijo državno pomoč in subvencije izključno zaradi morebitne manjše kršitve ali pomanjkljivosti pri recimo beleženju delovnega časa in drugih tovrstnih postopkih. To bi eventualno tudi omogočilo politično motivirano iskanje napak pri posameznih medijih in izdajateljih, da bi našli kakršnokoli napako na navedenem področju dela, ki bi državnim institucijam omogočila izločitev posameznega medija iz državnih razpisov in pridobivanja državne pomoči.

Poleg tega ni razvidno, kako naj bi se presojalo in ponderiralo 13 navedenih elementov oz. meril za podeljevanje pomoči. Nekateri so si med seboj izključujoči ali namenjeni zgolj nekaterim medijem (npr. nepridobitnim medijem ali elektronskim medijem glede predvajanja slovenske glasbe ipd.). Ali to pomeni, da bo zato denimo digitalni, samo spletni medij v slabšem položaju, ker pač ne predvaja slovenske glasbe in v eni od postavk ne

bo mogel dobiti nobene točke? Iz dikcije predloga zakona to trenutno ni razvidno oz. ni razvidno, da bi zakonodajalec opredelil, kako bodo kriteriji kvantificirani in na splošno ugotovljeni.

Na to navaja tudi 4. odstavek tega člena, da dobijo tisti, ki izpolnjujejo določene kriterije, več točk pri ocenjevanju in torej tudi kumulativno več točk. 5. odstavek opredeljuje, da podrobnejša merila določi vlada. To omogoča neposredno državno vmešavanje v razpis in podeljevanje moči prek favoriziranja tistih medijev in tistih kriterijev, ki so bližje določeni politiki.

Možnosti zlorabe je zaznati tudi v 16. členu z naslovom »Finančna podpora za digitalni prehod tiskanih medijev« (Vlada RS 2024). Ta med kriteriji v 3. alineji 2. odstavka navaja minimalni pogoj naklade tiskanega medija, ki se poteguje za državno pomoč, in sicer 1.500 natisnjenih primerkov. V naslednjih letih se lahko zaradi upada naklade tiskanih medijev (tako revij kot časopisov in časnikov) zgodi, da bi lahko naklada določenih do zdaj relevantnih tiskanih medijev padla pod 1.500 izvodov in zato ne bodo več izpolnjevali pogojev za razpis; na drugi strani – in bolj pomembno – pa se lahko zgodi, da zainteresirani akterji z zadostnimi finančnimi sredstvi tiskajo po 1.500 izvodov, čeprav bi šlo za popolnoma politično ustvarjen medij, kakršni so bili v sredini 2000. let predvolilni brezplačniki (ki so imeli tudi po 100.000 izvodov naklade, torej še bistveno več, kot je pogoj v predlogu zakona).

Še bolj pomanjkljiv z vidika kvantitativnih kriterijev za dodelitev državne pomoči je 17. člen predloga, »Finančna podpora za digitalne medije« (Vlada RS 2024). Ta v 3. alineji 2. odstavka kot pogoj za digitalne medije navaja: »imajo minimalni doseg 10.000 uporabnikov«. To je skrajno pomanjkljiv podatek oz. zahteva, saj se v digitalni ekonomiji in delovanju glede števila uporabnikov navajajo in zahtevajo časovno določeni in omejeni podatki o dosegu: ti so vezani bodisi na (enkratne) dnevne uporabnike bodisi (najpogosteje) mesečne uporabnike. Časovno nedoločeni in neomejeni podatki o uporabnikih se pri digitalnih medijih ne uporabljajo, dikcija predloga zakona pa načeloma lahko pomeni tudi, da je pogoj 10.000 uporabnikov v določenem letu. Pri tem je že 10.000 uporabnikov na mesec nenavadno nizka številka tudi za slovenski medijski trg, saj gre za številko, ki jo dosega izredno velik del t. i. digitalnih vplivnežev, medtem ko bi pri medijih večinoma pričakovali večje številke, še posebej, če bi dejansko šlo za letno številko.

Takšen kriterij pomeni, da ga izpolnjuje praktično vsak registrirani digitalni medij v Sloveniji, in zato kriterij sploh ni smiselni, vsaj ne v sedanji obliki. Smiselni bi bil samo ob ustreznem podatkovno utemeljenem premisleku in spremembi glede na realne podatke o dosegih slovenskih digitalnih medijev, predvsem na dnevni in delno na mesečni osnovi.

Predlog zakona (Vlada RS 2024) v prilogi predvideva tudi podzakonske predpise na tem področju, in sicer »Uredbo o izvedbi postopka izbire projektov in programov ter osnovnih pogojih, osnovnih merilih ter prednostnih merilih za dodeljevanje državnih pomoči medijem«. Toda pri tem gre za dodaten (predlog) predpis, ki ni zakonski, temveč podzakonski, kar pomeni, da ga – v nasprotju z zakonom – ne sprejema državni zbor ter nima predvidenih enakih postopkov in varovalk za varovanje demokratičnosti in javnega interesa na področju medijev in novinarstva, kot naj bi to zagotavljal zakon. Zato uredba ni ustrezna rešitev za dileme, nejasnosti ali pomanjkljivosti predloga zakona.

Državno lastništvo medijev in pluralizem oziroma koncentracija medijskih zakupnikov

Analiza je pokazala tudi določene relevantne tišine tovrstnega zakona in medijske politike v širšem smislu. Izpostavljamo dve z najširšimi posledicami za slovensko medijsko krajino: prva je odsotnost specifične regulacije področja medijskih zakupnikov; druga je odsotnost tako omembe kot možnih regulatornih/zakonskih ukrepov glede (možnega) državnega lastništva medijev.

Odsotnost specifičnih ukrepov s področja medijskih zakupnikov je neusklajena s splošno deklarirano usmerjenostjo predloga zakona, ko gre za zaščito pluralizma. Pluralizem je kot eden ključnih ciljev opredeljen že v uvodnem (5.) delu z naslovom »Kratek povzetek gradiva«, nato pa je v svojih različnih oblikah v zakonskem dokumentu omenjen 94-krat. Posvečeno mu je celotno tretje poglavje »Spodbujanje in zaščita medijske pluralnosti«. Predlog zakona omenja pluralnost v najrazličnejših kontekstih in na najrazličnejših področjih, vendar v to ni vključeno področje oglaševanja in medijskih zakupov. Oglaševalske agencije, ki izvajajo medijske zakupe, torej zakupe oglasnega prostora v medijih, imenovane sicer tudi medijski zakupniki, so v Sloveniji

visoko koncentriran segment oziroma dejavnost, v kateri le nekaj akterjev nadzira veliko večino prostora medijskega zakupa. Prek tega teh nekaj akterjev odloča o dodeljevanju oglaševalskih sredstev kot enem glavnih virov financiranja velike večine slovenskih medijev in prek tega lahko uveljavljajo tudi določeno omejevalno moč ali vodijo k ujetosti medijev (»media capture«) s strani medijskih zakupnikov, njihovih velikih naročnikov ali povezanih političnih akterjev. Čeprav je v Sloveniji v uradnem Razvidu medijev (2025) registriranih nekaj sto (srednjih ali večjih) oziroma skupno 260'0 (stanje aprila 2025) (manjših) medijev, je na drugi strani področje medijskih zakupnikov in medijskih zakupov povsem skoncentrirano pri le nekaj akterjih, kar je torej v očitnem nasprotju z deklariranim ciljem zagotavljanja medijske pluralnosti in zagotavljanja tudi dejanskih možnosti za medijsko pluralnost. Odsotnost regulacije medijskih zakupnikov v predlogu zakona in ne le prek običajnih postopkov v Zakonu o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMk-2 2022) in Zakonu o varstvu potrošnikov (ZVPot-1 2022) v okoliščinah, ko mnogi mediji krčijo svoje delovanje zaradi zmanjšanih oglaševalskih sredstev znotraj globalne digitalne ekonomije, je posebej nevarno za slovenski medijski prostor in novinarstvo ter bi potrebovalo ustrezno (natančno) opredelitev in ustrezne pogoje oz. omejitve v Zakonu o medijih.

Drugo področje tišine medijske politike, kot jo kaže predlog zakona, je področje državnega lastništva medijev. Republika Slovenija je v preteklosti prek Telekom Slovenije kot državnega podjetja oz. subjekta pod državnim vplivom ali nadzorom že ustanavljala medije, kot je bila 'komercialna državna' televizijska postaja (Stergar 2013). Hkrati je prek Telekom Slovenije in nje-govega hčerinskega podjetja TSmedia ustanovila in je še vedno (v skladu z določbami Evropskega akta o svobodi medijev) tudi lastnica (enega najbolj obiskanih) spletnih portalov Siol.net.

Takšno državno lastništvo medijev prek državno nadzorovanega Telekom Slovenije predstavlja neustrezno in z vidika zagotavljanja neodvisnosti medijev tudi nedopustno državno lastništvo medijev. Ti mediji nimajo nikakršnih varovalk pred neposrednim vladnim oziroma na splošno političnim vmešavanjem in diktiranjem njihovega dela: prek neposrednega kadriranja in omejevanja uredniške avtonomije (o kateri sicer predlog zakona precej govori in jo na deklarativni ravni želi zaščititi).

To je bilo razvidno že pri postopku ustanavljanja Planet TV, njegovega delovanja in zaposlovanja ter na koncu tudi pri prirejenem postopku njegove prodaje v času prejšnje vlade (2020–2022). Podobno bi se kmalu zgodilo pri poskusu prodaje Siola.

Zakon bi zato moral vsebovati varovalke, kako bi Siol dobil podobne postopke varovanja uredniške avtonomije, kakor jih imata s svojimi posebnimi zakoni STA in RTV Slovenija kot medija s posredno ali neposredno državno vlogo pri lastništvu oziroma ustanovitvi.

Poleg tega bi zakon z namenom preprečevanja političnega poseganja v delo medijev ter v njihovo uredniško in novinarsko avtonomijo (kar omenja zakonski dokument v uvodu) moral omejiti oz. prepovedati nadaljnje ustanavljanje medijev ali kupovanje že obstoječih medijev (da se ne ponovi primer, kakršen se je nedavno s spremembami tamkajšnjega zakona o medijih zgodil v Srbiji (Stojanovic in Jeremic 2023)). Drugače se lahko ob vsaki spremembi oziroma razmerju moči v vladi ali državnem zboru zgodi, da bi ta prek državnih podjetij ali njihovih hčerinskih družb ali kako drugače ponovno ustanovil še kakšno (komercialno) televizijo ali ustanovil ali kupil še kakšen spletni portal, radijsko ali televizijsko postajo ali tiskane medije.

Država se mora iz medijskega lastništva in vmešavanja v medijski trg kot lastnica čim manj vmešavati, saj državno lastništvo brez ustreznih varovalk, ki bi zagotavljale kadrovske in ostale neodvisnosti tovrstnih medijev, lahko vodi v medijsko ujetost (Milosavljević in Poler Kovačič 2024), in svojo vlogo medijske lastnice minimalizirati. Zakon o medijih bi moral biti ključni regulatorni vzvod, kjer bi pričakovali tovrstna zavezujoča določila, vendar predlog zakona tovrstnih vidikov in državnega lastništva medijev sploh ne omenja (z izjemo tega, da so lahko z državo povezani mediji izločeni iz državnih razpisov za pomoč, kar pa je zgolj omejevanje določenih možnih posledic, ne pa vzroka anomalij in nevarnosti).

Področje koncentracije in vloga regulatorjev: Akos

Vprašanje koncentracije medijev in medijskega lastništva je pogosto prepoznano kot eno ključnih vprašanj sodobne medijske regulacije. Tako je tudi v EMFA (Evropski parlament in Svet

Evropske unije 2024), predvsem v 22. členu, a tudi členih, usmerjenih v delo nacionalnih medijskih regulatorjev in novega evropskega organa za medijske storitve – členi od 8 do 13. Predlog zakona se s koncentracijo najbolj izrazito ukvarja v 4. poglavju, »Ocena koncentracij na medijskem trgu«. V nasprotju z veljavnim zakonom, ki predvideva vlogo tako Ministrstva za kulturo kot Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (Akos) ter Agencije za varstvo konkurence (AVK), predlog zakona praktično vse naloge in pristojnosti v zvezi s postopki koncentracije (prevzemov ali združitvev) predaja Akosu. Veljavni zakon vlogo Ministrstva za kulturo predvideva, ko gre za specifične medijske sektorje (radio, televizija, splošni dnevnoinformativni dnevnik), vlogo Akosa in AVK-ja pa, ko gre za določene podatke ali določene obsege oziroma velikost akterjev. Poleg tega v določenih primerih na področju radia in televizije vlogo dodeljuje še Svetu za radiodifuzijo, s sicer nezavezujočim mnenjem ob tovrstnih procesih prevzemov ali združitvev.

Težav, ki jih lahko povzroči sedanja dikcija 4. poglavja predloga zakona (Vlada RS 2024) o koncentraciji medijev in postopkih, je precej.

Kot prvo, zakon ne vzpostavlja nikakršnih kriterijev, kdaj naj država (v njenem imenu Akos) presoja ustreznost ali neustreznost določenega prevzema in koncentracije. Pojmi, ki jih uporablja zakon, so nenatančni, arbitrarni in omogočajo poljubno uporabo, torej tudi zlorabo. Takšna dikcija zakona je zato ponovno v nasprotju z določbami Evropske komisije, da morajo biti kriteriji za presojo znani vnaprej, jasni, transparentni in proporcionalni (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024, 22. člen).

Dikcija predloga zakona ne izpolnjuje nobenega od teh pogojev oz. zahtev. Akos lahko presoja o vsakem prevzemu, ki naj bi bil relevanten oziroma pri katerem bi lahko prišlo do medijske koncentracije. Pri tem ni zapisan noben kvantitativni kriterij, kot so običajno prag minimalnega letnega prometa združenih podjetij in/ali njihov delež na posameznih upoštevanih trgih, manjkajo opredelitve možnih upoštevanih trgov, način ugotavljanja učinkov na pluralnost ali uredniško avtonomijo in podobno.

V preteklosti smo večkrat videli sporne vloge države, Ministrstva za kulturo, ali recimo Agencije za varstvo konkurence, v primeru neodzivnosti AVK (več kot leto dni čakanja na njihov kakršenkoli odgovor glede primera KKR in Pro Plus). Sedanji

predlog zakona sicer opredeljuje določene postopke in njihove časovnice, vendar ne opredeljuje drugih zgoraj naštetih relevantnih vidikov, ki bi preprečevali možnost politično ali ekonomsko ali osebno povezane zlorabe ali arbitrarnosti pri izvajanju ali neizvajanju možnih postopkov. Pomanjkanje kvantitativnih kriterijev kot osnove za ustrezne kriterije, kakršne nalaga EMFA, je ob tem najbolj eklatanten vidik teh pomanjkljivosti.

Hkrati osnovno težavo in nevarnost predstavlja sama koncentracija praktično vseh postopkov in pooblastil v rokah ene institucije, to je Akosa. Prejšnji zakon je vključeval pomembno vlogo Ministrstva za kulturo pri presojanju koncentracije na določenih segmentih, in ta vloga je bila sporna, saj je omogočala državno oziroma politično vmešavanje ali onemogočanje posameznih medijskih akterjev. Toda prejšnji zakon je hkrati vendarle predvideval določeno 'delitev oblasti', ko gre za presojo o koncentraciji na področju medijev ter presojo vsaj okvirno razpršil med več institucij: Ministrstvo za kulturo, AVK, Akos in Svet za radiodifuzijo. Predlog zakona vsa ta pooblastila združuje v le enem akterju, Akosu.

To je nevarno že z vidika demokratičnih principov delitve moči in oblasti ter sistemov nadzora in varovalk, saj predlog zakona vse odločanje skoncentrira v zgolj eni instituciji in hkrati ne predvideva nobenih varovalk in nadzornih mehanizmov. Zakon sicer prepozna veliko nevarnost koncentracije za slovensko medijsko krajino, ko gre za medijsko lastništvo, ne prepozna pa te iste nevarnosti, ko gre za izvajanje nadzora in odločanja o sami koncentraciji – s strani povsem koncentriranega (ko gre za postopek in moč) regulatorja.

Ker ni kvantitativnih pogojev in meril za postopek, predlog zakona omogoča povsem arbitrarno odločanje Akosa, ali bo v nekem primeru sprožil postopek, na podlagi kakšnih meril in kriterijev bo presojal primer ter kakšno metodologijo in podatke bo uporabil. Predlog, kot omenjeno, ne določa nikakršnega minimalnega praga (npr. tržni delež ali letni promet), kar omogoča Akosu vmešavanje v čisto vsak še tako majhen primer prevzema. To omogoča zlorabe in onemogočanje določenih medijskih akterjev, njihovo blokado in izredno poljubno izrekanje različnih kazni.

Poleg tega po našem mnenju Akos nima ustrezno zagotovljene kadrovske neodvisnosti od politike, vse dokler tako direktorja kot svet Akosa imenuje Vlada Republike Slovenije, torej izvršna oblast, in ne ustrezno neodvisno ter bolj razpršeno, kot zahtevajo

kriteriji za neodvisnost regulatorjev Evropske unije (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2018, 30. člen). Ker bo odločal tudi o drugih povezanih vprašanjih (telekomunikacije, internet, sovražni govor ...), mu to omogoča velik, disproportionalen vpliv ali nadzor nad mediji na različnih področjih in z različnih vidikov (označevanje vsebin, kvote, dovoljenja ...). S tem se tudi povečuje možnost njegovih zlorab.

Ostala problematična področja

Analiza predloga zakona kaže na še več problematičnih področij glede ponujenih zakonskih rešitev oziroma diktije. Med drugimi identificiranimi spornimi področji, kjer ugotavljamo pomanjkljive definicije ali celo njihovo odsotnost, odsotnost (prepričljive) argumentacije in odsotnost dodatnih možnih rešitev, naj omenimo:

- pomanjkljive definicije: vplivnežev, medijev slovenske glasbe, tematskih radijskih postaj;
- neobravnavanje problemov obstoječega Zakona o medijih (ZMed 2001), ki so se v minulih letih izkazali kot relevantni za slovenski medijski prostor in novinarstvo: ustrezna rešitev pravice do odgovora in popravka, dodatni ukrepi medijske pomoči (nediskriminatorni ukrepi npr. za zaposlovanje mladih novinarjev in večletni razpisi, financiranje lokalnih in mednarodnih dopisniških mrež), položaj in razlog za obstoj t. i. programov posebnega pomena;
- pomanjkanje argumentacije: razširjeni pojmi in področja ter prepovedi glede hkratnega opravljanja medijske in oglaševalske dejavnosti.

SKLEP

Predlog Zakona o medijih (Vlada RS 2024)) vključuje vidike, ki predstavljajo modernizacijo obstoječega Zakona o medijih (ZMed 2001), ki med drugim praktično ni omenjal spletnih ali digitalnih medijev in oblik delovanja, zastarel pa je (bil) tudi na vrsti drugih področij. Predlog razširja nabor oblik državne pomoči medijem in novinarstvu ter predvideva posebne oblike pomoči za tiskane in spletne medije. Na drugi strani predlog predstavlja

mnoge neznanke, nejasnosti, pomanjkljive opredelitve, definicije, postopke ali kriterije, pogosto v nasprotju z zahtevami EMFA (Evropski parlament in Svet Evropske unije 2024), ki bi jih zakon moral implementirati. Ob področjih državnega oglaševanja, državne pomoči in državnega lastništva bodisi ne ponuja nobenih rešitev (lastništvo) bodisi so rešitve pomanjkljive in nenatančne (oglaševanje in pomoč).

Vse te nedorečenosti, ohlapnosti ali nedoslednosti pa lahko pripeljejo do političnih, ekonomskih in osebnih zlorab, izvajanja pritiska na medije in novinarstvo, šikaniranja kritičnih medijev, nagrajevanja 'naklonjenih' ali 'naših' medijev ter drugih nedopustnih in nedemokratskih praks. Poleg tega je popolna koncentracija pooblastil in moči, ko gre za same postopke medijske koncentracije, v enem regulatorju, ki hkrati ne izpolnjuje vseh kriterijev za neodvisnost, kot jih nalaga Evropska unija (kadrovska neodvisnost, predvsem imenovanje vodstva), izredno nevarna in v nasprotju s konceptom pluralnosti, h kateremu sicer na deklarativni ravni stremi zakon.

Odsotnost 'delitve moči' je toliko bolj nevarna, ker so primeri v preteklosti pokazali, da so varovalni mehanizmi v Sloveniji zaradi relativne mladosti demokracije in mnogih nedorečenih ali neustrezno urejenih vprašanj tudi na področju medijev (ki so med drugim pripeljali do sicer identificirane visoke stopnje medijske koncentracije v Sloveniji) izredno pomembni oziroma (ko gre za tako relevantno področje, kot so mediji) nujni. Na vse navedeno smo opozarjali vse leto, od objave prve verzije predloga zakona decembra 2023 do njegovega sprejetja na Vladi Republike Slovenije 31. decembra 2024, vključno s posebno javno okroglo mizo o zakonu in njegovi nedorečenosti na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani oktobra 2024, v številnih izjavah in intervjujih ter drugih javnih udejstvovanjih. Večina nedorečenosti ali nevarnosti ali nelogičnosti je kljub večkratnim strokovnim opozorilom ostala v predlogu zakona nespremenjena.

Naša študija predloga zakona prinaša določene vidike navedenega zakona, predvsem analizo samega besedila oziroma ključnih področij (celoten dokument z zakonom, spremljajočimi pojasnili in dodatki obsega v različici iz decembra 2024, ki je bila sprejeta na Vladi RS, več kot 160 strani) in primerjavo s predhodnim, do sedaj veljavnim Zakonom o medijih (ZMed 2001) ter primerjavo z evropskim aktom EMFA (Evropski parlament in Svet Evropske

unije 2024), ki ga mora Republika Slovenija implementirati v svoj pravni red do avgusta 2025 in s katerim naj bi bil predlog ZMed-1 (2024) tudi usklajen.

Uporaba dodatnih metod bi pokazala druge relevantne vidike: daljša, podrobnejša in obsežnejša analiza vseh členov in elementov predloga zakona (vključno z uvodnimi pojasnili in predlogi uredb) bi pokazala vse problematične točke zakona, tudi ko gre za specifične člene ali področja, ki zadevajo samo določen tip medija, ali recimo razmerje med televizijskimi mediji in telekomunikacijskimi operaterji, ali recimo področje različnih kvot, pa tudi postopkov pri različnih odločanjih (koncentracija, razpisi) in kriterijev. Uporaba zgodovinske primerjalne metode bi pokazala, kako se je Zakon o medijih zgodovinsko spreminjal v minulih 33 letih, vse od predhodnika Zakona o javnih glasilih prek Zakona o medijih iz 2001 ter vseh njegovih amandmiranj in transformacij, pa tudi znotraj poskusov predlogov novih zakonov o medijih, ki so bili ustavljeni v različnih fazah (od leta 2001 je do faze postopkov v državnem zboru prišel le predlog v času ministrice Majde Širce leta 2010). Na ta način bi lahko ugotovili, kako so se spreminjale prioritete in tematike medijske regulacije v Zakonu o medijih kot ključnem splošnem zakonu za področje medijev in novinarstva.

Uporaba poglobljenih intervjujev s ključnimi deležniki bi lahko pokazala, kako so se pisanja predloga zakona lotili akterji na Ministrstvu za kulturo, s kakšnimi premisleki in usmeritvami, pa tudi, kako so v celoten postopek bili vpeti ali izločeni drugi medijski deležniki, recimo Društvo novinarjev Slovenije, različne (gospodarske in oglaševalske) zbornice, združenja posameznih segmentov medijev (programi posebnega pomena, nepridobitni mediji) ali različni javni akterji (nevladne organizacije, strokovna javnost). Dodaten vpogled bi omogočala tudi analiza vseh prispelih pripomb, tako tistih v času uradne javna razprave (od decembra 2023 do marca 2024) kakor tudi po sprejetju predloga zakona na Vladi RS decembra 2024.

Vse to bi ponudilo dodatne vpoglede v tematike, postopke in argumente, zakaj je bil na koncu predlog oblikovan tako, kot je bil, ter zakaj so določeni členi ali poglavja ostali bolj ali manj nespremenjeni kljub kritikam iz vrst medijev, novinarjev, oglaševalcev ali strokovne javnosti. Pri tem se zavedamo, da vsak akter, ki ga zadeva in regulira navedeni zakon, poskuša v postopku oblikovanja zakona doseči rešitve, ki bi bile najbolj ugodne zanj

tudi ali predvsem z vidika osebnega interesa in koristi; po drugi strani pa mnogi akterji iz preteklih izkušenj vedo, kje so bile in so nevralgične točke slovenske medijske regulacije in kje se je to najbolj zlorabljal ter kje so bile najbolj problematične vrzeli. To znanje in zavedanje bi lahko pomagalo pri oblikovanju boljšega predloga, vendar se s tovrstno analizo, torej kako – če – so bili posamezni akterji sploh vključeni oziroma upoštevani s svojimi pripombami, v tem poglavju nismo ukvarjali. Vsa navedena vprašanja tako ponujajo dovolj gradiva in relevantnih vprašanj za nadaljnja raziskovanja.

V trenutni fazi (v obdobju do marca 2025) se predlog zakona, kakršen je bil najprej predstavljen javnosti decembra 2023, nato sprejet na Vladi Republike Slovenije 31. decembra 2024 in nato doživel dodatne pripombe in popravke v naslednjih mesecih, kaže predvsem kot poskus zakona, ki v osnovi odraža aktivno in intervencijsko obliko državne politike na področju medijev in novinarstva, s poskusom uvajanja dodatnih ukrepov, predvsem oblik pomoči za množične medije v Sloveniji. V tem smislu zakon potrjuje »nelaseferovski« pristop Ministrstva za kulturo (2022–), kot bi tudi bilo pričakovati glede na osnovno politično opredelitev politične stranke, ki v tem obdobju vodi to ministrstvo (Levica). Po drugi strani pa vendarle ne moremo govoriti o konsistentni, jasni in kontinuirani politiki ministrstva v tem obdobju, saj hkrati v tem času (od maja 2022 do marca 2025) ni pripravilo in zaključilo relevantnih zakonodajnih postopkov glede drugih zakonov z medijskega področja (celovit Zakon o RTV Slovenija, Zakon o STA, Zakon o AVMS), in tudi Zakon o medijih prihaja šele po treh letih mandata Vlade RS in ministrstva po volitvah leta 2022. To kaže na le načelno držo (pro)aktivne vloge države pri pomoči medijem in novinarstvu v navedenem obdobju. Dejansko slovenska medijska krajina po treh letih še ni deležna dodatne, (pro)aktivne politike na področju medijev. Sprejetje predloga Zakona o medijih v trenutku pisanja ni samoumevno in kakorkoli zagotovljeno, kar pomeni, da ne moremo govoriti o relevantni spremembi medijske politike v obdobju 2022–2025. Tudi če bo sprejet, ostaja vrsta neznank glede implementacije na eni strani ter niz medijskoregulacijskih tišin, kar vse kaže na luknjasto medijsko politiko, ki jo je težko jasno umestiti v določene kategorije in ki bi kazala načelno konsistentno držo.

Navedene ugotovitve naše analize predloga Zakona o medijih na splošno kažejo na to, da lahko novi zakon – če bo sprejet – verjetno reši določena vprašanja trenutne slovenske medijske krajine in regulacije. Toda hkrati kažejo na to, da bo v trenutni dikciji – na podlagi preteklih izkušenj z minulimi zakoni – povzročil vrsto novih težav ter ustvaril nove nejasnosti in neželene učinke. Med temi bodo skoraj gotovo zlorabe, arbitrarnost ter priložnosti za politične, ekonomske in osebne napade ali koristi. Vse to pa bo lahko temeljito oslabilo novinarsko in medijsko delovanje ter njuno neodvisnost. Zakon o medijih tako lahko, namesto da bi predstavljal relevanten mehanizem za zagotavljanje medijske ter novinarske avtonomije in svobode, postane prav nasprotno: pomemben mehanizem za medijsko omejevanje in arbitrarne, predvsem politične zlorabe.

O avtorju

Marko Milosavljević, univerzitetni diplomirani novinar (1996), je redni profesor za področje novinarskih študij na Univerzi v Ljubljani. Član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede je od leta 1996, v letih od 2007 do 2011 je bil predstojnik katedre, od leta 2021 pa je predstojnik Oddelka za komunikologijo. Trenutno je nosilec predmetov Medijske politike in regulacija, Novinarsko sporočanje 1 ter Novinarsko sporočanje 2 na prvi stopnji študija, Novinarska zgodba in fotografija ter Uredniško delovanje na drugi stopnji ter koordinator za področje novinarstva in komunikologije na doktorskem predmetu Teorije družbe. Raziskovalno proučuje medijsko regulacijo, politično ekonomijo medijev, novinarsko naracijo, digitalne medije, platforme ter umetno inteligenco.

Opomba avtorja

Avtorja je Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije oktobra 2023 zaprosilo, da prispeva poglavje o uporabi umetne inteligence v medijih in novinarstvu. Ministrstvo za kulturo RS je v ta namen sklenilo pogodbo s Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani, kjer je avtor zaposlen. Fakulteta je za to sodelovanje prejela 2.920 evrov z DDV. Avtor je prispeval zgolj to poglavje in

pri drugih delih zakona (bodisi členih bodisi poglavjih) ni z ničemer sodeloval in z besedilom zakona ni bil predhodno seznanjen.

Financiranje

Poglavje je sofinancirano s strani programa Evropske unije za raziskave in inovacije Obzorje Evropa (Horizon Europe) v okviru pogodbe o dodelitvi sredstev št. 101094816 za projekt DIACOMET (HORIZON-CL2-2022-DEMOCRACY-01).

LITERATURA

- Aalberg, Toril, in Marko Milosavljević. 2016. »The Norwegian and Slovenian media system compared«. V: *Small states, big challenges: Norway and Slovenia in comparative perspective. 1st ed.*, Kristen Ringdal, Sabrina P. Ramet in Danica Fink-Hafner, 83–123 (ured.). Baden-Baden: Nomos, Edition Sigma.
- Bezjak, Špela. 2024. »Trije meseci evidentiranja: kakšne spremembe se obetajo?«. *24ur.com*, 20. februar 2024. <https://www.24ur.com/novice/gospodarstvo/evidentiranje-dela.html>.
- Biščak, Jože (@JozeBiscak). 2025. »Bom rekel takole: zakona o medijih demokratične in svobodne družbe ne potrebujejo. 39. člen ustave je absoluten, ne predvideva nobene regulative pri širjenju mnenj. Izdajatelj je potrjen ZGD. Torej, vsaka regulacija medijev je protustavna in totalitarna«. Twitter, 7. januarja 2025. <https://x.com/JozeBiscak/status/1876550300389261727>.
- Cate, Fred H. 2006. »Method in Our Madness: Legal Methodology in Communications Law Research«. V: *Communication and Law: Multidisciplinary Approaches to Research*, Amy Reynolds in Brooke Barnett (ured.), 9–23. Mahwah, N.J.: Routledge.
- Constitution Annotated. (1787) b. d. »First Amendment Fundamental Freedoms«. (Ustava Združenih držav Amerike, spremenjena z amandmaji do leta 1992). Amandma I (1. amandma). <https://constitution.congress.gov/browse/amendment-1/>.
- Creech, Kenneth. 1996. *Electronic Media Law and Regulation (2nd. ed.)*. Newton, MA: Butterworth-Heinemann.
- Curran, James. 2000. *Media Organisations in Society*. London/New York: Arnold/Oxford University Press.
- Curran, James. 2002. *Media and Power*. London: Routledge.

- Društvo novinarjev Slovenije. 2021. »Skupni poziv k nujni rešitvi financiranja STA«. Objavljeno 8. septembra 2021. <https://novinar.com/novica/skupni-poziv-k-nujni-resitvi-financiranja-sta/>.
- Državni zbor Republike Slovenije. 2024. »Predlogi zakonov – Izbran dokument: 1884-IX Besedilo Predloga zakona o medijih 31. 12. 2024 [Vlada Republike Slovenije]«. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn5BhsYGwQHGPHEaPFAAdwNCBOPx4FUfiNL8gNDQ11VFQEAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Državni zbor Republike Slovenije. 2025. »Predlogi zakonov – izbran predlog zakona: 1884-IX Zakon o medijih«. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn5BhsYGwQHGPHEaPFAAdwNCBOPx4FUfiNL8gNDQ11VFQEAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F23C42EE294BBA30C1258C04003AA765&db=pre_zak&mandat=IX.
- Evropski parlament in Svet Evropske unije. 2018. »Direktiva (EU) 2018/1808 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. novembra 2018 o spremembi Direktive 2010/13/EU o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) glede na spreminjajoče se tržne razmere«. *Uradni list Evropske unije*, PE/33/2018/REV/1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX%3A32018L1808>.
- Evropski parlament in Svet Evropske unije. 2024. »Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (evropski akt o svobodi medijev)«. *Uradni list Evropske unije*, PE/4/2024/REV/1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/sl/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1083>.
- Freedman, Des. 2014. *The Contradictions of Media Power*. London: Bloomsbury Academic.
- Gillmor, Donald M., in Everette E. Dennis. 1981. »Legal Research in Mass Communication«. V: *Research methods in mass communication*, Stempel Guido H. in Westley Bruce H. (ured.), 320–341. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hernández-Morales, Aitor. 2025. »Zuckerberg urges Trump to stop the EU from fining US tech companies«. *Politico.eu*, 11. januar 2025. <https://www.politico.eu/article/zuckerberg-urges-trump-to-stop-eu-from-screwing-with-fining-us-tech-companies/>.

- Janša, Janez (@JJansaSDS). 2024. »Vsak med nami je lahko medij. Vsak dan bolj. Ne potrebujemo vas in vaše cenzure. Niti vašega zakona«. Twitter, 31. decembra 2024. <https://x.com/JJansaSDS/status/1874104203905540456>.
- Lees, Tim, Sue Ralph, in Jo Langham Brown, ur. 2000. *Is Regulation Still an Option in a Digital Universe: Papers from the 30th University of Manchester International Broadcasting Symposium*, 1999. uton: (4): 103–118. <https://doi.org/10.1080/13183222.2001.11008788>.
- McConville, Michael, in Wing Hong Chui. 2007. *Research Methods for Law*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Milosavljević, Marko, in Melita Poler Kovačič. 2019. »Legal analysis in media policy research«. V: *The Palgrave handbook of methods for media policy research*, Hilde Van den Bulck (ured.), 519–539. Cham: PalgraveMacmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_30.
- Milosavljević, Marko, in Melita Poler Kovačič. 2024. »The role and accountability of the state as a news media owner in the contemporary media landscape«. *European Journal of Communication* 39 (5): 486–497. <https://doi.org/10.1177/02673231241267145>.
- Ministrstvo za kulturo. 2024. »Zakon o medijih danes potrjen na vladi«. Objavljeno 31. decembra 2024. <https://www.gov.si/novice/2024-12-31-zakon-o-medijih-danes-potrjen-na-vladi/>.
- Pasadeos, Yorgos, Matthew D. Bunker, in Kyun Soo Kim. 2006. »Influences on the Media Law Literature: A Divergence of Mass Communication Scholars and Legal Scholars?«. *Communication Law and Policy* 11 (2): 179–206. https://doi.org/10.1207/s15326926clp1102_1.
- Picard, Robert G., in Victor Pickard. 2017. *Essential Principles for Contemporary Media and Communications Policymaking*. Oxford: University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-kfr4-2t29>.
- Razvid medijev. 2025. <https://remk.ekultura.gov.si/razvid/mediji>.
- Reinard, John C., in Sandra M. Ortiz. 2005. »Communication Law and Policy: The State of Research and Theory«. *Journal of Communication* 55 (3): 594–631. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02687.x>.
- Rolland, Asle, in Helge Ostbye. 1986. »Breaking the Broadcasting Monopoly«. V: *New Media Politics: Comparative Perspectives in Western Europe*, Denis McQuail in Karen Siune (ured.), 115–129. London: Sage.
- Schramm, Wilbur, in William Earl Porter. 1982. *Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication*. New York: Harper & Row.
- Siebert, Frederick S. 1952. *Freedom of the Press in England, 1476–1776*. Urbana: University of Illinois Press.

- Siebert, Frederick S., Theodore Peterson, in Wilbur Schramm. (1956) 1963. *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana in Chicago: University of Illinois Press.
- Siems, Mathias M., in Daithí mac Síthigh. 2012. »Mapping Legal Research«. *Cambridge Law Journal* 71 (3): 651–676. <https://doi.org/10.1017/S0008197312000852>.
- Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Stergar, Aleš. 2013. »Telekom in Antenna skupaj: kaj to pomeni za Planet TV?«. *Delo*, 4. februar 2013. <https://old.delo.si/gospodarstvo/podjetja/telekom-in-antenna-skupaj-kaj-to-pomeni-za-planet-tv.html>.
- Stojanovic, Milica, in Ivana Jeremic. 2023. »Serbian Parliament Adopts Controversial Media Laws«. *BalkanInsight.com*, 26. oktober 2023. <https://balkaninsight.com/2023/10/26/serbian-parliament-adopts-controversial-media-laws/>.
- Televizija Slovenija. 2025. »Tarča: Posel s helikopterji«. *Televizija Slovenija*, 13. februarja 2025. <https://www.rtvlo.si/rtv365/arhiv/175109138?s=tv>.
- Tomc, Romana (@RomanaTomc). 2025. »Spršujem ministrico @AstaVrecko in @vladaRS zakaj predlagajo nov zakon o medijih, če na tem področju velja letos sprejet evropski Akt o svobodi medijev, ki celovito ureja to področje in ima status Uredbe, kar pomeni, da je neposredno veljaven v vseh državah EU?«. Twitter, 6. januarja 2025. <https://x.com/RomanaTomc/status/1876215730049290427>.
- Trevisan, Matteo, Václav Štětka, in Marko Milosavljević. 2025. »Tools and strategies of political capture of the media in Europe.« V: *Media pluralism in the digital era: legal, economic, social, and political lessons learnt from Europe*, Elda Brogi, Iva Nenadić in Pier Luigi Parcu (ured.), 116–132. Abingdon; New York: Routledge.
- Turk, Žiga (@ZigaTurk). 2025. »Tako je. Svobodna družba ne potrebuje zakona, ki regulira medije«. Twitter, 8. januarja 2025. <https://x.com/ZigaTurk/status/1877058646510633119>.
- Vlada RS. 2024. »Predlog Zakona o medijih«. Vlada Republike Slovenije, 31. december 2024. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran!/ut/p/z1/04_Sj9CPyKssy0xPLMnMz0vMAfIjo8zivSy9Hb283Q0N3E3dLQwCQ7z9g7w8nAwsnMz1w9EUGAWZGgS6GDn-5BhsYGwQHG-pHEaPFAAdwNCBOPx4FUfNL8gNDQ11VFQEAAXcoa4!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ZAvMS. 2011. *Uradni list RS*, št. 87/11. Spremenjen z Uradni list RS, št. 84/15, 204/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO6225>.

- Zakon o dostopu do informacij javnega značaja, ZDIJZ. 2003. *Uradni list RS*, št. 24/03. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 61/05, 96/05, 109/05, 113/05, 28/06, 51/06, 117/06, 23/14, 50/14, 19/15, 102/15, 7/18, 141/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO3336>.
- Zakon o elektronskih komunikacijah, ZEKom-2. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 18/23. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8611>.
- Zakon o medijih, ZMed. 2001. *Uradni list RS*, št. 35/01. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 113/03, 16/04, 123/04, 96/05, 60/06, 69/06, 110/06, 36/08, 77/10, 90/10, 87/11, 47/12, 47/15, 22/16, 39/16, 45/19, 67/19, 82/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>.
- Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence, ZPOmK-2. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 12/24. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO8619>.
- Zakon o Radioteleviziji Slovenija, ZRTVS-1. 2005. *Uradni list RS*, št. 96/05. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 109/05, 105/06, 26/09, 9/14, 163/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4461>.
- Zakon o Slovenski tiskovni agenciji, ZSTAgen. 2011. *Uradni list RS*, št. 50/11. Spremenjen z *Uradni list RS*, št. 36/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO5868>.
- Zakon o varstvu potrošnikov, ZVPot-1. 2022. *Uradni list RS*, št. 130/22. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO7054>.

Tanja Kerševan

NEZNOSNA LAHKOST PROSTOVOLJNE REGULACIJE: NOVINARSTVO NA PREPIHU EVROPSKIH KOMUNIKACIJSKIH POLITIK

UVOD

Položaj novinarstva v digitalnem in medijskem regulativnem okolju Evropske unije (EU) zaznamujejo neskladja med cilji in mehanizmi njihovega doseganja ter strukturne napetosti, povezane z razmerji moči in porazdelitvami odgovornosti med regulatorji, digitalnimi platformami, medijskimi podjetji in drugimi akterji.

Za začetek o »prostovoljnosti« regulacije v naslovu: ko govorimo o aktualnem svežnju digitalnih politik EU, prostovoljnost ni povsem na mestu. Prvi mandat Evropske komisije (2019–2024) pod vodstvom Ursule von der Leyen je namreč prinesel vsaj na papirju prebojni sveženj zakonodajnih aktov za več reda v digitalnem komunikacijskem prostoru, urejanje odgovornosti platform in zaščito demokratičnih temeljev EU: Akt o digitalnih storitvah (DSA; EUR-Lex 2022a), Akt o digitalnih trgih (DMA; EUR-Lex 2022b), Evropski akt o svobodi medijev (EMFA; EUR-Lex

2024a), Direktivo o zaščiti oseb, ki se udeležujejo pri udeležbi javnosti, pred očitno neutemeljenimi tožbenimi zahtevki ali zlorabljenimi sodnimi postopki (anti-SLAPP direktiva; EUR-Lex 2024b), Uredbo o preglednosti in ciljanju političnega oglaševanja (TTPA; EUR-Lex 2024c) ter Akt o umetni inteligenci (AIA; EUR-Lex 2024d). Vsi navedeni akti so bili sprejeti med letoma 2022 in 2024. Časovnice za njihovo uveljavitev se razlikujejo, nekateri že veljajo, EMFA se bo v polnosti uporabljala od avgusta 2025, AIA in anti-SLAPP direktiva pa v letu 2026. Kljub temu pa vidik (prosto)voljnosti ni povsem neumesten. Izvajanje obsežnega in kompleksnega evropskega regulativnega okvira – ki je bil zasnovan po desetletjih prevlade ideje o internetu kot odprtem, demokratičnem in samoreguliranem prostoru – ostaja v marsičem pogojeno z značilnostmi metaregulacije: pravno zavezujoča pravila se v praksi uresničujejo predvsem prek interpretacij, aktivnosti in odgovornosti digitalnih akterjev, ki v določenih segmentih nastopajo kot soredulatorji. Med platformami z več kot 45 milijoni uporabnikov v EU, ki jih DSA opredeljuje kot »zelo velike spletne platforme« (VLOP) oziroma »zelo velike spletne iskalnike« (VLOSE) in jim nalaga največjo odgovornost, prevladujejo podjetja iz Združenih držav Amerike (ZDA).

Največje platforme so predhodno z Evropsko komisijo dvakrat (2018 in 2022) podpisale kodeks ravnanja z dezinformacijami, ki si je v prenovljeni obliki utrl pot tudi v DSA. Po aferi Cambridge Analytica ob brexitu in prvi izvolitvi Donalda Trumpa za predsednika ZDA (2016) ter ob kasnejšem nasilnem vdoru Trumpovih privrženec v ameriški kongres, ki naj bi preprečil potrditev rezultatov volitev, na katerih je Trump izgubil proti Joeju Bidnu (2021), so v odziv na vznemirjenost javnosti pokazale večjo pripravljenost za uveljavljanje strožjih politik moderiranja objav. Vključevale so neodvisne preverjevalce dejstev, razvijale oblike subvencioniranja medijske produkcije in izražale bolj kooperativno držo pri upravljanju družbenih tveganj. V teh razmerah, torej v obdobju večje pripravljenosti (voljnosti) platform, je bilo pogosto slišati, da naj bi evropski sveženj digitalnih politik iz obdobja 2022–2024 zaradi tako imenovanega bruseljskega učinka (Bradford 2020) pomembno vplival na oblikovanje globalnih standardov.

Marca 2025, ko nastaja ta prispevek, so razprave o načinih implementacije digitalnega svežnja zaznamovane z

vsakodnevnimi novicami o poskusih njegovega sabotiranja z druge strani Atlantika. Ob očitnem zmanjševanju pripravljenosti platform na sodelovanje, ki sovпада s konvergenco interesov ameriških tehnoloških velikanov in nove (Trumpove) oblasti v Washingtonu (z mandatom 2025–2029), tako vse bolj odzvanja vprašanje, v kolikšni meri EU s svojim digitalnim okvirom lahko dejansko okrepi nadzor nad digitalnim ekosistemom oziroma v kolikšni meri ostaja EU odvisna od (ne)pripravljenosti platform, da svoje modele prilagodijo evropskim normam. Glede na izjemno nepredvidljivost geopolitičnega okolja, ki je nastopila z drugim Trumpovim mandatom in njegovimi prvimi enostranskimi, konfrontacijskimi potezami v mednarodni in notranji politiki, je o tej temi nemogoče pisati brez upoštevanja tveganja, da bodo do objave besedila dogodki že za več krogov prehiteli sedanje analize, sklepanja in napovedi. Kljub temu ostaja razprava o teh vprašanjih pomembna. Digitalna regulacija in njeni učinki na novinarstvo so ob šestdeseti obletnici študija novinarstva pri nas še kako aktualni. Jubilej ponuja priložnost za kritično refleksijo dejavnikov, ki vplivajo na udejanjanje vloge novinarstva in njegov položaj v družbi ter so se od začetkov izobraževanja novinarjev pri nas temeljito preoblikovali.

V nadaljevanju najprej s poudarki iz temeljne literature obravnavamo ključna orodja in koncepte regulacije (medijskih) vsebin v razmerju do položaja novinarstva v digitalnem okolju in njegovih ključnih strukturnih dejavnikov. Razpravo nato dopolnjujemo s predstavitvijo tehnično-pravnih in (geo)političnih omejitev, ki vplivajo na implementacijo novega evropskega digitalno-medijskega regulativnega okvira, in sicer tudi z oziri na slovensko zakonodajo. Prispevek zaključuje oris priložnosti EU za regulacijo v podporo neodvisnemu, profesionalnemu in pluralnemu novinarstvu ter priložnosti za krepitev demokracije.

MEDIJSKE VSEBINE V DIGITALNEM OKOLJU

Izhodišča konceptualizacije dejavnosti medijev in političnega odločanja, ki temeljijo na načelih odprtosti za glasove različnih družbenih skupin, enakopravnega komuniciranja in moči argumenta med drugim povezujemo s Habermasovo (1989, 1993, 1996, 2023) teorijo javne sfere in klasičnimi predstavniki

normativnega pristopa v študijah medijev (npr. Siebert, Peterson in Schramm 1956; Schramm 1964) ter njihovimi kasnejšimi kritiki (npr. McQuail 2005). To so normativni temelji, na katere se (na deklarativni ravni) pogosto sklicujejo cilji evropskih medijskih politik, ki promovirajo idejo odprtega, dostopnega, preglednega, demokratičnega in pluralnega komunikacijskega okolja, namenjenega uresničevanju komunikacijskih pravic državljanov ne glede na njihov družbeni položaj, ekonomski status ali kulturno ozadje. Čeprav so tovrstne pravice prisotne v politični in strokovni retoriki, ostajajo v pravnih izhodiščih pogosto sekundarne v razmerju do svobode izražanja, razumljene predvsem kot lastninska pravica ponudnikov vsebin. Javne oblasti naj bi si v tem okviru prizadevale za ukrepe v podporo novinarski produkciji, spodbujanje medijske pismenosti in zmanjševanje digitalnih neenakosti s ciljem krepitve sposobnosti državljanov za sodelovanje v javni razpravi in demokratičnih procesih odločanja.

V zgodnjih fazah komercializacije interneta je prevladovalo prepričanje, da je digitalni prostor bistveno drugačen od medijskega in da zato ne potrebuje enake regulacije. V devetdesetih letih prejšnjega stoletja in vse do sredine drugega desetletja dvatisočih let je internet veljal za odprto, decentralizirano in samoreglativno okolje, v katerem naj bi svobodni tržni mehanizmi zagotavljali dostopnost, konkurenco in pluralnost informacij (Flew, Martin in Suzor 2019). ZDA so pri tem igrale ključno vlogo, saj so zagovarjale minimalno vmešavanje države v digitalno ekonomijo. To se je odražalo tudi v pravnih okvirih, kot sta ameriški Zakon o spodobnosti v elektronskih komunikacijah iz leta 1996 (FCC b.d.) in evropska Direktiva o elektronskem poslovanju na trgu iz leta 2000, ki sta platformam zagotavljala zaščito pred odgovornostjo za vsebine uporabnikov. Dominantni pogled, da platforme zgolj posredujejo vsebine, ne da bi jih same urejale, je omogočil hitro in neregulirano širitev dejavnosti digitalnih platform. Internet je bil pogosto predstavljen kot tehnologija, ki uporabnikom omogoča preseganje prostorskih in časovnih omejitev ter neposreden dostop do informacij, mimo filtrov tradicionalnih medijev (Mosco 2004, 31). Obenem je bil razumljen kot sredstvo za vzpostavljanje skupnosti, temelječih na skupnih interesih posameznikov, ki se zaradi fizične razdalje, družbenih ali političnih okoliščin sicer ne bi mogli povezati (Ballinger 2011). Toda ob eksponentni rasti

obsega komuniciranja na internetu se je njegova demokratična substanca vztrajno zmanjševala. V vedno hitrejšem informacijskem ciklu se šoki, škandali in senzacije vrstijo neprekinjeno, ne da bi bistveno vplivali na razmerja politične moči. Hkrati se prek družbenih omrežij, alternativnih medijskih portalov, aplikacij za sporočanje, e-poštних seznamov in drugih spletnih prostorov oblikujejo različne digitalne oblike nasprotnih javnosti, ki imajo potencial, da obidejo tradicionalne varuhe dostopa do javnosti – medije – in sčasoma prodrejo v širšo javno razpravo. Koncept nasprotnih javnih sfer je prvotno razvila Nancy Fraser (1992) kot kritiko Habermasove enotne javne sfere, pri čemer je izpostavila, da gre pogosto za marginalizirane skupine, ki si prizadevajo za glas v prostoru, iz katerega so bile sistematično izključene.

Že vrsto let več ljudi dostopa do novic prek platform, kot sta Facebook in Google, namesto neposredno prek medijev (Newman et al. 2021). Občinstva pri tem pogosto ne razlikujejo med verodostojnostjo spletnih in tradicionalnih virov (Lecheler in Kruikemeier 2016). Vlogo uredniškega filtriranja vse bolj prevzemajo algoritmi, kar vpliva ne le na individualne kognitivne procese, temveč tudi na novinarske in družbene institucije (Kleis Nielsen in Ganter 2017). Digitalna distribucija informacij je razrahljala vez med profesionalnimi standardi novinarstva in javnim diskurzom, saj omogoča širjenje vsebin, ki so izven okvirov samoregulacije in regulativnega nadzora. Čeprav je jasno, da platforme niso zgolj nevtralni posredniki transakcij, ampak aktivno vplivajo na distribucijo vsebin in prevzemajo vloge, ki jih je vedno težje ločiti od klasičnih medijskih (Napoli in Caplan 2017), se tako medijska regulacija kot samoregulacija v EU, predvsem na nacionalni ravni, še vedno več ukvarjata s tako imenovanimi tradicionalnimi mediji, regulacija zlasti televizijo in radiem, samoregulacija pa tudi s tiskom.

Kot eden ključnih konceptov, na katerem temelji razločevanje med mediji in digitalnimi storitvi, se je v evropski regulaciji uveljavil uredniški nadzor. Postal je merilo, ki določa, ali bo posamezna »storitev« regulirana po medijskih ali digitalnih pravilih. Evropska direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah (DAVMS; EUR-Lex 2018), ki je bila zadnjič prenovljena leta 2018 in je takrat v regulativni okvir vključila tudi platforme za izmenjavo video vsebin, platforme od medijskih storitev razločuje po

odsotnosti uredniške odgovornosti za vsebine, ki jih razširjajo. Po Zakonu o avdiovizualnih medijskih storitvah (Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ZAvMS 2021), ki je DAvMS prenesel v slovenski pravni red, pomeni uredniška odgovornost »izvrševanje nadzora nad izborom, organizacijo in časovno umestitvijo programskih vsebin v sporedu televizijskega programa oziroma kataloga avdiovizualne medijske storitve na zahtevo, ob upoštevanju izjem iz zakona, ki ureja elektronsko poslovanje na trgu« (šesti odstavek 3. člena ZAvMS 2021). Uredniška odločitev pa je »odločitev, ki se redno sprejema za izvajanje uredniške odgovornosti in je povezana z vsakodnevnim delovanjem avdiovizualne medijske storitve« (prav tam).

Za razliko od tega ponudnik platforme za izmenjavo videov »organizira programske vsebine in videe s prikazovanjem, označevanjem ali razvrščanjem, kar lahko izvaja tudi s samodejnimi orodji ali algoritmi« (tretji odstavek 3. člena ZAvMS 2021). Uredniški nadzor, ki je osrednjega pomena za medijsko pravo, regulacijo in samoregulacijo, je tako v digitalnem okviru nadomeščen s specifičnimi značilnostmi platformnih »uredniških dejavnosti«, ki se razlikujejo od uredniškega dela pri klasičnih medijskih izdajateljih. Večina nadzora nad vsebinami na platformah je avtomatiziranega, prilagojenega vedenju in preferencam uporabnikov ter razporejenega med več akterjev (van Drunen 2020). Evropska regulacija se je v digitalnem okviru odmaknila od centralizirane (uredniške) odgovornosti in je prešla k razpršeni odgovornosti (Helberger, Pierson in Poell 2017), ki si jo delijo platforme, ustvarjalci vsebin, uporabniki in oglaševalci. Takšen model prepozna delitev dela, ki pa ni nujno sorazmerna z dejansko močjo odločanja.

Temu se pridružuje še eno ključno vprašanje: kakšni so epistemski učinki (Seger, Perry in Hancock 2025; Summerfield et al. 2024; Adler in Drieschova 2021)? Digitalne platforme so prispevale k razgradnji mehanizmov zagotavljanja verodostojnosti informacij, ki temeljijo na profesionalnih uredniških standardih, etičnih kodeksih in uredniški avtonomiji. Ti tudi v preteklosti seveda niso v vsakem okolju in situaciji delovali enako dobro, a vendarle so prispevali k »skupnemu razumevanju realnosti« (Dahlgren 2018, 20). Platforme z algoritmično selekcijo aktivno oblikujejo dostop do znanja in resnice, pri čemer epistemskega nadzora ne izvajajo demokratične institucije ali novinarski

standardi, temveč zasebna podjetja, ki verodostojnost določajo v skladu s svojimi ekonomskimi interesi (Zuboff 2019). Algoritmi ne temeljijo na novinarskih kriterijih vrednotenja informacij (*newsworthiness*), temveč na potencialu za angažiranost in monetizacijo, zaradi česar prednost dobivajo senzacionalne vsebine, teorije zarote in dezinformacije. Platforme avtomatizirajo selekcijo vsebin in določajo, kaj bo vidno in kaj ne, s čimer ustvarjajo predvidljive in homogeno oblikovane informacijske tokove. Kot opozarja Splichal (2017), algoritmi nadomeščajo uredniško presojo z merili tržne učinkovitosti, kar iz javnega komuniciranja postopno izriva vrednotenje informacij po družbeni pomembnosti. Zaradi personalizacije uporabniki prejemajo vsebine, ki potrjujejo njihova obstoječa prepričanja. To zmanjšuje pluralnost razprave in otežuje primerjavo različnih pogledov. Vloga medijev kot epistemskih varuhov, ki so z uredniškimi odločitvami zagotavljali dinamične, manj predvidljive procese preverjanja dejstev, soočanja argumentov in pluralnosti informacij, je tako močno oslABLJENA. Ob soočanju z vedno in povsod prisotnim ter večepistemskim družbenim komuniciranjem (Dahlgren 2009) se je novinarstvo prilagodilo digitalnim medijskim platformam in vključilo družbena omrežja med svoje vire (Lecheler in Kruikemeier 2016). Obenem je v novem režimu nadzora nad javnim diskurzom in produkcijo znanja tudi novinarstvo samo vse bolj podrejeno algoritemski predvidljivosti in maksimizaciji podatkovne ekonomije. Kot ključna institucija demokratične javne sfere imajo mediji v teh procesih dvojen položaj. Po eni strani so sami po sebi subjekt širše epistemske krize, po drugi pa so tudi eden od dejavnikov spodbujanja krize zaupanja v druge institucije (Dahlgren 2018). Kot predlaga Splichal (2017), bi bilo namesto komercialno pogojenega vrednotenja informacij smiselno razviti koncept javne pomembnosti dogodkov in procesov (*public-worthiness*), ki bi temeljil na njihovih dolgoročnih družbenih posledicah in ne na njihovi tržni uspešnosti.

Tradicionalni regulativni pristopi so v teh razmerah neučinkoviti, saj je moderiranje vsebin razpršeno med avtomatizirane sisteme, uporabnike in poslovne interese platform (Flew, Martin in Suzor 2019). Evropski digitalni regulativni okvir, ki naj bi zmanjšal asimetrijo moči med platformami in drugimi akterji ter povečal preglednost algoritmov in vzpostavil odgovornost pri moderiranju vsebin, sicer platforme sili k večji odgovornosti, vendar se osnovna

struktura problema ne spreminja: epistemski nadzor izvajajo zasebna podjetja, ki sama določajo, kaj je verodostojno in kaj ne, v skladu s svojimi politikami moderiranja vsebin. Tudi ko se odločijo za ukrepanje proti dezinformacijam, to pogosto poteka po arbitrarnih merilih, ki niso nujno usklajena z javnim interesom.

OMEJITVE DIGITALNE REGULACIJE: PRIMER DSA

Proces implementacije DSA, ki je v teku, razkriva tako strukturne omejitve kot odpor akterjev, predvsem velikih tehnoloških platform. Medtem ko zakonodaja stremi k večji odgovornosti platform za moderiranje vsebin in preprečevanju sistemskih tveganj, se v praksi pojavljajo številne pravne in tehnične nejasnosti, problemi pri izvrševanju in nasprotovanje interesnih skupin.

Nekatere omejitve sicer izhajajo že iz same narave digitalnih platform, hitrosti objavljanja vsebin in globalnega značaja interneta (Flew, Martin in Suzor 2019). Eden ključnih problemov je obseg vsebin: količina in hitrost objav otežujeta predhodno preverjanje, zato platforme večinoma vzpostavljajo reaktivne in avtomatizirane mehanizme moderiranja, ki pogosto niso transparentni ali skladni z demokratično določenimi standardi. Vendar pa ta argument temelji na domnevi, da je učinkovito moderiranje zaradi količine podatkov nujno neizvedljivo, čeprav zgodovina spletnih forumov, novičarskih portalov in specializiranih skupnosti kaže, da so bili mehanizmi moderiranja vedno del digitalne infrastrukture. Pri odporu do moderiranja gre pri velikih platformah pogosto bolj za vprašanje stroškov, odgovornosti in volje kot za tehnično nezmožnost. Internet, za razliko od množičnih medijev, deluje decentralizirano, saj uporabniki ustvarjajo in distribuirajo vsebine od spodaj navzgor, kar otežuje pravno odgovornost in nadzor. Dodatni izziv predstavlja vprašanje jurisdikcije, saj so platforme globalne narave in lahko svoje sedeže registrirajo v pravnih okoljih z manj strogo regulacijo. Učinkovito ukrepanje dodatno otežuje uporaba šifriranih in skritih omrežij (tako imenovanih darknetov), ki omogočajo delovanje zunaj dosega tradicionalnih nadzornih in pravnih mehanizmov. Vse te strukturne značilnosti interneta otežujejo vzpostavitev popolnoma učinkovitega regulativnega režima, zaradi česar se regulacija pogosto odziva na posamezne »javne šoke«, namesto da bi bila sistemsko in strateško zasnovana (prav tam).

DSA je primarno namenjen urejanju odgovornosti spletnih platform in iskalnikov pri razširjanju nezakonitih vsebin, dezinformacij in drugih tveganj. Na seznamu Evropske komisije je trenutno 22 zelo velikih platform in še dva zelo velika iskalnika. Ponudnikom storitev z velikim številom uporabnikov, kakršne so tiste, ki jih upravljajo Meta, X, Alphabet in TikTok, DSA nalaga posebno odgovornost. Ti morajo redno ocenjevati in zmanjševati sistemska tveganja negativnih vplivov svojih storitev na državljanski diskurz in volilne procese. EU je pomemben del odgovornosti prenesla na platforme, pri čemer je izhajala iz dosedanjih zavez in sodelovanja, hkrati pa podcenila razmerje moči in motivacije zasebnih akterjev. Zaveze so bile podane v že omenjenem Kodeksu o dezinformacijah iz let 2018 in 2022 – nekakšnem predhodniku DSA, vendar z omejenim pravnim dosegom. Kodeks je namreč vzpostavil okvir za proaktivno ukrepanje, kot so odstranjevanje lažnih novic, omejevanje botov in financiranja s strani oglaševalcev, njegova ključna omejitev pa je, da je prostovoljen. Skupina evropskih avdiovizualnih regulatorjev ERGA (2020) je dve leti po prvem kodeksu opozorila, da prostovoljno spoštovanje zavez ne zadostuje za učinkovito obravnavo dezinformacij in drugih tveganj.

EU je z regulativnimi zahtevami in možnostjo znatnih kazni, ki lahko sežejo tudi do višine 6 odstotkov letnega svetovnega prometa posamezne platforme, v okviru DSA želela vzpostaviti učinkovitejši nadzor nad platformami in omejiti njihove negativne družbene implikacije. Predlog DSA, ki ga je Evropska komisija predstavila leta 2022, je strokovna javnost pozdravila, čeprav z mešanimi občutki. Prevladovalo je mnenje, da bi evropska regulacija platform lahko pomenila korak naprej v obravnavi dolgo prezrtih regulativnih vrzeli, pojavljala pa so se tudi opozorila o demokratičnem deficitu predlagane ureditve. Formalizacija platform za »vladarje spletnega govora« (Helberger 2020) namreč v odsotnosti demokratičnih varovalk še povečuje njihovo politično moč ter potiska medije in države globlje v stanje odvisnosti (prav tam).

Če je do nedavnega kdo še zamahnil z roko, češ da je tako bolj kot nič, v skladu z napovedmi kritikov to vprašanje zdaj dobiva zelo praktične in otipljive razsežnosti. Uveljavljanje evropskega digitalno-medjskega svežnja namreč poteka v času pomembnih političnih in gospodarskih sprememb, v katerem ZDA odkrito nastopajo kot zaščitnik (tudi vazal?) svojih tehnoloških multinacionalk in njihovega nebrzdanega kopičenja kapitala. To se med

drugim kaže v javnih izrazih zavračanja evropske regulacije digitalnih storitev in celo grožnjah na najvišji ravni. V novi klimi prihaja tudi do nenadnih sprememb že vzpostavljenih samoregulativnih praks ali zavez. Odmevna primera sta ukinitve neodvisnega preverjanja dejstev na platformi Meta (sicer za zdaj le v ZDA) takoj po inavguraciji predsednika Trumpa (Pollet 2025a) ter umik zaveze Googla, da umetne inteligence ne bo uporabljal za razvoj orožja in nadzornih sistemov, kar so najavili ob pričetku veljavnosti AIA (Kollewe 2025).

Če bi Meta odpravila preverjanje dejstev tudi v EU, potem ko se je to z nemalo težavami, a vendarle v nekaj letih uveljavilo kot posebna praksa preverjanja resničnosti informacij z vedno bolj dodelanimi metodami in sistemi zagotavljanja ravnovesja med nasprotujočimi si temeljnimi pravicami, bi to imelo večplastne posledice. Z regulativnega vidika bi za EU to lahko predstavljalo nezadostno obvladovanje tveganj in celo kršitev dolžnosti skrbnega ravnanja, kar bi Meta podvrglo nadzoru in sankcijam po DSA. V vsakem primeru bi pred odpravo preverjanja dejstev v EU Meta morala Evropski komisiji predložiti oceno tveganja. Če bi se izkazalo, da Meta nima ustreznega mehanizma za preverjanje dejstev, bi lahko regulator presodil, da platforma ne izpolnjuje zahtev DSA, ter ji naložil odpravo kršitev in znatno finančno kazen. V ZDA se kot alternativa sicer ponuja sistem, kot ga ima omrežje X, ki uporabnikom omogoča, da k objavam dodajajo pojasnila ali kontekst (*community notes*), a raziskava Centra za preprečevanje digitalnega sovraštva (CCDH 2024), opravljena na več kot milijonu objav na platformi X, je razkrila številne šibkosti tega sistema in opozorila, da je najmanj učinkovit ravno tam, kjer je najbolj potreben, saj pri polarizirajočih temah ni soglasja.

V primeru evropske nekooperativnosti ne bi presenetilo izsiljevanje z omejevanjem dostopa do storitev na točkah, kjer je EU najranljivejša. V nedavni preteklosti so tehnološki velikani v odziv na zakonodajo, ki bi jih zavezovala k plačilu za uporabo medijskih vsebin, že omejevali svoje storitve. V Avstraliji je Facebook leta 2021 sprva začasno onemogočil deljenje medijskih vsebin, potem ko je bila uvedena zakonska obveznost pogajanj med digitalnimi platformami in medijskimi izdajatelji, katere namen je bil zagotoviti plačilo za uporabo novinarskih vsebin. Kljub začetni blokadi avstralskih medijskih vsebin je Meta pozneje vendarle sklenila dogovore z izdajatelji. Vendar teh dogovorov

leta 2024 ni več podaljšala, kar je avstralsko vlado spodbudilo k razmisleku o dodatnih ukrepih za zagotavljanje pravičnega nadomestila (Roberts in Doran 2024). V Kanadi je Meta leta 2023 v odziv na zakon, ki od tehnoloških velikanov zahteva, da izdajateljcem za uporabo njihovih vsebin plačajo, povsem onemogočila deljenje medijskih vsebin na Facebooku in Instagramu. Čeprav je to povzročilo znaten padec vidnosti teh vsebin na obeh platformah, kanadska vlada ni popustila in zakon ostaja v veljavi (Shakil in Ljunggren 2023). Tudi Google je prikazovanje medijskih vsebin začasno blokiral. Podoben scenarij bi lahko v EU resno prizadel predvsem manjše medijske hiše, ki so v veliki meri odvisne od obiska uporabnikov z družbenih omrežij.

ČEZATLANTSKO PREIGRAVANJE

Čeprav so se po ustoličenju Trumpove administracije odnosi med EU in ZDA premaknili na fronto trgovinskih in varnostnih groženj – tudi v navezavi na evropsko regulacijo digitalnih platform – EU za zdaj vztraja pri svojem regulativnem pristopu.

Ameriški predsednik Trump je večkrat odkrito kritiziral davčne politike evropskih držav, ki naj bi bile po njegovem nepravilne za ameriška digitalna podjetja. Februarja 2025 je podpisal memorandum za zaščito ameriških podjetij in tehnologij pred »izsiljevanjem iz tujine«, pri čemer je neposredno napadel evropske tehnološke predpise, kot sta DSA in DMA, ter zagrozil s povračilnimi carinami (Datta 2025a). Podpredsednik J. D. Vance je še pred prevzemom te funkcije zagrozil z zmanjšanjem ameriške podpore Natovi obrambi Evrope pred Rusijo, če bo EU nadaljevala s pritiskom na Muskov X (Kilander 2024). Zgodba z Natom in čez noč spremenjeno pozicijo ZDA do Ukrajine se je medtem zelo »razvila« in med drugim posegla tudi po grožnjah Ukrajini, da ji bodo omejili rabo Muskovega satelitskega internetnega sistema Starlink, če ne bo ustreznega dogovora o ameriškem dostopu do ukrajinskih zalog strateških mineralov (Shalal in Roulette 2025). A čez Atlantik v EU ne letijo samo izjave izvršne oblasti. Prihaja tudi pošta kongresnikov in regulatorjev.

Jim Jordan, predsednik ameriškega kongresnega odbora za pravosodje, je Evropski komisiji poslal več uradnih zahtev po pojasnilih glede DSA in DMA, najprej prejšnjemu pristojnemu

komisarju Thierryju Bretonu in potem novi komisarki Hanni Virkkunen, trdeč, da pravila nesorazmerno obremenjujejo ameriške tehnološke velikane (Haeck 2025). V zadnjem dopisu, januarja 2025, je kongresnik med drugim zapisal, da je glavni namen DSA vzpostavitev globalne cenzure, in pozval EU k spoštovanju pravice državljanov, da sami odločajo o tem, »katere vsebine so prepričljive, kaj je resnično in kaj je točno« (Jordan 2025). Pismi s podobno vsebino je poslal tudi predsednici Evropske komisije Ursuli von der Leyen in evropski komisarki za konkurenco Teresi Ribeiro, očitajoč, da je evropska regulacija zasnovana tako, da daje prednost evropskim podjetjem (Jahangir 2025). Seznam visokih predstavnikov ZDA, ki evropski DSA javno označujejo za grožnjo svobodi govora, je marca dopolnil Brendan Carr, novi predsednik Zvezne komisije za komunikacije (FCC; Pollet 2025b). Kot ne povsem zanemarljivo zanimivost, ki osvetljuje globoke razlike v razumevanju regulativnih ciljev na obeh straneh Atlantika, velja omeniti, da je republikanec Carr v ospredje svojega mandata na čelu FCC – kamor ga je predsednik Trump v prvem mandatu imenoval za komisarja, ob začetku drugega mandata pa, kot rečeno, za predsednika – postavil ideološko motivirano nasprotovanje pobudam za raznolikost, enakopravnost in vključenost (tako imenovani DEI) v medijskih in komunikacijskih podjetjih. Po njegovem mnenju so tovrstne pobude v nasprotju z zahtevami FCC glede zagotavljanja enakih zaposlitvenih možnosti, ki naj bi jih upoštevali nosilci dovoljenj, ki jih podeljuje FCC (Munhoz 2025). Takšno stališče močno odstopa od evropskih pristopov, kjer so pobude za raznolikost in vključenost prepoznane kot orodja za spodbujanje pluralnosti in enakopravne zastopanosti v medijskem prostoru.

EU je za zdaj v svojih odgovorih ZDA zmerna in konstruktivna, a tudi odločna v obrambi lastnega digitalnega okvira, čeprav ne izključuje določenih popravkov. Komisarka Virkkunen je napovedala, da bo EU v okviru prihajajoče preveritve ustreznosti digitalne zakonodaje (*digital fitness check*) razmislila o spremembah nekaterih najpomembnejših zakonov na področju tehnologije, pri čemer je omenila možnost ponovnega odpiranja aktov DMA, DSA in AIA (Datta 2025b). V svojih odgovorih ameriškemu kongresniku Jordanu sta evropski komisarki Virkkunen in Ribera poudarili, da regulacija ne cilja na ameriška podjetja, temveč podpira pošteno konkurenco in odgovorno upravljanje

digitalnih ekosistemov. Pav tako sta vztrajali, da digitalna regulacija spoštuje načela svobode izražanja in ne pomeni cenzure (Parry in Micheletti 2025). Regulacijo družbenih medijev je v Davosu javno podprl tudi španski premier Pedro Sánchez, trdeč, da tehnološki velikani družbena omrežja izkoriščajo za destabilizacijo demokratičnih procesov in da je treba preprečiti vpliv njihovih lastnikov na politične procese (Hernández-Morales in Wheaton 2025). Nekateri evropski civilnodružbeni akterji so Evropsko komisijo opozorili, da pomeni neuveljavljanje DMA in DSA resno grožnjo digitalni pravičnosti ter konkurenci v EU (Raskin 2025). Prebuja se tudi evropska industrija. V odprtem pismu, naslovljenem na Evropsko komisijo, je 95 evropskih tehnoloških podjetij in organizacij pozvalo EU, naj podpre prizadevanja za krepitev tehnološke suverenosti Evrope (Aie Cyberseguridad 2025). Temu je sledila odločitev nizozemskega parlamenta za zmanjšanje odvisnosti od ameriških ponudnikov programske opreme in vzpostavitve lastne platforme za računalništvo v oblaku (Sterling 2025). Poročilo Maria Draghija (2024) je prav tako znak spreminjanja ozaveščenosti o teh vprašanjih, med značilnimi koraki EU pa je tudi napoved dvestomilijardnega vlaganja v umetno inteligenco (Evropska komisija 2025).

SPOTIKANJE MEDIJSKE REGULACIJE: EMFA IN NOV PREDLOG ZAKONA O MEDIJIH

EU se je dolgo izogibala regulaciji medijev na nadnacionalni ravni. Izjema je bila televizija (1989), kasneje televiziji podobne storitve (2007) in še kasneje platforme za deljenje videa (2018). Za medijske politike na ravni EU so značilne razpetosti med industrijskimi temelji in kulturnimi vrednotami ter med harmonizacijo in subsidiarnostjo. Premik od obravnave medijev kot izključno ekonomske dejavnosti k določenim pristojnostim EU tudi pri vidikih, za katere imajo primarno odgovornost države članice, je potekal postopoma. Do sredine sedemdesetih let prejšnjega stoletja je bila televizijska regulacija v domeni posameznih držav, brez skupnih evropskih standardov. Državne televizijske monopole so pogosto utemeljevali s tehnično omejenostjo radiofrekvenčnega spektra (McQuail 2003). Z razpadanjem tega modela so se meje med resorji in ravnmi upravljanja medijskih

politik začele brisati (prav tam). Pomemben prelom je pomenila sodba Sodišča Evropskih skupnosti v zadevi Sacchi (SES 1974), s katero je bila televizija opredeljena kot gospodarska storitev, za katero veljajo pravila prostega pretoka storitev. Ta sodba je EU omogočila prve skupnostne posege v medijske politike držav članic. EU je nato potrebovala še petnajst let, da je vzpostavila skupni pravni okvir za urejanje televizije. Ob sprejemanju direktive o televiziji brez meja konec osemdesetih let sta Belgija in Danska glasovali proti. Nasprotovali sta načelu države izvora, po katerem je (v tedanji interpretaciji načela) za regulacijo čezmejnih televizijskih vsebin pristojna država, v kateri ima ponudnik sedež. Direktivo sta morali kljub temu implementirati. To je že takrat nakazovalo zmanjševanje moči držav članic v medijskih politikah (Pauwels in Donders 2013, 21) in postopno krepitev vloge EU na tem področju.

Maastrichtska pogodba (1993) je omogočila vključitev kulturnih vsebin v politike EU, Amsterdamska pogodba (1997) pa je z dodatnim protokolom zaščitila vlogo javnih radiotelevizij pred tržno logiko. Revizija televizijske direktive, ki se je zaključila leta 2007, je nato tudi simbolno potrdila vlogo EU v medijski regulaciji in vanjo ob televiziji sprva vključila še storitve videa na zahtevo, kasnejša prenova direktive, zaključena 2018, pa je regulacijo razširila še na platforme za deljenje videa.

Desetletja dolgo se je EU pri urejanju medijske koncentracije zanašala na konkurenčno pravo in nacionalne ureditve. Poskusi vzpostavitve skupnih pravil so pogosto naleteli na odpor držav članic, ki so v takšnem poseganju videle grožnjo načelu subsidiarnosti in suverenosti pri uresničevanju družbenih, demokratičnih in kulturnih ciljev v svojih medijskih sistemih (Kerševan 2024). Tudi Evropska komisija se je zavzemala za pristop, ki naj ne bi oviral razvoja evropske medijske industrije, temveč omogočil vzpon močnih evropskih akterjev, sposobnih konkurirati večjim ameriškim podjetjem (Evropska komisija 2005). V praksi pa je odsotnost omejitev koristila ravno ameriški avdiovizualni industriji, ki je neovirano delovala na integriranem evropskem trgu (EAO 2023). Medtem so digitalne platforme temeljito preoblikovale način dostopa do medijskih vsebin in prerazporedile oglaševalske prihodke v svojo korist. S finančnim vplivom, regulativnim pritiskom in algoritmičnim razvrščanjem vsebin so pridobile nadzor nad njihovo distribucijo (Schiffrin 2021), kar ni le

spodkopalo novinarske neodvisnosti in demokratične odgovornosti, temveč tudi prispevalo h koncentraciji trga in nadaljnjemu upadu pluralnosti medijskih virov. Poročilo Monitorja medijskega pluralizma (Bleyer-Simon et al. 2024) potrjuje splošno pešanje medijske pluralnosti v državah članicah EU, kar kaže, da zanašanje na nacionalne rešitve ni prineslo večje učinkovitosti – ne glede na to, ali države področje medijskih koncentracij urejajo s posebnimi predpisi ali v okviru splošne konkurenčne zakonodaje. Nacionalne vlade namreč ne morejo same obvladovati strukturnih dejavnikov na nadnacionalni ravni, zlasti ne vpliva globalnih digitalnih platform.

Z EMFO se EU v letu 2025 prvič sistematično vključuje v regulacijo področij, ki so bila doslej v izključni pristojnosti držav članic – med njimi so tudi zaščita in spodbujanje medijske pluralnosti, uredniške neodvisnosti in preglednosti medijskega lastništva. A medtem so digitalni velikani že utrdili svoj prevladujoči položaj pri razširjanju vsebin (Ong in Toh 2023), zato so regulatorji dobili nalogo ureditve trga, ki so ga platforme v veliki meri že prevzele ali pomembno sooblikovale. EMFA namreč določa, da morajo imeti v postopkih presoje učinkov medijskih koncentracij na medijsko pluralnost in uredniško neodvisnost (tako imenovani test pluralnosti po 22. členu EMFE; EUR-Lex 2024a) ključno vlogo nacionalni regulatorji, bodisi kot nosilci pooblastil bodisi kot bistveni sodelujoči. Ker med državami članicami obstajajo velike razlike v organiziranosti, pristojnostih in zmogljivostih regulatorjev – od najmanjših, kot je estonski, do izrazito kadrovske močnih v Franciji, Italiji in na Madžarskem (Kerševan 2025a) – bo uresničevanje enotnega standarda zaščite medijske pluralnosti in uredniške neodvisnosti, k čemur stremi EMFA, v praksi zelo zahtevno. Cilj zmanjšanja razdrobljenosti pristopov bo težko doseči kljub koordinacijski vlogi novega »nadregulatorja«, Evropskega odbora za medijske storitve. Učinkovitost regulacije bo v veliki meri odvisna od profesionalnosti, avtonomije in dejanskih kapacitet nacionalnih institucij, ki jih bodo države članice pooblastile za izvajanje novih pravil, pa tudi od siceršnjega dometa 22. člena EMFE v digitalnem okolju.

Poleg presoje povezanj medijskih podjetij EMFA predvideva tudi možnost ocene vplivov medijskih koncentracij, v katerih sodeluje vsaj en ponudnik spletne platforme, ki omogoča dostop

do medijskih vsebin. Ker ameriški tehnološki velikani že sedaj izražajo odpor do instrumentov, kot sta DSA in DMA, je podobno nasprotovanje mogoče pričakovati tudi v primeru EMFE. A tudi če bi bile platforme bolj sodelovalne, ostaja temeljna težava: pri oblikovanju transnacionalnih regulativnih okvirov ni jasno vzpostavljenega mehanizma, ki bi omogočal demokratični nadzor nad platformami. Javne institucije, vključno z regulatorji, nimajo učinkovitih mehanizmov za prevod javne volje v politično delovanje na transnacionalni ravni (Peters et al. 2005). Zato imajo nacionalne javnosti na uveljavljanje temeljnih pravic v nadnacionalnih množičnih komunikacijah zelo omejen vpliv.

V Sloveniji se v tem času oblikuje nov medijski zakon (ZMed-1; Vlada RS 2025), ki ureja tudi izvajanje nekaterih določb EMFE, in sicer členov 3, 4, 6, 22 in 25, ki urejajo uredniško svobodo, zaščito novinarjev pred vohunsko programsko opremo, spodbujanje pluralizma, preverjanje vpliva medijskih koncentracij in preglednost državnega oglaševanja. Februarja 2025 je predlog prestal prvo parlamentarno obravnavo, tik pred drugo bil na predlog koalicije preložen na april (Š. 2025) in maja prav tako na predlog koalicije umaknjen iz obravnave, kar so podprli tudi opozicijski poslanci (V. 2025). Kot razlog je vlada navedla potrebo po dodatnih dopolnitvah na podlagi prejetih mnenj javnosti. Med določbami predloga, ki so bile javno najbolj izpostavljene in o katerih je potekalo največ razprav, sta tudi dva mehanizma za spodbujanje medijskega pluralizma. Prvi je instrument državnih pomoči za medije – ki po mnenju kritikov ne vsebuje ustreznih varovalk za preprečevanje, da bi se javna sredstva namesto v krepitev novinarstva prelivala v dobičke lastnikov (K. 2025). Pri drugem pa gre za prenos testa pluralnosti iz 22. člena EMFE.

Predlog zakona je pristojnost za izvedbo testa pluralnosti sprva dodelil Agenciji za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS). To je storil skladno s priporočili iz same EMFE, ki v postopkih presoje vplivov na medijski pluralizem in uredniško neodvisnost zahteva najmanj vključitev – če že ne primarno pristojnost – nacionalnih medijskih regulatorjev. Pred drugim branjem pa je vladna koalicija vložila dopolnilo, po katerem bi bila ta pristojnost prenesena na Agencijo za varstvo konkurence (AVK). V javnosti so se namreč pojavljala opozorila, da bi obsežna pooblastila AKOS-u lahko povečala tveganje političnega vplivanja, zlasti ob dejstvu, da vlada neposredno imenuje tako direktorja kot člane

sveta te agencije (Mlakar 2025). Na šibke institucionalne kapacitete AKOS-a in pomanjkanje varovalk pred političnimi pritiski je opozorilo tudi poročilo Evropske komisije o vladavini prava za leto 2024 (Evropska komisija 2024). Za odpravo teh vrzeli bi bilo treba zakon, ki ureja delovanje agencije, dopolniti tako, da bi zagotovil bolj neodvisen postopek imenovanja direktorja in članov sveta, obenem pa posodobiti tudi model upravljanja. Agencijo namreč vodi individualni odločevalec – direktor, kar je netipično za regulatorje tega profila v EU, zlasti za konvergentne organe z zelo raznolikimi področji pristojnosti.

Vendar pa dodelitev pooblastil AVK ne odpravlja temeljnih težav: tudi to agencijo kadrovsko oblikuje vlada, saj imenuje članе sveta in ima odločilen vpliv pri imenovanju direktorja. Hkrati AVK ni usposobljen za presojo učinkov na medijski pluralizem. To je še posebej problematično v okoliščinah, kjer merila presoje niso jasno določena. Zakonske določbe, ki skušajo urejati medijske koncentracije, ostajajo ohlapne in odprte za različne interpretacije, takšen pa je bil tudi osnutek metodologije, priložen zakonodajnemu gradivu (in torej ne predmet parlamentarnega odločanja): splošen in nemerljiv (Kerševan 2025b). Zaradi odsotnosti oprijemljivejših kazalnikov obstaja tveganje neenotnega in pravno spornega izvajanja testa pluralnosti, kakor ga zahteva EMFA. Možnost učinkovite regulacije dodatno otežujejo pomanjkljivi podatki in odsotnost sistematičnega spremljanja medijskega trga. Mednarodne raziskave Slovenijo pogosto izpuščajo, nacionalne presoje medijske pluralnosti pa so redke in metodološko nedosledne (prav tam). Poleg tega regulacija prihaja prepozno, saj je slovenski medijski trg že močno konsolidiran, koncentracija lastništva pa visoka (Bleyer-Simon et al. 2024).

Predlagana določila o medijski koncentraciji je kritizirala tudi Zakonodajno-pravna služba (ZPS) državnega zbora – ne samo prvotno različico iz prvega branja, temveč tudi tisto, po kateri bi bil za presojo zadolžen AVK, saj naj bi bila takšna rešitev sporna z vidika evropske zakonodaje in učinkovitosti postopka (STA 2025). V svojem mnenju k predlogu novega ZMed-1 (Zakonodajno pravna služba 2025) je ZPS izpostavila številne vrzeli in napovedala težave pri poskusu regulacije novih akterjev na področju ustvarjanja medijskim podobnih vsebin. Predlog zakona namreč prinaša določbe, ki naj bi se nanašale na vplivneže in druge digitalne ustvarjalce, a je tako terminološko nejasen ter

pomensko odprto, da to povzroča pravno negotovost in omogoča arbitrarne odločitve pri njegovi uporabi. Po mnenju ZPS razširjena definicija medijev in medijskih storitev povezuje uredniško odgovornost z različnimi oblikami javnega komuniciranja, kar odpira vprašanja o svobodi izražanja in sorazmernosti regulacije. Vzpostavitev registra medijev in zahteva po skladnosti z zakonom za različne oblike komunikacije bi po ZPS lahko pomenila tudi omejevanje svobodne gospodarske pobude ter tveganje za pretiran nadzor in administrativna bremena (prav tam).

Problematičnost definiranja medijskih akterjev, ki so predmet regulacije, ni značilna samo za Slovenijo. Zgornji primeri ponašajo značilne težave, ki spremljajo oblikovanje nacionalnih medijskih regulacij v skladu z novim digitalno-medijskim okvirom. Ena od osrednjih dilem zadeva urejanje nezakonitih in škodljivih vsebin, kjer nedorečenost pravnih opredelitev povečuje tveganje za pretirano blokiranje in samocenzuro. Nejasne ločnice med nelegalno in zgolj škodljivo vsebino, pomanjkanje neodvisnega nadzora nad odstranjevanjem vsebin ter široko zasnovane definicije dezinformacij sprožajo pomisleke o skladnosti z mednarodnimi standardi svobode izražanja. Dodatne negotovosti izhajajo iz pogosto nenatančnih kategorizacij novinarjev, blogerjev, vplivnežev in drugih ustvarjalcev vsebin, kar otežuje jasno razmejitve med poklicnim in ljubiteljskim delovanjem ter s tem tvega bodisi pretirano regulacijo posameznikov bodisi pomanjkljivo odgovornost profesionalnih akterjev. Tudi predlogi določb o medijskem pluralizmu in koncentraciji trga so pogosto nedefinirani – brez jasnih pragov, ocenjevalnih meril ali institucionalne neodvisnosti presoje. Pričakovane smernice Evropske komisije, napovedane za jesen 2025, bi lahko zagotovile bolj enotno razumevanje in izvajanje testa pluralnosti.

PODPORA NOVINARSTVU

Če se bo EU odzvala na pozive digitalne industrije, ki opozarja na pomen evropske konkurenčnosti in tehnološke suverenosti, bi morala z enako resnostjo obravnavati tudi usodo hirajočega novinarstva.

V ZDA, kjer so dolgo vzdrževali mit o samoreguliranem, učinkovitem medijskem trgu in domnevni trdnosti »najstarejše

demokracije«, s Trumpovo administracijo prihaja do neposrednih posegov v medijske, znanstvenoraziskovalne, izobraževalne in kulturne institucije. Priča smo množičnim odpuščanjem novinarjev, zapiranju lokalnih redakcij, krčenju javnih storitev in celo ukinjanju programov v nacionalnih medijih, kot je Voice of America. Nekoč vplivni mediji izginjajo ali postajajo prazne blagovne znamke brez redakcij. To ne pomeni le razgradnje institucij javne sfere, temveč tudi epistemski udar (Zuboff 2021), ki ogroža infrastrukturo, prek katere družbe oblikujejo skupno razumevanje resničnosti. Tudi zato, in ne zgolj zaradi dogajanja v aktualnem Trumpovem mandatu, so ZDA vse pogostejše omenjene v poročilih o nazadovanju medijske svobode. Po podatkih organizacije Reporters Without Borders (RSF) so leta 2023 na svetovnem indeksu medijske svobode zasedle komaj 45. mesto, za državami, kot sta Namibija in Južna Afrika (RSF 2023). Leta 2024 pa so zdrsnile še dodatnih deset mest, na 55. mesto od skupno 180 držav (RSF 2024).

EU se lahko izogne ameriškemu scenariju. Poročilo Centra za medijski pluralizem in svobodo medijev, pripravljeno za Evropski parlament (Brogi et al. 2023), poudarja, da je stabilno, ustrezno in politično neodvisno financiranje ključno za pluralizem in demokratično vlogo medijev. Pri tem izpostavlja potrebo po zaščiti javnih medijev pred političnimi posegi ter po jasnih, preglednih in pravičnih kriterijih za dodeljevanje sredstev zasebnim medijem, zlasti lokalnim in neodvisnim, ki so pogosto najbolj ranljivi. V ospredje postavlja tudi vlogo neodvisnih regulatorjev in medijskih svetov pri nadzoru nad porabo sredstev. V širšem mednarodnem okviru Pickard (2020) opozarja, da je novinarstvo v današnjih razmerah treba obravnavati kot javno dobro. V svoji analizi razkriva strukturne vzroke novinarske krize (od tržnih zablod in politične neodzivnosti do platformne monopolizacije) ter poziva k vzpostavitvi javno financiranega in demokratično upravljanega medijskega sistema, ki bi lahko nadomestil nedelujoč komercialni model.

V zadnjih letih je EU sicer naredila pomemben premik z vzpostavitvijo prvega mehanizma za neposredno financiranje novinarskih projektov na evropski ravni s poudarkom na sodelovalnem preiskovalnem novinarstvu (Evropska komisija b. d.-a). Ta korak, ki bi ga pred desetletjem še težko pričakovali, pomeni prelom z načelom nevmešavanja v medijsko financiranje. A danes to ni več dovolj. Evropsko novinarstvo se že dlje časa sooča

z upadanjem prihodkov, odpuščanji, prekarizacijo delovnih razmer, političnimi pritiski ter disrupcijami digitalnih trgov. V tem kontekstu je nujno oblikovati strukturirano, dolgoročno in politično neodvisno podporo, podobno, kot je bila že vzpostavljena za filmsko industrijo.

Če je EU v prizadevanju za ohranitev evropske filmske produkcije razvila razvejan in izdaten sistem javnega sofinanciranja, s katerim podpira ustvarjalnost in kulturno raznolikost, potem mora zdaj enako storiti tudi za evropsko novinarstvo. Za filmsko in avdiovizualno industrijo je v okviru programa Ustvarjalna Evropa za obdobje 2021–2027 namenjenih 2,44 milijarde evrov, večina sredstev pa je usmerjena v podprogram MEDIA, ki podpira produkcijo, distribucijo in inovacije v evropskem filmu (Evropska komisija b. d.-b). Tudi prometni sektor prek programa Connecting Europe Facility (CEF) prejme približno 25,8 milijarde evrov, namenjenih razvoju prometnih omrežij, infrastrukture in trajnostne mobilnosti (MMPI b. d.). Sredstva za skupno kmetijsko politiko pa znašajo kar 386,6 milijarde evrov, od tega je 291 milijard namenjenih za neposredna plačila in tržno podporo, 95 milijard pa za razvoj podeželja (Evropska komisija b. d.-c).

V tem kontekstu se zdi trenutna podpora evropskemu novinarstvu skoraj simbolična: za celotno sedemletno obdobje 2021–2027 je predvidenih zgolj 75 milijonov evrov nepovratnih sredstev, dodatnih 16 milijonov pa v obliki posojil in kapitalskih naložb (Evropska komisija b. d.-a). Ti milijoni so blede v primerjavi z milijardami, namenjenimi drugim strateškim sektorjem. Ker ima kakovostno informiranje primerljiv pomen kot varna hrana, mobilnost ali kulturna raznolikost in ker je jasno, da sedanji obseg javne podpore ne zadostuje niti za ohranjanje, kaj šele za razvoj odpornega, neodvisnega in pluralnega medijskega okolja, mora EU čim prej ukrepati, ne pa pasivno opazovati nadaljnjega razpadanja ene svojih ključnih demokratičnih institucij.

SKLEP

Kljub velikopoteznim regulativnim načrtom, ki jih je EU začrtala v minulem zakonodajnem obdobju, je razkorak med normativnimi cilji in dejanskimi zmožnostmi njihove uresničitve občuten.

Digitalni komunikacijski prostor je bojišče, kjer se prepletajo interesi zasebnih korporacij (platform), nacionalne politike, transnacionalni okviri in geopolitične dinamike. Čeprav je EU v svojem digitalno-medijskem svežnju postavila ambiciozne standarde za zaščito demokracije, pluralizma in uredniške neodvisnosti, njihovo izvajanje v praksi pogosto naleti na odpor ali pasivnost. Odvisno je od pripravljenosti platform za sodelovanje, razdrobljenih nacionalnih pristopov in politične volje držav članic. V tem kontekstu se razkrivajo temeljna razmerja moči. Ameriške platforme niso več zgolj poslovni akterji, temveč strateška orodja vpliva, ki jih lahko njihova matična država uporabi v okviru zunanje politike. EU zato vse težje uveljavlja regulacijo, ki temelji na domnevi njihove družbene odgovornosti, hkrati pa nima na voljo lastne digitalne infrastrukture, s katero bi lahko okrepila tehnološko suverenost.

To razgalja paradoks evropskega pristopa: medtem ko si EU z digitalnim okvirom prizadeva za zaščito temeljnih pravic in demokratične razprave v čezmejnem digitalnem prostoru, sama ostaja tehnološko odvisna in notranje neusklajena. Harmonizirana implementacija politik je otežena že znotraj Unije, saj države članice pogosto uporabljajo zastarele definicije medijev, nedorečena merila in pomanjkljive mehanizme za ugotavljanje stanja – ob tem pa gojijo različne poglede na temeljna vprašanja. V razmerah, kjer algoritmi in podatkovni tokovi odločajo o tem, kaj je vidno, verodostojno in relevantno, takšna regulacija ne zmore preseči evropske epistemske ranljivosti.

EU ima zgodovinsko priložnost – in odgovornost – da uveljavi drugačen model: ne zgolj tak, ki omejuje škodo, temveč tudi tak, ki aktivno krepi javne dobrine. Neodvisno, profesionalno in pluralno novinarstvo ni le ena izmed gospodarskih dejavnosti – je del demokratične infrastrukture. Če EU strateško pomembnost priznava prometu in filmu, bi morala na enak način obravnavati tudi informacijsko suverenost in institucionalne razmere za kakovostno novinarstvo.

To pa zahteva veliko več od projektov in razpisov. Terja sistemске spremembe: dolgoročno in politično neodvisno financiranje, krepitev javnih digitalnih prostorov, vzpostavitev evropskih platform ter zmanjšanje tržne odvisnosti medijev od algoritmov zasebnih podjetij. Če bo EU pri tem uspešna, ne bo le regulatorka, temveč soustvarjalka pogojev za demokratično komuniciranje: za razmislek, razpravo in sporazumevanje v skupnem prostoru. V

nasprotnem primeru bo ostala le opazovalka igre, katere pravila že dolgo ne določajo demokratično izvoljeni organi, še manj evropski akterji. Ker gre pri regulaciji medijev in digitalnih storitev za vprašanje, kdo in kako določa okvir, znotraj katerega si sploh lahko zamišljamo skupni svet, postaja teža necelovitih pristopov, v katerih odločanje prepuščamo drugim, vse bolj neznosna.

O avtorici

Dr. Tanja Kerševan, po izobrazbi novinarka in komunikologinja, je bila večji del poklicne poti zaposlena v regulativnih organih, od leta 2019 pa je znanstvena sodelavka v Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja in docentka na Katedri za novinarstvo Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani. Od leta 2024 kot gostujoča raziskovalka sodeluje tudi v Centru Roberta Schumana za napredne študije pri Evropskem univerzitetnem inštitutu v Firencah. Na FDV je skrbnica magistrskega programa Novinarstvo, koordinatorica obvezne prakse študentov novinarstva na obeh stopnjah ter soizvajalka pri predmetu Medijske politike in regulacija.

Financiranje

Študija je nastala v okviru projekta *Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo* (V5-2297) ter raziskovalnega programa *Množični mediji, javna sfera in družbene spremembe* (P5-0051). Oba je financirala Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije.

LITERATURA

- Adler, Emanuel, in Alena Drieschova., 2021. »The Epistemological Challenge of Truth Subversion to the Liberal International Order«. *International Organization* 75 (2): 359-386. <https://doi.org/10.1017/S0020818320000533>.
- Aie Cyberseguridad et al. za Von der Leyen in Virkkunen. 2025. »Open Letter: European Industry Calls for Strong Commitment to Sovereign Digital Infrastructure«. 14. marec 2025. <https://www.digitalsme.eu/>

- digital/uploads/Open-Letter-European-Industry-Calls-for-Strong-Commitment-to-Sovereign-Digital-Infrastructure.pdf.
- Ballinger, Dean. 2011. »Conspiratoria: the Internet and the Logic of Conspiracy Theory«. Doktorska disertacija, The University of Waikato, the department of Screen and Media Studies.
- Bleyer-Simon, Konrad, Elda Brogi, Roberta Carlini, Danielle Da Costa Leite Borges, Jan Kermer, Iva Nenadic, Marie Palmer, Pier Luigi Parcu, Urbano Reviglio, Matteo Trevisan, Sofia Verza, in Maria Žuffová. 2024. *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023*. b. k.: Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). <https://hdl.handle.net/1814/77028>.
- Bradford, Anu. 2020. *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World*. New York: Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190088583.001.0001>.
- Brogi, Elda, Danielle Borges, Roberta Carlini, Iva Nenadic, Konrad Bleyer-Simon, Jan Kermer, Urbano Reviglio, Matteo Trevisan, in Sofia Verza. 2023. *The European Media Freedom Act: media freedom, freedom of expression and pluralism*. European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747930/IPOI_STU\(2023\)747930_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747930/IPOI_STU(2023)747930_EN.pdf).
- CCDH. 2024. *Rated not helpful: How X's Community Notes system falls short on misleading election claims*. Center for Countering Digital Hate. <https://counterhate.com/wp-content/uploads/2024/10/CCDH.CommunityNotes.FINAL-30.10.pdf>.
- Dahlgren, Peter. 2009. *Media and Political Engagement*. New York: Cambridge University Press.
- Dahlgren, Peter. 2018. »Media, Knowledge, Trust: the Deepening Epistemic Crisis of Democracy.« *Javnost – The Public* 25 (1-2): 20–27. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>.
- Datta, Anupriya. 2025a. »Trump threatens to launch tariff attack on EU tech regulation«. *Euractiv*, 22. februar 2025. <https://www.euractiv.com/section/tech/news/trump-threatens-to-launch-tariff-attack-on-eu-tech-regulation/>.
- Datta, Anupriya. 2025b. »Virkkunen: all digital rules to be reviewed in simplification push«. *Euractiv*, 27. marec 2025. https://www.euractiv.com/section/tech/news/virkkunen-all-digital-rules-to-be-reviewed-in-simplification-push/?utm_source=twitter&utm_medium=dlvr.it.
- EAO (2023). *Top Players in the European Audiovisual Industry – Ownership and Concentration Report*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory

- ERGA. 2020. *ERGA Report on Disinformation: Assessment of the Implementation of the Code of Practice*. European Regulators Group for Audiovisual Media Services. <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>
- EUR-Lex. 2000. »Direktiva 2000/31/ES«. EUR-Lex, 17. julij 2000. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=celex:32000L0031>.
- EUR-Lex. 2018. »Direktiva (EU) 2018/1808«. EUR-Lex, 28. november 2018. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj/eng>.
- EUR-Lex. 2022a. Uredba (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah, DSA). EUR-Lex, 27. oktober 2022. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>.
- EUR-Lex. 2022b. »Uredba (EU) 2022/1925 Evropskega parlamenta in z dne 14. septembra 2022 o tekmovalnih in pravičnih trgih v digitalnem sektorju in spremembi direktiv (EU) 2019/1937 in (EU) 2020/1828 (Akt o digitalnih trgih, DMA)«. EUR-Lex, 12. oktober 2022. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?toc=OJ%3A2022%3A265%3ATOC&uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.265.01.0001.01.ENG.
- EUR-Lex. 2024a. »Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in spremembi Direktive 2010/13/EU (Evropski akt o svobodi medijev, EMFA)«. EUR-Lex, 17. april 2024. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj>.
- EUR-Lex. 2024b. »Direktiva (EU) 2024/1069«. EUR-Lex, 16. april 2024. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/1069/oj/eng>.
- EUR-Lex. 2024c. »Uredba (EU) 2024/900 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. marca 2024 o preglednosti in ciljanju v političnem oglaševanju (TTPA)«. EUR-Lex, 20. marec 2024. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj/eng>.
- EUR-Lex. 2024d. »Uredba (EU) 2024/1689 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junija 2024 o določitvi harmoniziranih pravil o umetni inteligenci in spremembi uredb (ES) št. 300/2008, (EU) št. 167/2013, (EU) št. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 in (EU) 2019/2144 ter direktiv 2014/90/EU, (EU) 2016/797 in (EU) 2020/1828 (Akt o umetni inteligenci, AIA)«. EUR-Lex, 12. julij 2024. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>.
- Evropska komisija. b. d.-a. »EU funding opportunities for the news media sector«. Zadnjič posodobljeno 23. maja 2025. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/funding-news-media-sector>.
- Evropska komisija. b. d.-b. »Creative Europe Programme 2021–2027: Culture and Creativity«. Zadnjič posodobljeno 3. maja 2023. <https://>

- culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme.
- Evropska komisija. b. d.-c. »Common Agricultural Policy funds«. https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/financing-cap/cap-funds_en.
- Evropska komisija. 2005. *Issues Paper for the Liverpool Audiovisual Conference: Media Pluralism — What should be the European Union's role?* European Commission: Information Society and Media Directorate-General. http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/modernisation/issue_papers/ispa_mediaplur_en.pdf
- Evropska komisija. 2024. »The future of European competitiveness: Report by Mario Draghi.« Objavljeno 9. septembra 2025. https://commission.europa.eu/topics/eu-competitiveness/draghi-report_en#paragraph_47059.
- Evropska komisija. 2025. »EU launches InvestAI initiative to mobilise €200 billion of investment in artificial intelligence.« Objavljeno 11. februarja 2025. [https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/eu-launches-investai-initiative-mobilise-eu200-billion-investment-artificial-intelligence#:~:text=At%20the%20Artificial%20Intelligence%20\(AI,%2020billion%20for%20AI%20gigafactories](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/eu-launches-investai-initiative-mobilise-eu200-billion-investment-artificial-intelligence#:~:text=At%20the%20Artificial%20Intelligence%20(AI,%2020billion%20for%20AI%20gigafactories).
- FCC. b. d. »Telecommunications Act of 1996.« Nazadnje posodobljeno 20. junija 2013. <https://www.fcc.gov/general/telecommunications-act-1996>.
- Flew, Terry, Fiona Martin, in Nicholas Suzor. 2019. »Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance«. *Journal of Digital Media and Policy* 10 (1): 33–50.
- Fraser, Nancy. 1992. »Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy«. V: *Habermas and the public sphere*, C. Calhoun (ured.), 109–142. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 1993. »Further Reflections on the Public Sphere«. V: *Habermas and the Public Sphere*, C. Calhoun (ured.), 421–461. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 1996. *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 2023. *A new structural transformation of the public sphere and deliberative politics*. Prevedel C. Cronin. Cambridge: Polity Press.

- Haeck, Pieter. 2025. »US presses Brussels for answers over EU social media law«. *Politico*, 31. januar 2025. <https://www.politico.eu/article/jim-jordan-presses-european-commission-for-answers-over-eu-social-media-law-henna-virkkunen-digital-services-act/>.
- Helberger, Natali. 2020. »The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power«. *Digital Journalism* 8 (6): 842–854.
- Helberger, Natali, Jo Pierson, in Thomas Poell. 2017. »Governing on-line platforms: From contested to cooperative responsibility«. *The Information Society* 34 (1): 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>.
- Hernández-Morales, Aitor in Sarah Wheaton. 2025. »Tech billionaires want to 'overthrow democracy' with social media, Spain PM Sánchez says«. *Politico*, 22. januar 2025. <http://politico.eu/article/spain-pedro-sanchez-big-tech-billionaires-democracy-social-media/>.
- Jahangir, Ramsha. 2025. »Tracking Recent Statements on the Enforcement of EU Tech Laws«. *Tech Policy Press*, 13. marec 2025, <https://www.techpolicy.press/tracking-recent-statements-on-the-enforcement-of-eu-tech-laws/#US-Leaders>.
- Jordan, Jim. Jordan Jim za Henna Virkkunen. 2025. »Pismo Odbora za pravosodje Kongresa Združenih držav Amerike, podpisano s strani predsednika odbora Jima Jordana, izvršni podpredsednici Evropske komisije Henni Virkkunen za tehnično suverenost, varnost in demokracijo«. https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2025/01/31/document-2025_1_42.pdf.
- K., G. 2025. »Medijski zakon novinarjem ne zagotavlja skoraj ničesar, zagotavlja predvsem denar lastnikom«. MMC RTV SLO, 26. marec 2025. https://www.rtvsl.si/slovenija/medijski-zakon-novinarjem-ne-zagotavlja-skoraj-nicesar-zagotavlja-predvsem-denar-lastnikom/740732?fbclid=IwY2xjawJTYKlleHRuA-2FlbQIxMAABHd5QXiU7G2qzNj8uCxdNy_pnHYo5pZx-2P_LEwmQyojOyNuEPmWrVeUaqA_aem_pe090lHeZkVrPMF-kh1Izxw.
- Kerševan, Tanja. 2024. »Dalla retorica alla regolamentazione: EMFA e la concentrazione dei media nell'era digitale«. *Rivista Italiana di Informatica e Diritto* 6 (2): 173–186. <https://doi.org/10.32091/RIID0192>.
- Kerševan, Tanja. 2025a. »New European Media Law: Enforcement, Compliance, and Democratic Legitimacy«. V: *Cambridge Handbook on European Media Law and Policy*, M. Senftleben, T. McGonagle in K. Irion (ured.). Cambridge University Press (izide 2025).
- Kerševan, Tanja. 2025b. »Europe's Fight for Media Pluralism: EMFA, National Policies, and a Shifting Geopolitical

- Landscape«. CMPF EUI, 13. marec 2025, <https://cmpf.eui.eu/emfa-and-shifting-geopolitical-landscape/>.
- Kleis Nielsen, Rasmus, in Sarah Anne Ganter. 2017. »Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms«. *New Media and Society* 20 (4): 1600–1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>.
- Kollewe, Julia. 2025. »Google owner drops promise not to use AI for weapons«. *The Guardian*, 5. februar 2025. <https://www.theguardian.com/technology/2025/feb/05/google-owner-drops-promise-not-to-use-ai-for-weapons>.
- Lecheler, Sophie, in Sanne Kruikemeier. 2016. »Re-evaluating journalistic routines in a digital age: a review of research on the use of online sources«. *New Media & Society* 18 (1): 156–171. <https://doi.org/10.1177/1461444815600412>.
- McQuail, Denis 2003. »Commercialization and beyond«. V: *Media policy: Convergence, concentration and commerce*, Denis McQuail in Karen Siune (ured.), 108–128. London: SAGE.
- McQuail, Denis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory*. 5. izdaja. London: SAGE.
- Mlakar, Luka. 2025. »Zakaj se je sprejemanje novega medijskega zakona zavleklo?«. *N1*, 19. marec 2025. <https://n1info.si/novice/slovenija/zakaj-se-je-sprejemanje-novega-medijskega-zakona-zavleklo/>.
- MMPI. b. d. *Connecting Europe Facility (CEF) – Transport Sector*. Promet – EU fondovi. <https://promet-eufondovi.hr/instrument-za-povezivanje-europe-cef/>.
- Mosco, Vincent. 2004. *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge: MIT Press.
- Munhoz, Diego Areas. 2025. »Carr takes the FCC by storm.« *Punchbowl News*, 26. marec 2025. <https://punchbowl.news/article/tech/brenden-carr-federal-communications-commission/>.
- Napoli, Philip, in Robyn Caplan. 2017. »Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters«. *First Monday* 22 (5).
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, in Rasmus Kleis Nielsen. 2021. *Reuters Institute Digital News Report 2021*. 10. izdaja. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ong, Burton, in Ding Jun Toh. 2023. »Digital Dominance and Social Media Platforms: Are Competition Authorities Up to the Task?«. *IIC – International Review of Intellectual Property and Competition Law* 54: 527–572. <https://doi.org/10.1007/s40319-023-01302-1>.

- Parry, Jacob, in Francesca Micheletti. 2025. »EU tech chiefs say they don't target US tech«. *Politico*, 7. 3. 2025. <https://www.politico.eu/article/eu-tech-chiefs-say-they-dont-target-us-tech/>.
- Pauwels, Caroline, in Karen Donders. 2013. »Opening Up Europe to Private Television — Harmonisation and Liberalisation for the Benefit of All?«. V: *Private television in Western Europe: Content, Markets, Policies*, Karen Donders, Caroline Pauwels in Jan Loisen (ured.), 20–36. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Peters, Bernhard, Stefanie Sift, Andreas Wimmel, Michael Brüggemann, in Katharina Kleinen-von Königslöw. 2025. »National and transnational public spheres: the case of the EU«. V: *Transformations of the State?*, S. Leibfried in M. Zürn (ured.), 139–160. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pickard, Victor. 2020. *Democracy without Journalism? Confronting the Misinformation Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Pollet, Mathieu. 2025a. »Fact-checkers under fire as Big Tech pulls back«. *Politico*, 25. januar 2025. <https://www.politico.eu/article/fact-checkers-under-fire-meta-big-tech-censorship-mark-zuckerberg-donald-trump/>.
- Pollet, Mathieu. 2025b. »US official slams EU's social media 'censorship'«. *Politico*, 3. marec 2025. <https://www.politico.eu/article/us-official-slams-eus-social-media-censorship/>.
- Roberts, G. in M. Doran. 2024. »Meta won't renew commercial deals with Australian news media«. *ABC*, 1. marec 2024. <https://www.abc.net.au/news/2024-03-01/meta-won-t-renew-deal-with-australian-news-media/103533874>.
- RSF. 2023. »World Press Freedom Index 2023«. Paris: Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index?year=2023>.
- RSF. 2024. »World Press Freedom Index 2024«. Paris: Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index?year=2024>.
- Schiffman, A., ur. 2021. *Media Capture: How Money, Digital Platforms, and Governments Control the News*. New York: Columbia University Press.
- Schramm, Wilbur. 1964. *Mass Media and National Development*. Stanford: Stanford University Press.
- Sege, Elizabeth, Hannah Perry, in Jamie Hancock. 2025. »Epistemic Security 2029: Fortifying the UK's Information Supply Chain to Tackle the Democratic Emergency«. Objavljeno 20. februarja 2025. <https://demos.co.uk/research/epistemic-security-2029-fortifying-the-uks-information-supply-chain-to-tackle-the-democratic-emergency/>.

- SES. 1974. 30. april 1974, Giuseppe Sacchi, Aff. n°155/73. *Revue générale du droit*. <https://www.revuegeneraledudroit.eu/blog/decisions/cjce-30-avril-1974-giuseppe-sacchi-aff-n155-73/>.
- Shakil, I. in D. Ljunggren. 2023. »Meta to continue blocking Canadian news despite new C-18«. *Global News*, 1. september 2023. <https://globalnews.ca/news/9934703/facebook-meta-news-blocking-canada-regulations/>.
- Shalal, Andrea, in Joey Roulette. 2025. »Exclusive: US could cut Ukraine's access to Starlink internet services over minerals, say sources«. *Reuters*, 22. februar 2025. <https://www.reuters.com/business/us-could-cut-ukraines-access-starlink-internet-services-over-minerals-say-2025-02-22/>.
- Siebert, Fred, Theodore Peterson, in Wilbur Schramm. 1956. *Four Theories of the Press*. Urbana: University Illinois Press.
- STA. 2025. »Po koalicijskih dopolnilih bi bila za oceno medijske koncentracije pristojna AVK«. *STA*, 8. april 2025. <https://www.sta.si/3414013/po-koalicijskih-dopolnilih-bi-bila-za-oceno-medijske-koncentracije-pristojna-avk>.
- Summerfield, Christopher, Lisa Argyle, Michiel Bakker, Teddy Collins, Esin Durmus, Tyna Eloundou, Iason Gabriel, Deep Ganguli, Kobi Hackenburg, Gillian Hadfield, Luke Hewitt, Saffron Huang, Helene Landemore, Nahema Marchal, Aviv Ovadya, Ariel Procaccia, Mathias Risse, Bruce Schneier, Elizabeth Seger, Divya Siddarth, Henrik Skaug Sætra, MH Tessler, in Matthew Botvinick. 2024. »How will advanced AI systems impact democracy?«. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2409.06729>.
- Š., T. L. 2025. »Odbor DZ-ja umaknil predlog zakona o medijih z dnevnege reda seje«. *MMC RTV SLO*, 13. marec 2025. <https://www.rtv slo.si/slovenija/odbor-dz-ja-umaknil-predlog-zakona-o-medijih-z-dnevnege-reda-seje/739341>.
- van Drunen, Max Z. 2020. »The post-editorial control era: how EU media law matches platforms' organisational control with cooperative responsibility«. *Journal of Media Law* 12 (2): 166–190.
- Vlada RS. 2025. »Predlog Zakona o medijih«. Vlada Republike Slovenije, 14. maj 2025. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- V., M. 2025. "Medijski zakon na pavzi: poslanci so ga soglasno umaknili." *N1*, 19. maj 2025. <https://n1info.si/novice/slovenija/medijski-zakon-na-pavzi-poslanci-so-ga-soglasno-umaknili/>.
- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ZAvMS. 2021. *Uradni list RS*, št. 87/11, 84/15 in 204/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO6225>.

- Zakonodajno-pravna služba. 2025. *Mnenje o Predlogu zakona o medijih (ZMed-1), druga obravnava, EPA 1884-IX*. Ljubljana: Republika Slovenija, Državni zbor, Zakonodajno-pravna služba. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran?uid=A697853F3B-257609C1258C3E003DA157&db=pre_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Zuboff, Shoshana. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.
- Zuboff, Shoshana. 2021. »The coup we are not talking about«. *The New York Times*, 29. januar 2021. <https://www.nytimes.com/2021/01/29/opinion/sunday/facebook-surveillance-society-technology.html>.

Rok Čeferin

Neža Kogovšek Šalamon

MEJE SVOBODE IZRAŽANJA IN MEDIJI: SANKCIONIRANJE SOVRAŽNEGA GOVORA V EVROPI IN SLOVENIJI

Svoboda izražanja velja v evropskem pravnem prostoru za eno najpomembnejših človekovih pravic in je temeljni pogoj za delovanje demokratične družbe.¹ Brez svobodne izmenjave idej in informacij je onemogočen intelektualni, osebnostni ter emocionalni razvoj posameznika, hkrati pa tudi družbe kot celote. Brez poznavanja dejstev, ki so v javnem interesu, je onemogočen nadzor nad ravnanjem nosilcev oblasti, ogrožena je politična svoboda in številne človekove pravice, ki so brez svobode izražanja povsem izvotljene.² Mediji imajo zaradi narave svojega delovanja na področju zagotavljanja te pravice zelo pomembno vlogo.

Vendar pa svoboda izražanja ni absolutna pravica, saj je omejena s pravicami drugih ljudi in z javnim interesom. Državne oblasti so zato v primerih zlorabe svobode izražanja, med katere

1 Ustavno sodišče je pri opredelitvi pomena svobode izražanja večkrat citiralo nekdanjega ameriškega vrhovnega sodnika Benamina Nathana Cardoza, ki je zapisal, da je svoboda izražanja temelj domala vsake druge oblike svobode in nepogrešljiv pogoj zanje (USRS 2001).

2 Med človekove pravice, ki jih ni mogoče uresničiti brez svobodne izmenjave idej in informacij, spada npr. pravica do svobodnih volitev (USRS 2011).

spada tudi sovražni govor, navedeno človekovo pravico dolžne omejiti, da zavarujejo konkurirajočo pravico, ki je z zlorabo svobode izražanja prizadeta. V primeru sovražnega govora to pomeni, da so ga dolžne preprečevati oziroma pod pogoji, določenimi z zakonom, tudi sankcionirati.

Izraz sovražni govor izvira iz anglosaškega pravnega okolja, in sicer iz teorij, ki obravnavajo svobodo izražanja, kot je določena v prvem amandmaju k ustavi ZDA (Kovačič 2001, 178). Razlogi za kriminalizacijo sovražnega govora so mnogoteri: gre za besede, ki so uporabljene kot orodje za nadlegovanje in poniževanje; ogrožajo ne le posameznikovo psihološko in čustveno sfero, ampak tudi njegovo osebno svobodo, dostojanstvo ter osebnost, pri čemer so uporabljene za namen nadaljevanja zatiranja in podrejanja skupin, ki so bile že v zgodovini bolj izpostavljene diskriminaciji (Sardo 2022). Sovražni govor ne prizadene le posameznikov in posameznic, ampak pripomore tudi k širšim škodljivim družbenim pojavom, kot so rasizem, seksizem ali homofobija (Kogovšek Šalamon 2017). Sovražni govor je torej razumljen kot instrument, ki ohranja neenakost (Cowan et al. 2002, 248).

Avtorji, ki zaradi svobode govora, ki jo štejejo za absolutno pravico, niso naklonjeni pregonu sovražnega govora, ne zanikajo škode, ki jo sovražni govor povzroča, menijo pa, da kriminalizacija sovražnega govora ni ustrezen odgovor, temveč kot orodje za zaščito manjšin vidijo prav neomejeno svobodo govora (Strossen 2018). Menijo, da se lahko omejevanje svobode govora vrne kot bumerang in okrepi zatiranje govora manjšin, kar pa bi držalo samo, če bi pravila, ki prepovedujejo sovražni govor proti šibkejšim družbenim skupinam, razlagali na napačen način (Kogovšek Šalamon 2017). Bistvo prepovedi sovražnega govora je prav v zaščiti manjšin pred napadi, ki jih nanje izvede dominantna skupina ali njen pripadnik.

Teoretsko obstajata dva pristopa k regulaciji (in pregonu) sovražnega govora. Prvi pristop temelji na ideji svobode izražanja kot absolutne pravice, ki jo je dovoljeno omejiti samo v tistih ozko določenih primerih, ko besede povzročijo jasno in neposredno nevarnost (*clear and present danger*) ali pa ko ima govorec namen spodbujati h kršenju zakona, ki je neposredno in verjetno (*imminent lawless action test*). Ti koncepti izvirajo iz sodne prakse ameriškega Vrhovnega sodišča, ki svobodo govora na podlagi

prvega amandmaja k ameriški ustavi šteje za skorajda absolutno pravico (Horwitz 2003, 26–48). Drugi pristop, ki je uveljavljen v različnih evropskih državah (Cohen 2014, 238), pa sovražni govor obravnava bolj strogo, in sicer z utemeljitvijo, da sovražni govor lahko poseže v druge ustavno zavarovane interese in v pravice drugih oseb ter da je svobodo izražanja iz tega razloga dopustno oziroma celo treba v večji meri omejevati.

Razlogi za tak odnos evropskih pravnikov do sovražnega govora so zgodovinske narave. Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin (Svet Evrope 1950; EKČP) ter zgodnja sodna praksa Evropskega sodišča za človekove pravice (ESČP) sta nastajali v času po padcu fašizma in nacizma ter v času Stalinovih grozodejstev v Sovjetski zvezi. Niti nacizem niti stalinizem, kot tudi ne kak drug tovrsten režim, ne bi mogla povzročiti toliko hudega, če ne bi za njima stal močan propagandni aparat, ki je množice mobiliziral proti Judom, Romom, političnim nasprotnikom ali drugim skupinam ljudi, ki so jih avtorski voditelji označili za sovražnike in s tem spodbujali njihov pregon. Pod vplivom teh tragičnih zgodovinskih izkušenj so evropski pravniki spoznali, da se institucije demokratične družbe niso sposobne same zaščititi pred sovražno propagando in da jim je treba pri tem pomagati tudi s sankcioniranjem, če je to potrebno (MacDonald, Matscher in Petzold 1993, 474).

MEDNARODNOPRAVNI OKVIR REGULACIJE SOVRAŽNEGA GOVORA

V mednarodnem pravnem prostoru je svoboda izražanja opredeljena že v 19. členu (formalno nezavezujoče) Splošne deklaracije človekovih pravic (OZN 1948), in sicer kot pravica, ki vključuje svobodo imeti mnenje brez vmešavanja ter svobodo iskati, sprejemati in širiti informacije in ideje na kakršenkoli način ter ne glede na meje. Ta določba še ne vsebuje okoliščin, v katerih bi bilo svobodo izražanja dopustno omejiti. Deklaracija vsebuje samo splošno klavzulo v 2. odstavku 29. člena, ki na splošno določa okoliščine, v katerih je katerokoli pravico iz deklaracije, vključno s svobodo izražanja, dopustno omejiti. Podobne določbe vsebuje pravno zavezujoči Mednarodni pakt o državljanskih in političnih pravicah

(MPDPP) v 18. in 19. členu (OZN 1966a).³ Poleg tega MPDPP v 20. členu državam nalaga, naj z zakonom prepovedo »vsako hujskanje k nacionalnemu, rasnemu ali verskemu sovraštvu, ki bi pomenilo spodbujanje k diskriminaciji, sovražnosti ali nasilju«. Še bolj konkretno je za regulacijo sovražnega govora na mednarodni ravni relevantna Mednarodna konvencija o odpravi vseh oblik rasne diskriminacije (OZN 1966b), ki v 4. členu izrecno zavezuje države pogodbenice k sprejemanju ukrepov za kaznovanje in preprečevanje spodbujanja ter širjenja rasnega sovraštva ali rasne diskriminacije. Na evropski ravni so bili zavezujoči dokumenti za preprečevanje sovražnega govora sprejeti tako v okviru Sveta Evrope kot Evropske unije. Podobne omejitve svobode izražanja kot MPDPP vsebuje EKČP (Svet Evrope 1950), upoštevati pa je treba tudi Dodatni protokol h Konvenciji o kibernetiki kriminaliteti (Svet Evrope 2003), ki države pogodbenice zavezuje k inkriminaciji rasističnih in ksenofobičnih dejanj, storjenih v računalniških sistemih. Pomemben pravni vir Evropske unije za regulacijo sovražnega govora je še Okvirni sklep Sveta EU 2008/913/PNZ z dne 28. 11. 2008 o boju proti nekaterim oblikam in izrazom rasizma ter ksenofobije s kazenskopravnimi sredstvi (Evropska unija 2008).

Na podlagi omenjenih določb mednarodnega prava, EKČP in Okvirnega Sklepa Sveta EU 2008/913/PNZ države sprejemajo svoja kazenskopravna pravila, s katerimi se v različnih obsegi soočajo s sovražnim govorom. Nacionalne ureditve se razlikujejo predvsem pri opredelitvi zanikanja zločinov proti človeštvu, npr. genocida. Večina evropskih držav opredeljuje zanikanje genocida kot kaznivo dejanje,⁴ nekatere evropske države kriminalizirajo le zanikanje holokavsta in nacističnih zločinov,⁵ Češka in Poljska pa kriminalizirata tudi zanikanje komunističnih zločinov (ESČP

3 Mednarodni pakt o državljanskih in političnih pravicah je večstranska mednarodna pogodba, ki države zavezuje k spoštovanju državljanskih in političnih pravic posameznikov. Sprejeta je bila z Resolucijo Generalne skupščine Združenih narodov 2200A (XXI) 16. decembra 1966 in je začela veljati 23. marca 1976 po petintrideseti ratifikaciji ali pristopu držav. Pakt velja za temeljni dokument v zgodovini mednarodnega prava in človekovih pravic ter je del Mednarodne listine človekovih pravic, ki jo tvorita še Mednarodni pakt o ekonomskih, socialnih in kulturnih pravicah ter Splošna deklaracija človekovih pravic.

4 Npr. Andora, Ciper, Madžarska, Latvija, Lihtenštajn, Litva, Luksemburg, Severna Makedonija, Malta, Slovaška, Slovenija, Madžarska in Švica (ESČP 2015a).

5 Npr. Avstrija, Belgija, Francija, Nemčija, Nizozemska in Romunija (ESČP 2015a).

2015a). Litva izrecno kriminalizira tudi zanikanje zločinov, ki sta jih Sovjetska zveza in nacistična Nemčija zagrešili nad Litovci (ESČP 2015a). Posebnosti vsebuje tudi španska ureditev. Španski kazenski zakonik je za kaznivo dejanje določal »zanikanje ali opravičevanje« genocida, vendar je špansko ustavno sodišče to določbo razglasilo za neustavno. Po mnenju španskega ustavnega sodišča bi opravičevanje genocida lahko prispevalo k spodbujanju k nasilju nad določeno družbeno skupino in je zato upravičeno kaznivo; zanikanje genocida pa samo po sebi ne prispeva k sovražnosti do žrtev genocida, zato po stališču sodišča zgolj navedba o obstoju ali neobstoju genocida spada v okvir varstva svobode izražanja (Salvador Coderch in Rubí Puig 2008, 16).

SODNA PRAKSA ESČP O SOVRAŽNEM GOVORU V MEDIJIH IN NA SPLETU

V svoji temeljni zadevi *Handyside proti Združenemu kraljestvu* je ESČP zapisalo, nato pa to še mnogokrat ponovilo v svojih poznejših sodbah, da je svoboda izražanja (1) eden od »temeljnih pogojev za razvoj družbe in vsakega posameznika« ter (2) eden od temeljev demokratične družbe, ki varuje tudi sporočila, ki »žalijo, pretresajo ali motijo državo ali katerikoli del družbe« (ESČP 1976, odst. 49).⁶ Vendar pa pregled prakse pokaže, da ESČP kljub svojemu začetnemu stališču ne kaže veliko strpnosti do sovražnega govora, če se posamezna država odloči, da ga bo sankcionirala (Sardo 2022). Nekateri avtorji ta pristop kritizirajo kot nekonsistentnega in preveč omejujočega za svobodo izražanja (Mchangama in Alkiviadou 2021) the European Court of Human Rights (ECHR).

Ko ESČP preizkuša, ali so državne oblasti v svobodo izražanja posegle čezmerno, običajno opravi tridelni test iz 2. odstavka 10. člena EKČP. ESČP (vedno v tem zaporedju) preizkusi, prvič, ali je bil poseg državnih oblasti v svobodo izražanja določen z zakonom, drugič, ali je bil namenjen zasledovanju legitimnega cilja, in

6 Čprav je bila sodba v zadevi *Handyside* izdana leta 1976, torej pred skoraj 50 leti, jo ESČP tudi v današnjem času citira skoraj v vsaki svoji sodbi, ki se nanaša na varstvo svobode izražanja. Glej npr. nedavno sodbo ESČP *Sanchez proti Franciji* (ESČP 2023).

tretjič, ali je bil nujen v demokratični družbi.⁷ Poseg je v demokratični družbi nujen, če je bil izvršen v okoliščinah, ki pomenijo nujno družbeno potrebo, če je bil sorazmeren ter če so bili razlogi za poseg zadostni in relevantni (Sardo 2022, 68). V primerih, ko avtor spornih izjav z njimi ogroža temeljne vrednote, na katerih je zgrajena EKČP, pa ESČP ne izvede opisanega preizkusa, temveč se opre na določbo 17. člena EKČP, ki prepoveduje zlorabo konvencijskih pravic (Keane 2007). V teh primerih ESČP šteje, da sporna izjava po 10. členu EKČP varstva ne uživa. Pri tem ESČP opozarja, da je dopustno 17. člen EKČP uporabiti le izjemoma in v skrajnih primerih, ko je očitno, da poskuša nosilec svobode izražanja svojo pravico uporabiti v nasprotju z njenim namenom ter s tem ogroziti najpomembnejše vrednote, na katerih temelji EKČP (ESČP 2015a, odst. 114). Med te vrednote spadajo vzdrževanje miru, učinkovita politična demokracija in svobodne volitve, strpnost, socialni mir ter nediskriminacija in spolna ter rasna enakopravnost (ESČP 2024). ESČP je za zlorabo svobode izražanja doslej štelo le sovražni govor,⁸ torej izjave oziroma sporočila, v katerih so njihovi avtorji spodbujali sovraštvo, nasilje, ksenofobijo oziroma rasno diskriminacijo, antisemitizem, islamofobijo, terorizem in vojna hudodelstva oziroma zanikanje hudodelstev proti človečnosti, obsojanje žrtev holokavsta in drugih hudodelstev proti človečnosti ter širjenje totalitarnih ideologij, nezdružljivih z demokratičnimi vrednotami.⁹ Izjav, ki ne spadajo pod sovražni govor, pa ESČP ne izvzema iz konvencijskega varstva, čeprav gre za provokativne, grobe in

7 Gre za klasični tridelni test, v katerem sodišča presojujejo legalnost (zakonitost), legitimnost in sorazmernost ukrepa države, da bi odločila, ali je bil ukrep skladen s konvencijo. Tri-delni test je miselni preizkus, sestavljen iz treh zaporednih korakov, ki se v sodni presoji uporabljajo za pravno utemeljevanje sodne odločitve. Ukrep mora izpolnjevati vse tri pogoje, da se šteje za skladnega s konvencijo.

8 Svet ministrov Sveta Evrope je sovražni govor opredelil v Priporočilu o sovražnem govoru R (97)20 (CoM 1997).

9 Kot je navedeno, ESČP 17. člena ne uporabi v vseh primerih sovražnega govora, ampak le v skrajnih primerih. V zadevi *Vejdeland in drugi proti Švedski* (ESČP 2012a), v kateri je šlo za vzburjanje sovraštva (ne pa tudi nasilja) do istospolno usmerjenih oseb, denimo ESČP spornih izjav ni štelo za zlorabo pravice. Nekatera merila za opredeljevanje, kdaj naj se pri omejevanju svobode izražanja 17. člen EKČP uporabi, je ESČP vzpostavilo v zadevi *Lilliendahl proti Islandiji* (ESČP 2020).

žaljive napade na človekove pravice drugih oseb.¹⁰ Opisana metodologija, po kateri se nekatera sporočila oziroma izjave izključijo iz konvencijskega varstva, sicer v pravni teoriji vzbuja pomisleke, saj ESČP v svoji sodni praksi ni vzpostavilo povsem jasnih meril, na podlagi katerih bi bilo mogoče povsem natančno predvideti, v katerih primerih se sporne izjave iz konvencijskega varstva izvzamejo (Alkiviadou 2024).

Na področju svobode izražanja, sovražnega govora, medijev in novinarstva je ESČP doslej izdalo na stotine sodb, v katerih je razlagalo vsebino 10. člena EKČP. Od tovrstnih primerov so za področje medijev in novinarstva gotovo najbolj aktualni tisti, ki se nanašajo na izzive razvoja informacijskih tehnologij, spletnih medijev¹¹ in platform za izmenjavo videov, ki niso pod uredniškim nadzorom. To področje je na mednarodni ravni pomanjkljivo regulirano, saj pravno normiranje tehnološkemu razvoju in inovacijam ne uspe slediti, za reševanje sporov pa je mogoče uporabiti le prej omenjena splošna pravila, ki veljajo za svobodo izražanja. Pomanjkanje normativne ureditve je ESČP zapolnilo (in jo bo še naprej zapolnjevalo) z razlago 10. člena EKČP, prek sistema precedensov (vodilnih primerov) pa je ustvarilo nove pravne norme, uporabljive za nove pravne položaje, ki se pojavljajo z razvojem tehnologije. Ker so sodbe ESČP za države članice Sveta Evrope zavezujoče, se je ob tem treba zavedati, da dejansko narekujejo tudi vsebino pravi, ki jih sprejemajo nacionalni zakonodajalci (Gosztonyi 2023).

ESČP je na ta način določilo številne nove standarde v zvezi z vprašanji, kot so: kakšna je pravna odgovornost spletnih novičarskih portalov za vsebino sovražnih komentarjev pod prispevki; ali so spletni iskalniki na enak način kot mediji odškodninsko odgovorni za sporne vsebine, ki jih prikazujejo med rezultati iskanj; kakšna je odgovornost spletnega medija za sporno vsebino drugega avtorja, ki je dostopna prek aktivne povezave, vključene v prispevek; ali so spletni mediji dolžni

10 V sodni praksi ESČP je mogoče najti le eno zadevo, v kateri je ESČP uporabilo metodologijo po 17. členu EKČP v primeru žaljivih izjav, ki niso spadale pod sovražni govor. Gre za skopo in neprepričljivo obrazloženo sodbo ožjega senata v zadevi *Rujak proti Hrvaški* (ESČP 2012b).

11 V tem prispevku uporabljen termin spletni mediji vključuje tako medije, ki obstajajo le na spletu - novičarske portale, kot tudi klasične medije, ki svoje prispevke objavljajo tudi na spletu.

razkriti, kdo je avtor spornega ali sovražnega komentarja pod prispevkom, in ali je posameznik odgovoren za vsebino objav na zidu svojega javnega profila na družbenem omrežju. Vse to so vprašanja, ki se pri klasičnih medijih, ki niso (samo) spletni, zaradi povsem drugačnih zakonitosti njihovega delovanja niso niti zastavljala.

Odgovornost spletnih novičarskih portalov za vsebino sovražnih komentarjev pod prispevki

Za prelomni primer na tem področju velja sodba v zadevi *Delfi AS proti Estoniji* (ESČP 2015b), v kateri se je sodišče zavzelo za bolj reguliran pristop k ponudnikom spletnih vsebin na račun svobode izražanja (Maroni 2020). Delfi je spletni novičarski portal v Estoniji, ki bralcem omogoča objavljanje anonimnih komentarjev pod posameznimi novinarskimi prispevki. Portal je vseboval algoritem za odstranjevanje objav, ki so vsebovale kletvice, druge objave pa je lahko odstranil le moderator na podlagi prijave uporabnika. Zadeva se je nanašala na prispevek o trajektnem prevozniku. Pod prispevkom je bilo objavljenih 185 komentarjev, od katerih jih je 20 vsebovalo spodbujanje k nasilju, grožnje in žalitve, usmerjene proti lastniku podjetja. Ta je od portala zahteval izbris komentarjev in plačilo odškodnine v višini 32.000 EUR. Estonska sodišča so odločila, da je portal Delfi odgovoren za razžalitev in poseg v čast ter dobro ime lastnika podjetja, lastniku pa so prisodila odškodnino. Delfi se je pritožil na ESČP in zatrjeval kršitev svobode izražanja. Sodišče se je strinjalo, da je bilo s sodbo nacionalnega sodišča poseženo v svobodo izražanja portala. Ugotovilo pa je tudi, da je imelo sodišče za prisoditev odškodnine podlago v zakonu, zakon pa je zasledoval zakonit cilj varovanja ugleda in pravic drugih oseb. Sodišče je nadalje ugotovilo, da bi portal moral vedeti, da bo prispevek sprožil objavo številnih negativnih komentarjev, kljub temu pa je omogočil komentiranje neposredno pod njim, pri čemer žaljivih komentarjev tudi po prejemu zahteve lastnika podjetja ni izbrisal, temveč so ti ostali objavljeni več tednov. Sodišče je sklenilo, da poseg države prestane tudi test »nujnosti v demokratični družbi«, saj dosojena odškodnina ni bila nesorazmerna, hkrati pa je bilo nujno, da jo plača portal, saj je bilo

konkretne avtorje komentarjev, ki bi jih podjetje lahko tožilo, nemogoče najti.

ESČP je opozorilo, da možnost spletnega komentiranja zahteva nove, drugačne pravnoanalitične pristope v primerjavi s pristopi k tradicionalnim medijem, saj lahko komentarji pod prispevki na novičarskih portalih na spletu ostanejo neomejen čas in povzročijo mnogo večjo škodo. Posledično je ESČP v sodbi na novo postavilo merila za odgovornost spletnih medijev tudi v primeru sovražnega govora: ti so dolžni vsebino komentarjev bralcev preverjati in nezakonite vsebine odstraniti. Če tega ne storijo, so objektivno odgovorni za škodo, ki je s tem povzročena oškodovancu. Spletni mediji se ne morejo sklicevati na to, da niso avtorji vsebin v komentarjih, kar pomeni, da anonimnost avtorjev ne more biti razlog za nepriznavanje odškodninske odgovornosti. Anonimnost avtorjev kot ovira za odškodninsko odgovornost je presežena s tem, da je lastnik spletnega medija znan in prevzame pravni položaj odškodninsko odgovorne osebe, čeprav sam ni avtor vsebin. To pomeni, da so spletni novičarski portali obravnavani enako kot klasični mediji, je pa pri njih ob opustitvi nadzora nad vsebinami, ki jih objavljajo uporabniki, možnost za odškodninsko tožbo precej večja. V klasičnih medijih je nadzor nad objavljenimi vsebinami že desetletja povsem utečen: pri tiskanih medijih polno odgovornost za objavljene vsebine nosi urednik; pri vnaprej posnetih radijskih in televizijskih vsebinah velja enako, tudi pri oddajanju v živo se lahko urednik ali voditelj hitro odzove in ustavi širjenje nezakonitih vsebin. Spletni novičarski portali bodisi imajo urednike vsebin, ki jih pripravijo njihovi novinarji, bodisi ne, morajo pa v vsakem primeru nadzor nad vsebinami, ki jih uporabniki sami vpisujejo v prazen objavljeni prostor pod prispevki, vzpostaviti drugače, npr. s stalnim moderiranjem vsebin po objavi, sistemom odobritev komentarjev pred njihovo objavo, onemogočanjem komentiranja, odstranjevanjem objav s pomočjo algoritmov bodisi na podlagi prijave slehernika (*notice and take down*) bodisi na podlagi prijav posebej usposobljenih prijaviteljev (*trusted flagger*) ipd.

Pomen razlike med žaljivostjo in pozivanjem k nasilju za odgovornost spletnih novičarskih portalov za vsebino sovražnih komentarjev pod prispevki

Novorazvito strogo doktrino je ESČP potrdilo in dopolnilo v zadevi *MTE in Index.hu Zrt proti Madžarski* (ESČP 2016). Na ESČP sta se pritožila spletna novičarska portala, ki sta bila pred domačimi sodišči obsojena zaradi anonimnih vulgarnih komentarjev pod njunim prispevkom o nepoštenih praksah nekega nepremičninskega podjetja. Madžarska sodišča so portala obsodila zaradi posega v čast in dobro ime podjetja ter podjetju prisodila odškodnino. Odločila so, da sta portala objektivno odgovorna za vsebino komentarjev pod prispevkom. ESČP je pritožbi ugodilo, saj je ugotovilo, da madžarska sodišča niso dovolj tehtala med svobodo medijev in pravico do zasebnega življenja pritožnika (v katero sodi čast in dobro ime). Odločilo je, da takšne sodbe nacionalnega sodišča povzročajo nesorazmerno breme za svobodo medijev in svobodo izražanja. Izhajalo je iz svoje predhodne odločitve v zadevi *Delfi* in potrdilo, da imata tudi v zadevi *MTE in Index* spletna novičarska portala obveznost moderirati komentarje in da sta odgovorna za njihovo vsebino. Opozorilo pa je na razliko, da so komentarji iz zadeve *Delfi* vsebovali grožnje in spodbujanje k nasilju, v zadevi *MTE in Index* pa so vsebovali »le«¹ žaljiv in vulgaren jezik. ESČP je poudarilo, da ti dve vrsti komentarjev nimata iste teže in da žaljivost ni isto kot spodbujanje k nasilju, imajo pa po drugi strani sodbe nacionalnih sodišč, ki obsojajo žaljivost, zastraševalni učinek na medije (*chilling effect*). Pri odločanju je ESČP upoštevalo, da sta imela oba portala vzpostavljen sistem prijavljanja spornih vsebin, kar je omogočalo učinkovito zaščito za varovanje ugleda drugih ljudi.

Sporočilo sodbe je torej, da se spletni novičarski portali lahko enako kot klasični mediji zavarujejo pred odškodninsko odgovornostjo, če vsebine preverjajo skladno z zahtevami novinarske etike in če vzpostavijo delujoč sistem prijavljanja spornih vsebin. Tak pristop sicer zbuja tudi pomisleke o pristojnostih za presojo dopustnosti posameznih oblik izražanja, ki jih na ta način dobivajo internetni posredniki – zasebniki, saj prek sistemov moderiranja oni postanejo vratarji (Frosio in Mendis 2019) oziroma odločevalci o sprejemljivosti določenega načina izražanja (Maroni 2019). Sodba v zadevi *MTE in Index.hu Zrt proti Madžarski* je torej

potrdila nujo po reguliranju vsebin komentarjev pod prispevki na novičarskih portalih iz zadeve *Delfi*, hkrati pa dodala, da ni vsako po vsebini neprijetno komentiranje takšno, da poseže v čast in dobro ime ter da upraviči poseg države v svobodo medija. Treba je torej razlikovati med žaljivimi komentarji in komentarji, ki spodbujajo k nasilju. ESČP je v zadevi *MTE in Index.hu Zrt proti Madžarski* ponovilo tudi izhodišče presoje ESČP iz zadeve *Handyside*, da svoboda izražanja varuje tudi izjave, ki šokirajo in žalijo, ne varuje pa sovražnega govora ter spodbujanja k nasilju.

Odgovornost spletnih iskalnikov za sporne vsebine, ki jih prikazujejo med rezultati iskanja

Na področju interneta in svobode izražanja je z vidika medijev relevantna zadeva *Tamiz proti Združenemu kraljestvu* (ESČP 2017). Do spora je prišlo, ko se je na blogu Blogger.com, ki ga je gostil Google, pojavila fotografija pritožnika. Pod blogom so mnogi uporabniki objavili komentarje, od katerih so bili nekateri žaljivi. Pritožnik je sporne komentarje in blog kot tak prijavil prek Googlove spletne funkcije za prijave nezakonitih vsebin ter zahteval njihovo odstranitev. Google je pritožnika obvestil, da sam ne bo odstranil vsebin, da pa lahko odstranitev zahteva neposredno od avtorja bloga. To je pritožnik tudi storil, avtor bloga je nato objavo in komentarje izbrisal. Kljub temu je pritožnik pred britanskimi sodišči tožil Google, ker ta spornih vsebin ni hotel odstraniti, a so britanska sodišča tožbo zavrnila, saj za zadevo niso bila krajevno pristojna. Poleg tega so razsodila, da Google, kljub temu da gosti blog, ne šteje za »izdajatelja« medijskih vsebin v smislu medijskega prava, saj nima sprotnega pregleda nad vsebinami, ki jih uporabniki objavljajo, ali nadzora nad temi vsebinami. Tudi ESČP je v nadaljevanju pritožbo pritožnika zavrnilo, saj je presodilo, da so britanska sodišča ustrezno upoštevala njegovo pravico do zasebnega in družinskega življenja, upoštevalo pa je tudi, da ima Google pomembno vlogo pri zagotavljanju dostopa ljudi do informacij in da je avtor bloga sporne vsebine odstranil (Korpisaari 2022, 368).

Sodba je pomembna tudi za področje sovražnega govora, ker je pojasnila razliko med spletnimi novičarskimi portali in spletnim iskalnikom. Google kot spletni iskalnik nima istih obveznosti moderiranja vsebin, kot to velja za spletne novičarske portale.

Ker Google ni izdajatelj vsebin, tudi ne more biti odškodninsko odgovoren za vsebine, ki jih najde.

Odgovornost spletnega medija za vsebino drugega avtorja, dostopno prek aktivne povezave, vključene v medijski prispevek

Posebnost spletnih medijev je tudi vključevanje aktivnih povezav (*hyperlinks*) v prispevke. Kadar so avtorji vsebin, do katerih pride spletna povezava, tretje osebe in ne sam novičarski portal, se v primeru spornosti vsebine, dostopne na povezavi, postavi vprašanje odškodninske odgovornosti portala zanj. Na to vprašanje je ESČP odgovorilo s sodbo v zadevi *Magyar Jeti Zrt. proti Madžarski* (ESČP 2018). Primer se je nanašal na madžarsko medijsko družbo Magyar Jeti ZRT in upravljavca spletnega novičarskega portala 444.hu. Novinar je na 444.hu objavil prispevek o incidentu z nogometnimi navijači, ki so vzklikali rasistične slogane in grozili romskim otrokom. Prispevek je vseboval aktivno povezavo do videoposnetka na portalu Youtube, ki je prikazoval izjavo romskega voditelja, da so navijači člani Jobbika, skrajno desne madžarske stranke, znane po svojih protiromskih dejanjih. Stranka Jobbik je zaradi obrekovanja tožila romskega voditelja in pa tudi sam spletni medij. Madžarska sodišča so razsodila, da je romski voditelj obrekoval stranko Jobbik in da je medij strogo odgovoren za obrekovanje, ker je širil vsebino, ki je vsebovala napačne informacije. ESČP se s presojo madžarskih sodišč ni strinjalo, saj je menilo, da niso dovolj tehtala pravice do svobode izražanja in pravice do ugleda drugih oseb ter da so z obsodbami medija neupravičeno omejevala prost pretok informacij na internetu. ESČP je poudarilo pomen aktivnih povezav, ki so značilne za spletne medije, pri čemer bralce napotujejo na vsebine drugih ustvarjalcev in ne nujno na lastne vsebine (Gosztony, Huszár in Lendvai 2024, 227).

Tudi ta sodba je prelomna. Na njeni podlagi sicer ni mogoče splošiti, da nikoli noben medij ne bo upravičeno obsojen zaradi vsebin, dostopnih prek aktivnih povezav, ki so del njegovih prispevkov, saj je pomembna tudi vsebina povezave. Ni namreč mogoče povsem izključiti, da bi bil medij lahko upravičeno spoznan za odgovornega, če bi v prispevek vključil povezavo s pozivanjem k nasilju ali s hudimi oblikami sovražnega govora.

Dolžnost spletnega novičarskega portala razkriti avtorstvo spornega komentarja pod prispevkom

Naslednji vodilni primer, ki ga je treba navesti v tej razpravi, je sodba v zadevi *Standard Verlagsgesellschaft mbH proti Avstriji* (ESČP 2021). Zadeva se nanaša na medijsko družbo, ki ima v lasti spletni novičarski portal, na katerem lahko uporabniki objavljajo anonimne komentarje. Vsak komentar najprej pregleda algoritem, nato je komentar objavljen, zatem ga lahko pregleda še uredništvo. Portal vsebuje tudi sistem za prijavljanje spornih ali nezakonitih vsebin. Uporabniki so na portalu objavili več komentarjev o dveh avstrijskih politikih, ta dva sta nato od portala zahtevala odstranitev komentarjev in razkritje podatkov o njihovih avtorjih. Medij je komentarje odstranil, ni pa želel razkriti osebnih podatkov njihovih piscev. Politika sta pred avstrijskimi sodišči nato dosegla odredbo, ki je od portala zahtevala, naj avtorje komentarjev razkrije, da jih bosta lahko tožila zaradi posega v čast in dobro ime. Portal se je proti sodbam nacionalnih sodišč pritožil na ESČP, ki je odločilo, da so z odreditvijo razkritja avtorstva avstrijska sodišča kršila svobodo izražanja medija. Spregledala so namreč, da je anonimnost pomemben element svobode izražanja (Lemmens 2022).

ESČP je v sodbi kot ključno upoštevalo, da komentarji niso vsebovali sovražnega govora ali spodbujanja k nasilju, zato ni bilo razloga za razkritje avtorstva. Bistveno sporočilo sodbe je, da je meja dopustnega poseganja v svobodo izražanja znova postavljena pri spodbujanju k nasilju oziroma pri sovražnem govoru. To sta dve področji, na katerih sodišče ne priznava svobode izražanja. Zato tudi avstrijski državi ni priznalo pravice, da od medija zahteva razkritje avtorstva.

Odgovornost posameznika za vsebino objav na zidu svojega javnega profila na družbenem omrežju

Zadnji vodilni primer, na katerega je treba opozoriti, je zadeva *Sanchez proti Franciji* (ESČP 2023). Pritožnik Sanchez, sicer politik, je bil v kazenskem postopku denarno kaznovan, ker z zidu svojega javnega profila na Facebooku ni želel odstraniti komentarjev tretjih oseb, ki so bili diskriminatorni in sovražni do ene od manjšin. Trdil je, da ni dolžan nadzorovati vsebine komentarjev

tretjih oseb. ESČP ga je zavrnilo, saj je ugotovilo, da je bil poseg francoskih sodišč v njegovo svobodo izražanja zakonit in »nujen v demokratični družbi«. Opozorilo je, da je s tem, ko je odprl svoj račun na Facebooku na lastno iniciativo in je zid svojega računa odprl za javnost, nase prevzel tudi odgovornost moderiranja tamkajšnjih vsebin. Sodbo je potrdil tudi Veliki senat ESČP, ki je poudaril še, da ima pritožnik kot politik v takih primerih večjo dolžnost razumnega ravnanja in da se je pritožnik zavedal vsebin, ki so jih ljudje objavljali na njegovem zidu. Sodba je bila predmet kritike, saj naj ne bi bila skladna z dotedanjo prakso ESČP, denimo z zadevo *Tamiz*, vendar pa so kritiki spregledali, da v zadevi *Sanchez* ni šlo za internetnega posrednika, ki bi s sodbo postal odgovoren za vsebine, ki jih ustvarjajo njegovi uporabniki (Korpisaari 2022, 370).

Večina strokovnih razprav o navedenih sodbah se sicer ukvarja z vprašanjem odgovornosti ponudnikov spletnih vsebin in spletnih posrednikov za vsebine v avtorstvu tretjih oseb (Banks 2010; Maroni 2020; Korpisaari 2022; Gosztonyi 2023), vendar pa je mogoče iz teh zadev razbrati tudi razmejevanje ESČP med svobodo izražanja na eni strani in nesprejemljivimi oblikami izražanja, kot so grožnje, pozivanje k nasilju ali sovražni govor, na drugi strani. Iz predstavljene sodne prakse nedvomno izhaja jasen trend, da ESČP od nacionalnih sodišč zahteva tehtanje med različnimi nasprotujočimi si pravicami, pa tudi odgovoren odnos vseh akterjev (tudi medijev) do vsebin, dostopnih na spletu. ESČP tudi ščiti anonimnost kot pomemben atribut svobode izražanja na spletu, vendar za zaščito anonimnosti od spletnih medijev zahteva izkazovanje določene stopnje skrbnosti in odgovornosti.

SLOVENSKA NORMATIVNA UREDITEV SOVRAŽNEGA GOVORA

V Sloveniji se s tovrstnimi vprašanji sodni sistem doslej še ni ukvarjal pogosto. Pravne razprave na področju spornih vrst govora se še vedno pretežno ukvarjajo s stanjem pri kazenskem pregonu sovražnega govora, bodisi na spletu bodisi onkraj njega. Iz prej navedenega kratkega orisa različnih nacionalnih kazenskoopravnih ureditev sovražnega govora je razvidno, da so na posamezno nacionalno kazenskoopravno ureditev vplivale specifične zgodovinske okoliščine. Enako velja tudi za slovensko normativno

ureditev, specifično za 297. člen Kazenskega zakonika. Kot bova pojasnila v nadaljevanju, ta določba opredeljuje zelo stroge pogoje za kazenski pregon sovražnega govora, kar pomeni, da v večji meri varuje svobodo izražanja. Morda je to posledica zgodovinske travme z omejevanjem navedene človekove pravice v nekdanji jugoslovanski socialistični ureditvi. Člen 133 Kazenskega zakonika Socialistične federativne republike Jugoslavije je namreč kriminaliziral izražanje kritičnih stališč o takratni oblasti s tako široko zakonsko dikcijo, da je omogočala kazenski pregon kakršnekoli kritike s strani posameznika, medija ali umetnika (Kogovšek Šalamon 2018a). To dejstvo je do določene mere torej lahko razlog, zakaj deliktov, ki so le verbalni, tudi po trenutni slovenski zakonodaji ne bi smeli preganjati (Korošec 2023).

Trenutni osrednji zakonski pravni vir regulacije sovražnega govora v Sloveniji je Kazenski zakonik (KZ-1 2008), ki v 297. členu opredeljuje kaznivo dejanje javnega spodbujanja sovraštva, nasilja ali nestrpnosti. Ta določba pomeni konkretizacijo določbe 63. člena Ustave Republike Slovenije (URS 1991), ki določa kot protiustavno vsakršno spodbujanje k narodni, rasni, verski ali drugi neenakopravnosti ter razpihovanje narodnega, rasnega, verskega ali drugega sovraštva in nestrpnosti. Vsebina 297. člena KZ-1, zlasti 1. odstavek, ki prepoveduje spodbujanje sovraštva, nasilja ali nestrpnosti, je bila bistveno spremenjena leta 2011 (KZ-1B 2011), ko je zakonodajalec v določbo 1. odstavek dodal še dva alternativno določena pogoja, da se sovražni govor šteje za kazniv, in sicer mora biti dejanje storjeno na način, ki lahko ogrozi ali moti javni red in mir, ali pa mora biti izvršeno z uporabo grožnje, zmerjanja ali žalitev. Neposredni razlog za tovrstno dopolnitev določbe 297. člena KZ-1 je v implementaciji že omenjenega Okvirnega sklepa Sveta EU 2008/913/PNZ, kot pa opozarjajo nekateri avtorji, je bila Slovenija med vsemi državami članicami poleg Cipra edina, ki se je odločila za dopolnitev določbe z vsemi pogoji, ki jih Okvirni sklep Sveta EU ponuja le kot možnost (Završnik in Zrimšek 2017, 62; Peršak 2022). Posledično so zaradi novo dodanih pogojev možnosti za pregon sovražnega govora zožene do največje možne mere, ki jo še dopušča Okvirni sklep. Povedano drugače, pregon sovražnega govora bi bil brez navedenih pogojev do storilcev strožji. Po mnenju predlagatelja novele zakona se je z uvedbo dodatnih pogojev ta kazniva dejanja natančneje opredelilo in razmejilo od prekrškov, ki so storjeni z namenom

vzbujanja nestrpnosti po ZJRM-1. Iz obrazložitve tega predloga izhaja tudi mnenje predlagatelja, da se izrečene besede kot kaznive lahko konkretizirajo le tako, da sprožijo dejansko možnost nastanka oziroma konkretno povzročeno nevarnost za mir, strpnost in sožitje med ljudmi kot varovano dobrino (Rovšek 2011).

Na področju opravičevanja ali zanikanja zločinov proti človečnosti je slovenska ureditev, primerjalno gledano, po eni strani široka, po drugi strani pa ozka. Drugi odstavek 297. člena poleg nekaterih drugih inkriminacij prepoveduje zanikanje, zmanjševanje pomena, odobravanje, opravičevanje, smešenje ali zagovarjanje genocida, holokavsta, hudodelstva zoper človečnost, vojnega hudodelstva idr. Vidimo torej, da je vsebovan celoten nabor ravnanj, ki se na tem področju upoštevajo. Hkrati pa so ta ravnanja v Sloveniji kazniva le, če so – enako kot v primeru ravnanj iz 1. odstavka 297. člena KZ-1 – izvršena na način, ki lahko ogrozi ali moti javni red in mir, ali so izvršena z uporabo grožnje, zmerjanja ali žalitev. Dejstvo, da mora biti za kaznivost podana še ena od navedenih okoliščin, polje kazenskega pregona izdatno zožuje. Vse navedeno je relevantno tudi za področje medijev in novinarstva, saj se v primeru mnenjskih prispevkov, ki bi, denimo, zanikali genocid, holokavst ali druge zločine proti človečnosti, lahko pojavi vprašanje, ali je dejstvo, da so taki zapisi kaznivi le v primeru, ko lahko ogrozijo javni red oziroma vsebujejo grožnje, zmerjanje ali žalitve, sploh skladno z Mednarodno konvencijo o odpravi vseh oblik rasne diskriminacije.¹²

Specialne določbe o prepovedi sovražnega govora na področju medijev in novinarstva vsebuje Zakon o medijih, ki v 8. členu prepoveduje spodbujanje k neenakopravnosti in nestrpnosti z

12 Določene milejše vrste sovražnih ravnanj so opredeljene tudi v Zakonu o varstvu javnega reda in miru (ZJRM-1 2006), ki v 20. členu določa, da se prekrški nasilnega in drznega vedenja, nedostojnega vedenja, poškodovanja uradnega napisa, znaka ali odločbe, pisanja po stavbah ali oskrunitve nacionalnih simbolov, če so storjeni z namenom spodbujanja narodnostne, rasne, spolne, etnične, verske in politične nestrpnosti ali nestrpnosti do spolne usmerjenosti, kaznujejo strožje, kot če bi bili izvršeni brez diskriminatornega motiva. Iz navedenega je razvidno, da ureditev po ZJRM ni relevantna za področje medijev in novinarstva. Če bi medijski delavci in delavke izvrševali opisane prekrške, bi se jih pač obravnavalo kot vsakega drugega posameznika, ne glede na njihov poklic.

razširjanjem programskih vsebin.¹³ Vendar pa je ta določba le delno uporabna za sankcioniranje sovražnega govora po Zakonu o medijih, saj je prekrškovna sankcija za kršitev te določbe predpisana le za primere, ko se k rasnemu, spolnemu ali narodnostnemu razlikovanju in k verski ali politični nestrpnosti spodbuja z oglasi, ne pa tudi, če se k temu spodbuja z drugimi medijskimi vsebinami (novinarskimi prispevki vseh žanrov v tisku, na spletu, po televiziji in radiu, sem sodijo tudi objave pisem bralcev ipd.). Inšpektorat za kulturo in medije, ki deluje v okviru ministrstva, pristojnega za kulturo, lahko torej po Zakonu o medijih ukrepa v inšpekcijskem ter nato še v prekrškovnem postopku le, če gre za sovražni govor v oglasih, v drugih primerih pa lahko prijavo le odstopi državnemu tožilstvu, ki to nato obravnava kot kazensko ovadbo in postopek nadaljuje po KZ-1, kar pomeni, da ocenjuje, ali so podani znaki kaznivega dejanja ter ali bo v zadevi vložilo obtožni predlog ali pa ovadbo zavrglo (o tem več kasneje). Razlog za tovrstno regulacijo, po kateri spodbujanja sovraštva in nestrpnosti v medijih (razen če gre za oglaševanje) ni mogoče obravnavati po prekrškovnem postopku, je v ideji, da če je medij prekršil to prepoved, je lahko sankcioniran le, če je s tem izvršil kaznivo dejanje, medtem ko bi prekrškovna sankcija pomenila, da kršitev ni bila tako huda, zaradi česar naj tudi poseg v svobodo izražanja medija ne bi bil upravičen. Cilj pa je bil tudi v preprečevanju, da bi se istovrstna ravnanja lahko hkrati obravnavala kot prekrški po Zakonu o medijih in kot kazniva dejanja po kazenskih predpisih. Tovrstnemu prekrivanju med prekrški in kaznivimi dejanji se zakonodajalec v pravnem sistemu tudi nasploh želi izogniti (Križnar 2019; Polajžar in Stajnko 2020).

Iz predloga novega Zakona o medijih (Vlada RS 2024), ki ga je Vlada Republike Slovenije v času priprave prispevka poslala v zakonodajni postopek, je videti, da predlagatelj zakona namerava odstopiti od navedenih izhodišč ter uveljaviti strožji pristop k sankcioniranju in odpravljanju sovražnega govora v medijih. Novi zakon bi, kakor izhaja iz obrazložitve predloga zakona, sledil zavetam, ki izhajajo iz mednarodnega prava (iz 20. člena MPDPP in 4. člena Mednarodne konvencije o odpravi vseh oblik rasne diskriminacije), pa tudi iz 63. člena Ustave, obrazložitev pa se obširno

13 Ta člen prepoveduje tudi spodbujanje k neenakopravnosti na podlagi spola, ki pa v medijih ostaja neprepoznan problem (Pajnik in Petković 2017).

sklicuje tudi na prakso ESČP, ki dopušča različne vrste sankcioniranja sovražnega govora, ter na druge mednarodne standarde in priporočila, kot so npr. priporočila Komisije za boj proti rasizmu in nestrpnosti pri Svetu Evrope – ECRI (Vlada RS 2024, 90). V predlogu zakona je prepoznana šibkost trenutne ureditve, ki je povezana z nezmožnostjo pristojnega inšpektorata za ukrepanje, namen sprememb v tem delu pa je odpraviti zakonsko vrzel, ki je bila zaznana na tem področju. Kot način ukrepanja pristojnega inšpektorata je v 36. členu predloga zakona predlagana pristojnost, da inšpektor izdajatelju izda začasni ukrep odstranitve oziroma prepovedi razširjanja programskih vsebin, izdajatelj pa mora ukrep izvesti v roku 24 ur. V predlogu 82. člena ZMed-1 so predvidene tudi globe za spodbujanje sovraštva z vsemi medijskimi vsebinami, ne le z oglasi. V predlogu zakona ni pojasnjeno, kako bo zagotovljeno, da se prekrški in kazniva dejanja na tem področju ne bodo prekrivali. Predlagatelj zakona priznava, da gre za občutljivo vprašanje, ki zadeva tehtanje več ustavnih pravic. Predlog zakona poleg navedenih bistvenih novosti vsebuje tudi obveznost medija, da določi pravila komentiranja in v pravila vključi prepoved spodbujanja sovraštva (predlog 38. člena ZMed-1), izrecno prepoveduje oglaševanje, ki bi spodbujalo k sovraštvu (predlog 4. odstavek 41. člena ZMed-1), vsebuje pa tudi določbe o omejitvah dodeljevanja finančne podpore države medijem, ki so bili sankcionirani zaradi spodbujanja sovraštva (predlog 6. odstavek 14. člena ZMed-1) (Vlada RS 2024).

Za regulacijo sovražnega govora v medijskem prostoru je zelo pomemben še Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS 2011), ki v 9. členu prav tako prepoveduje spodbujanje nasilja ali sovraštva na podlagi različnih osebnih okoliščin posameznikov. Ta predpis je pomemben, saj vse manj medijskih vsebin konzumiramo prek klasičnih medijev, vedno več pa prek platform za izmenjavo videov in prek ponudnikov vsebin na zahtevo (Sanz in Crosbie 2016). ZAvMS vsebuje tudi nekaj posebnih ukrepov, ki jih pristojni organi lahko sprejmejo v primeru razširjanja sovražnih vsebin prek avdiovizualnih medijskih storitev, kot je npr. začasna omejitev svobode sprejemanja in ponovnega prenašanja vsebin (12. člen ZAvMS). Ponudnike avdiovizualnih medijskih storitev zakon zavezuje, da sprejmejo ukrepe za zaščito javnosti pred vsebinami, ki bi spodbujale ali razširjale sovraštvo (člen 38.b ZAvMS), kar v praksi pomeni predvsem, da morajo sprejeti pravila objave vsebin, omogočiti prijavljanje nezakonitih

vsebin ter zagotoviti informacijske in kadrovske zmogljivosti za izvajanje postopkov odstranjevanja vsebin.

Pri tem je treba opozoriti na razmerje med ZMed, ki je krovni zakon, in ZAvMS, ki je specialni zakon (*lex specialis*). To pomeni, da ZMed ne posega v specialno ureditev, ki je z ZAvMS določena za avdiovizualne medijske storitve, razen če je v ZMed izrecno določeno drugače. Prav predlog novega ZMed-1 pa na področju preprečevanja sovraštva posega v ureditev po ZAvMS. V predlogu 4. odstavka 36. člena ZMed-1, ki bi uvedel možnost inšpekcijskega nadzora in prekrškov za primere spodbujanja sovraštva v medijih, je namreč navedeno, da ureditev po tem členu velja tudi za avdiovizualne medijske storitve. Če bo zakon sprejet, bo v praksi preizkušen domet tega člena in možnost njegove uporabe za globalne ponudnike avdiovizualnih vsebin, ki nimajo sedeža v Republiki Sloveniji.

IZVAJANJE SLOVENSKE NORMATIVNE UREDITVE SOVRAŽNEGA GOVORA V PRAKSI

Razprave o pregonu sovražnega govora so v preteklem desetletju zaznamovala opozorila, da je pregon sovražnega govora v Sloveniji nasploh pomanjkljiv. Varuh človekovih pravic je v analizi iz leta 2021 ugotovil, da je od leta 2008 do leta 2018 le ena četrтина vseh ovadb po 297. členu KZ-1 doživela sankcijo (Varuh človekovih pravic 2021). Evropska komisija za boj proti rasizmu in nestrpnosti pri Svetu Evrope (ECRI) je leta 2019 opozorila, da primeri sovražnega govora v Sloveniji skoraj nikoli niso preganjani ter da novo dodani pogoj na podlagi Okvirnega sklepa Sveta EU o motenju javnega reda in miru pomeni dodatno oviro pri doseganju obsodb v primerih sovražnega govora (ECRI 2019, odst. 6). Letno poročilo Zagovornika načela enakosti, ki vsako leto zbere podatke o obravnavi diskriminacije pred sodišči in podatke o pregonu sovražnega govora, kaže, da je državno tožilstvo v zadnjih desetih letih (2015–2024) zavrlo 291 od 348 prejetih kazenskih ovadb (torej 84 odstotkov). Na podlagi vloženih 29 obtožnih predlogov ali predlogov državnega tožilstva za izdajo kaznovalnega naloga je bilo v opredeljenem obdobju na sodiščih izdanih 14 obsodilnih sodb, 13 kaznovalnih nalogov, štiri oprostilne sodbe in tri zavrnilne sodbe (Zagovornik načela enakosti 2025, 106). Iz navedenega je razvidno, da je bilo državno tožilstvo pri kazenskem pregonu diskriminacije in sovražnega govora

relativno uspešno. Hkrati pa primerjava podatkov o vloženih kazenskih ovadbah in doseženi kazenski sankciji (obsodilna sodba ali kaznovalni nalog) s skupnim številom vloženih kazenskih ovadb kaže, da se je le slabih osem odstotkov kazenskih ovadb izteklo v neke vrste kazensko sankcijo. Izračuni so sicer nekoliko poenostavljeni, saj se obsodilne sodbe iz podatkov za posamezno leto zaradi trajanja predkazenskih in kazenskih postopkov (oboji v Sloveniji praviloma tečejo več let) skoraj zagotovo ne nanašajo na iste primere kot vlozene kazenske ovadbe. Vendar pa se ob upoštevanju dovolj dolgega časovnega obdobja na navedene podatke lahko zanesemo in pri premisleku o učinkovitosti kazenskega pregona sovražnega govora v Sloveniji izhajamo iz njih.

Podatki spodbujajo tudi k premisleku o razlogih za tako stanje. Varuh človekovih pravic v analizi navaja, da so tožilski akti (zlasti obtožni predlogi) »pogosto neobrazloženi ali obrazloženi le na kratko« (2021, 8), kar otežuje ugotavljanje vsebinskih razlogov za tak pregon. Drugi razlog je povezan z dejstvom, da po zavrženju kazenske ovadbe na državnem tožilstvu ni konkretno določenega neposrednega oškodovanca, ki bi lahko prevzel kazenski pregon kot subsidiarni tožilec (Sodba VSRS št. I Ips-359/2005 z dne 13. 4. 2006; Rajgelj 2024, 1021–24). Na še enega od razlogov pa je opozoril ECRI (2019, odst. 6), ki je ob pregledu stanja kazenskega pregona na področju sovražnega govora v Sloveniji ugotovil, da se pri odločanju o pregonu kaznivih dejanj po 297. členu KZ-1 državno tožilstvo ni opiralo zgolj na zakonsko določbo, temveč tudi na *Pravno stališče o pregonu kaznivega dejanja Javnega spodbujanja sovraštva, nasilja ali nestrpnosti po 297. členu KZ-1*, ki ga je na svoji 43. seji 27. 2. 2013 sprejel kolegij kazenskega oddelka Vrhovnega državnega tožilstva. V tem stališču je navedeno, da kaznivo dejanje po 297. členu ni podano, če v posledici ravnanja storilca ni prišlo do ogrožitve ali motenja (kršitve) javnega reda in miru, drugačna razlaga pa bi pomenila uvedbo »golega verbalnega delikta«, kar ne bi bilo v skladu z uvrstitvijo kaznivega dejanja v poglavje, ki varuje javni red in mir. Prav tako naj to ne bi bilo v skladu s posledicami, ki jih imajo druga kazniva dejanja in tudi ne z razmerjem do drugih kaznivih dejanj, v katerih so opredeljene podobne ali enake izvršitvene oblike (grožnje, zmerjanje, žalitve), pri katerih ne pride do širšega ogrožanja. V praksi je državno tožilstvo neredko sledilo napotkom iz *Pravnega stališča* (Varuh človekovih pravic 2021, 8).

Iz besedila *Pravnega stališča* je razvidno, da je bistveno spremenilo besedilo zakonske določbe 297. člena KZ-1. Prvič, besedilo zakonskega člena ne zahteva dejanske ogrožitve ali motenja javnega reda in miru, temveč le potencialno ogrožitev ali motenje javnega reda in miru. Ta zakonska dikcija torej nikakor ne zahteva, da sta javni red in mir že ogrožena ali motena, temveč zadoskuje ugotovitev, da bi glede na objektivne okoliščine zadeve (položaj storilca v družbi, način izvedbe, mobilizacijska sposobnost, družbeni kontekst ipd.) to lahko bila. Dovolj je torej abstraktna nevarnost za javni red in mir. Drugič, v KZ-1 so inkriminirana tudi dejanja spodbujanja sovraštva, nasilja in nestrpnosti, ki so storjena z uporabo grožnje, zmerjanja ali žalitev, in ne le tista, ki bi lahko ogrozila ali motila javni red in mir. Gre torej za dva alternativno določena načina izvršitve tega kaznivega dejanja, pri čemer pri drugem načinu – da je dejanje storjeno z uporabo grožnje, zmerjanja ali žalitev – za kaznivost ni podan pogoj, da mora hkrati tudi že priti do motenja javnega reda in miru. S stališčem tožilstva je bil torej kazenskim znakom dodan dodatni pogoj, ki v kazenskem zakoniku ni zapisan (Kogovšek Šalamon 2018b). Iz navedenega je mogoče sklepati tudi, da je v slovenskem pravnem redu prevladovalo, ali pa še naprej prevladuje, ameriško razumevanje svobode izražanja kot skoraj absolutne pravice.

Problem je vsaj deloma razjasnilo, deloma pa zapletlo (Polajžar in Stajniko 2020) Vrhovno sodišče s Sodbo VSRS št. I Ips 65803/2012 z dne 4. 7. 2019, v kateri je zavrnilo *Pravno stališče* Vrhovnega državnega tožilstva, ter potrdilo, da sta pogoja alternativno in ne kumulativno določena ter da se za izpolnitev zakonskih znakov ne zahteva konkretna nevarnost za javni red in mir. Navedlo je:

Iz zakonskega besedila prvega odstavka 297. člena KZ-1 je razvidno, da mora biti podana zgolj potencialna in ne konkretna možnost ogrožanja ali motenja javnega reda in miru. Ne zahteva se, da bi do neposredne ogrožitve dejansko tudi prišlo, ampak zadošča, da je dejanje po vsebini, naravi, kraju ali drugih okoliščinah, v katerih je bilo storjeno, sposobno povzročiti konkretno nevarnost, ki se kaže v ogrožitvi oziroma motenju javnega reda in miru. Gre za potencialno, abstraktno – konkretno ogrožanje, tako da ni treba, da je konkretna nevarnost dejansko nastopila, pač pa mora sodišče v okviru opisa dejanja ugotoviti, ali je bilo storilčevo ravnanje sposobno pripeljati do konkretne nevarnosti.

Pri presoji mora ovrednotiti relevantne dejavnike obravnavanega življenjskega primera, kot so narava, vsebina, oblika, okoliščine v katerih je bilo dejanje storjeno, ozračje v družbi in podobno. Samo abstraktna nevarnost za javni red in mir pri prvi od alternativno navedenih oblik storitve kaznivega dejanja ne zadošča, pač pa mora presojo o potencialni nevarnosti ogrožitve temeljiti na presoji konkretnih okoliščin v katerih mora biti podana objektivna podlaga za takšno prognozo.

Po izidu te sodbe Vrhovnega sodišča se je postavilo vprašanje, ali je sodba v letih od njenega izreka do danes dejansko vplivala na kazenski pregon po 297. členu KZ-1. Glede na razpoložljive statistične podatke je bilo po letu 2019 pregona sovražnega govora v Sloveniji nekoliko več, precej več pa je bilo tudi izrečenih sankcij. V že omenjenem desetletnem obdobju 2015–2024 je bilo v prvi polovici tega obdobja vloženih 13 obtožnih predlogov, izdane so bile tri obsodilne sodbe in štirje kaznovalni nalogi (skupaj sedem sankcij), v obdobju naslednjih petih let pa je bilo vloženih 16 obtožnih predlogov in izdanih 11 obsodilnih sodb ter devet kaznovalnih nalogov (skupaj 20 sankcij) (Zagovornik načela enakosti 2025, 106). Podatki kažejo na pogostejše sankcioniranje v zadnjem petletnem obdobju, iz česar bi lahko sklepali, da je sodba Vrhovnega sodišča iz leta 2019 imela določen vpliv, vendar bi bilo za natančnejšo ugotovitev njenih vsebinskih učinkov treba izvesti nadaljnje raziskave.

ZAKLJUČKI

Svoboda izražanja v evropskem pravnem prostoru še vedno velja za eno najpomembnejših človekovih pravic, vendar pa ta ni absolutna, saj je omejena s pravicami drugih ljudi in z javnim interesom. Posebej pereč problem z vidika zlorabe svobode izražanja predstavlja sovražni govor oziroma govor, ki zanika ali opravičuje zločine proti človeštvu, genocid ali holokavst. V evropskem pravnem prostoru se je za take primere uveljavil relativno restriktiven normativni pristop k svobodi izražanja s predvidenimi sankcijami za oblike izražanja, ki prestopijo meje pravice iz 10. člena EKČP. Temu strožjemu pristopu pritrujuje tudi ESČP. V Sloveniji proces regulacije sovražnega govora še vedno ni končan, saj zaznavamo številne pomanjkljivosti in omejitve trenutne ureditve (tako Kazenskega zakonika in predpisov s področja varovanja javnega reda in miru kot tudi medijske zakonodaje).

Nekatere od teh pomanjkljivosti poskuša zakonodajalec odpraviti, v zvezi z novimi rešitvami pa se bodo v prihodnje gotovo odpirala nova vprašanja skladnosti ureditve z mednarodnim pravom in ustavnimi načeli. Vzporedno s tem se mediji soočajo še z izzivi, ki jih prinašajo razvoj informacijske tehnologije, transformacija medijskega prostora in prenos izmenjave informacij skoraj v celoti na splet. Na tem področju igra pomembno vlogo ESČP, ki ob pomanjkanju normiranja tako na mednarodni kot na nacionalnih ravneh z razlago EKČP *sámo* postavlja standarde, ki naj veljajo za svobodo izražanja na spletu. Na neki način ESČP s tem prevzema vlogo nadnacionalnega zakonodajalca. Naj spomniva, da je trenutno veljavni slovenski Zakon o medijih star že več kot dvajset let in da ne odgovarja niti na eno od odprtih vprašanj, ki sva jih predstavila v razdelku o sodni praksi ESČP. Zato se je ob pomanjkanju nacionalnih določb pri reševanju sporov na teh področjih treba zanašati na evropsko sodno prakso. S tega vidika je prenova medijske zakonodaje v Sloveniji več kot nujna.

Kot v tujini tudi v Sloveniji mediji niso izolirani od problema sovražnega govora, lahko bi rekli, da so z njim celo prepleteni. Raziskava Varuha človekovih pravic iz leta 2021 je npr. zajela osem tožilskih spisov, v katerih so bili kot osumljenci obravnavani odgovorni uredniki medijev (Varuh človekovih pravic 2021, 42). Mediji se neredko srečujejo z organi kazenskega pregona, bodisi ker se sovražni govor pojavlja v komentarjih pod njihovimi spletnimi prispevki bodisi ker so tudi sami oziroma njihovi novinarji ali uredniki storilci očitanege jim kaznivega dejanja po 297. členu KZ-1. Tudi zato je pomembno, da se vsaj tisti predpisi, ki so na tem področju sprejeti in veljavni, izvajajo kakovostno in da vsi pristojni organi izpolnjujejo naloge, ki jim jih nalaga zakon. Kot sva zapisala v začetku, je bistvo prepovedi sovražnega govora prav v zaščiti manjšin pred napadi, ki jih nanje izvede dominantna skupina ali njen pripadnik. Ustava zahteva, da se to bistvo skozi zakonodajo in sodno prakso tudi uresničuje.

O avtorju in avtorici

Rok Čeferin je doktor pravnih znanosti in docent na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Do izvolitve za sodnika Ustavnega sodišča Republike Slovenije leta 2019 je 30 let opravljal odvetniški poklic. Odvetniška zbornica Slovenije mu je podelila

naziv specialist za civilno in medijsko pravo. Kot pravni strokovnjak je sodeloval pri pripravi komentarja Kazenskega zakonika RS in Zakona o medijih. Od leta 2015 na Fakulteti za družbene vede študentom novinarstva predava o svobodi novinarstva in njenih mejah. Od leta 2019 opravlja funkcijo sodnika na Ustavnem sodišču Republike Slovenije, leta 2024 pa je bil izvoljen za predsednika navedenega sodišča.

Neža Kogovšek Šalamon je doktorica pravnih znanosti, višja znanstvena sodelavka pri zasebnem raziskovalnem zavodu Mirovni inštitut – Inštitut za sodobne družbene in politične študije ter docentka na Fakulteti za humanistične študije Univerze na Primorskem. Je članica programske skupine »Enakost in človekove pravice v dobi globalnega vladovanja« (P5-0413) in raziskovalnega projekta »Sovražni govor v sodobnih konceptualizacijah nacionalizma, rasizma, spola in migracij« (J5-3102). Od leta 2023 opravlja funkcijo sodnice na Ustavnem sodišču Republike Slovenije, od leta 2024 pa je tudi podpredsednica navedenega sodišča.

Financiranje

Študijo je podprla Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije – ARIS (P5-0413, J5-3102).

LITERATURA

- Alkiviadou, Natalie. 2024. »Article 17: Free Speech and the Guillotine the Countdown to Lenis v Greece«. *International Journal for the Semiotics of Law - Revue Internationale de Sémiotique Juridique* 37 (7): 2257–74. <https://doi.org/10.1007/s11196-024-10188-2>.
- Banks, James. 2010. »Regulating Hate Speech Online«. *International Review of Law, Computers & Technology* 24 (3): 233–39. <https://doi.org/10.1080/13600869.2010.522323>.
- Cohen, Roni. 2014. »Regulating Hate Speech: Nothing Customary about It«. *Chicago Journal of International Law* 15 (1): 229–55.
- CoM. 1997. »Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on „hate speech“«. Svet Evrope. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680505d5b.
- Cowan, Gloria, Miriam Resendez, Elizabeth Marshall, in Ryan Quist. 2002. »Hate Speech and Constitutional Protection: Priming Values

- of Equality and Freedom». *Journal of Social Issues* 58 (2): 247–63. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00259>.
- ECRI. 2019. »Poročilo Evropske komisije proti rasizmu in nestrpnosti o Sloveniji«. Svet Evrope. <https://rm.coe.int/fifth-report-on-slovenia-slovenian-translation-/168094caff>.
- ESČP. 1976. Handyside proti Združenemu kraljestvu, pritožba št. 5493/72, sodba z dne 7. decembra 1976.
- ESČP. 2012a. Vejdeland in drugi proti Švedski, pritožba št. 1813/07, sodba z dne 9. februarja 2012.
- ESČP. 2012b. Rujak proti Hrvaški, pritožba št. 57942/10, sodba z dne 2. oktobra 2012.
- ESČP. 2015a. Perinçek proti Švici, pritožba št. 27510/08, sodba z dne 15. oktobra 2015.
- ESČP. 2015b. Delfi AS proti Estoniji, pritožba št. 64569/09, sodba z dne 16. junija 2015.
- ESČP. 2016. MTE in Index.hu Zrt proti Madžarski, pritožba št. 22947/13, sodba z dne 2. februarja 2016.
- ESČP. 2017. Tamiz proti Združenemu kraljestvu, pritožba št. 3877/14, sodba z dne 19. septembra 2017.
- ESČP. 2018. Magyar Jeti Zrt. proti Madžarski, pritožba št. 11257/16, sodba z dne 4. decembra 2018.
- ESČP. 2020. Lilliendahl proti Islandiji, pritožba št. 29297/18, sodba z dne 12. maja 2020.
- ESČP. 2021. Standard Verlagsgesellschaft mbH proti Avstriji, pritožba št. 39378/15, sodba z dne 7. decembra 2021.
- ESČP. 2023. Sanchez proti Franciji, pritožba št. 45581/15, sodba z dne 15. maja 2023.
- ESČP. 2024. »Guide on Article 17 of the Convention of the Human Rights. Prohibition of Abuse of Rights«. Evropsko sodišče za človekove pravice. https://ks.echr.coe.int/documents/d/echr-ks/guide_art_17_eng.
- Evropska unija. 2008. *Okvirni Sklep Sveta 2008/913/PNZ z dne 28. novembra 2008 o boju proti nekaterim oblikami in izrazom rasizma in ksenofobije s kazensko-pravnimi sredstvi*. UL L 328, 55–58.
- Frosio, Giancarlo, in Sunimal Mendis. 2019. »Monitoring and Filtering: European Reform or Global Trend?« *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3450194>.
- Gosztonyi, Gergely. 2023. »The Case Law of the European Court of Human Rights and the Court of Justice of the European Union for a Better Understanding of Liability Issues«. V: *Censorship from Plato to Social Media*, Gergely Gosztonyi (ured.), 121–45. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-46529-1_9.

- Gosztonyi, Gergely, Daniella Huszár, in Gergely Ferenc Lendvai. 2024. »A Comparative Analysis of the Hungarian Freedom of Expression Cases before the ECtHR«. V: *Hungarian Yearbook of International Law and European Law 2024*, Marcel Szabó, Laura Gyeney in Petra Lea Láncoš (ured.), 203–38. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748946526-203>.
- Horwitz, Paul. 2003. »Free Speech as Risk Analysis: Heuristics, Biases, and Institutions in the First Amendment«. *Temple Law Review* 76 (1): 1–68.
- Kazenski zakonik, KZ-1. 2008. *Uradni list RS*, št. 50/12 – uradno prečiščeno besedilo, 54/15, 6/16 – popr., 38/16, 27/17, 23/20, 91/20, 95/21, 186/21, 16/23 in 107/24 – odl. US.
- Keane, David. 2007. »Attacking Hate Speech under Article 17 of the European Convention on Human Rights«. *Netherlands Quarterly of Human Rights* 25 (4): 641–63. <https://doi.org/10.1177/016934410702500404>.
- Kogovšek Šalamon, Neža. 2017. »Prispevek k razumevanju izziva pregona kaznivnega dejanja 'javnega spodbujanja sovraštva, nasilja ali nestrpnosti'«. *Časopis za kritiko znanosti* 45 (268): 74–87.
- Kogovšek Šalamon, Neža. 2018a. »Verbal Delict«. V: *The Long 1980s: Constellations of Art, Politics and Identities*, Nick Aikens (ured.), 194–95. Amsterdam: Valiz.
- Kogovšek Šalamon, Neža. 2018b. »Sovražni govor: vloga prava in pravosodja«. V: *Svoboda izražanja, mediji in demokracija v postfaktični družbi: filozofske, teoretične in praktične refleksije*, 1. natis, 91–102. Ljubljana: Lexpera: GV Založba.
- Korošec, Damjan, Katja Filipčič in Helena Devetak, ur. 2023. »Veliki znanstveni komentar posebnega dela Kazenskega zakonika (KZ-1)«. *Uradni list RS*, avtorji poglavja Rok Čeferin, Neža Kogovšek Šalamon in Damjan Korošec in Barbara Zobec. Ljubljana: Uradni list.
- Korpisaari, Päivi. 2022. »From Delfi to Sanchez – When Can an Online Communication Platform Be Responsible for Third-Party Comments? An Analysis of the Practice of the ECtHR and Some Reflections on the Digital Services Act«. *Journal of Media Law* 14 (2): 352–77. <https://doi.org/10.1080/17577632.2022.2148335>.
- Kovačič, Blaž. 2001. »Pravni vidiki sovražnega govora: odločbe Evropske komisije za človekove pravice in Evropskega sodišča za človekove pravice«. *Poročilo Skupine za spremljanje nestrpnosti = Intolerance Monitoring Report*, 1, 177–98.
- Križnar, Primož. 2019. »Spodbujanje sovraštva ali nestrpnosti: meja med prekrškom in kaznivim dejanjem«. *Pravna praksa* 38 (17/18): 11–13.
- Lemmens, Koen. 2022. »Freedom of Expression on the Internet after Sanchez v France: How the European Court of Human

- Rights Accepts Third-Party 'Censorship'«. *European Convention on Human Rights Law Review* 3 (4): 525–50. <https://doi.org/10.1163/26663236-bja10046>.
- MacDonald, Ronald Saint John, Franz Matscher, in Herbert Petzold. 1993. *The European System for the Protection of Human Rights*. Dordrecht: M. Nijhoff Publishers.
- Maroni, Marta. 2019. »A Court's Gotta Do, What a Court's Gotta Do. An Analysis of the European Court of Human Rights and the Liability of Internet Intermediaries Through Systems Theory«. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3360481>.
- Maroni, Marta. 2020. »The liability of internet intermediaries and the European Court of Human Rights«. V: *Fundamental Rights Protection Online*, Bilyana Petkova in Tuomas Ojanen (ured.), 255–78. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788976688.00022>.
- Mchangama, Jacob, in Natalie Alkiviadou. 2021. »Hate Speech and the European Court of Human Rights: Whatever Happened to the Right to Offend, Shock or Disturb?« *Human Rights Law Review* 21 (4): 1008–42. <https://doi.org/10.1093/hrlr/ngab015>.
- OZN. 1948. *Splošna deklaracija človekovih pravic*.
- OZN. 1966a. *Mednarodni pakt o državljanskih in političnih pravicah*.
- OZN. 1966b. *Mednarodna konvencija o odpravi vseh oblik rasne diskriminacije*.
- Pajnik, Mojca, in Brankica Petković. 2017. »Zanikana neenakost: uspojenost medijskega sistema v Sloveniji in porast meritokracije«. *Teorija in praksa* 54 (3/4): 612–29.
- Peršak, Nina. 2022. »Criminalising Hate Crime and Hate Speech at EU Level: Extending the List of Eurocrimes Under Article 83(1) TFEU«. *Criminal Law Forum* 33 (2): 85–119. <https://doi.org/10.1007/s10609-022-09440-w>.
- Polajžar, Aljoša, in Jan Stajnko. 2020. »Prekrškovna ureditev sovražnega govora in načelo zakonitosti«. *Dignitas* 85/86: 103–34.
- Rajgelj, Barbara. 2024. »Ljudstvo kot dopolnilni varuh, branilec javnih sredstev in subsidiarni tožilec«. *Teorija in praksa* 61 (4): 1007–30. <https://doi.org/10.51936/tip.61.4.1007>.
- Rovšek, Jernej. 2011. »Ali je sovražni govor sploh mogoče omejiti?« *Medijska preža* 39: 23–24.
- Salvador Coderch, Pablo, in Antoni Rubí Puig. 2008. »Genocide Denial and Freedom of Speech«. *InDret* 4: 1–30.
- Sanz, Esteve, in Thomas Crosbie. 2016. »The Meaning of Digital Platforms: Open and Closed Television Infrastructure«. *Poetics* 55 (april): 76–89. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.11.002>.

- Sardo, Alessio. 2022. »Hate Speech: A Pragmatic Assessment of the European Court of Human Rights' Jurisprudence«. *European Convention on Human Rights Law Review* 4 (1): 58–99. <https://doi.org/10.1163/26663236-bja10054>.
- Sodba VSRS št. I Ips 65803/2012 z dne 4. 7. 2019.
- Sodba VSRS št. I Ips-359/2005 z dne 13. 4. 2006.
- Strossen, Nadine. 2018. *HATE: Why We Should Resist it With Free Speech, Not Censorship*. New York, NY: Oxford University Press.
- Svet Evrope. 1950. *Konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin*.
- Svet Evrope. 2003. *Dodatni protokol h Konvenciji o kibernetiski kriminaliteti*.
- URS. 1991. *Ustava Republike Slovenije*. Uradni list RS, št. 33/91-I, 42/97 – UZS68, 66/00 – UZ80, 24/03 – UZ3a, 47, 68, 69/04 – UZ14, 69/04 – UZ43, 69/04 – UZ50, 68/06 – UZ121, 140, 143, 47/13 – UZ148, 47/13 – UZ90, 97, 99, 75/16 – UZ70a in 92/21 – UZ62a.
- USRS. 2001. Odločba USRS št. U-I-141/97. Ustavno sodišče Republike Slovenije.
- USRS. 2011. Odločba USRS št. U-I- 67/09, Up-316/09. Ustavno sodišče Republike Slovenije.
- Varuh človekovih pravic, Center za človekove pravice. 2021. »Kazenskopравни pregon sovražnega govora v Sloveniji po 297. členu Kazenskega zakonika (KZ-1): Analiza tožilske prakse pregona kaznivega dejanja javnega spodbujanja sovraštva, nasilja in nestrpnosti v obdobju 2008-2018«. https://www.varuh-rs.si/fileadmin/user_upload/pdf/Razne_publikacije/Sovrazni_govor_knjizica2.pdf.
- Vlada RS. 2024. »Predlog Zakona o medijih«. Vlada Republike Slovenije, 31. december 2024. https://www.dz-rs.si/wps/portal/Home/zakonodaja/izbran?uid=F866B25D56483727C1258C040045EDDF&db=p_re_zak&mandat=IX&tip=doc.
- Zagovornik načela enakosti. 2025. »Redno letno poročilo za leto 2024«. https://zagovornik.si/wp-content/uploads/2025/03/RLP-2024_spletna-verzija.pdf.
- Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ZAvMS. 2011. *Uradni list RS*, št. 87/11, 84/15 in 204/21. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO6225>.
- Zakon o spremembah in dopolnitvah Kazenskega zakonika, KZ-1B. 2011. *Uradni list RS*, št. 91/11. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO5811>.
- Zakon o varstvu javnega reda in miru, ZJRM-1. 2006. *Uradni list RS*, št. 70/06 in 139/20. <https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO3891>.
- Završnik, Aleš, in Vanja Zrimšek. 2017. »Sovražni govor po slovenski kaznovalni zakonodaji in sodni praksi: neustaven položaj«. *Časopis za kritiko znanosti* 45 (268): 59–73.

IV. JEZIK, TEHNOLOŠKE SPREMEMBE IN NOVINARSTVO

Monika Kalin Golob

NASLOVJE IN NASLOVI NOVINARSKIH BESEDIL V DIGITALNI DOBI: NAPOVEDNIKI, DRAŽILNIKI, KLIKOLOVNIKI

V slovenskem in tujem jezikoslovju ter novinarski teoretični in praktični literaturi je naslovje obravnavano kot eden osrednjih sporočanjskih elementov v novinarskih besedilih. Grafično in prostorsko izpostavljena besedilna enota je napoved vsebine in vabilo k nadaljnjemu branju. Zgodovinskorazvojno (Kalin Golob 2003, 2008; Korošec 1998) se je naslovje razvilo zaradi posebnega načina branja, bolje prelistavanja časopisa, ki v nasprotju z branjem knjige ne sledi zaporedju od prve do zadnje strani, ampak preletavanju strani po poljubnem zaporedju: z naraščanjem števila informacij in zato množenja števila časopisnih strani so se na grafično opazen način prek velikega naslova, nadnaslova, podnaslova in sinopsisa (v novinarski terminologiji je poimenovan *vodilo*) na enem mestu zgoščevale bistvene informacije, ki povzemajo vsebino prispevka. To besedilno tvorbo je Korošec (1998, 51) poimenoval naslovje, v tuji literaturi zasledimo tudi poimenovanje *časopis v kapsuli* (prim. Kalin Golob 2003, 2008). Metafora

izhaja iz predstave, da ko preberemo (pogoltnemo) naslovje, že zaužijemo bistvo informacij, ki so v prispevku zgolj razširjene.

Na naslovje (kot na novinarska besedila sploh) od nekdaj vplivajo družbene razmere, tehnološki napredek in zgledovanje po tujih medijih. Amon Prodnik (2021) tako družbene razmere v 19. stoletju in industrijsko najrazvitejših državah, ki so vplivale na razvoj senzacionalističnega tiska, povezuje s spremembami v naslovju in nastajanjem prvih pridobivalnih naslovov (imenuje jih *vabe*). Korošec za slovenske razmere npr. ugotavlja, da so družbene spremembe med razpadom Jugoslavije in po njem vplivale na funkcije naslovov ter pojavnost posameznih tipov naslovov: časopisi po letu 1989 imajo veliko več naslovov z informativno-stališčno funkcijo, saj je bilo pred tem izražanje stališč »zadeva državnih organov in redkih poklicnih novinarjev« (Korošec 1998, 49). Enako po letu 1990 razpozna senzacionalistične naslove, ki nastajajo na podlagi hiperboličnih izraznih sredstev in jih je v Slovenijo prinesel »rumeni tisk«, ki je »v nekem smislu kompletiral slovensko publicistiko« (Korošec 1998, 149–152). Podobno ugotavljamo (Kalin Golob 2004, 75; 2007), da je po letu 1990 zaradi konkurence med mediji in potrženja časopisov v naslovju pogosteje uporabljena pozivno-pridobivalna funkcija, kar se kaže z vključevanjem nekoč v naslovju redkih jezikovnih sredstev: nižje pogovorne leksike, vulgarizmov, ljudskih frazemov in pretiravanj; dvoumnega referiranja na spolnost in škandale, ter razvojem novega tipa čeznaslova.

Od druge polovice 90. let 20. stoletja je skokovit tehnološki napredek povzročil izjemne spremembe v novinarskem delu in sporočanju ter s tem tudi jezikovnostilni podobi slovenskega poročevalstva. Deuze (1999, 373) meni, da je internet povzročil spremembo novinarstva: zmanjšal je vlogo novinarja kot posrednika v demokraciji, ponudil nove vire in pripomočke za njihovo delo ter prispeval k oblikovanju spletnega novinarstva. Vpeljava inetraktivnosti, multimedialnost, hipertekstualnost in arhivskost so spremenile medijsko logiko novinarstva na spletu (Deuze 2007, 110; Oblak Črnič 2007, 46). Nov kanal sporočanja potrebuje nove pristope in s tem tudi prilagojene jezikovne izbire. Bralci lahko povezavo do prispevka delijo in razširjajo po različnih kanalih, kot so e-pošta in družbena omrežja, tako da je lahko doseg posameznih prispevkov izjemno velik (Deuze in Fortunati 2011, 169).

Digitalna doba omogoča preobilje lahko dostopnih informacij, ki jih neprestano nosimo s seboj na pametnih telefonih ali

prenosnih računalnikov in tablicah. Tekmovanje za naslovnikovo pozornost je na spletu mnogo večje kot pri drugih medijih (Kuiken et al. 2017, 1303). Če smo na eni strani naslovniki preobremenjeni z množico informacij najrazličnejših ponudnikov, so na drugi strani mediji tisti, ki se borijo za našo pozornost med številnimi ponudniki teh informacij. Vedno več bralcev novinarskih besedil prihaja z družbenih medijev, zato potreba po dobrem naslovu, ki se za pozornost bori z drugimi besedili in bo bralce spodbudil h kliku, postaja vse večja (Kuiken et al. 2017, 1303), k čemur ob dobrem naslovu prispevajo tudi drugi elementi, kot so fotografija, video in grafika.

Naslovi morajo ustvariti zanimanje za novinarski prispevek, prav vzpostavitev zanimanja potencialnih bralcev je posebej pomembna za tiste spletne medije, ki so komercialno odvisni od števila klikov (Scacco in Muddiman, 2015). V boju za naslovnika, ali bolje – za klik, so naslovi in naslovje osrednja jezikovna prвина, ki vabi na spletne portale, kar jim daje enak pomen in vlogo, kot ju imajo za časopisno naslovje. V prispevku nas bo zanimalo, kako navedene spremembe vplivajo na tipološke, strukturne in stilne značilnosti naslovja spletnih medijev, kako so v spletnih novinarskih besedilih organizirane in prilagojene prvine naslovja ter kakšna je njihova vloga v spletnem okolju. Glede na Koroščeve ugotovitve (1998, 43–159), ki veljajo za časopisna novinarska besedila in se nanašajo na gradivo večinoma v dnevniku Delo od 70. do 90. let 20. stoletja, smo izvedli primerjalno analizo funkcij naslovov, tipologije in stilnih značilnosti naslovja prispevkov treh najbolj obiskanih spletnih poročevalskih portalov v Sloveniji.

NASLOVJE NA SPLETU: IZHODIŠČA ANALIZE

Spletne strani niso enake tradicionalnim časopisnim, z nelinearnostjo vplivajo na način podajanja informacij, ki z digitalizacijo omogoča preplet jezika, slike, zvoka in videa, veliki naslovi¹ pa nastopajo tudi v vlogi hiperpovezav, ki odpirajo prispevek in povezujejo nove, dodatne informacije.

1 S poimenovanjem veliki naslov mislimo na glavni naslov prispevka, ki so mu lahko dodani nad- ali/in podnaslov in/ali sinopsis (terminologija je povzeta po Korošec 1976, 1998). Kadar uporabljamo izraz naslov, mislimo na enoto veliki naslov (Vn).

Po Korošču (1998, 51) se je naslovje v dnevnem tisku v svojo današnjo obliko razvilo zaradi prilagoditev določenemu načinu branja časopisa, pri katerem časopisi strnejo najpomembnejše podatke na grafično izpostavljenem mestu. Bralci časopisov namreč celotno stran najprej preletijo po naslovju, nato izberejo besedila, ki jih zanimajo oz. pritegnejo njihovo pozornost. Konvencija grafičnega izpostavljanja pomembnih informativnih sestavin v naslovju je nastajala že v 19. stoletju (Kalin Golob 2003, 170–200), nove tehnološke iznajdbe (po telegrafu v prvi polovici še telefon ob koncu 19. stoletja), ki so povečale pretok in število informacij, ter razvoj tiskarskih možnosti so v 30. letih 20. stoletja spodbudile razvoj polnega naslovja, torej naslovja z vsemi elementi: nadnaslovom, velikim naslovom, podnaslovom in sinopsisom (Kalin Golob 2008, 18).

Z digitalizacijo in razvojem spletnega novinarstva se je način branja znova spremenil. »Ljudje spletne strani berejo drugače kot tisk, branje je veliko manj sproščeno. Na stran se prijavijo med delom, hitro pogledajo naslove, da vidijo, kaj se dogaja, in odidejo,« je Anthonyju Crawleyju povedal urednik irskega spletnega časopisa The Irish Times (Crawley 2008 v Šober 2016, 13). Branje spleta je torej manj skoncentrirano kot pri tisku, raziskovalci hamburške univerze so ugotovili, da bralci na straneh, na katerih je v povprečju objavljenih 593 besed, preberejo le 28 odstotkov besedila (Weinreich et al. 2008 v Šober 2016, 13), drugi ocenjujejo, da je ta odstotek bližji 20 odstotkom (Nielsen 2008 v Šober 2016, 13). Spletnih strani ne beremo linearno, z miško drsamo po zaslonu in hitro preletavamo vsebine, branje motijo oglasi, naš pogled je bežeč, osredotočenost pa motena. Naslovi morajo pozornost privabiti z različnimi strategijami: opaznimi stilnimi sredstvi, senzacionalnimi in nekonvencionalnimi vsebinami, ne nazadnje tudi z informacijsko zadostnostjo ali ukanami ter fotografijami. Bralci pred klikom na prispevek pogosto vidijo le fotografijo in naslov, del bralcev pa do novinarskih besedil dostopa prek spletnih iskalnikov. Zaradi hipertekstualnosti morajo tako naslovi izpolnjevati novo zahtevo: upoštevati morajo, da bomo vsebine iskali tudi prek iskalnikov.

Tega se zavedajo tudi spletni mediji in novinarji ter zato za večjo obiskanost spletnega portala uporabljajo tehnično in vsebinsko optimizacijo spletnih strani (angl. *search engine optimization* – SEO).

SEO spletnim portalom pomaga pri privabljanju tistih bralcev, ki iščejo vesti po spletnih iskalnikih, tako da dosežejo čim boljše uvrstitev v rezultatih iskanja. Obstajajo različna navodila za oblikovanje tovrstnih naslovov (npr. v knjigi *Principles of Convergent Journalism* (Načela konvergentnega² novinarstva; Wilkinson, Grant, in Fisher 2009). Avtorji (Richmond 2008, 51) svetujejo uporabo določenih ključnih besed in njihovih sinonimov, po katerih uporabniki iščejo posamezne teme na spletu. Torej ne le takih, ki jih posamezniki vpišejo v iskalnik, pač pa tudi sinonimov, ki jih spletni iskalnik povezuje z iskanim izrazom. Zaradi SEO je priporočeno, naj pogosto iskane ključne besede vsebuje že naslov, zato naj bi bili spletni naslovi jasnejši in bolj vsebinski kot časopisni. SEO dobro deluje tudi ob izrednih vesteh, ki se pogosto začenjajo z omembo posameznikov, krajev, institucij ipd., saj prav ti elementi prek spletnih iskalnikov dosegajo dobre rezultate.³ Seveda pa se tudi SEO ves čas preobraža, saj ga določajo spremembe algoritmov in njim prilagojene odločitve uredništev.

Sodobni spletni novinar potemtakem piše naslove za človeka in računalnik; ni več le iskalec, prenašalec in presojevalec informacij ter besedilotvorec, ampak mora poznati osnove delovanja mobilnih naprav in računalnikov, imeti uporabniško znanje o programu za spletni portal, video in avdio urejanju, orodjih spletnega dela ter poznati raziskave o vedenju potrošnikov ter SEO (Oblak in Petrič 2005; Vobič 2013; Kaluža in Slaček Brlek 2020; Hooffacker 2022, 3, 14–16).

Naslovi na spletnih straneh imajo še pomembnejšo vlogo kot časopisni, saj so skorajda edini element za pritegnitev pozornosti. Spletni naslovi povzemajo vsebino, zato so pogosto daljši kot časopisni, dvovrstični (Spark in Harris 2011, 90). Avtorja navajata, da naslovi v spletnem novinarstvu ne vsebujejo kraja dogajanja, saj tako vzbudijo pozornost širše množice bralcev. Naslov vsebinsko po kliku na prispevek dopolnjujeta podnaslov in/ali sinopsis, ki razširita nabor informacij, pri tem pa ne smeta presegati 140 znakov, in ker spletni iskalniki upoštevajo zapise v naslovih in podnaslovih/sinopsisah, morata vsebovati imena oseb, institucij

2 Konvergentno novinarstvo avtorji definirajo kot »tvorjenje in poročanje na dveh ali več medijih hkrati« (Wilkinson, Grant in Fisher 2009, 2).

3 V zvezi s tem se odpirajo vprašanja vpliva SEO na vsebino poročanja, za katera Richmond (2008, 52–55) meni, da so stvar uredniške presoje.

in krajev za boljši priklic v iskalniku (Brooks et al. 2011, 251; Spark in Harris 2011, 90).

Poudarek na naslovih v spletnem novinarstvu izhaja iz koncepta branja prispevka v *kapsuli*, že tabloidi so izkoristili vidnost in poudarjenost naslovov za poigravanje z velikostjo, barvami pisave, postavitvijo naslovja kot celote, dodali novo enoto čeznaslov (Kalin Golob 2008, 15–21). To strategijo so spletni mediji še nadgradili, saj jezikovni izbor in grafično podobo naslovja večinoma prilagajajo čim večji opaznosti. Novinarski prispevek namreč ne konkurira le med vsemi podobnimi v različnih medijih, ampak si mora priboriti tudi pozornost znotraj spletne strani portala.

Tuja literatura ponuja kar nekaj raziskav in ugotovitev ter tudi napotkov praktikov glede spletnih naslovov, ob razvoju tehničnih možnosti in digitalnih orodij pa tudi navodila praktikov hitro zastarevajo. Saxena (2006, 201) je tako menil, da najboljši naslovi učinkovito osvetljujejo najpomembnejše poudarke zgodbe, in svetoval, naj bodo informativni; nenaklonjen je bil aktualizmu (torej stilno opaznim prvinam, navaja npr. besedne igre), ki so sicer povsem ustrezni v časopisju, a da spletne naslove naredijo preveč skrivnostne in bralce odvrčajo od klika. Prednost je dajal informativnosti z nevtralnimi poimenovanji, tvornimi glagolskimi naslovi, priporočal izogibanje pomožnim glagolom in okrajšavam. Spletne naslove je poimenoval (Saxena 2006, 197–204) *virtualna vrata*, saj naj bi bralec do prispevka prišel le, če ga bo pritegnil naslov.

Enako informativnost in stilno nezaznamovanost so priporočali Wilkinson, Grant, in Fisher (2009, 37), ki svetujejo, naj bodo spletni naslovi čim bolj podobni običajni povedi in upoštevajo »ustaljene jezikovne norme«, saj jih bralci tako lahko lažje najdejo pri spletnem iskanju. Veliko količino informacij na spletu prečesavajo spletni iskalniki in spletni pajki, najdejo jih lahko le ob pravilno napisanih kodah HTML ali XML; da bi torej informacije lažje našli človeški uporabniki spletnih iskalnikov, morajo naslovi vsebovati dovolj splošno in predvidljivo besedišče (Wilkinson, Grant, in Fisher 2009, 37).

Zgolj informativnost in ključne besede presegata Giomelakis in Veglis (2015, 25). Tako po eni strani pri izbiri besed, ki so primerne ob upoštevanju SEO, svetujeta specializirana orodja (npr. Google Keyword Planner) ter »jasne, unikatne, konsistentne in opisne«

naslove. Hkrati pa poudarjata opaznost naslovov, ki ne smejo biti napisani zgolj za potrebe SEO, temveč tudi za človeka bralca.

Od prvih napotkov, kako pisati za splet, so se prakse spreminjale in razvijale tudi skladno z novimi orodji in tehnologijami, zato v novejšem času avtorji več pozornosti posvečajo predvsem naslovom, ki s svojo dvoumnostjo, pomanjkljivo informativnostjo in drugimi tehnikami za privabljanje pozornosti vabijo h kliku (Lai in Farbroth 2013; Tenenboim in Cohen 2013; Blom in Hansen 2015; Kuiken et al. 2017; Hooffacker 2022).

V času hitrih sprememb, ki se jim nastajanje novinarskih besedil prilagaja, so naslovi tudi v spletnem novinarstvu eden najpomembnejših elementov (ob fotografiji in grafičnih izbirah) za privabljanje k branju prispevkov, oz. natančneje, za klik na prispevek (Kuiken et al. 2017), kar ohranja raziskovalno zanimanje jezikoslovja in novinarskih študij.

VABILO H KLIKU: KLIKOLOVNI NASLOVI

(KLIKOLOVNIKI)

Pomemben pojav sodobnih spletnih medijev je t. i. klikomanija, tj. sprotno spremljanje odziva bralcev v realnem času oz. število klikov na prispevke. Celotni koncept spletnega medija temelji na čim večji klikanosti (izmerjeni obiskanosti), ki se neposredno izkazuje v obsegu zanimanja za oglaševanje in posledično v finančnih izidih. Učinkovitost posameznega naslova je na spletu stalno merljiva, naslove uredniki tudi spreminjajo, če ne dosežejo dovoljšnega odziva. Zanimive so ugotovitve Lamota, Kreutza in Opgeenhaffna (2022), da obstaja razlika med naslovi na spletnih straneh in naslovi, ki so prenaslovili prispevek za Facebook (FB). Stilne značilnosti tistih, ki se na FB objavijo nespremenjeni, ustrezajo logiki družbenih medijev. Uredniki družbenih medijev imajo na splošno raje negativne naslove in naslove z vprašaji pred pozitivnimi in tistimi brez vprašajev (ali drugih ločil). Poleg tega so za objavo na FB nespremenjeni ostali naslovi, ki so vsebovali več čustvenih besed. Vse to so značilnosti, ki jih na jezikovni ravni štejejo za strategije vzbujanja pozornosti in radovednost ter klikolovnosti (prim. Blom in Hansen 2015; Kuiken et al. 2017; Lai in Farbroth 2013; Tenenboim in Cohen 2013). Pri tem gre za enako razumevanje, kot ga je uvedel Korošec za senzacionalizem (1998, 149–151): razume ga kot posledico

hotene uporabe jezikovnih sredstev, s katero se želi doseči določen učinek, pri Korošču senzacionalizem, v našem primeru klik, torej pritegnitev naslovnika. Ob tem se zavedamo, da klikolovnost ustvarjajo tudi drugi elementi: izbrane fotografije, grafike, emotikoni, velikost črk, videoposnetki.

V splošni rabi, med praktiki, pa tudi v strokovni literaturi se v zvezi z naslovi na spletu pogosto uporablja izraz *klikolovnik* (angl. *clickbait*), saj je osnovna funkcija naslova v spletnem poročevalskem mediju pritegniti bralca k branju prispevka, za kar mora klikniti na naslov. Scacco in Muddiman (2015) navajata, da akademski raziskovalci načeloma ne uporabljajo tega izraza, a ga uporabljajo praktiki, ki delajo na področju medijev. Danes se poimenovanje uporablja tudi v znanstvenih člankih.

Kot ugotavljajo Kuiken et al. (2017, 1303), je klikolovni naslov (tu predlagamo poimenovanje *klikolovnik*)⁴ nadpomenka, ki poimenuje »številne različne tehnike, ki imajo skupen cilj pritegniti pozornost in zbuditi radovednost bralca, da klikne na naslov«. K tem tehnikam (smeli bi jim reči *klikolovljenje*, upoštevajoč fotografije, videe in druge elemente privabljanja) prištevajo poenostavitve, ugibanja, negativnost, provokativne vsebine; napovedne reference s kazalnimi zaimki, postavljanje vprašanj, zapisovanje številčk. Klikolovnik je torej vaba, ki je spremenila pisanje naslovov na spletu, pri čemer se za njen nastanek uporabljajo besede, frazemi, stilistične tehnike, za katere urednik ve, da privabijo več klikov, saj je na spletu razmeroma lažje slediti uporabnikovemu vedenju kot v časopisu (Atterer, Wnuk, Schmidt 2006; Dick 2011; Tandoc 2004 v Kuiken et al. 2017, 1303). V raziskavi Kuiken et al. (2017) na nizozemskem spletnem poročevalskem portalu Blendle so raziskali pare prvotnih in na novo napisanih naslovov, s katerimi so želeli uredniki pridobiti več klikov. Ti so bili daljši od prvotnih, vsebovali so več opozorilnih in več čustveno konotiranih besed, citatov in vprašanj. Spremembe so bile včasih minimalne, subtilne, le posamezna beseda ali besedni red, drugod velike in je bil naslov napisan na novo (Kuiken et al. 2017, 1312). Študija je pokazala, da so k večji klikanosti prispevale krajše besede, vključitev zaimkov, »opozorilnih in sentimentalnih besed« ter izpuščanje

4 Izraz sem predlagala pri pisanju magistrskega dela študentu Novinarskih študij Domnu Anderletu (2024).

vprašanj in citatov, ob čemer avtorji poudarjajo, da nekatere tehnike delujejo pri določenih temah in pri drugih ne.

Drugi avtorji, kot npr. Tenenboim in Cohen (2013, 208–211), se posvečajo temam prispevkov, ki naj bi povečale klikanost spletnih poročevalskih portalov. Ugotavljata, da najbolj privabljajo teme, ki vzbujajo radovednost, kot so politika, obramba in črna kronika. Največjo klikanost prinašajo naslovi, ki vsebujejo elemente presenečenja, nasilja, smrti, spolnosti in znanih oseb. Gre torej za senzacionalistične teme, ki spletnim poročevalskim portalom ustvarjajo največ klikov.

Analizo besedilne tehnike, ki jo najdemo tudi na naših spletnih poročevalskih portalih, prinašata Blom in Hansen (2015), ki sta na 100.000 naslovih 10 različnih danskih spletnih portalov ugotovila, da v komercialnih in tabloidnih medijih pogosteje kot v klasičnih (nekomercialnih in netabloidnih) uporabljajo tehniko napovedovanja (2015, 98), in sicer vnaprejšnjo referenco v dveh oblikah: z ostenzijo (torej pokaznostjo) s kazalnimi zaimki (*Tega ne bi pričakovali od nje!*) in kataforo (*Prišel je na prizorišče*). Z obeh tipoma naslovotvorci vabijo h kliku: v naslovu prazne nanašalnice služijo kot vaba h kliku, saj klikanost prinaša zanimanje oglaševalcev (2015, 99; Amon Prodnik 2021, 142). Napovedna referenca ustvarja klikolovnik, najpogosteje gre za zaimenske besede in glagolske morfeme, ki se navezujejo na besedo ali besedno zvezo, ki se v povedi ali besedilu pojavi šele v prispevku, torej za razjasnitev potrebujemo klik. Nekateri od analiziranih naslovov s prikrito referenco zbujajo sklepanje, ki se po kliku izkaže kot neverjetno in je ni mogoče razvozlati, kar s kritičnodiskurzivne in etične perspektive pomeni manipulacijo (2015, 99).

Klikolovniki so definirani tudi kot »praksa pisanja naslovov, ki zadržuje informacije ali pretirano razkriva zgodbo, da bi bralce pritegnili h kliku« (Molyneux in Coddington 2020). Wanda et al. (2021, 51) definirajo klikolovnike kot senzacionalistične naslove, ki bralce spodbujajo h kliku na povezavo, ki ga sicer ne bi opravili. Kot značilnost tovrstnih naslovov navajajo izbiro stila, ki vzbuja čustva in radovednost. Hooffacker (2022, 176) obravnava klikolovnike kot vrsto dražilnikov (ang. *teasers*)⁵ z zavajajočim in senza-

5 Dražilnike v spletnem novinarstvu Hooffacker (2022, 188) definira kot krajša besedila, pogosto s fotografijo, ki uporabnika spodbujajo k nadaljnjemu kliku, torej delno pokrivajo veliki naslov, delno pa naslovje z enoto, ki vključuje tudi fotografijo.

cionalističnim naslovom, ki naslovnika vabi h kliku. Njihov namen je povečati število ogledov strani in s tem oglaševalske prihodke.

Obravnavo klikolovnikov torej v literaturi ni enotna, na eni strani se pokriva s senzacionalizmom, ki se kaže tako na ravni tematike (škandali, kriminal, spolnost ipd.) kot tudi z načini predstavljanja informacij, npr. pretiravanja, zavajanja, dvoumnosti (Korošec 1998; Molek-Kozakowska 2013, 174). Na drugi strani pa gre za naslove, v katerih prevladuje pridobivalnost, torej naslove s pozivno-pridobivalno funkcijo, ki je razpoznanja že pri Korošču (1998, 49). S stilno zaznamovanostjo, celo intenzifikacijo, opaznostjo, vabilnostjo, pretiravanji, dvoumnostjo, pozivi, zastrtostjo so tovrstni naslovi namenjeni pridobivanju pozornosti: »Ta funkcija je pogosto v pravem nasprotju z informativno, jo naravnost zanika, tako da o vsebini ne pove nič in s tem skuša bralca pridobiti za branje ostalega besedila« (Korošec 1998, 49).

Ob analizi naslovja treh najbolj obiskanih spletnih poročevalskih portalov in funkcij velikih naslovov bomo poskušali razmejiti oz. natančneje opredeliti, kakšno je razmerje med tremi delno prekrivnimi pojmi: pozivno-pridobivalnimi naslovi, klikolovniki in senzacionalističnimi naslovi.

NASLOVJE NA TREH SLOVENSKIH PORTALIH: BESEDILNA IN STILISTIČNA ANALIZA

Na podlagi rezultatov merjenja obiskane spletni strani (Merjenje obiskane spletni strani MOSS b. d.) smo za analizo naslovja izbrali prve tri v zadnjih letih najbolj obiskane spletne poročevalske portale: 24ur.com (izdajatelj PRO PLUS, d. o. o.), Siol.net (TSmedia, d. o. o.) in Žurnal24.si (Styria Media si, d. o. o.).

Ugotovitve raziskav, opravljenih na slovenskem naslovju tiskanih medijev (Korošec 1998; Kalin Golob 2003, 2008), in spoznanja tujih avtorjev o naslovih v spletnih medijih (Saxena 2006; Richmond 2008; Wilkinson, Grant in Fisher 2009; Bednarek in Caple 2012; Molek-Kozakowska 2013; Lai in Farbot 2013; Tenenboim in Cohen 2013; Giomelakis in Veglis 2015; Blom in Hansen 2015; Kuiken et al. 2017; Dykstra 2019; Patráš 2021; Wanda et al. 2021; Hooftacker 2022; Gligorić et al. 2023; Miletić 2024) smo aplicirali na naslovnice navedenih portalov v obdobju dveh tednov (brez sobote in nedelje) med 7. in 21. avgustom

2024. Vsak dan smo enkrat dnevno ob različnih urah (med 10. in 14.) izpisali prvih deset naslovov z naslovnice vsakega od portalov ter nato naslovje prvih treh prispevkov na povezavah; tako smo pridobili vzorec 300 naslovov in 90 naslovij. Gradivo smo zbirali z branjem na osebnem računalniku in je bilo za analizo fotografirano.⁶ Vzorec je dovoljšen za kvalitativno analizo, saj sta bili v tem časovnem obdobju postavitev strani in ureditev naslovja zelo standardizirani pri vseh treh portalih, prav tako je tudi izbira jezikovnih sredstev po nekaj dnevih postala predvidljiva in ponavljajoča se.

Vsi trije portali objavljajo multimedijske prispevke, v katerih na naslovnica prevladujeta naslov in fotografija, pogosto pa so pri prispevkih dodane tudi videovsebine in/ali dodatne fotografije. Pri analizi naslovnice smo določili funkcije naslovov, kot jih je v slovensko stilistiko poročevalstva uvedel Korošec (1976, 248–249; 1998, 43–49). Korošec je v časopisnih naslovih prepoznal tri parne funkcije: poimenovalno-informativno, informativno-stališčno in pozivno-pridobivalno. Kljub številnim definicijam funkcij naslovov v tuji literaturi je Koroševa razporeditev tipološko in jezikovno-stilistično najbolj tehtna, saj izhaja iz enotnega kriterija razvrščanja jezikovnih sredstev ter njihove stilne (ne)zaznamovanosti, medtem ko drugi avtorji uporabljajo različne kriterije (npr. od novejših Hooffacker 2022 enkrat upošteva vsebino, drugič žanr, tretjič pojavitve).

Ob funkcijah naslovov nas je zanimala zgradba naslovja, torej prvine, ki se ob velikem naslovu pojavljajo na naslovnici in nad prispevkom. Zgradba naslovja je za časopisno poročevalstvo natančno razdelana in analizirana pri Korošču (1998), zgodovinski vidik pa prikazan ob analizi prvih slovenskih dnevnikov (Kalin Golob 2003, 2008). V okviru magistrskih del so bile na temo naslovja spletnih portalov opravljene tri raziskave (Šober 2016; Horvat 2017; Anderle 2024), ki omogočajo opazovanje sprememb in stalnih prvin znotraj besedilnih enot naslovja.

Tako denimo Šober ugotavlja, da hierarhija naslovnih enot, do katere je Korošec prišel s preučevanjem časopisnih naslovov, za naslovje spletnih časopisov zaradi odsotnosti nadnaslova

6 Fotografije so arhivirane pri avtorici.

ni primerna: »Namesto njegove hierarhije N – P – Nn^{7/} se tako lahko v spletnem poročevalstvu elementi hierarhično postavijo kot N – P – S oziroma N – S« (Šober 2016, 33). Za spletno Delo Horvat (2017) ugotavlja vabilni pomen fotografije ob naslovu in podnaslovu, kar potrjuje tudi Anderle (2024) za spletni Večer.

Analizirali smo naslovje na naslovni strani in naslovje prispevkov, do katerih prispemo po kliku. Portal 24ur na naslovnici za najpomembnejše (običajno tri) novice prinaša le fotografijo ter na njej nadnaslov in veliki naslov ter pod njim navedbo števila branj; druge novice z naslovnice imajo manjše fotografije, nad njimi nadnaslov in pod njimi naslov. Prispevek pa vsebuje nadnaslov, veliki naslov in sinopsis. Spletnemu portalu prilagojena je enota, dodana pod veliki naslov, ki je tehnične narave (časovno-prostorski vhod, ura posodobitve, čas branja in avtor ter simboli družbenih omrežij za deljenje prispevkov). Ta enota je na Siolu dodana ob levem robu naslovja vertikalno, sicer Siol na naslovnici prinaša le fotografijo z velikim naslovom, prispevek pa ima enake enote kot pri 24ur. Na Žurnalu24 sta na naslovnici na fotografijo umeščena nadnaslov in veliki naslov, enako na prispevku po kliku.

Naslovje je na spletu tako na naslovnici kot na prispevku okrepljena z vizualnimi elementi: fotografija na naslovnici je ob nadnaslovu (ki je večinoma zemljepisnopodročni (tujina, Slovenija) ali področni) in velikem naslovu edina prva prispevka, s katero je pred klikom seznanjen bralec. Pri prispevkih na 24ur nadnaslovu in velikemu naslovu sledi sinopsis, ki strnjuje prispevek, besedilo se kljub vizualni prekinitvi (manjši tisk in presledek) nadaljuje tekoče.

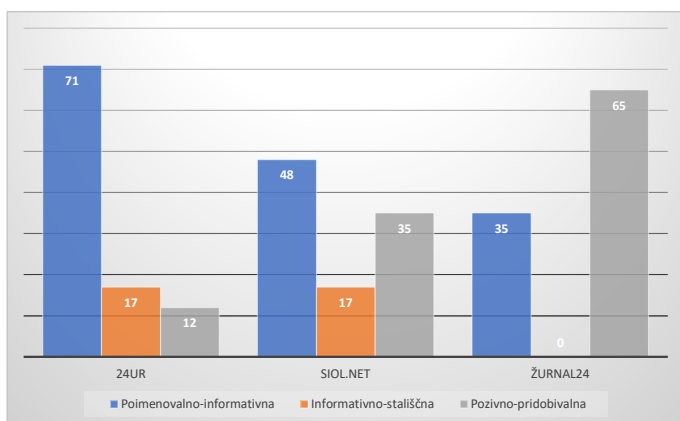
Vabilo k branju prispevka: funkcije naslovov na naslovnica

Jedro naslovnice so torej veliki naslovi s fotografijo, zato so – v nasprotju s tiskom, pri katerem prevladujejo samostalniški naslovi (Korošec 1976, 1998; Kalin Golob 2003) – s spletnim novinarstvom pogostejšo rabo pridobili glagolski naslovi in daljše samostalniške besedne zveze: večinoma daljše dvovrstične povedi povečajo informativnost naslova in tako nadomestijo morebitne druge enote

7 Nn – nadnaslov; N – veliki naslov; P – podnaslov; S – sinopsis.

naslovja, sploh sinopsis, ki so prej s svojo strukturo omogočale strnjeno informiranost na izpostavljenem mestu v časopisu (npr. Siol, 7. 8. 2024: *Vodja katalonskih separatistov se po sedmih letih izgnanstva vrača v Španijo*; 24ur, 13. 8. 2024: *Na ulicah Aten gost, temen dim, v ognjenem infernu umrla ena oseba*; Žurnal24, 12. 8. 2014: *Kočevje: v avtu bežala pred policisti, ko so ju ujeli, so jih napadli domačini*).

Hooffacker (2022, 51–58) hipertekst na naslovnih straneh spletnih portalov poimenuje dražilniki in jih ločuje glede na funkcijo (povzemalni, vprašalni in napovedni), dolžino (naslovni vabilnik, naslov in besedilo, vabilnik s fotografijo kot vodilo) in žanr, ki ga naslavljajo (vestiški, komentatorski, pridobivalni). Naša analiza je, kot navedeno, tristo naslovov z naslovnice aplicirala na Koroščeve funkcije naslovov (1998, 47–49), ki bolj poglobljeno in sistematično razporejajo vloge (sicer časopisnih) naslovov ter so tipološko omejene na prevladujočo funkcijo, z njimi pa so povezane tudi stilne izbire in jezikovne strategije.



Graf 1: Funkcije naslovov na naslovnica spletnih portalov

Na 24ur in Siolu prevladuje poimenovalno-informativna funkcija, na Žurnal24 pa pozivno-pridobivalna. Razmerje med funkcijami tudi sicer omogoča razvrščanje portalov od resnejše informativnosti proti lahkotnejši tabloidnosti.

Ker na naslovnica ni podnaslovov in sinopsisa, je za informativnost zelo pomembno, katero fotografijo,⁸ nadnaslov in naslov izberemo. Zaradi dejstva, da so naslovi namenjeni računalniku (SEO) in človeku, morajo biti elementi izbrani dovolj jasno in hkrati privlačno, da pritegnejo pozornost in prepričajo h kliku na povezavo in branju vsebine. Spletni poročevalski portali želijo pritegniti predvsem z vsebino, naslovotvorec (novinar ali urednik) pa imata na voljo manj elementov, s katerimi lahko to uresničita. Zato so naslovi daljši, prevladujoče glagolski, vsebujejo stvarna imena oz. ključne besede, saj jih je zato lažje najti v spletnih brskalnikih, od tod tudi prevladujoča poimevalno-informativna funkcija, ki je značilna za 24ur in (sicer v manjšem deležu) Siol. Slednji na naslovnici nima nadnaslova, zato so fotografija in črke večje. Naslovi pogosto vsebujejo dvopičje, pred katerim izbrana sestavina nadomešča nadnaslov: *Delodajalec svetuje: na kaj morate biti pozorni pri menjavi službe?* (Siol, 7. 8. 2024). Nadnaslovi na drugih dveh portalih so informativno skopi, večinoma enobesedni in umeščajo prispevke krajevno (t. i. zemljepisnopodročni nadnaslov (Korošec 1998, 82): *tujina – Slovenija*), področno oz. tematsko (t. i. področni nadnaslov: *Znanost in tehnologija*), med nadnaslovom in velikim naslovom ni besedilne povezave (npr. ponavljanj, preimеноvanj, sinonimov), zato je med njima formalno razmerje, npr.:

Nn: *Tujina*

N: *Ukrajinske sile vdrle v rusko regijo Kursk, zasedle več vasi*
/Št. branj/
(24ur, 7. 8. 2024)

Prevladujoča pozivno-pridobivalna funkcija na Žurnalu24 izhaja iz tabloidnega pristopa tega spletnega portala. Jezikovna strategija klikolovnikov, ki jo uporablja pri naslovih s pozivno-pridobivalno funkcijo, je tu najbolj pogosta in tudi najbolj očitna, saj se gradi na pogosti rabi ostenzije, torej kazanjem s

8 V prispevku ne analiziramo sicer pomembnega razmerja med naslovi (oz. njihovo jezikovno platjo) in drugimi prvinami (npr. fotografijami), pri čemer se zavedamo, da je prepletanje različnih kodov (zlasti verbalnega z vizualnim: fotografija oz. slika, barva in oblikovanje besedila, umeščenost enega glede na drugo, medsebojno opomenjanje ipd.) pri spletu zagotovo pomembnejše kot denimo pri tisku.

kazalnimi zaimki, ki nimajo reference, nanašanca razpoznamo po kliku. Prevladujejo značilnosti zastrtih naslovov (z besediščem s področja spolnosti; rabo ekspresivnih leksemov; številnimi klicaji, ki interpretirajo vsebino, in tropičji, ki zaznamujejo izpust najpomembnejše informacije; medmeti in dvoumnimi naslovi), ki jih Korošec (1998, 156 in nasl.) imenuje hiperbolični ter temeljijo bodisi na dvoumnosti leksemov bodisi na pretiravanju:

*Arso z opozorilom, v **teh** krajih so možne močnejše nevihte; **Ta** milijonska vila bo kmalu najbolj slavna vila v Sloveniji (Ž24, 7. 8. 2024); **Pozor**, Vodišek že ob **tej** uri za olimpijski naslov, rokometaši po finale; **To** srce parajoče vprašanje je po sinovi diagnozi Colin Farrel vprašal zdravnika (Ž24, 9. 8. 2024); Znana Slovenka razgalila svoje telo: **Tako** je videti po dveh porodih!; **Kakšna blamaža! Sloviti** časnik našo olimpijsko junakinjo označil za ...; Mokra Alenka Bratušek, videti je zgoraj brez!⁹ (Ž24, 12. 8. 2024); Dars **tem** kršiteljem ne more napisati kazni, **to** je razlog; **Grozljivo!** Nov pokol na šoli, tokrat v Bosni, umrl tudi ravnatelj (Ž24, 21. 8. 2024)*

Posebno intonacijo dajejo naslovju v Žurnalu24 tudi ekspresivni nadnaslovi (*Kaj si privoščijo! Mamma mia! Noro! Tragično*), ki naj bi s čustveno konotacijo stilno zaznamovanih leksemov in ločili dodatno privabljali h kliku. Njihova naloga je interpretacija vsebine in imajo podobno vlogo kot čeznaslovi v tiskanih tabloidih (prim. Kalin Golob 2007, 2008), zato vsebujejo stališče novinarja, a jih zaradi intenzifikacije stilotvornih sredstev prištevamo k pozivno-pridobivalnim naslovom.

Klikolovniki pa se pojavljajo tudi na portalu Siol, npr. ***Tako** so si lastniki hišice na Korčuli prisvojili plažo; **To** se je ponoči zgodilo na slovenskem počivališču* (9. 8. 2024), za katerega je značilno tudi, da pogosto uporablja interpunkcijske naslove z dvopičjem, pri čemer levi del nadomešča nadnaslov, ki ga na tem portalu ni, npr. *Ljubljana: moški padel z balkona v petem nadstropju in umrl* (12. 8. 2024); *Razkritje: Iran v tajnosti načrtuje sejanje »kaosa in nasilja«* (13. 8. 2024). Pogosto so to krajevne umestitve (*Počitnice v Grčiji*) in navajanje udeležencev (*Hamas; Nekdanja novinar-ka*) ter tema prispevka (*Zgodovina meritev: letošnji julij drugi*

⁹ Po kliku vidimo fotografijo A. Bratušek, ki plava prsno, na njenem hrbtu (predvidoma zaradi pokritosti z vodo) ni videti traku modrčka.

najtoplejši mesec doslej) ali interpretacije dogodkov pri naslovih s pozivno-pridobivalno funkcijo (*Pripravite se, Bralec šokiran*).

Pozivno-pridobivalna funkcija se na 24ur pojavlja z interpunkcijskimi naslovi, sploh vprašajnimi, npr. *Vesel se bo predstavil odboru DZ, ga bo opozicija podprla?*; *Kaj na cestah počne modro vozilo z vidno belo številčnico?* (8. 8. 2024), ali celo intenzifikacijo z zamolkom (tropičje) in vprašajem: *Kje je ... Meghan?* (9. 8. 2024).

Sklenemo lahko, da naslovje na prvih straneh portalov izkorišča dve prevladujoči strategiji:

1. Povabiti h kliku in branju z informacijami, zato so ti naslovi poimenovalno-informativni, daljši, glagolski in tako nadomeščajo sinopsis, ki ga najdemo šele po kliku. Prinašajo jedro informacij v skrajšani obliki; redkeje tudi naslovotvorčevu stališče: informativno-stališčni naslovi se pojavljajo na Siolu (npr. *Skrb vzbujajoče novice iz Splošne bolnišnice Celje*, 9. 8. 2024) in 24ur (npr. *Huda kazen za napadalca na dansko premierko*, 7. 8. 2024) v 17 %, na Žurnal24 je stališču dodana izrazita pridobivalnost, ki prevladuje, zato so ti naslovi uvrščeni k pozivno-pridobivalnim. Tovrstno naslovje je neaktualizirano, torej ne vsebuje stilno zaznamovanih prvin.
2. Privabiti bralca h kliku s pozivno-pridobivalnimi naslovi, pri katerih se na spletu pojavlja posebna kategorija klikolovnikov. Razumemo jih kot naslove s pozivno-pridobivalno funkcijo, ki vsebujejo eksplicitno prazno referenco in z napovednimi (kataforičnimi) prvinami vabijo h kliku, ta se razjasni (lahko pa tudi ne) šele v prispevku, pri čemer prevladujejo kazalni zaimki in katafore. Klikolovniki so torej spletu prilagojeni naslovi, katerih edina vloga je ustvariti čim več klikov na podlagi jezikovnih prvin, ki eksplicitno ne povedo ničesar. Tu se omejujemo na naslove, ki vsebujejo kazalne zaimke (*to, takšen ...*) in katafore (tretjeosebne osebne zaimke, ki zaznamujejo osebe v prispevku po kliku), ne pa na vse naslove, ki so »zavajajoči ali senzacionalistični« (Hooffacker 2022, 176), saj te uvrščamo v širšo skupino zastrtih naslovov (praznih ali hiperboličnih; Korošec 1998, 149–160), ki s posebno rabo jezikovnih sredstev pretiravanja, zavajanja in dvoumnosti prispevajo k senzacionalističnemu učinku naslova in prispevka. Tipološko gledano, lahko Korošček podtip hiperboličnih naslovov (ki sodijo k zastrtim naslovom) razširimo s klikolovnimi naslovi.

Naslovje prispevkov: med informiranjem in aktualizacijo

Analiza naslovij 90 prispevkov je pokazala, da je ta besedilna enota prilagojena hitremu branju spletnih poročevalskih portalov. Med portali so opazne razlike, ki jih narekuje naravnost bodisi v informiranje bodisi tabloidizacijo.

24ur ob nadnaslovu (zemljepisnopodročnem, rubričnem ali področnem) in velikem naslovu (ki sta enaka tistima na naslovnici) prinaša tudi sinopsis, ki je povzetek bistvenih informacij. Prispevek se večinoma začne znova od začetka (pravi sinopsis), v tretjini pa nadaljuje brez zareze (nepravi sinopsis) in je napoved prispevka. Gre torej za razmeroma zaključeno enoto NN – N – S, fotografija je umeščena za te enote in pred besedilo. Naslovje je informacijsko zadostno.

Siol vsebuje le veliki naslov in nepravi sinopsis, ki sicer vsebuje glavne vestiške prvine (vestiški pravzorec), a po njem ni besedilne zareze, ampak se besedilo nadaljuje. V tretjini primerov se namesto sinopsisa pojavi podnaslov ali podnaslovni sklop (zaporedba povedi, ki napovedujejo nadaljnje besedilo). Fotografija je postavljena pod veliki naslov, nadnaslova ni, zato so veliki naslovi pogosto interpunkcijski: pred dvopičjem stoji krajevna ali področna umestitev dogodka. Podnapis pod fotografijo ima velikokrat značilnosti podnaslova oz. podnaslovnega sklopa, saj se ne navezuje na fotografije, ampak daje dodatne informacije k prispevku. Pri naslovih s pozivno-pridobivalno funkcijo je tudi nepravi sinopsis ali podnaslov aktualiziran, tj. vsebuje stilno opazne prvine, ki prispevajo k senzacionalističnemu učinku besedila in so vse eno samo besedilo, npr.:

Vn: *To so našli pri **Slovincu**, ki se je v **Vodica** spravil nad policiste /Fotografija orokavičenih rok, ki iz zavoja belega praška z nožem praskajo površino./*

Podnapis pod fotografijo: *Za 24-letnega **Slovenca** se je obisk **Vodic** bolj klavrno končal.*

Nepravi sinopsis: ***Slovenec** trenutno biva na policijski postaji v **Vodica**, ker se je znašal nad policisti in se jim upiral. To še ni vse, saj so naslednji dan ob podrobnem pregledu v njegovem osebem avtomobilu našli kokain.*

Žurnal24 ima nadnaslov, ki je tehnične narave (zemljepisno-področni ali področni). Velikemu naslovu sledi ime avtorja, datum in ura objave, nato fotografija brez podnapisa, le vir, ter nepravi sinopsis, ki se pojavi kot niz krajših povedi, ki stopnjujejo dramatičnost (21. 8. 2024: *Sanski Most. Vstopil v gimnazijo in streljal. Ubil je tri ljudi, nato poskušal soditi še sebi. Prepeljali so ga v bolnišnico.*).

Enote naslovja so pri vseh treh portalih v besedilnem razmerju (po Korošcu (1998): naslovje vezanih enot), in sicer besedno, saj se v sinopsisu ali podnaslovu ponovi vsaj en leksem iz velikega naslova. V veliko primerih je takšnih ponovitev v posameznem naslovju več, poleg ponovitve istega leksema se pojavljajo perifraze. Besedno vezano naslovje glede na prisotnost aktualizmov (stilno zaznamovanih prvin) delimo na neaktualizirano naslovje vezanih enot in aktualizirano naslovje vezanih enot. Pri našem gradivu se je pokazalo, da prevladuje naslovje neaktualizirano vezanih enot, aktualizirane so značilne, kadar so naslovi pozivno-pridobivalni in jih sinopsis ne nevtralizira, temveč pogosto še intenzificira, ta strategija je najbolj značilna za Žurnal24:

Nn *Slovenija*

Vn *Noro. In to poklicni voznik tovornjaka. Pošteno pijan vijugal po avtocesti*

Avtor M. G. 7. avgust 2024, ob 12:01

/Fotografija rok na volanu, ki hkrati drži stekleničko v roki/

Pn *Policisti z PU Novo mesto poročajo o vijuganju po avtocesti. Razlog pa alkohol.*

Pri klikolovnikih je zanimivo, da prazne nanašalnice pogosto ne razreši naslovje, ampak šele prispevek, npr. Žurnal24 20. 8. 2024:

Nn *Slovenija*

Vn *Za **toliko** naj bi se zvišal RTV prispevek*

Pn *Na ministrstvu za kulturo so pripravili odlok o zvišanju rtv-prispevka in ga poslali v medresorsko usklajevanje.*

Z odsotnostjo in zmanjšano vlogo podnaslova v večini prispevkov sinopsis skupaj z velikim naslovom tvori sinoptično naslovje. Kot ugotavlja že Šober (2016), je po eni strani njegova vloga okrepljena iz tehničnega razloga, saj skupaj z naslovom nastopa na več mestih znotraj spletne strani in vabi bralce h kliku na prispevek.

Po drugi strani ga pomensko krepi večja besedilna povezanost z velikim naslovom, saj je bil pri vseh prispevkih tudi besedilno vezan na veliki naslov. Če za časopisne sinopsise velja, da so stilno nezaznamovani povzetek besedila prispevka, ki nevtralizira morebitne aktualizme iz drugih delov naslovja (Korošec 1998, 102–103), je spletni sinopsis stilno opaznejši, sploh pri Siolu in Žurnalu24, tako da stopnjuje napetost ali dramatičnost pred vstopom v prispevek, npr.:

Vn: Kočevje: V avtu bežala pred policisti, ko so ju ujeli, so jih napadli domačini

S: Voznik bežal pred policisti. Ko so ga ti hoteli prijeti, je nadnje prišlo večje število občanov (Ž24, 12. 8. 2025).

Klasične, prave sinopsise, ki povzemajo vsebino, ima 24ur (21. 8. 2025; poudarila M. K. G.), a se ne izogne vedno dramatizaciji in aktualizaciji z rabo stilno opaznih prvin:

Nn: Tujina

Vn: Streljanje na srednji šoli v BiH: trije mrtvi, tudi ravnatelj in tajnica

*S: Na srednji šoli v Sanskem Mostu v Bosni in Hercegovini so **odjeknili** strelji. Umrlji so trije ljudje, med njimi naj bi bila tudi ravnatelj in tajnica. **Smrt** naj bi **sejal** šolski hišnik.*

Tovrstno strategijo stopnjujejo tudi na Žurnalu24, kjer ob velikem naslovu s pozivno-pridobivalno funkcijo v sinopsisu s stilno zaznamovano rabo kratkih povedi in klimaksa ter frazema *soditi sebi* stopnjujejo pridobivalnost in opaznost naslovja (21. 8. 2025):

Nn Svet

Vn: Grozljivo! Nov pokol na šoli, tokrat v Bosni, umrl tudi ravnatelj

S: Sanski Most. Vstopil je v gimnazijo in streljal. Ubil je tri ljudi, nato poskušal soditi še sebi. Prepeljali so ga v bolnišnico.

Zaradi omejitve dolžine besedila je spletni sinopsis sicer krajši od časopisnega, s tem se spreminja tudi njegova bistvena lastnost posredovanja jedra informacij – namesto povzemanja prispevka v veliko primerih spletni sinopsis zgolj napoveduje vsebino, pri tabloidnem Žurnalu24 pa ob tem z aktualizmi stopnjuje pridobivalnost in dramatizacijo. Korošec (1998) je menil, da pri

napovedovalnosti pravzaprav ne bi smeli govoriti o »napačnosti« ali »nepravem sinopsisu«, pač pa o elementu, ki odstopa od poznane norme, ker opravlja drugačno funkcijo. Glede na precejšnjo zastopanost nepravlega sinopsisa v analiziranih prispevkih bi bilo smiselno potrditi predlog pri Šober (2016) o uvedbi dveh kategorij spletnega sinopsisa: napovednika in povzetka, ki opravlja različni nalogi, ob čemer je treba dodati, da s svojo opaznostjo in aktualizacijo odstopajo sinopsisi, ki hote gradijo na pridobivalnosti in ustvarjanju senzacionalizma.

Med novosti spletnega naslovja prištevamo tehnične avtomatizme: označevanje multimedijskih vsebin v velikem naslovu z besedami »foto«, »avdio« in »video«. Naslove s takimi elementi lahko uvrstimo med naslove skrajšanih napovedi, ki imajo v skupini naslovov z dvopičji¹⁰ najvišjo stopnjo avtomatiziranosti obrazca (Korošec 1998, 116). Nova vrsta avtomatizmov se pojavi na začetku ali koncu velikega naslova v oklepaju.

Nova enota naslovja je tudi vrstica, umeščena pod veliki naslov ali ob rob prispevka, z navedbo avtorja, datuma in ure objave ter simboli družbenih omrežij. Nastala je zaradi tehničnih možnosti spreminjanja iste objave ob različnem času, deljenja prispevkov in interaktivnosti. Kljub navedbi kraja in zelo točnega časa ne gre za klasični časovno-prostorski vhod v besedilo, ki je bil značilen za slovensko časopisno novinarstvo vse do konca 90. let 20. stoletja, ampak za podatke, nujne za sledenje, posodobitve in arhiviranje prispevkov ter računalniško iskanje. Navedba števila branj ima pridobivalno vlogo, umeščena pa je standardizirano pod veliki naslov ali ob prispevek vertikalno.

ZAKLJUČEK

Spreminjanje in prilagajanje novinarstva družbenim in tehnološkim spremembam se kaže tudi v spreminjanju ter prilagajanju jezikovnih strategij in izbor. Z jezikovnostilno analizo naslovov in naslovja treh najbolj obiskanih slovenskih poročevalskih portalov med 7. in 21. 8. 2024 smo razčlenjevali, ali in kako so se naslovi

10 Sem spadajo tudi naslovi, v katerih se v takšnem avtomatizmu na levi strani dvopičja nahaja zemljepisno lastno ime, na desni pa besedilo, vsebinsko povezano z levo enoto, ki je obširneje razloženo v besedilu.

kot najizrazitejša poročevalska prвина prilagodili spletnemu poročevalstvu, za katero je ob skorajda nedoumljivih tehnoloških možnostih in večkodnosti značilna vedno večja konkurenca med ponudniki, vedno bolj hiter in vedno manj skoncentriran bralec, ki drsa po pametnem telefonu, in potrebe (predvsem tržno naravnanih medijev; Amon Prodnik 2021, 143), da z več kliki privabijo več oglaševalskega denarja.

Spletni naslovi poročevalskih besedil so namenjeni privabljanju človeka h kliku in branju prispevka, računalniški obdelavi ključnih besed in objavljanju na družbenih omrežjih, na katerih lahko postane doseg zelo velik. Naslovje je na naslovnica spletnih portalov umeščeno na ali pod fotografijo, ki zaseda velik del in vizualno privablja hitrega bralca spletnih strani, je prva seznanitev ter vabilo h kliku.

Naša analiza je pokazala, da tem namenom sledijo tudi funkcije 300 naslovov na treh najbolj obiskanih spletnih portalih. Povezane so s tipom portala: informativna portala (24ur.com, Siol.net) dajeta prednost informativnosti, zato prevladujejo naslovi s poimenovalno-informativno funkcijo, pri njih bolj kot zgolj poimenovalnost (ta je pomembna za iskanje po ključnih besedah) prevladuje informativnost. Naslovi so daljši kot v tisku, dvovrstični, neaktualizirani. Stilistično gledano so enostavnejši kot v časopisu in vsebujejo več informacij, s čimer na naslovnica nadomeščajo v tisku običajni prvini naslovja podnaslov in/ali sinopsis. Naslovi so namenjeni hitremu vzbujanju zanimanja ob brskanju po zaslonu in računalniškemu iskanju, zato izginjajo zahtevni stilni pojavi, kot so metafore, obnovitve, redkejša ozko knjižna ali poetična stilno opazna beseda. Pozivno-pridobivalna funkcija je pri teh dveh portalih povezana z lahkotnejšimi vsebinami ali javnimi oz. zvezdniškimi osebami, aktualizacija se pojavlja kot izbor kratkih, stopnjevanih dramatičnih povedi; raba zaznamovanih prislovov in pridevnikov, ki izrazito vrednotijo besedilo (npr. *grozljivo*), ter preprostejših frazemov in metafor (*soditi sebi, sejati smrt*).

Tabloidno naravnani Žurnal24 že tematsko objavlja lahkotnejše vsebine in jih naslavlja pozivno-pridobivalno, pri čemer uporablja vse strategije, povezane s senzacionalizmom, katerega del so tudi jezikovne izbire: čustveno zaznamovane besede, medmeti, raba ločil, predvsem vprašaja in klicaja, nižje pogovorne besede in prazne nanašalnice, predvsem kazalni in osebni zaimki. Slednjo strategijo razumemo kot eksplicitno klikolovnost in jo prištevamo

k skupini zastrtih naslovov (Korošec 1998). Tako Koroščevo tipologijo praznih in hiperboličnih naslovov kot podtipov zastrtih naslovov dopolnjujemo z naslovi, ki eksplicitno odpirajo prazna mesta v razumevanju naslova, ta se (ali tudi ne) razjasnijo šele po kliku, njihova informativnost je torej (skoraj) nična.

Naslovje kot enota, razvojno prilagojena branju časopisa, se je prilagodila novemu mediju. Na naslovnica je le iz dveh enot – nadnaslova in velikega naslova (Siol.net ima le veliki naslov), omejenost na branje s telefona ali manjšega zaslona narekuje krajšanje prvin naslovja, na naslovnica torej le ena ali dve prvine, saj bralec zaslon hitro preletava. Manj elementov naslovja pa po drugi strani daljša veliki naslov, ki je pogosto glagolski ali izpustni, zato da je večja njegova informativnost.

Pri prispevkih se polno razvita naslovja ne pojavljajo, tudi sinopsisi so krajši, pravi, torej zaključene povzemale enote predvsem na 24ur, nepravi pa na Siolu in Žurnal24, kjer gre tudi za napovednike prispevka oz. intenzifikacijo stilotvornih sredstev, ki večajo pridobivalnost, dramatizacijo in s tem tudi senzacionalizem. Občasno, predvsem v Žurnal24, se namesto sinopsisa pojavi kratek podnaslov ali podnaslovni sklop. Podnaslovi vseeno izginjajo iz spletnih prispevkov, sinopsis pa pridobiva pomen, a je krajši, ponuja bistvene informacije ali napoveduje prispevek, pri pozivno-pridobivalnih naslovih pa intenzificira in aktualizira veliki naslov. Gre za lovljenje ravnotežja med informativnostjo in kratkostjo, ki jo lahko preberemo na omejenem, pogosto tehnično zamejenem prostoru, pri tabloidnem pristopu pa za vzpostavlanje senzacionalizma.

Novost spletnega naslovja je posebna vrsta avtomatizmov, ki označujejo natančen čas objave, kraj dogodka, multimedijnost, simbole za deljenje po družbenih omrežjih, tudi avtorje prispevkov in število branj, ki implicitno privabljajo k branju. Obravnavamo jih kot tehnični element naslovja, prilagojen spletnemu mediju.

Sklenemo lahko, da jezikovne, stilne in tipološke prvine naslovov in naslovja, kot so v slovenski stilistiki poročevalstva razpoznane za časopisna novinarska besedila, razpoznavamo tudi v spletnih prispevkih, da pa so se prilagodile tehničnim zakonitostim medija, še hitrejšemu in manj poglobljenemu branju spletnih strani ter konkurenci med številnimi besedili, ki želijo pridobiti klik. Naslovi tako po eni strani postajajo bolj informativni, stilno opazne prvine (aktualizmi) pa preprostejše in predvidljivejše,

po drugi strani pa se kot zastrti naslovi pojavljajo klikolovniki z eksplicitno zakritostjo reference in intenzifikacija stilotvornih prvin v sinopsisu, kjer v dnevnih časopisih ni bila običajna in so jo prinesli šele tabloidi.

Spletno naslovje, kot kaže naša analiza, tako ohranja enake tri funkcije kot časopisno, pri tabloidno usmerjenem *Žurnal*u²⁴ prevladuje pozivno-pridobivalna z vsemi značilnostmi zastrtih naslovov, pri katerih se pogosto pojavljajo klikolovniki kot nov tip: zakrita referenca s kazalnimi zaimki ali kataforo. Ta se razjasni (ali tudi ne) šele po kliku.

Neomejen virtualni prostor je povzročil daljšanje naslovov, v časopisnem poročevalstvu prevladujoči samostalniški naslovi na spletu zaradi neomejenosti prostora in manjšanja naslovijskih enot na naslovnica tekmujejo z glagolskimi.

Stilne izbire so preproste, temelječe na posamezni inherentno zaznamovani besedi, intelektualno zahtevnejši stilni postopki izginjajo, tako da vzpon poenostavljenega stila pisanja, kot za spletne prispevke ugotavlja Vobič (2007), velja tudi za naslove s poimenovalno-informativno funkcijo, ki so prevladujoči pri 24ur in Siolu.

O avtorici

Dr. Monika Kalin Golob je redna profesorica za področje slovenističnega jezikoslovja in stilistike na Univerzi v Ljubljani. Na Katedri za novinarstvo Fakultete za družbene vede je zaposlena od leta 1992 ter na katedri razvija predmete za jezikovno-stilno usvajanje in analizo novinarskih ter drugih medijskih besedil. Trenutno je nosilka predmetov *Novinarski jezik in stil*, *Jezik in stil tržnega komuniciranja* ter odnosov z javnostmi, *Spol, jezik, moč* (na prvi stopnji) in *Stilistika multimedijskega novinarstva* (na drugi stopnji). Med letoma 2005 in 2011 ter 2015 in 2017 je bila prodekanja za študijsko področje, med 2011 in 2015 predstojnica Oddelka za komunikologijo. Od leta 2008 vodi raziskovalni Center za družboslovnoterminološko in publicistično raziskovanje (Inštitut za družbene vede FDV UL), od 2012 do 2015 je bila predsednica koordinacije Centra za jezikovne vire in tehnologije Univerze v Ljubljani (<http://www.cjvt.si/>) ter Konzorcija za jezikovne vire in tehnologije. Od oktobra 2017 do oktobra 2021 je bila dekanja Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Financiranje

Poglavje je nastalo v okviru raziskovalnega programa *Slovenski jezik – bazične, kontrastivne in aplikativne raziskave* (P6-0215), ki ga sofinancira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije iz državnega proračuna.

LITERATURA

- Amon Prodnik, Jernej. 2021. »Časopisne vabe za lovljenje bralcev (Zgodovinski fragmenti).« V: *V senci digitalnih velikanov: Sodobni trendi v slovenskem digitalnem novinarstvu*, Jernej Kaluža in Sašo Slaček Brlek (ured.), 133–144. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Anderle, Domen. 2024. »Naslovje v spletnih medijih«. Magistrsko delo, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. <https://repozitorij.uni-lj.si/IzpisGradiva.php?id=160835>.
- Bednarek, Monika, in Helen Caple. 2012. *News Discourse*. London: Bloomsbury Publishing.
- Blom, Jonas Nygaard, in Kenneth Reinecke Hansen, 2015. »Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines«. *Journal of Pragmatics*, 76:87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>.
- Brooks, Brian S., George Kennedy, Daryl R. Moen, in Don Ranly, ur. 2011. *News Reporting and Writing*. Boston, New York: Bedford/St. Martin's.
- Canavilhas, João. 2012. »Contribution to an Online Journalism Language: Multimedia Grammar«. V: *The Handbook of Global Online Journalism*, Eugenia Siapera in Andreas Veglis (ured.), 353–372. Sussex: Wiley-Blackwell.
- Deuze, Mark. 1999. »Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment«. *Gazete* 61 (5): 373–390.
- Deuze, Mark. 2007. »The Web and Its Journalism: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online«. *New Media & Society* 5 (2): 203–230.
- Deuze, Mark, in Leopoldina Fortunati. 2011. »Journalism without Journalists: On the Power Shift from Journalists to Employers and Audiences.« V: *News Online: Transformations & Continuities*, Graham Meikle in Guy Redden (ured.), 164–177. New York: Palgrave Macmillan.
- Dykstra, Alan. 2019. »Critical reading of online news commentary headlines: Stylistic and pragmatic aspects«. *Topics in Linguistics* 20 (2): 90–105.

- Giomelakis, Dimitrios, in Andreas Veglis. 2015. »Employing Search Engine Optimization Techniques in Online News Article«. *Studies and Media Communication* 3 (1): 22–33. <https://doi.org/10.11114/smc.v3i1.683>.
- Gligorić, Kristina, George Lifchis, Robert West, in Aston Anderson. 2023. »Linguistic effects on news headline succes: Evidence from thousands of online field experiments (Registered Report)«. *PloS ONE* 18 (3): e0281682. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281682>.
- Hooffacker, Gabriele. 2022. *Online journalism*. Wiesbaden: Palgrave, Macmillan.
- Horvat, Špela. 2017. »Jezikovne prvine spletnega novinarstva: primerjava tiskanega in spletnega medija«. Magistrsko delo, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska_dela_2/pdfs/mb22_horvat-spela.pdf.
- Kalin Golob, Monika. 2003. *H koreninam slovenskega poročevalnega stila*. Ljubljana: Jutro.
- Kalin Golob, Monika. 2004. »Moč jezika – izbor dejstev in besed«. *Teorija in praksa: revija za družbena vprašanja* 41 (3/4): 703–711. <http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/tip20043-4kalin-golob.pdf>.
- Kalin Golob, Monika. 2007. »Zgodba s prve strani: jezikovnostilna analiza«. *Slavistična revija* 55 (1/2): 169–180. https://srl.si/sql_pdf/SRL_2007_1-2_11.pdf.
- Kalin Golob, Monika. 2008. »Naslovje v slovenskih tiskanih medijih: od izbesedilnih panaslovov do interpretativnih čeznaslovov.« V: 44. seminar slovenskega jezika, literature in kulture. *Slovenski jezik, literatura, kultura in mediji. Zbornik predavanj*, Mateja Pezdirc Bartol (ured.), 15–23. Ljubljana: Filozofska fakulteta. http://centerslo.si/wp-content/uploads/2015/10/ssjlk_44_zbornik.pdf.
- Kaluža, Jernej, in Sašo Slaček Brlek. 2020. »Vse trdno in stalno se razblinja: spremembe v delovnem procesu in delitvi dela.« V: *V senci digitalnih velikanov: Sodobni trendi v slovenskem digitalnem novinarstvu*, Jernej Kaluža in Sašo Slaček Brlek (ured.), 19–35. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Korošec, Tomo. 1976. *Poglavja iz strukturalne analize slovenskega časopisnega stila*. Doktorska disertacija, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Kuiken, Jeffrey, Anne Schuth, Martjin Spitters, in Maarten M. Marx. 2017. »Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment«. *Digital Journalism* 5 (10): 1300–1314. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>.

- Lai, Linda, in Audun Farbroth. 2013. »What makes you click? The effect of question headlines on readership in computer-mediated communication«. *Social Influence* 9 (4): 289–299. <https://doi.org/10.1080/15534510.2013.847859>.
- Lamot, Kenza, Tim Kreutz, in Michael Opgeenhaffen. 2022. »‘We Rewrote This Title’: How News Headlines Are Remediated on Facebook and How This Affects Engagement«. *Social Media + Society* 8 (3): 1–11.
- Merjenje obiskanosti spletnih strani MOSS. b. d. »Rezultati MOSS, va-
lutni podatki o obiskanosti spletnih strani«. [https://www.moss-soz.
si/rezultati](https://www.moss-soz.si/rezultati).
- Miletić, Nikolina. 2024. »Funkcija frazema u online novinama na temu
globalne krize«. *Slavia Centralis* 1: 38–54. [https://doi.org/10.18690/
scn.17.1.38-54.2024](https://doi.org/10.18690/scn.17.1.38-54.2024).
- Molek-Kozakowska, Katarzyna. 2013. »Towards a pragma-linguis-
tic framework for the study of sensationalism in news headlines«. *Discourse & Communication* 7 (2): 173–193.
- Molyneux, Logan, in Mark Coddington. 2020. »Aggregation, Clickbait
and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and
Quality«. *Journalism Practice* 14 (4): 429–446. [https://doi.org/10.108
0/17512786.2019.1628658](https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628658).
- Oblak, Tanja, in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*.
Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Oblak Črnič, Tanja. 2007. »Spletno novinarstvo skozi optiko novinar-
jev«. *Družboslovne razprave* 23 (54): 43–64.
- Patráš, Vladimír. 2021. »Pragmatylistický profil a poverenia titulu ku
alternatívnej internetovej žurnalistike«. *Slavia Meridionalis* 21. [http-
s://doi.org/10.11649/sm.2427](https://doi.org/10.11649/sm.2427).
- Richmond, Shane. 2008. »How SEO is changing journalism«. *British
Journalism Review* 19 (4): 51–55. [https://doi.org/10.1177/0956474808
100865](https://doi.org/10.1177/0956474808100865).
- Saxena, Sunil. 2006. *Headline writing*. New Delhi: Sage Publications.
- Scacco, M. Joshua, in Ashley Muddiman. 2015. »The Current State
of News Headlines«. Center for Media Engagement. Univerza v
Teksasu, Austin. Objavljeno 1. december 2015. [https://mediaenga-
gement.org/research/the-current-state-of-news-headlines/](https://mediaengagement.org/research/the-current-state-of-news-headlines/).
- Spark, Daniel, in Geoffrey Harris. 2011. *Practical Newspaper Reporting*.
London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446251508>.
- Šober, Andreja. 2016. »Tipologija naslovov v spletnem poročeval-
stvu«. Diplomsko delo, Fakulteta za družbene vede Univerze v
Ljubljani. <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/sober-andreja.PDF>.

- Tenenboim, Ori, in Akiba Cohen. 2013. »What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news«. *Journalism* 16 (2): 198–217. <https://doi.org/10.1177/1464884913513996>.
- Vobič, Igor. 2007. »Novinarstvo na spletu – Kdo s(m)o novinarji?«. *Medijska preža* 29/30:46–47. <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/29/splet/>.
- Vobič, Igor. 2013. *Journalism and the web: Continuities and Transformations of Slovenian Newspapers*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- Wanda, Judith Flora, Baraka Samson Chipanjilo, Gregory Gondwe, in Joseph Kerunga. 2021. »‘Clickbait-style’ headlines and journalism credibility in Sub-Saharan Africa: Exploring audience perceptions«. *Journal of Media and Communication Studies* 13 (2): 50–56.
- Wilkinson, Jeffrey, August E. Grant, in Douglas E. Fisher. 2009. *Principles of Convergent Journalism*. New York: Oxford University Press.

Tina Lengar Verovnik

RADIJSKA SLOVENŠČINA NA PRELOMNICAH: OD RADIA DO AVDIA, OD ČLOVEKA DO AVATARJA

Od začetkov radia na Slovenskem so se v več obdobjih zgostile tehnološke in družbene spremembe, ki so neposredno vplivale na preoblikovanje govora, posredovanega prek radijskega medija. Unuk (2016) ugotavlja, da na splošno jezikovno spreminjanje najbolj vplivajo tehnološke spremembe. Tudi za radijski govor to do določene mere gotovo velja, saj so bili sprožilci tako za spreminjanje odnosa do radijsko posredovane slovenščine kot za razvoj radijskih govornih diskurzov v osnovi vedno tehnološki. Družbeni dejavniki so bili pri tem pomemben katalizator, saj se jezik – tudi v medijih – seveda prilagaja in razvija glede na potrebe družbe. Z avtorjem se lahko strinjamo tudi v tem, da na potrebo po večji dinamičnosti in variantnosti v jeziku poleg tehnoloških in družbenih sprememb vpliva še sporazumevalna pomnožitev. Ta je značilnost zlasti zadnjih treh desetletij in je močno zaznamovala radio, ki se je pretežno preobrazil v multiplatformni medij, radijski govorci pa v komunikatorje, ki delujejo tudi izven etra.

V prispevku bom najprej orisala transformacije radijske – brane in nebrane – slovenščine od povojnih let do danes ter razloge zanje; nato pa predstavila še obdobje, v katero smo šele dobro

vstopili ter ga najbolj zaznamuje obet sintetiziranega radijskega govora in generiranih govorcev. Pri tem bom izhajala tudi iz pogledov in mnenj slovenskih radijskih govork in govorcev, pridobljenih z intervjuji.

DOLGA ERA RADIJSKEGA BRANJA

Osnovna govorna radijska forma prve in dolgo edine slovenske radijske postaje Radio Ljubljana (ustanovljene leta 1928) so bila vse do povojnih let radijska predavanja. Delo napovedovalcev je bilo na začetku zaupano slavistom, kmalu je bila uvedena tudi redna oddaja *Slovenščina za Slovence*, ki so jo pripravljali vidnejši jezikoslovci (Brojan 1999, 47–50). Razvoj bolj raznolikih govornih žanrov se je začel šele v povojnih letih, a žanrska obogatitev ni pomenila tudi odmika od zborne brane slovenščine. Govor na radiu je bil pač merilo in vzor »visokega« govora oziroma – strokovno rečeno – knjižnojezikovnega standarda.

Razprave o vnašanju pogovornosti v javni diskurz in poskusi tovrstnega barvanja javnega govora so bili v zgodnjem obdobju radia pri nas bolj ko ne omejeni na gledališče.¹ V zahodnoevropskem prostoru je sicer že od 30. let 20. stoletja dalje naraščal trend posnemanja vsakodnevne prostega govora tudi v radijskih programih, saj naj bi bil radijski govor čim bolj podoben govoru poslušalcev v vsakodnevem življenju (Scannell 1991, 4). Slovenščina tega prehoda ni zlahka obvladala – na radiu se je v prvih štirih desetletjih razvila le »lepa šola knjižne izreke« (Grabnar 1968, 380), ki pa je seveda brani jezik. Še sredi 70. let je bilo na Radiu Ljubljana kot osrednjem slovenskem radiu 60 odstotkov programa branega, 40 odstotkov pa so zajemale kombinirane ali samo živo govorjene oddaje (Kaluža 1977/78, 21). Vendarle pa so se v tem desetletju začele stvari spreminjati, na kar je vplivalo več dejavnikov; v nadaljevanju navajam tri ključne.

1 V začetku 50. let je vprašanje pogovornega jezika na odru postalo aktualno zlasti zaradi nastajanja novih slovenskih gledališč in širjenja njihovega repertoarja. Sčasoma pa je postalo očitno, da je jezik v gledališču vedno tako ali drugače stiliziran, da se torej tudi pogovornost lahko doseže že z rabo nekaj tipičnih pogovornih prvin, ne pa s popolnim prenosom pogovornosti v umetnostno besedilo (o tem mdr. Šumi 1980).

Od poznih 60. let dalje je začela tudi k nam prodirati novost, ki je omogočila poslušanje radia kjerkoli: to so bili cenovno dostopnejši prenosni tranzistorski sprejemniki oziroma t. i. tranzistorji. Radio tako ni več zasedal (le) skupnega družinskega prostora in časa, temveč je iz dnevne sobe ali kuhinje segel v druge stanovanjske in službene prostore, postal je premakljiv (Ruohomaa 1997, 155). Še bolj pomembno pa je bilo, da je postajalo poslušanje vedno bolj individualizirano, kar je terjalo tudi nekoliko drugačen govorni pristop.

Drugi pomemben dejavnik je bil nastanek mnogih novih lokalnih radijskih postaj v 60. letih,² ki so se z vsebinami (če že ne takoj tudi v govoru)³ lahko veliko bolj približale svojim občinstvom kot nacionalni radijski medij; njihove ustanoviteljice so bile občine, delovne organizacije, različne ustanove, politične in družbene organizacije (Pirc 2005). Leta 1969 je bila ustanovljena tudi prva študentska radijska postaja Radio Študent, alternativni medij, ki že od svojih začetkov eksperimentira z radijskimi formami in govorom.

Tretji dejavnik pa je bil pojav in razmah televizije, na kateri so informativne vsebine sprva brali radijski napovedovalci in napovedovalke. Novi medij, ki je v skupnih družinskih prostorih začel izpodrivati radio, je tako postal soodgovoren za neformalno skrb za jezikovno kulturo. Golob (1979, 8) je v zvezi s televizijskim dnevnikom npr. zapisala, da se je Slovenija vsak večer ob 19.30 spremenila v veliko učilnico, naslednji dan pa so mnogi že posnemali jezik, kakršnega so slišali od govorcev na televiziji. Obenem je televizija odprla jeziku nove dimenzije, govornika se je tudi videlo, ne le slišalo, s čimer se je (v primerjavi s takratno radijsko prakso) zmanjšal delež branja, »saj se nam zdi nekdo, ki ga vidimo/gledamo in svojo izjavo bere, odtujen svojim lastnim besedam – ne verjamemo mu« (Grabnar 1968, 381). Televizija je torej imela pomemben vpliv na radijski govor v dveh smereh: odvezovala ga je teže edinega skrbnika za brezhibno podobo javne (brane) slovenščine, hkrati pa mu je kazala pot k bolj avtentični konverzaciji. V začetku 70. let so se na Radiu Ljubljana tako začeli uveljavljati

2 Prva lokalna radijska postaja pri nas, Radio Šmarje pri Jelšah (današnji Radio Štajerski val), je bila sicer ustanovljena že leta 1953.

3 Lokalne radijske postaje so do 90. let veljale za podaljšek Radia Ljubljana, kamor so sodelavci teh postaj tudi hodili na govorna izobraževanja.

neposredni prenosi dogodkov in bolj sproščeno poročanje v živo. Pomembna je bila zlasti uvedba oddaje Val 202 leta 1972, saj je temeljila na neposrednosti in večji povezanosti s poslušalci.

OBDODBJE ISKANJA RADIJSKE GOVORNE IDENTITETE

V 80. letih se je radiu in televiziji še vedno pripisovalo zlasti odgovornost za »lepo slovenščino« in »pravilno izražanje« (Delo 1982).⁴ Obenem pa so bile kritike preveč »sproščenega« govora v medijih že uravnotežene z opozarjanjem, da je treba jasno razmejiti zahteve po večji profesionalizaciji odnosa poklicnih govorcev do jezikovne kulture medija od dejstva, da je t. i. pogovorni jezik neenotna stilna kategorija, ki jo izbiramo in oblikujemo »glede na vsebino in je neke možna, drugje pa dobesedno prepovedana« (Korošec v Delo 1986). Korošec je opozoril še, da kakor je treba ustrezno poklicno usposobiti napovedovalce in novinarje, da bodo jezikovne izbire v govoru znali prilagajati vsakokratnemu govornemu položaju, je treba tudi sprejeti, da se povečuje pestrost vsebin in oddaj, ki jih prej na radiu in televiziji ni bilo, zdaj pa zahtevajo prilagajanje jezika.

V (zgodnjih) 90. letih se je dinamika jezikovnega prilagajanja in spreminjanja še pospešila. Odpiranje, liberalizacija in demokratizacija medijskega prostora so prinesli veliko večjo diverzifikacijo medijskega govora, kot so je bila občinstva vajena dotlej. Pomemben vpliv pa so imeli tudi množičnejši pojav interneta in tehnološke inovacije, kar je pri nas naključno sovpadlo z družbenimi, gospodarskimi in političnimi spremembami. V obdobju hitrega in – kot se je pokazalo kasneje – korenitega tehničnega in komunikacijskega razvoja se je med drugim zaradi novih tehnologij pocenil tisk, kar je omogočilo tiskanje mnogih žanrov, ki

4 Mnenja so iz ankete z naslovom *Kakšno slovenščino govorimo, je najbolj odvisno od nas samih*, ki jo je Delo objavilo z nadnaslovom »Jezikovne naloge današnjega časa« in pripisom, da so mnogi začeli jezikovna vprašanja obravnavati tudi kot politična (šlo je za obdobje posvetov in istoimenske širše družbene akcije Slovenščina v javnosti). K odgovorom so povabili osebe različnih profilov, mdr. vojaškega polkovnika, ravnatelja pedagoške šole ter pesnika in literarnega kritika, katerih mnenja so se stikala v prepričanju, da bi bilo treba skrb za kakovost govora v medijih okrepiti.

jih prej ni bilo v tolikšnih količinah (denimo stripov in popularnih knjig, npr. za duhovno rast); liberalizacija medijskega trga pa je prinesla tudi pojav t. i. rumenega tiska. Vse to je preobrazalo podobo javne pisne (ne zgolj medijske) slovenščine. S pojavom interneta in nekoliko kasneje mobilnih komunikacij pa so se začeli odpirati novi sporočanjejski kanali, ki se jim je začel prilagajati tudi jezik. Ti kanali so omogočili posredovanje besedil, ki bi sicer ostala v sferi zasebnosti, in nastanek besedil, ki jih brez njih sploh ne bi bilo. S tem pa so se začele zabrisovati tudi nekdanje razmerome jasne meje med komunikacijskimi in jezikovnimi ravni, med zasebnim in javnim, med pisnim in govornim.

Radio Ljubljana, ki se je leta 1990 preimenoval v Radio Slovenija in iz državnega postal javni medij, je že konec 80. let začel dobivati vse večjo in močnejšo konkurenco: lokalne postaje so se začele osamosvajati, nastajale so nove, močan je bil tudi pritisk komercialnih postaj. Zlasti te so v iskanju stika z občinstvi prej pretežno knjižni radijski govor začele dopolnjevati z govorom, temelječim na zasebnih diskurzih. To je seveda imelo vpliv tudi na odnos do govora znotraj javnih radijskih programov, kjer se je najprej začelo uveljavljati t. i. govorno branje – ustvarjanje vtisa, kot da radijski govorec prosto govori, tudi kadar v resnici bere (Šeruga Prek 1990, 46); šele kasneje so postopno in zlasti na Valu 202 začeli v moderiranje uvajati nekatere jezikovne prvine, katerih namen je zmanjševati občutek distance med medijem in občinstvom ter so zato prevzete iz zasebnih govornih praks.

Po prvotnem obdobju iskanja najučinkovitejših načinov naganjanja poslušalcev, pogosto tudi po principu poskusov in učenja iz napak, se je v slovenskem radijskem prostoru uveljavilo krovno načelo branja v knjižnem jeziku. Kot je pokazala primerjava branja v krajših informativnih oddajah na dveh javnih in dveh komercialnih radijskih programih (Lengar Verovnik 2013), je bilo to na ravni izreke povsem primerljivo ter v okvirih zborne knjižnosti. Radio pa lahko svoj »izbor« občinstva vseeno učinkovito nakaže, in sicer delno z leksikalnimi in besedilnimi izbirami, še bolj pa s premišljenim kombiniranjem zvokovnih kodov (stil prezentacije – zlasti na ravni besedilne fonetike in tona glasu; glasbena oprema in podlaga oziroma njena odsotnost, zvočna ločila oziroma njihova odsotnost; dodajanje izjav in mednarodnega tona ipd.).

Pri dialoškem govoru, kamor sodi tudi »pogovarjanje« s poslušalci, pa je prevladalo spoznanje, da pri tem ne gre za preprost

prenos zasebnih govornih praks v medije, temveč so te lahko zgolj izhodišče (ali eno od izhodišč) za oblikovanje medijsko učinkovitega prostega govora, ki je vedno prirejen oziroma igran (Tolson 2006, 10–11, 34).⁵ Tak govor je na radiu danes produkt vnaprejšnjih premislekov, uredniških zahtev in vsaj določene stopnje oziroma oblike priprave, zato je podvržen tudi precejšnji meri stilizacije. Kakšna je ta stilizacija, je odvisno od tipa medija, intence sporočanja, zahtevnosti občinstva in še marsičesa. Predvsem pa ne temelji nujno le na »pogovornosti«, temveč lahko črpa tudi iz drugih jezikovnih in besedilnih leg. Pomenljivi so v tem smislu rezultati primerjalne analize govornega stila štirih voditeljev na izbranih javnih in komercialnih radijskih programih, ki je nastala v okviru magistrskega dela Lucije Čakš (2017). Avtorica je namreč ugotovila, da čeprav je govor vseh analiziranih voditeljev na površju dajal vtis pogovornosti (govorna skladnja in oblike, besedje, vokalna redukcija ipd.), sta voditelja na javnem radiu za razliko od voditeljev na komercialnih programih vanj poleg tega vnašala še bogat nabor ubeseditvenih načinov, ki segajo od stilno različno zaznamovanih besed do raznolikih retoričnih sredstev.

Pomemben dejavnik, ki že od začetkov razvoja radia sooblikuje vsakršen radijski govor, je koncept živosti (angl. *liveness*). Odkar se občinstva zavedajo možnosti ali celo dejstva, da je govor posnet vnaprej – kar je postalo bolj očitno ravno v tem obdobju – pa je živost stopila še bolj v ospredje in se pri tem tudi nekoliko preoblikovala. V radijski program namreč pogosto vnaša zgolj iluzijo, da radijske vsebine nastajajo neposredno v etru, v resnici pa radijski govorci tak občutek pri vnaprej posnetih vsebinah le poustvarjajo (Chignell 2009, 87). Tolson (2006) živosti zato ne veže toliko na potekanje programa v živo kot na živahnost, razgibanost, ki je ob prelomu tisočletja tudi pri nas postala aksiom radijskega govora. Razumeti je torej ne smemo v tehnološkem, pa tudi ne zgolj v retoričnem smislu: dosega se jo z visoko stopnjo spontanosti – tako dejanske kot igrane (npr. s sklicevanjem na tu in zdaj v posnetih oddajah).

5 Pristop, ki se ga pri tem uporablja, je podoben tistemu, ki ga je Šumi (1980) ugotavljala za ustvarjanje vtisa pogovornosti v slovenskem gledališču; gre torej za vtis prostega govora, ki se doseže že z rabo nekaj tipičnih pogovornih prvin, ne s popolnim posnemanjem.

RADIJSKI (PO)GOVOR V DOBI R@DIA⁶ IN PODKASTOV

V zadnjih dveh desetletjih so splet 2.0 in družbena omrežja občinstva po eni strani bolj (inter)aktivno povezali z mediji, po drugi strani pa sta digitalizacija in platformizacija tudi radijske programe preobrazili v multimedijske in večplastne ponudnike vsebin. Radijski mediji že dolgo ne ustvarjajo več le linearno oddajanega programa, temveč ob njem tudi večpredstavnostne (multimedijske) vsebine na različnih digitalnih platformah. S tem vzpostavljajo bodisi različne naracije ali pa eno samo neprekinjeno naracijo, ki je na voljo v več oblikah, v večini primerov prekrivnih s tistimi, ki so značilne za participacijo poslušalcev (Cordeiro 2012). Njihov sporazumevalni prostor je namreč v sodobnosti razčlenjen bolj, kot je bil kadarkoli prej, možnost izbiranja – tudi jezikovnih različic, med katerimi uporabnik prosto prehaja – pa je izrazit in značilen pojav sodobne družbe (Unuk 2016).

V tem zapletenem okolju morajo tudi radijski govorci izkazovati veliko mero prožnosti – pa ne le govorne, temveč morajo biti vsaj občasno tudi ustvarjalci pisnih besedil za splet,⁷ komunikatorji na družbenih omrežjih, ustvarjalci video posnetkov in fotografij itd. Hkrati s tem se je povečala tudi njihova vidnost, in to v dobesednem pomenu. Zlasti komercialni radijski mediji so tudi pri nas že zgodaj začeli graditi na t. i. radijskih osebnostih (angl. *radio personality*), ki so jih lahko poslušalci naenkrat videli na plakatih, v prispevkih v tiskanih in drugih medijih, kasneje tudi v neposrednih spletnih video prenosi iz studia, na dogodkih, ki jih organizirajo radijski mediji, danes pa najpogosteje na družbenih omrežjih. Ta povečana prisotnost radijskih govorcev – zlasti voditeljev – v javnem prostoru pomeni svojevrsten pritisk tudi na njihovo govorno podobo, saj morajo pri poslušalcih ustvariti čim bolj avtentično, čeprav iluzorno predstavo, da so na radiu in vseh spremljajočih platformah prav takšni, kot so sicer.

6 Cordeiro (2012) piše, da če smo samostalniki radio lahko dodali pridevnik ali predpono (internetni radio, e-radio), lahko spremenimo tudi samo besedo, tako da vključuje enega ključnih simbolov digitalnega sveta in informacijske družbe: a zamenjamo z @.

7 Kaj je ta sprememba prinesla na dnevni ravni, je plastično ponazoril eden od sodelavcev Radia Slovenija, ki je v zasebnem pogovoru pred nekaj leti povedal, da mu nikoli prej ni bilo treba razmišljati o naslovih, na spletu pa so ti ključni.

Vse te spremembe so omogočile nastanek nove avdio oblike, podkasta, ki ga raziskovalci (npr. Berry 2016; Whipple, Ashe in Cueva Chacón 2023) danes pretežno dojemajo kot samostojno medijsko pojavnost. Podkasti uspešno preobražajo nekatere formate in pristope, ki jih je tradicionalni radio začel zapostavljati, in pomenijo prelomnico tudi v govornem smislu. Za radio velja, da je skupek govornih in drugih zvokovnih vsebin (najbolj tipično glasbe in oglasov), podkasti pa temeljijo zgolj in samo na govoru. Poleg tega je drugačen tudi način njihovega poslušanja: praviloma je aktiven (ne torej kot zvočno ozadje, kar je pogosta vloga radia) in od začetka posnetka (torej ne na naključni točki linearnega programa, kot je to značilno za tradicionalni radio). Dejstvo, da občinstva poslušanju podkastov aktivno namenjajo svoj čas in pozornost ter da posamezniki to počnejo individualno, vpliva tudi na odnos med ustvarjalcem podkasta in njegovimi naslovniki, posledično pa tudi na govorno vedenje ustvarjalcev. Ti prek slušalk vstopajo neposredno v intimo osebnega prostora posameznika kjerkoli in kadarkoli (Sienkiewicz in Jaramillo 2019), kar omogoča še bolj neposreden (po)govor kot na radiu.

Prenos zasebnih govornih praks v medije – kot je bilo že omenjeno – tudi za slovenščino ni nov pojav (za različne televizijske posredovane žanre o tem piše Kalin Golob 2009, 2013, 2015). Vendar se podkasti v tem zdijo bližje participativnim medijem, kakršna so družbena omrežja, kot radiu: so torej eno od mest, na katerih se zasebna, običajna življenja in zanje značilen govor lahko rekonstruirajo v javnem mediju (Jarrett 2009). Podkasti namreč pogosto ustvarjajo skupnosti, ki so medsebojno povezane še prek drugih platform in so interesno bolj homogene, številčno pa manjše kot pri radijskih občinstvih (Whipple, Ashe in Cueva Chacón 2023). Podkasti samo zaradi te svoje značilnosti sicer še ne mobilizirajo nujno diskurza vsakdana, zagotovo pa neformalen, pogovorni stil voditeljev – kadar je uporabljen – privablja občinstvo (Schlütz in Hedder 2022).

GENERIRANE VSEBINE, GENERIRANI GLASOVI: KAJ BO OSTALO RADIJSKIM GOVORCEM

Najnovejšo prelomnico za radijsko slovenščino v obdobju, ki ga šele dobro začenjamo živeti, predstavlja generativna umetna inteligenca. V radijski in širši avdio prostor seveda ne vstopa le

govorno, a se bom v nadaljevanju v največji meri ukvarjala s tem vidikom. Sintetizirani glasovi so na radiu prisotni že dlje časa; nacionalni vremenski servis v ZDA (NOAA) je na vremenski radijski postaji (NWR) od leta 2000 dalje denimo zamenjal že več generacij sintetiziranih glasov, ki so olajšali in pohitrili razširjanje nujnih vremenskih opozoril (Scott, Ashby in Stan 2020). V zadnjem desetletju je z umetno inteligenco ustvarjene govorke in govorce, zlasti za branje novic, poskusno uvajalo vse več radijskih programov po vsem svetu, a njihovo delovanje je vsaj delno še moral dopolnjevati človek. Preboj se je zgodil z RadiemGPT podjetja Futuri, ki je bil prvi v celoti generiran program, tj. od brskanja za relevantnimi vsebinami do oblikovanja besedil in naracije z generiranimi glasovi (Furtáková in Janáčková 2023). Odtlej se generirani govorci poskusno pojavljajo kot radijski voditelji tudi na drugih radiih, dva meseca so robotskega DJ-a z imenom J.O.S.I.P. kot sovoditelja denimo preizkušali na hrvaškem komercialnem radiu bravo! (Šulentić in Tomečak 2023).

Kljub desetletjem raziskav in razvoja je večina računalniško ustvarjenih glasov še vedno zlahka prepoznavna kot nečloveška (Kane, Johnstone in Szewczyk 2024). Umetna inteligenca ima težave zlasti pri prepoznavanju in interpretaciji subtilnih odtenkov konteksta ali čustev ter pri njihovem govornem poustvarjanju, kar pri poslušalcih povzroča občutek distance in odtujenosti od vsebine; zaznaven je tudi primanjkljaj človeške kreativnosti in intuicije (Šulentić in Tomečak 2023). Maloštevilne analize sintetiziranih radijskih glasov oziroma generiranih radijskih govorcev se usmerjajo predvsem v percepcijo pri občinstvih (več o tem v nadaljevanju). Redko pa je v ospredju znanstvenih obravnav odnos radijskih ustvarjalcev do te teme; mnenja urednikov nekaterih slovaških radijskih medijev so denimo predstavljena v Furtáková in Janáčková (2023).

V nadaljevanju bom ob podatkih iz intervjujev s sedmimi radijskimi govorkami in govorci z različnih slovenskih radijskih programov ugotavljala, kaj lahko po njihovem mnenju in opažanjih vpeljevanje sintetiziranih glasov in generiranih govorcev v prihodnosti pomeni za (slovenski) radijski govor. Strukturirane intervjuje (trajali so med 15 in 30 minut) sva med avgustom in septembrom 2024 opravila s Petrom Čakšem za prispevek, predstavljen na konferenci ECREA (Lengar Verovnik in Čakš 2024). Obsegali so deset vprašanj in devet podvprašanj: o njihovih

digitalnih veščinah, poznavanju in rabi orodij umetne inteligence pri delu; o mnenjih glede vloge, ovir in prednosti generativne umetne inteligence na radiu danes in v prihodnosti (na splošno in v povezavi z govorom); o značilnostih, kredibilnosti in prepričljivosti tovrstnih govornih vsebin in govorcev; o pomenu generiranih radijskih govorcev za govorjeno slovenščino. Pri izboru intervjuvancev sva želela kljub majhnemu vzorcu dobiti čim večjo raznolikost, zato so bili izbrani glede na tip medijev (javni, komercialni, alternativni) in njihov doseg (nacionalni, regionalni, lokalni); vzorec je dovolj pester tudi glede na spol, starost in poklicni profil.

V nadaljevanju prispevka je predstavljena analiza zgolj tistih delov intervjujev, ki se neposredno tičejo radijskega govora in slovenščine. Izjave sogovornic in sogovornikov so v besedilu označene glede na spodnjo shemo.

Oznaka	Poklicni profil	Starost	Tip radia
S1	voditeljica	43 let	regionalni s statusom posebnega pomena
S2	voditelj	48 let	lokalni komercialni
S3	urednica in voditeljica	49 let	regionalni s statusom posebnega pomena
S4	novinar, voditelj in bralec novic	27 let	javni, predhodne izkušnje na komercialnem
S5	napovedovalec in bralec novic	39 let	javni
S6	napovedovalka in voditeljica	28 let	javni, predhodne izkušnje na alternativnem
S7	novinarka in voditeljica	41 let	javni

Tabela: Intervjuvani radijski govorci in govorke glede na poklicni profil, starost in tip radia

Utelešeni glasovi in glasovi brez teles

Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, sta vidnost radijskih govorcev in oblikovanje radijskih osebnosti postala pomembna dejavnika. Na odsotnost vizualnega pri generiranih govorcih, ki je lahko kvečjemu tudi sama generirana, opozarja eden od sogovornikov:

Glede na to, da radijski programi, predvsem komercialni, pa se mi zdi, da tudi vedno bolj javni, vedno bolj gradijo na radijskih osebnostih, se pravi na ljudeh, si v povezavi s tem ne znam predstavljati, kako bi zdaj kar umetno inteligenco imeli namesto radijske osebnosti, ki – tako kot pravim – predvsem na komercialnih radiih je v bistvu to najpomembnejši element, vsaj kar se tiče vodenja programa. Ne glas ne jezik, nič od tega, ampak radijska osebnost, da ga ljudje ali jo ljudje poznajo, to je najbolj pomembno, se mi zdi. In to tudi vedno bolj gre na javne radije. Zato se mi zdi, da če bi potem začeli umetno inteligenco uvajati namesto dejanskih ljudi, da bi to bil popoln obrat te logike. Mislim, lahko bi jo zvočno ustvarili, ampak ne vem, kako bi jo vizualno, ker tudi vedno bolj radijske osebnosti morajo biti vizualne, tudi da jih na spletu vidimo. (S4)

Pritrjuje mu sogovornik S2, ki pravi, da so možnosti pri generiranju govorne podobe praktično neomejene, a vsebin oziroma namenov ne »prodaja« vokal, temveč osebnost, ki stoji za njim. Tudi sogovornica S1 razmišlja, da generiranega govornika poslušalci ne bodo »vizualizirali kot nekoga, ki mu bo pomagal, kot nekoga, ki bi se mu lahko zaupali ali pa bi mu verjeli konec koncev«, kar pa je za ustvarjanje intimnega parasocialnega odnosa med voditeljem in poslušalcem nujno.

A težava ni le v odsotnosti vizualnega, temveč morda še bolj v dejstvu, da gre pri človeških za t. i. utelešene glasove: govorničevo telo je v celoti vključeno v ustvarjanje glasu, zato je tudi poslušalci slišimo ne le glasove, ampak tudi telesa, ki te glasove proizvajajo (Rodero in Lucas 2023). Prisotnost teles je slišna tako v objektivnih glasovnih prvinah (ton govora, jakost ipd.) kot v parajektivnih značilnostih (vdihi, vzdih, cmokanje, tleskanje z jezikom, požiranje sline, smeh ipd.). Vsi ti zvoki so vrojeni v človeški glas, radijski mikrofoni pa še prispeva k njihovi slišnosti in s tem ekspresivnosti. Kako moteče je odzemanje vsakršnih objektivnih prvin na račun krajsanja in doseganja domnevno večje dinamike posnetkov, povzema ena od sogovornic:

Meni se na splošno zdi že pri montaži recimo novic na kakšnih komercialnih radijskih postajah, ko slišimo samo nasekane 20-sekundne ali pa 15-sekundne izjave brez vdihov, brez nekih tudi razmislekov, ki so v govoru pomembni – to, da sogovornik

malo vdihne ali pa razmisli pa se posmeji – že to se dosti ven reže in že to se mi zdi grozno, kaj šele sintetizirani glasovi. (S7)

Sinteza govora skokovito napreduje, a ravno posnemanje teh nepredvidljivih, za niansiranje govora ter sporočanje misli in hkrati čustev pa nujnih prvin (Noufi, May in Berger 2023) se kaže kot največji izziv. Druga pomembna značilnost človeških govorcev pa je njihova (jezikovna) zmotljivost, nepopolnost, kar jih – tudi po mnenju sogovornic in sogovornikov – v resnici dela ljudi. Prevelika popolnost, brezhibnost je nečloveška, na radiu tudi dolgočasna, hkrati lahko vodi v generičnost.

Ker saj v bistvu v govoru lahko pritegne, ne bom rekla zdaj govorna napaka, ampak neke posebnosti zagotovo. To, da malo drugače naglasiš, to, da malo drugače zapelješ intonacijo, tudi mašila v bistvu so v določeni meri lahko čisto zanimiva ali pa pritegnejo pozornost. (S7)

Ne vem, če pridem jaz na radio z rahlo hripavim glasom, se sliši mogoče, pri umetni inteligenci se ne bo slišalo. (S3)

Se mi zdi enostavno, da večinoma so neki spodrsrljaji oziroma napake v smislu, da se zmotiš na radiu, se mi zdi, sprejete pozitivno, tudi s strani poslušalcev, ne vem, se malo nasmejijo zraven, seveda če ni tega preveč. Tako da zdaj, da bi to postalo vse skupaj absolutno brezhibno nezmotljivo, tudi dvomim, da bi to bilo večini poslušalcev všečno. (S4)

Tudi v raziskavi Heiselberg, Blom in van Dalen (2022) anketirancev ni toliko zmotilo dejstvo, da so se pri generiranem branju pojavljali odkloni od pričakovanega standardnega izgovora, temveč bolj odsotnost običajnega človeškega odziva: premora, diskurznega označevalca (v slovenščini je na takem mestu najpogostejše polglasnik) ali popravka. Vse to je del izkušnje poslušanja človeških glasov, ki v poslušalcih sprožajo občutke bližine, povezanosti in pozitivne čustvene odzive (Rodero in Lucas 2023).

Mogoča delitev dela

Zlasti pri diskurzih, ki vključujejo govorno interpretacijo, raziskovalci ugotavljajo, da v primerjavi s sintetiziranimi glasovi človeško

pripovedovanje sproža več pozitivnih občutkov, hrkati pa spodbuja tvorjenje več mentalnih podob, večjo vključenost, višjo stopnjo pozornosti in boljše pomnjenje (Rodero in Lucas 2023). Gong (2023) ugotavlja, da tudi pri informativnih vsebinah, kjer v govorni prezentaciji ne pričakujemo čustev oziroma ekspresije, poslušalci različno reagiramo na človeške in sintetizirane glasove, ki berejo novice. Merjenje EEG valov je namreč pokazalo, da je bilo možgansko delovanje večje ob poslušanju človeških bralcev, druge meritve pa so v tem primeru pokazale tudi boljše obdelovanje, razumevanje in shranjevanje informacij v možganski delovni spomin.

Vendar pa tuje receptivne študije kažejo, da se zdi generirano branje informativnih in servisnih vsebin poslušalcem vsaj sprejemljivo. Zanimivo je, da so se pri raziskavi Scott, Ashby in Stan (2020), v kateri so s tega vidika primerjali generirano branje novice, vremenskih napovedi in vsebin o kulturi, kot najbolj sprejemljive izkazale novice, medtem ko se je vremenska napoved anketirancem sicer zdela primerno, ne pa tudi privlačno prebrana, saj že v tem informativnem diskurzu pričakujejo nekaj več pristnih človeških občutij. Čeprav se zdijo glasovi človeških bralcev poslušalcem v splošnem sicer bolj kredibilni, pa to ne pomeni, da se jim zdijo generirani glasovi nekredibilni (Kim, Xu in Merrill 2022). Kot ugotavljajo Heiselberg, Blom in van Dalen (2022), se poslušalci namreč bolj ukvarjajo s tem, ali lahko zaupajo vsebini in mediju, kot pa s tem, ali lahko zaupajo glasu.

Sogovornice in sogovorniki vsi po vrsti ugotavljajo, da zvenijo slovenski sintetizirani glasovi⁸ še precej neprepričljivo, zlasti ko gre za besedila, ki naj bi odražala tudi razpoloženje, čustva, sporočilne nianse.

Kake bolj zahtevne vsebine, kake reči, ki res zahtevajo prepoznavanje ne samo poudarjanja, ampak tudi ravni sporočanja, take in drugačne, to še dolgo ne bo. Če sem prej omenil pač to generiranje glasu, to je grozno za poslušat. (S5)

Kot bolj realne diskurze za vpeljevanje omenjajo predvsem servisne informacije (promet, vreme, obvestila) in napovednike ter

8 Poznajo predvsem Amebisov sintetizator govora eBralec, ki ga uporabljajo mnoge medijske in druge ustanove. Eden od intervjuvancev je omenil tudi govorno sintetizirane dele TV napovednikov, kjer pa se je to po njegovih informacijah obneslo le pri podatkih o uri in programu na koncu napovednika, ne pa tudi pri vsebinskem delu.

novičarski del radijske produkcije. Pri novičarskem delu programa se jim zdi vpeljevanje generiranih govorcev mogoče tudi zato, ker je že priprava besedil delno (ali bi lahko postala) avtomatizirana. Poleg tega gre za zelo strukturirane, celo formalizirane diskurze.

Sigurno se bo začelo uvajati. Tudi mi na radiu bomo počasi začeli, vsaj kar se tiče vremenske napovedi, ker že imamo v planu, da bomo mogoče začeli to uporabljati – govorno in vsebinsko, dejansko, ker bo zgeneriral vreme, recimo. (S1)

Umetna inteligenca je dobra, bo dobra tam, kjer so, kako bi temu rekel, kjer so stvari relativno formalizirane. Se pravi, na radiu je to promet, prometna obvestila, ki imajo zelo jasno strukturo. Začnemo z avtocestami in potem gremo na regionalne ceste oziroma najprej nujne prometne informacije, potem je še tisto pa še tisto, potem na koncu mejni prehodi. (S5)

Pri novičarskem delu izvzemajo zahtevnejše žanre, ki bodisi predvidevajo zmožnost kritike oziroma vključujejo lastno izkustvo bodisi vključujejo stik s sogovorniki ali terensko delo (intervjuji, izjave). Poleg tega sogovorniki in sogovornice generativni umetni inteligenci (zaenkrat) odrekuje kreativnost in improvizacijo, predvsem pa lastno izkustvo.

Saj to je en razmišljaj, potem ko je računalnik prvič človeka v šahu premagal. Ja, v redu, prav, v šahu ne moremo več premagati računalnika, ampak računalnik ne bo nikoli tisti, ki bo vzel figure pa jih v stolp sestavil, se pravi ta nekaj čez. Kjer pa so fiksna pravila, se pravi, imamo šahovnico in lahko se premikamo samo tako pa tako – oziroma imamo fiksen format prometne napovedi ali pa česarkoli, kjer se samo lahko premikamo po določenih parametrih, tam pa pač lahko prevzame zato, ker je to itak tudi malo dolgočasno početje. Medtem ko nekega eseja na Arsu umetna inteligenca ne bo še dolgo prebrala tako, kot se ga mi trudimo. (S5)

Zdaj, o branju nekih novic, vremena in prometa, tu pa bi rekel, da bo verjetno kmalu tako daleč, da ne bo potrebe dejansko po človeških kadrih za kaj takega, bi znalo biti. [...] Težko bi recimo govorila, bi generirana vsebina lahko o tekmi Maribora ali pa o dogajanju – vzamem pač primer, ki je seveda zelo emotivna tema v našem mestu – govorila zares. Ja, lahko bi bilo popolno,

lahko bi bilo perfektno, ampak vprašanje, če bi podatki štimali. To je prvo, drugo: če nisi ti bil na nobeni tekmi, če nisi nikoli tega doživel, ne moreš na isti način o tem govoriti. Lahko sicer interpretiraš nekaj, kar je doživel nekdo drug, ampak spet je to samo neka reinterpretacija neke druge realnosti, s katero ne more imeti resne povezave oziroma resnega izkustva. (S2)

Heiselberg, Blom in van Dalen (2022) pišejo, da gre lahko pri avtomatizaciji priprave in branja radijskih novic tudi za priložnost, kako razbremeniti novinarje, ki bi se tako posvetili manj rutinskemu in bolj poglobljenemu poročanju. Bolj za šalo kot za res, a gotovo z zrnom soli bi sogovornica generiranim govorcem prepustila tudi manj prijetna opravila:

Se pa vedno šaliva z enim sodelavcem, da predvsem upava, da bo umetna inteligenca delala poročila takrat, ko recimo tvoji športniki izgubijo in ti je potem mučno delati poročila o tem, kako je bilo pa zakaj so izgubili. (S7)

Dva sogovornika pa opozarjata na še en pomemben vidik: omenjata manjše radijske postaje, kjer bi lahko z vpeljevanjem generiranih vsebin in govorcev rešili kadrovsko stisko ter producirali tudi vsebine, ki jih sicer ne bi zmogli.

Ker tudi pridemo potem do druge težave, kako dejansko dobiti ekipo, čedalje manj je, recimo, težko je dobiti kader. Tako da verjetno se bomo morali tudi posluževati te inteligence oziroma teh generiranih glasov. (S1)

Vplivi na radijski govor

Sogovornice in sogovorniki so razmišljali tudi o vlogi, ki bi jo vpeljevanje generirane slovenščine imelo na nadaljnje oblikovanje jezikovne podobe radijskih programov. Njihova mnenja so raznolika, odvisna delno tudi od tega, na katerem tipu medija delujejo. Domnevno večji standardiziranosti govora, ki bi jo generirani govorci lahko dosegali pri branju informativnih besedil, sogovornica z regionalnega skupnostnega medija denimo pripisuje pozitivne učinke.

Če smo zavezani vzdrževati vsaj določeno stopnjo ustrezne izreke in tako naprej, da ne gremo čisto v pogovorne in narečne ali pa »Gen Z« mešanico slovenščine in angleščine, potem v tem delčku verjetno bi lahko pripomogla k temu, da je zborna izreka mogoče še nekoliko bolj prisotna. Pa to res vidim potem bolj za novičarski del. (S2)

Nasprotno pa se zdi sogovorniku s komercialnega radia uniformna »popolnost« dolgočasna in nepotrebna.

Ja, saj je prav, da so institucije, ki negujejo lep knjižni jezik in govor, ampak to je umetna tvorba. Mislim, knjižni jezik se ne govori praktično nikjer. Zdaj, če ima kdo potrebo po tem, seveda, fajn je, da ima ponudbo za odjem oziroma za zadovoljitev teh svojih potreb. Ampak v resnici je, tako kot sem rekel, popolnost dolgočasna. Nepotrebna je, ni noben faktor. (S2)

Sogovornica z javnega medija opozarja, da obstajajo žanri, ki ne terjajo glasu, za katerim stoji lik oziroma osebnost, temveč z nevtralnimi podajanjem informacij odpirajo prostor »mišljenja, ki je na strani poslušalcev«. Zato se ji zdi, da bi bilo treba tip govorca, kakršen je radijski napovedovalec, tudi v dobi umetne inteligence ohraniti.

Ker lahko si predstavljamo, pač umetna inteligenca ne ve, kaj bere zares, in vseeno je fino, potem je edina možnost, da prebere to sprejemljivo, da pač prebere vse približno na neki ravni, uniformno. Da ni razlike med novico o tem, koliko smrtnih žrtev je v Gazi, in novico o Prešernovih nagrajencih. To so podatki in zdaj je na vas, draga javnost, da to vzamete nase, interpretirate ali pač ne. (S6)

Bolj problematično se sogovornikom in sogovornicam zdi morebitno vpeljevanje generiranih radijskih voditeljev, saj to ni zgolj jezikovno težavno (zaradi zgoraj opisanih značilnosti utelešenega človeškega glasu), temveč bi lahko pomenilo tudi korak nazaj od trenutne govorne pristnosti in raznolikosti.

Jaz vedno rečem, s poslušalcem govori v jeziku, ki ga razume poslušalec, v pogovornem jeziku, recimo tako, kot se midva zdaj pogovarjava, ko si ti na kavi pa poveš, kakšno je vreme. Recimo generiran glas bi povedal: Danes bo pretežno oblačno

s temperaturami od 15 do 25. Ti tega na kavi, kar jaz zahtevam od svojih moderatorjev, nikoli ne boš rekel, vedno rečeš, ne vem, danes bo malo bolj hladno, 5 stopinj manj kot včeraj. Generiran glas tega nikoli ne bo sposoben narediti. Preveč bo uradno vse, mislim, da bomo spet šli na tisto uradno bralno stvar, ki smo se je počasi v radijskem svetu začeli znebiti, ker smo želeli bližje poslušalcu. Se mi zdi, da se bomo oddaljili od poslušalca. (S3)

Pogovorni jezik bi po moje izumrl počasi, ker generiranje ima samo po nekih pravilih. Pogovorni jezik lahko naredi samo živa oseba, ki ima dialekt, ki ima vse to. Generiran ne vem, če lahko ti ustvariš dialekt. No, če pa že, ga ustvariš samo po prav nekih pravilih, ki pa vemo, da jezik je živ in so drugačna iz leta v leto, se jezik spreminja. Generirani glasovi pa imajo neka pravila in se ti-stih držijo. Ne, oni se ne prilagajajo recimo poslušalcu. [...] Moje osebno mnenje je, da bi bilo to potem bolj generično. Že tako mogoče na nek način smo si zaradi glasbe vedno bolj podobni, morda celo že z glasovi – kaj je običajno za jutranje voditeljske pare, za dopoldanske, za popoldanske, za večerne – bi mogoče tukaj lahko prišlo še do večje generičnosti. Verjetno bi lahko potem preračunali, izračunali, kakšen glas je ljudem najbolj všeč, tako kot katera glasba jim je najbolj všeč. (S3)

Vsi sogovorniki in sogovornice pa so izražali dvome o tem, da bodo sintetizirani glasovi že kmalu – če sploh kdaj – zmožni izražati »nekaj več«: barvo, ton, čustva, razpoloženje ipd. A tehnološki razvoj jih bo morda postavil na laž in ovrigel tudi njihovo prepričanje, da bo umetna inteligenca, dokler »ne bo imela kredita ali pa neprespanih noči zaradi malega otroka« (S2), težko nadomestila radijskega voditelja iz mesa in krvi. Druga sogovornica o tem že razmišlja:

Problem je pa pravzaprav ta, ki ga jaz vidim, trend v resnici, da so tudi umetni sintetizatorji govora, že imaš občutek, da je zadaj oseba. Imajo cmok v grlu. Zdaj, jaz mislim, da tistega, česar ne zmorejo, je pa narediti napako, se zmotiti. Tako da jaz se rada zmotim vsaj enkrat na besedilo, da vedo, da je v živo, poslušalci. To je romantika, ne? [...] Stroj ne zna improvizirati, mogoče to. In v tem smislu ne more biti tako zelo živ, kot je lahko človek. Ampak spet, to se mi zdi ena romantična ideja in vprašanje, kaj vse nam bo tudi ponudila umetna inteligenca v prihodnje. Pa kar

hitro gre, tako da mogoče tudi ta romantika malo dobi oziroma tudi ta romantika bo kmalu načeta. (S6)

ZAKLJUČEK

Radiu so že večkrat napovedovali konec, a se zdi, da ima izrazito sposobnost prilagajanja in preživetja tudi v zanj neugodnih okoliščinah, s tem pa – kot mačke – prislovičnih devet življenj. V sto letih obstoja se je zaradi tehnoloških in družbenih sprememb nenehno razvijal in preobražal, tudi do skrajnosti; nenazadnje obstajajo slovenski radijski mediji, ki z občinstvi pretežno komunicirajo prek drugih platform, eter pa je zgolj podpora njihovim tamkajšnjim vsebinam in dejavnostim. Vendar pa utelešeni glas, za katerim je osebnost (pa četudi medijsko ustvarjena) s pristnimi izkustvi, občutenji in znanji, zaenkrat ostaja ključ do občinstev tako na radiu kot v drugih avdio pojavnostih. Jacobs (2025) npr. navaja, da podatki iz letne raziskave Techsurvey za ameriške komercialne radie že od leta 2019 zdržema kažejo, da jih poslušalci pogosteje izbirajo zaradi voditeljev kot zaradi glasbe; relativno nov razlog za zmanjšanje deleža poslušanja radia pri posameznikih pa je odhod njihove priljubljene voditeljice oziroma voditelja z medija. Razvoj generativne umetne inteligence tovrstnih težav radijskih medijev morda ne bo rešil, bo pa gotovo vplival na prihodnje produkcijske, organizacijske in tudi kadrovske procese v radijskih medijih, s tem pa tudi na njihovo govorno podobo.

Raziskovalci ne dvomijo, da bomo prej ali slej dobili veliko bolj ali celo povsem prepričljive generirane govorce, kot jih trenutno že preizkušajo nekateri radii po vsem svetu. Razvoj se v prvi vrsti sicer ne dogaja na področju medijev, a težave so univerzalne. Velik izziv na sedanji stopnji razvoja predstavlja dodajanje objezikovnih in parajezikovnih elementov generiranim glasovom, da bi povečali njihovo realističnost v interakcijah med človekom in računalnikom, denimo ko gre za osebe, ki potrebujejo bralne ali govorne asistente – torej za tiste z omejenim vidom ali govorom (Kane, Johnstone in Szewczyk 2024). Avtorji ugotavljajo, da pri izboljšavah sintetiziranih glasov ne gre le za usklajevanje tona, ritma, intonacije in višine govora s pomenom (in namenom) izrečenega, temveč tudi za elemente

naključnosti, ki jih človeškemu glasu dodaja telesna fiziologija. Drug izziv nakazujejo raziskave, ki nastajajo na področju marketinga, kjer želijo glasove, ustvarjene z umetno inteligenco, oblikovati tako, da bi sprožali zamišljene miselne reprezentacije (podobno kot človeški glasovi v poslušalcih vzbujajo mentalne podobe tudi brez vizualnih namigov), s čimer bi izboljšali dožemanje izdelkov in znamk (Efthymiou et al. 2024). Avtorji poročajo, da so z nedavnim napredkom pri sintezi govora glasovne tehnologije, ki jih poganja umetna inteligenca, postale že precej bolj prefinjene, zaradi česar potrošniki generiranim govorcem pripisujejo več antropomorfnih lastnosti, več izražanja čustev, osebnosti, celo spolne stereotipe in fizični izgled.

Razvoj računalniško generiranega govora ne poteka za vse jezike v enakem tempu; prednjači angleščina in vprašanje je, koliko bodo dosežki umetne inteligence neposredno prenosljivi v govorne medije v drugih jezikih (Furtáková in Janáčková 2023). Če privzamemo, da bo na neki točki tudi govorjena slovenščina vendarle dovolj podprta z velikimi jezikovnimi modeli in orodji za generiranje vsakršnega govora, pa je premislek o tem, kaj se bo takrat dogajalo z radijsko slovenščino, lahko zgolj niz domnev. Zgoraj smo govor na radiu v grobem razdelili na branje in pogovarjanje. Pri prvem se – zlasti v informativnih oddajah – pričakuje upoštevanje knjižnojezikovnega standarda, kar so v Lengar Verovnik (2018) potrdili uredniki in urednice različnih tipov radijskih programov. Z algoritmi podprto branje bo domnevno lahko omogočilo visoko stopnjo ustreznosti, celo perfekcije, kar pa poleg nevarnosti generičnosti vzbuja tudi vprašanje razvoja te jezikovne zvrsti. Knjižni govorjeni, zlasti brani jezik je sicer bolj konservativna in počasneje spreminjajoča se pojavnost kot vse druge, a tudi v njem obstajajo dvojnice in variacije, subtilni odtenki, ki povzročajo dolgoročneje spremembe. Pogosto je težko določiti, kaj sproža kolektivne nagibe in končne spremembe, a začnejo se v individualnem govoru, pa čeprav pod okriljem ustanov, v imenu katerih govorci javno sporočajo. Kaj bo generirano radijsko branje v tem smislu pomenilo za jezikovni razvoj (ali njegovo zaviranje), koliko bo vplivalo na človeško branje (ki bo – domnevno – ob generiranem še soobstajalo) in koliko bo slednje spet povratno vplivalo na računalniške algoritme, je s trenutne pozicije lahko zgolj zanimiv miselni eksperiment.

Za spoznanje bolj jasni obrisi se morda nakazujejo pri generiranem radijskem pogovarjanju oziroma nagovarjanju občinstev. Povpraševanje po bolj prilagojenih oblikah informacij, ki so že vidne v vzorcih rabe interneta in družbenih omrežij, vodi v večje vsebinsko in govorno prilagajanje občinstvom tudi na radiu. Umetna inteligenca naj bi po mnenju mnogih raziskovalcev pomagala ta občinstva bolje analizirati in razumeti, razvoj orodij pa vodi k možnostim večje personalizacije, hkrati pa tudi izboljšane interaktivnosti ter bolj diskurzivnega načina komuniciranja med človekom in strojem (Wei, Scifo in Xu 2022). Generirani radijski voditelji in voditeljice prihodnosti se bodo na slovenskih radijskih programih (ali tem, kar jih bo nasledilo) torej z nami nemara pogovarjali v točno taki slovenščini, kot si je bomo v nekem trenutku zaželeli posamezni poslušalci, generirani prosti govorni diskurzi pa bodo dopolnjevali »naravni« nabor človeških diskurzivnih praks. Vse, kar je zapisano v tem zadnjem odstavku, zaenkrat seveda ostaja na ravni utopije – a te imajo zoprno lastnost, da se kdaj tudi uresničijo.

O avtorici

Dr. Tina Lengar Verovnik je docentka na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in znanstvena sodelavka na Inštitutu za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Članica Katedre za novinarstvo je od leta 2001, v času nastajanja te monografije je njena predstojnica (od marca 2024). Trenutno je nosilka predmetov Radijsko novinarstvo in Govorno izražanje za novinarje na prvi stopnji študija novinarstva ter Jezik, stil in novinarska naracija na drugi stopnji študija. Kot izvajalka sodeluje še pri predmetih Osnove novinarskega dela, Novinarsko sporočanje 1 in Novinarski praktikum na prvi stopnji. Sodeluje tudi v pedagoškem procesu na Akademiji za gledališče, radio, film in televizijo Univerze v Ljubljani (soizvajalka predmeta Vloga dialektalnega v slovenskem (javnem) govoru na magistrskem programu Oblike govora) in na Inštitutu za slavistiko Univerze v Celovcu (nosilka izbirnega predmeta Besedoslovje na dodiplomskem študiju slovenskega jezika).

Financiranje

Poglavje je nastalo v okviru raziskovalnega programa *Slovenski jezik v sinhronem in diahronem razvoju* (P6-0038), ki ga sofinancira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije iz državnega proračuna.

LITERATURA

- Berry, Richard. 2016. »Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'«. *International Studies in Broadcast and Audio Media* 14 (1): 7–22.
- Brojan, Matjaž. 1999. *Začetki radia na Slovenskem*. Ljubljana: Modrijan, Radio Slovenija.
- Chignell, Hugh. 2009. *Key Concepts in Radio Studies*. London: Sage Publications.
- Cordeiro, Paula. 2012. »Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective«. *Journal of Audience & Reception Studies* 9 (2): 492–510.
- Čakš, Lucija. 2017. »Primerjava govornega sloga voditeljev na komercialnih in javnih radijskih postajah«. Magistrsko delo, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani.
- Delo*. »'Diskodžokejski' jezik za javno rabo? Okrogla miza: Slovenščina na radiu«. 13. julij 1986: 9–20.
- Delo*. »Kakšno slovenščino govorimo, je najbolj odvisno od nas samih«. 6. februar 1982: 28.
- Efthymiou, Fotis, Christian Hildebrand, Emanuel de Bellis, in William H. Hampton. 2024. »The Power of AI-Generated Voices: How Digital Vocal Tract Length Shapes Product Congruency and Ad Performance«. *Journal of Interactive Marketing* 59 (2): 117–134.
- Furtáková, Lucia, in Lubica Janačková. 2023. »AI in radio: The game changer you did not hear coming«. *Media & Marketing Identity* 1 (3): 95–105.
- Golob, Berta. 1979. »Jezik dnevnih informativnih oddaj«. *Delo*, 17. januar 1979: 8.
- Gong, Chen. 2023. »AI voices reduce cognitive activity? A psychophysiological study of the media effect of AI and human newscasts in Chinese journalism«. *Frontiers in Psychology* 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1243078>.
- Grabnar, Boris. 1968. »Slovenščina na televiziji«. *Ekran* 7 (57): 380–383.

- Heiselberg, L., J. N. Blom, in A. van Dalen. 2022: »Automated News Reading in the Neural Age: Audience Reception and Perceived Credibility of a News Broadcast Read By a Neural Voice«. *Journalism Studies* 23 (8): 896–914.
- Jacobs, Fred. 2025. »Radio's Personality Dilemma«. *Jacobs Media*, 18. marec 2025. <https://jacobsmedia.com/radios-personality-dilemma/>.
- Jarrett, Kylie. 2009. »Private talk in the public sphere: Podcasting as broadcast talk«. *Communication, Politics & Culture* 42 (2): 116–135.
- Kalin Golob, Monika. 2009. »Razpadajoči modeli: pogovorne zvrsti na javni prireditvi«. V: *Slovenska narečja med sistemom in rabo*, Vera Smole (ured.), 519–525. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Kalin Golob, Monika. 2013. »Lačen si ful drugačen: v iskanju naslovnikovega jezika«. V: *Družbena funkcijskost jezika: vidiki, merila, opredelitve*, Andreja Žele (ured.), 201–206. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Kalin Golob, Monika. 2015. »Sociolects and media language: modernity, attractiveness, democratisation and marketisation«. V: *Language varieties between norms and attitudes: South Slavic perspectives: proceedings from the 2013 CALS conference*, Anita Peti-Stantić, Mateusz Milan Stanojević in Goranka Antunović (ured.), 35–48. Frankfurt na Majni: P. Lang, cop.
- Kaluža, Ludvik. 1977/78. »Govor na Radiu Ljubljana«. *Jezik in slovstvo* 23 (1): 21–23, in 23 (2): 47–49.
- Kane, Joseph, Michael N. Johnstone, in Patryk Szewczyk. 2024. »Voice Synthesis Improvement by Machine Learning of Natural Prosody«. *Sensors* 24 (5): 1624. <https://doi.org/10.3390/s24051624>.
- Kim, Jihyun, Kun Xu, in Kelly Merrill Jr. 2022. »Man vs. machine: Human responses to an AI newscaster and the role of social presence«. *The Social Science Journal*: 1–13. <https://doi.org/10.1080/03623319.2022.2027163>.
- Lengar Verovnik, Tina. 2013. »Povej mi, kako zvenijo dnevnoinformativne oddaje, in povem ti, za kateri radijski program gre«. V: *Družbena funkcijskost jezika: vidiki, merila, opredelitve*, Andreja Žele (ured.), 241–246. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Lengar Verovnik, Tina. 2018. »Jezikovna uredniška politika in slovenski radijski mediji«. *Slavia Centralis* 11 (2): 144–157.
- Lengar Verovnik, Tina in Peter Čakš. 2024. »‘That wasn’t AI speaking. Not yet’: attitudes of Slovenian radio personalities towards synthetic radio voices«. V: *ECREA 2024: communication & social (dis)order: book of abstracts: 10th European Communication Conference*, 742–743.

- Noufi, Camille, Lloyd May, in Jonathan Berger. 2023. »The Role of Vocal Persona in Natural and Synthesized Speech«. *IEEE 17th International Conference on Automatic Face and Gesture Recognition*, Waikoloa Beach, HI, ZDA. <https://doi.org/10.1109/FG57933.2023.10042714>.
- Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan.
- Rodero, Emma, in Ignacio Lucas. 2023. »Synthetic versus human voices in audiobooks: The human emotional intimacy effect«. *New media & society* 25 (7): 1746–1764.
- Ruohomaa, Erja. 1997. »Radio as a (Domestic) Medium: Towards New Concepts of the Radio Medium«. *Nordicom Review* 18 (1): 151–160.
- Scannell, Paddy. 1991. »The Relevance of Talk«. V: *Broadcast Talk*, Paddy Scannell (ured.), 1–13. London: Sage Publications.
- Schlütz, Daniela, in Imke Hedder. 2022. »Aural Parasocial Relations: Host–Listener Relationships in Podcasts«. *Journal of Radio & Audio Media* 29 (2): 457–474.
- Scott, Kirsten M., Simone Ashby, in Julian Hanna. 2020. »‘Human, All Too Human’: NOAA Weather Radio and the Emotional Impact of Synthetic Voices«. V: *CHI ’20: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–9. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376338>.
- Sienkiewicz, Matt, in Deborah L. Jaramillo. 2019. »Podcasting, the intimate self, and the public sphere«. *Popular Communication* 17 (4): 268–272.
- Šeruga Prek, Cvetka. 1990. »Voditelj – napovedovalec?«. V: *Slovenščina na radiu*, 45–53. Ljubljana: Radio Slovenija: Oddelek za kulturo govora.
- Šulentić, Anita, in Petra Tomečak. 2024. »Umjetna inteligencija u radijskome programu: studija slučaja J.O.S.I.P.«. *Hum* 19:7–26. <https://doi.org/10.47960/2303-7431.19.32.2024.7>.
- Šumi, Nada. 1980. »Nekaj vprašanj slovenskega odrskega jezika«. *Dialogi* 16 (7–9): 438–441.
- Tolson, Andrew. 2006. *Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Unuk, Drago. 2016. »Slovenski jezik v sočasnem sporazumevalnem prostoru«. *Revija za elementarno izobraževanje* 9 (4): 19–38.
- Wei, Meng, Salvatore Scifo, in Yuanchun Xu. 2022. »Artificial Intelligence and Radio Broadcasting. Opportunities and challenges in the Chinese context«. V: *The Routledge Companion to Radio and Podcast studies*, Mia Lindgren in Jason Loviglio (ured.), 448–458. London: Routledge.
- Whipple, Kelsey, Ivy Ashe, in Lourdes M. Cueva Chacón. 2023. »Examining Podcast Listeners’ Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts«. *Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism* 17 (1): 40–66.

Nataša Logar

NOVINARJEVA JEZIKOVNA ORODJA ZA SLOVENŠČINO

Tessem, Tverberg in Borch so leta 2024 objavili študijo, v kateri so sogovornike iz sveta medijev spraševali o tehnologijah, ki bodo v prihodnje močno vplivale na novinarsko delo. S 16 intervjuvanci so govorili o trojem: umetni inteligenci, tehnični infrastrukturi ter formatih novic in objavnih platformah. V okviru prve teme so intervjuvanci kot pomembne za prihodnost izpostavljali predvsem orodja za generiranje vsebin ter prevajalnike in povzemalnike (prav tam, 98–100).

Nedavno opravljeni pregled opremljenosti jezikov za digitalno dobo, ki nosi naslov *Digitalna enakost jezikov v Evropi do 2030* (ELE Consortium 2022), za slovenščino kaže naslednjo podobo: pri tehnoloških dejavnikih¹ naš jezik zaostaja ne le za angleščino (ta je pri merjenju dosegla 63.893 točk), nemščino (34.196), španščino (32.301) in francoščino (26.750), temveč z rezultatom, nižjim od 5000 točk, tudi npr. za češčino, katalonščino in madžarščino (prav tam, 24–26). Pri vseh upoštevanih tehnologijah in virih je bila slovenščina na dan merjenja, 30. junija 2022, podprta zgolj fragmentarno; pri generiranju besedil, multimodalnih

1 Med jezikovnotehnološke dejavnike sodijo oblikoskladenjski označevalniki, črkovalniki, pregledovalniki besedil, sistemi za podatkovno rudarjenje, sintetizatorji in razpoznavalniki govora, klepetalni roboti, pa tudi eno- in večjezični korpusi pisnih in govornjenih besedil, ontologije ter tezavri ipd.

korpusih in jezikovnih modelih pa je bila celo povsem nepodprta (prav tam, 28). V zadnjih dveh letih od opisanega merjenja je sicer nastalo še nekaj tehnologij in orodij za slovenščino (Krek et al. 2022); trenutno pa poteka tudi zbiranje slovenskih besedil za veliki jezikovni model, brez katerega lasten razvoj klepetalnikov ter drugih orodij in storitev, ki temeljijo na umetni inteligenci, ne bo mogoč (Krek v Čobec 2024; PoVeJmO b. d.).

EJTA, združenje evropskih ustanov, ki izobražujejo novinarje, je leta 2007 sprejela Tartujsko deklaracijo, v kateri je zapisanih deset za novinarje ključnih kompetenc ter za vsako od kompetenc po pet znanj oz. spretnosti, ki jo tvorijo. Deklaracija je bila nato še dvakrat posodobljena – v letih 2013 in 2020 (Leppäjärvi in Carien 2024, 6–10). Prva izmed kompetenc se v zadnji različici tega dokumenta (European Journalism Training Association (EJTA) 2020) glasi: študent mora pridobiti *sposobnost razumevanja vloge novinarstva v družbi*; v nadaljevanju pa je v okviru šeste kompetence (*sposobnost predstaviti informacije v uveljavljeni novinarski obliki*) med drugim zapisano tudi, da mora študent ob koncu študija do potankosti obvladati svoj prvi jezik.

V prispevku bomo obravnavali stičišče dveh tem: (a) orodij za slovenščino, ki so novinarjem oz. novinarkam pri pisanju že na voljo ali pa bi po vzoru angleščine lahko bila, ter (b) jezikovnih kompetenc, ki jih v času izobraževanja pridobivajo bodoči novinarji in novinarke, se pa zanje – torej kompetence – zdi, da jih prva – torej orodja – morda začenjajo ogrožati. V nadaljnjih poglavjih bomo predstavili pregled stanja, preizkusili eno od jezikovnih orodij in podali razmislek o usvajanju jezikovnih kompetenc, pri čemer nas bo zanimalo:

1. katera jezikovna orodja pogosto uporabljajo novinarji, ko pišejo v angleščini, in katera od teh so na voljo tudi za slovenščino;
2. kako uspešna je umetna inteligenca pri popravljanju v slovenščini napisanih novinarskih besedil (na primeru žanra običajno poročilo) ter
3. kako bi bilo najnovejša jezikovna orodja najbolje vključiti v izobraževanje, da bodo novinarskojezikovna znanja in spretnosti pri študentih krepila, ne pa šibila.

PREGLEDOVALNIKI BESEDIL, TRANSKRIPTORJI, PREVAJALNIKI IDR. ORODJA

Hiter ogled poljudnih zapisov novejšega datuma, v katerih avtorji in avtorice na podlagi izkušenj v novinarskem poklicu svojim kolegom in kolegicam svetujejo orodja, ki jim bodo pomagala pri pisanju prispevkov v angleščini, pokaže, da pri tehnološko najbolj podprtem svetovnem jeziku za ta namen obstaja marsikaj. Podrobneje smo pogledali šest prispevkov (Meese 2019; Erickson 2023; Cheung 2024; Kofman 2024; Kunova 2024; Uredništvo 2024) in ugotovili, da so njihovi avtorji oz. avtorice na sezname uvrstili: pregledovalnike besedil (skupaj 14 navedb konkretnih pregledovalnikov), transkriptorje (tri navedbe), prevajalnike, pregledovalnike naslovov ter iskalnike ponovitev in klišejev (vsi po dve navedbi), enkrat je bil izpostavljen še povzemalnik, seveda pa so bili na seznamih tudi generatorji besedil (osem navedb). Če potegnemo grobo ločnico med (A) jezikovnimi orodji, ki na besedilih, ki so že napisana ali izrečena, opravijo le določeno nalogo, in (B) generatorji besedil, ki lahko besedila ustvarijo kar sami (sicer pa opravijo tudi naloge orodij iz skupine (a), tj. transkribirajo govor, napisano besedilo pregledajo, prevedejo, povzamejo ipd.), gre za orodja, ki pri pisanju v angleščini pomagajo pri naslednjem:

- a) **pregledovalniki besedil** (v prispevkih so bili omenjeni: *Grammarly*, *Hemingway Editor*, *Linguix*, *QuillBot*, *ProWritingAid*): odpravijo pravopisne in slovnične napake, predlagajo krajšanje povedi in lažje razumljivo besedišče, uredijo besedni red, zamenjajo modne, a prazne besede, preverijo vzročno-posledična idr. razmerja med stavčnimi členi ter stavki, izboljšajo berljivost, natančnost in jasnost, prilagodijo stil pisanja, preverijo prekrivnost vsebin;
- b) **transkriptorji** (*Trint*, *Describe*, *AssemblyAI*, *Otter.ai*): napišejo govorjeno besedilo, posneto v zvočni obliki ali videoobliki;
- c) **prevajalniki** (*DeepL Translator*): napisano besedilo prevedejo v drug jezik;
- č) **pregledovalniki naslovov** (*Headline Analyzer*, *HeyNota*): točkujejo naslove po dolžini, izbiri besed in sentimentu, predlagajo naslove;
- d) **iskalniki ponovitev in klišejev** (*Word Counter*, *Cliché Finder*, *ProWritingAid*): štejejo ponovitve besed, izpostavijo možne

ključne besede, opozarjajo na pogosto rabljeno, a pomensko izpraznjeno besedišče;

- e) **povzemalniki** (*ChatPDF, Pdf.ai*): v nekaj kratkih odstavkih povzamejo vsebino tudi zelo dolgih PDF-dokumentov;
- f) **generatorji besedil** (*WordSmith, Scribbr, Story SpinnerAI, Jasper, ChatGPT, Claude, Gemini, AI Writer, HyperWrite*): predlagajo različne vidike teme, naredijo osnutek, napišejo besedilo, ki ima predvidljiv vzorec, predlagajo naslove, dodajo citate, besedilo naredijo bolj zanimivo in poglobljeno, prilagodijo stil pisanja, besedilo spremenijo v bolj opazno spletnim brskalnikom.

Tudi za slovenščino nekatera od naštetih orodij skupine (A) že obstajajo in so vsaj deloma v brezplačnem dostopu. Izrecno na slovenščini – in torej v našem raziskovalnem prostoru – so med drugim nastali: pregledovalnik besedil Besana, transkriptorja RSDO in Govori.si ter prevajalnik RSDO in povzemalnik RSDO;² kot dodani jezik pa je slovenščina prisotna tudi v več v tujini nastalih orodjih.

Pregledovalnik Besana, ali kot ga imenujejo njegovi razvijalci: avtomatska lektorica, je izdelek slovenskega jezikovnotehnološkega podjetja Amebis. Besana, katere razvoj se je začel leta 1988, odpravlja pravopisne in slovnične napake ter daje predloge za vsebinske popravke, pri čemer vse našteto pogosto na kratko tudi utemelji in ponazori na način *namesto A poskusite B* (Amebis b. d.; Holozan 2012, 1; Erjavec, Holozan in Ljubešić 2015, 265; Jurišić 2015; Rašl 2022). V spletni različici je na voljo brezplačno, vendar pa z omejitvijo besedila na 454 znakov. Besano uporablja več podjetij in ustanov, med njimi smo v pasici z razpoznavnimi napisi pod njeno predstavitevjo prepoznali sedem medijskih (Primorski dnevnik, RTV Slovenija, Družina, Slovenske novice, Delo, Časoris in Gorenjski glas). Z Besano si pomagajo tako novinarji kot lektorske službe, in to – kot je mogoče razbrati iz javno izraženih ocen – s pridom (Huš 2023a):

2 S kratiko RSDO so poimenovani po projektu *Razvoj slovenščine v digitalnem okolju* (Razvoj slovenščine v digitalnem okolju b. d.). Pojekt je v letih 2020–2023 izvajal večji konzorcij, koordinatorica pa je bila Univerza v Ljubljani.

Preizkus je pokazal, da /Besana/ opozori na veliko večino šibkosti v besedilu, predlogi pa so skoraj vedno pravilni – včasih jo dolgi izumetničeni stavki pač zmedejo, pa tudi tehnično besedilo za našo revijo /tj. revijo Monitor/ ni najlažji zalogaj. A Besana je izjemno koristen pripomoček, ki bo vaša besedila, to si upam trditi, naredil bistveno prijaznejša do lektorja in končnega bralca.

Do enake ocene je v svojem podrobnejšem preizkusu prišel Jurišić (2015). Preizkus je vključeval nalogo, v kateri je moralo 21 študentov 1. letnika prevajalstva na Filozofski fakulteti v Ljubljani v 90 minutah prevesti dve besedili, dolgi po 150 besed. Prvo besedilo je prihajalo iz revije *Adria Airways*, drugo iz časopisa *The Guardian*; prvo so študenti prevajali iz slovenščine v angleščino, drugo v obratni smeri. Pri prevajanju so imeli na razpolago dva pregledovalnika besedil, eden od njiju je bila Besana. Na podlagi preizkusa je avtor podal več ugotovitev, med njimi sta bili tudi naslednji (prav tam, 45, 47): pri 93 % napak, ki jih je zaznala Besana, je dejansko šlo za napake; Besanini predlogi popravkov so bili v 85 % primerov pravilni. Jurišić je na podlagi podatkov zaključil (2015, 50), da »uporaba /.../ /Besane/ udeležencem poskusa ni povzročala večjih težav, temveč je v številnih primerih pripomogla k višji kakovosti njihovega prevajalskega dela«.

Izmed lastnosti, ki smo jih opazili pri angleških pregledovalnikih besedil, Amebisovi Besani manjkata možnost prilagoditve stila (v smislu formalno : neformalno; uradno, akademsko ipd.) ter možnost preverbe prekrivnosti vsebin. Besana se še vedno izboljšuje, je pa do nedavnega izboljševanje potekalo z ročnim dopolnjevanjem zaledne zbirke besed in besednih zvez (Holozan v Rašl 2022, 5 min 50 sek–7 min 34 sek).

Transkriptor RSDO, ki je del razpoznavalnika govora za slovenščino RSDO, je nastal leta 2022 (Verdonik 2021, 124–130; Bajec in Verdonik v Krek et al. 2022). Dostopen je odprtokodno in brezplačno. V različici, objavljeni na spletu, to orodje transkribira do pet minut govora. Prve ocene kažejo, da je pri tem uspešno oz. celo zelo uspešno, če mu predložimo govor v knjižni slovenščini. Prim. Huš (2023b; enako tudi Čibej v Dacinger 2024, 8 min 55 sek–9 min 54 sek):

Rezultat /preizkusa/ je bil osupljiv. Resda sem štajerski naglas pritajil, kolikor se je dalo, a vseeno popolnoma pravilnega zapisa nisem pričakoval. Bral sem različna besedila, od novic in člankov

do esemesov, pa je bil RSDO vedno povsem natančen. Dokler nisem zašel v hudo slengovske ali narečne besede, težav ni bilo. Celo ločila je postavljala bolje kot povprečen Slovenec.

Strojna transkripcija slovenskega govora je bila mogoča že tudi pred tem RSDO-jevim izdelkom, je pa tega zdaj mogoče brezplačno uporabiti kjerkoli, tudi v komercialne namene (prim. Krek v Slaček 2023, 10 min 25 sek–11 min 4 sek, 12 min–13 min 45 sek). V medijskih ustanovah bi se ta transkriptor zato lahko uporabil tudi za samodejno sprotno podnaslavljanje slovenskega govora v televizijskih oddajah in filmih, kar je storitev, ki jo nujno potrebujejo osebe z motnjo sluha.³

Transkriptor Govori.si je nedavni izdelek raziskovalcev Fakultete za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani (Žnideršič et al. 2024). Nastal je na slovenskih podatkih (med drugim na zbirki slovenskega govora ARTUR (Bajec in Verdonik v Krek et al. 2022) in zbirki narečnih govorov Narecja.si (Lovrič 2018)) ter z metodo učenja velikega jezikovnega modela. Prve povratne informacije, ki so jih pridobili avtorji sami,⁴ kažejo, da gre za koristno orodje, ki pa potrebuje še nekaj izboljšav (Žnideršič et al. 2024, 521). Transkriptor Govori.si je za raziskovalne in ne-komercialne namene na voljo brezplačno.

Prevajalnik RSDO (2022) zajema par slovenščina – angleščina v obeh smereh. Tudi to orodje je na voljo odprtokodno in brezplačno (Repar in Lebar Bajec v Krek et al. 2022; Lebar Bajec 2023), v različici, dostopni na spletu, pa prevede do 5000 besed dolgo besedilo. Mednarodno uveljavljen algoritem BLEU (angl. *bilingual evaluation understudy*), po katerem se ocenjuje kakovost strojnih prevodov, kaže, da je prevajalnik RSDO »povsem primerljiv s prevajalniki eTranslation, Google, Microsoft in DeepL. Na domeni prava v smeri SL EN jih celo prekaša« (Dolgoročni načrt /.../ 2023, 1). Tudi leto in pol stara Huševa (2023b) ocena tega prevajalnika je bila ugodna, čeprav nekoliko nižja:

Spletni prevajalnik RSDO /.../ smo preverili/ z enakimi vatli kakor preostale prevajalnike v prejšnji številki Monitorja in ugotovili, da

3 Tako podnaslavljanje pravkar poskusno poteka na TV Slovenija in Pop TV (Žura 2024), vendar pa po naših informacijah (M. Bajec, osebno e-sporočilo, 10. marec 2025) razpoznavalnik govora RSDO v ta projekt ni vključen.

4 Transkriptor Govori.si so preizkušali tudi študenti novinarstva na FDV v okviru predmeta *Zgodovina novinarstva* (nosilec: J. Amon Prodnik).

ni slab. Vsi njegovi prevodi so bili razumljivi in smiselni, do popolnosti pa so mu zmanjkali kakšna slaba predložna zveza, nerazumljen pomen in občasno nenavadna izbira besed, medtem ko slovničnih napak ni delal veliko. Ocenili bi ga za spoznanje manj sposobnega, kot je Google Translate, Bing Translator ali DeepL.

Pomanjkljivost prevajalnika RSDO je v njegovem zalednem korpusu, ki ga sestavljajo le dobri trije milijoni poravnanih povedi ter tematsko in žanrsko premalo raznorodna besedila, se pa zbiranje besedil zanj še vedno nadaljuje, zato bodo tudi RSDO-jevi prevodi sčasoma popolnejši (seveda pa na tem področju ostaja vrzel do drugih tujih jezikov).⁵

Tudi **povzemalnik RSDO** (2022) je odprtokodno in brezplačno orodje, ki je na spletu dostopno za preizkušanje na besedilih, dolgih do 3000 besed, vrne pa rezultate v petih različicah (Žitnik v Krek et al. 2022; Žagar in Robnik Šikonja 2022). Povzemalnik je nastal na podlagi dveh učnih množic, od katerih je bila ena sestavljena iz novinarskih prispevkov, zato je povsem pričakovano, da je v Huševem (2023b) preizkusu prav ta del dobil visoko oceno:

Rezultati s povzemanjem posameznih odstavkov tega članka /članka v Monitorju/ so bili katastrofalni, pri povzemanju vesti z MMC RTV pa se je izkazal presenetljivo dobro. Povzetek prvih 1.500 znakov vesti o prvem kranjskogorskem veleslalomu je bil: »Svetovni in olimpijski prvak Marco Odermatt v Podkorenu v nedeljo nadaljuje zmagoviti niz. Na drugem mestu se je s petega povzpel Francoz Alexis Pinturault. Kliknite tukaj za vse najnovejše novice o svetovnem prvenstvu.« Strojno generiran naslov pa »Kranjec brez stopničk v Podkorenu, Kranjec 5«. Ima torej izvrsten potencial za razvoj orodij za agregiranje in povzemanje slovenskih vesti.

Zdi se, da bi bil povzemalnik RSDO lahko dober pripomoček za novinarje pri pisanju vodil in naslovov, a bolj kot za to nalogo novinarji povzetke potrebujejo že v fazi pridobivanja informacij,

5 Kot je na primeru prevajalnika Google Translate pojasnil Jakšič v Kerec in Tomić (2025, 11 min 30 sek–12 min 46 sek), se v zadnjem letu prevajalniki razvijajo tudi drugače, torej ne le na podlagi vzporednih korpusov, temveč tako, da se veliki jezikovni model določenega jezika uspešno nauči že zgolj z branjem besedil v tem jeziku in vstavljanjem manjkajočih besed – kar pomeni, da istih besedil, prevedenih v tuj jezik, sploh ne potrebuje več.

sploh povzetke zelo dolgih dokumentov (Čobec 2022, 3 min 36 sek–5min 2 sek), zato sklepamo, da bodo še bolj kot trenutna dobrodošle prihodnje različice tega povzemalnika.

Ob koncu prikaza velja omeniti še orodja, v katera je bila slovenščina kot jezik dodana. Med njimi so npr.:

- pregledovalnik besedil *LanguageTool* (Jurišić (2015) ga je vključil v svoj preizkus in ga primerjal z Besano ter tudi zanj ugotovil, da je pripomogel k boljšemu prevodu);
- transkriptorji *Trint*, *Descript*, *AssemblyAI*, *Notta*;
- prevajalniki *DeepL Translator*, *Google Translate*, *eTranslations*, *Systran Translate*;
- iskalniki ponovitev in klišejev *Word Counter*, *GuinRank*, *QuillBot*, *Paraphrase Tool*;
- povzemalnika *ChatPDF*, *Pdf.ai* ter
- generatorji besedil *Story SpinnerAI*, *Jasper*, *ChatGPT*, *Goodle Gemini*.

Ugotovimo lahko, da je stanje pri – najprej sploh – obstoju raznovrstnih orodij za slovenščino, ki lahko pomagajo pri novinarskem pisanju in po katere ni treba k tujemu razvijalcu, blizu zadostnega, ni pa še dobro, prav dobro ali odlično. Izmed štirih predstavljenih slovenskih orodij je trenutno na seznam z naslovom »Priporočamo« mogoče uvrstiti le Besano, medtem ko ostale izdelke preverba koristnosti v novinarskih uredništvih še čaka. Prestali jo bodo, če bodo novinarji in novinarke v njih videli visoko zanesljivost ter dejanski prihranek časa.

PREIZKUS UMETNE INTELIGENCE: »POPRAVI PRAVOPISNE IN SLOVNIČNE NAPAKE« ... »ZA KONEC PREVERI ŠE VSEBINO«

V zadnjih dveh letih izpopolnjeni ali nastali klepetalniki, v zaledju katerih delujejo veliki jezikovni modeli, so trenutno deležni precejšnje raziskovalne pozornosti tudi v izobraževanju (npr. Baidoo-anu in Owusu Ansah 2023; Chinonso, Theresa in Aduke 2023; Ratten in Jones 2023; Žerovnik in Zapušek 2024). V vlogi pomočnikov pri poučevanju jezika, sploh pa v vlogi pomočnikov pri poučevanju pisanja, so se izkazali kot koristne; vsaj tako kažejo raziskave na

področju poučevanja angleščine kot tujega jezika (npr. Shaikh et al. 2023; Polakova in Ivenz 2024; Punar Özçelik in Yangın Ekşi 2024).

Ker nas je zanimalo, ali lahko enako oceno podamo tudi na primeru slovenščine kot prvega jezika, smo zasnovali manjši preizkus, v katerem smo klepetalniku ChatGPT (b. d.) naročili, naj človeško napisana besedila – po žanru je šlo za običajna poročila – jezikovno izboljša.

V preizkus smo vključili šest poročil.⁶ Napisali so jih študenti in študentke 1. letnika novinarstva na FDV v študijskem letu 2017/18 pri predmetu *Uvod v novinarstvo II*.⁷ Vseh šest poročil je nastalo po javni prireditvi, in sicer tri poročajo o okrogli mizi na temo prihodnosti v Evropski uniji s poudarkom na populizmu (besedilo 1A, 1B in 1C), tri pa o pogovoru med voditeljem in gostom na temo športa s poudarkom na nogometu (besedilo 2A, 2B in 2C). Izdelke smo izbrali glede na oceno njihove jezikovne podobe, in sicer smo v vzorec zajeli po dva izdelka z negativno oceno in po en izdelek s pozitivno oceno pri vsaki temi, znotraj tega merila pa je bil izbor naključen. Besedila so bila dolga od 399 do 481 besed. Za preizkus jih nismo v ničemer spreminjali.

Od klepetalnika smo pričakovali, da bo besedila popravil pri pravopisnih in slovničnih napakah, da bo uredil kolokacije in zamenjal neustrezno besedišče ter da bo izboljšal koherenco in stil. Da bi spremembam po teh kategorijah lažje sledili, smo vsako besedilo poslali skozi štiri faze popravljanja, vsaka faza je imela svoj poziv:

1. *V spodnjem besedilu popravi pravopisne in slovnične napake.*
2. *Besedilo bo objavljeno v tiskanem časopisu. Če je katera beseda ali besedna zveza za tako objavo neustrezna, jo zamenjaj.*
3. *Izboljšaj tudi stil, da bo primeren za poročilo v časopisu.*⁸

6 Tako izvirniki kot besedila, ki smo jih dobili na koncu preizkusa, so dostopni pri avtorici in v uredništvu, na voljo so bili tudi recenzentom.

7 Po dogovoru izvajalcev so študenti in študentke ista besedila hkrati oddali še v oceno ter komentar jezikovne podobe pri predmetu *Jezikovna kultura II*, s čimer so poročila prišla k avtorici tega prispevka. Sicer gre za predmeta 4-letnega dodiplomskega programa, ki se ne izvaja več.

8 Predvidevali smo, da bomo na podlagi opisa »stil, primeren za poročilo v časopisu«, ki jezikoslovno ni natančen, a ga je pričakovati kot laičnega, dobili besedilo, ki bo koherentno ter objektivno, natančno in jasno, pa tudi ustrezno odstavčno členjeno.

4. *Za konec preveri še vsebino. Če kateri podatek manjka, ga dodaj. Podatke, ki niso pravilni, popravi.*

Preizkus smo opravili 15. marca 2025. Pred preizkusom smo pravopisne in slovnične napake ter vse drugo, za kar smo ocenili, da popravek nujno potrebuje, v izvirnikih označili. V označevanje nismo zajeli končnega pregleda (t. i. piljenja), saj bi to v približno polovici vzorca pomenilo pisanje na novo, tako pisanje pa lahko vedno prinese več raznolikih ubeseditiv. Rezultat klepetalnikovega končnega pregleda (dobili smo ga po 3. oz. po 4. fazi preizkusa) smo zato ocenili neodvisno od lastnih predhodnih popravilanj, torej le v smislu odgovora na vprašanje, ali je besedilo po jezikovni podobi (ki pa se je seveda ne da povsem razkleniti od vsebinske) izboljšano do te mere, da bi lahko šlo v objavo. V posamezne kategorije (upoštevajoč, da meje niso vedno ostre) so med drugim sodile vnaprej označene napake, neustreznosti in pomanjkljivosti pri naslednjih prvinah:

- a) pravopis: posebna črka v imenu, vejica, stičnost, kratica : razvezana oblika imena, zapis številke z besedo;
- b) slovnič: sklanjanje, besedni red, slovnični čas in dovršnost : nedovršnost pri glagolu, predolge povedi;
- c) besedišče: odvečne in manjkajoče besede, besede, ki pomensko niso ustrezne, prevzete besede, ki so redke in zato manj razumljive, napake v kolokacijah;
- č) koherenca: pomensko nejasni deli, dvoumna morfemska koherenčna vez, nepotrebno ponavljanje, manjkajoč, nepravilen ali nepomemben podatek.

Kako uspešna je bila umetna inteligenca pri popravljanju naštetega, kaže Tabela 1.

	Pravopis (1. faza)		Slovnica (1. faza)		Besedišče (2. faza)		Koherenca (del 3. faze)	
	Št. napak	% popravljenih ⁹	Št. napak	% popravljenih	Št. neustreznih besed in zvez	% popravljenih	Št. pomanjkljivosti	% popravljenih
1A	17	65	5	20	14	57	11	55
1B	7	86	11	18	16	44	11	82
1C	9	56	5	20	13	54	5	80
2A	4	75	7	100	22	77	7	86
2B	7	100	5	0	19	68	18	89
2C	12	67	6	0	12	50	14	57
	Skupaj: 56	Povprečje: 75 %	Skupaj: 39	Povprečje: 26 %	Skupaj: 96	Povprečje: 58 %	Skupaj: 66	Povprečje: 75 %

Tabela 1: Število napak, neustreznosti in pomanjkljivosti, ki so bile v vzorcu šestih študentskih besedil označene vnaprej, ter delež najdenih in ustrezno popravljenih (ChatGPT)

V tabeli je razvidno, da je bil ChatGPT najbolj uspešen pri popravljanju pravopisnih napak in pri popravljanju pomanjkljivosti pri koherenci (obakrat 75-odstotno), najmanj pa pri popravljanju slovničnih napak (26 %), vendar pa je treba zadnji podatek dopolniti. Klepetalnik je nekaj slovničnih napak, ki jih v 1. fazi ni popravil, nato uredil v 2. fazi (v tej smo mu sicer naročili popravljanje besedišča), skoraj vse slovnične napake iz izvirnikov, ki so do tod še ostale v besedilih, pa so bile nato odpravljene v 3. fazi. To pomeni, da je bil ChatGPT pri popravljanju slovničnih napak uspešnejši, kot kaže naša tabela, le da te naloge ni opravil dobro, ko jo je dobil v izoliranem navodilu. Že v 1. fazi je klepetalnik v besedilo vnesel nekaj dodatnih sprememb, tudi napačnih (npr. *za njima* > *za *njimi* (govorca sta bila dva); *pri odgovorih je med drugim nanese tudi na umor /.../ novinarja* > *pri odgovorih je med drugim *bilo omenjeno tudi*

⁹ V preizkusu se ni nikoli zgodilo, da bi napako, ki smo jo označili, klepetalnik sicer prepoznal, popravek pa bi bil napačen ali neustrezen.

*umor /.../ novinarja; večina lastnikov /.../ je tujcev > večina lastnikov /.../ *so tujci).*

Pred preizkusom smo sami v vseh besedilih skupaj označili 96 manj ustreznih besed in besednih zvez. Klepetalnik je bil pri njihovem prepoznavanju v povprečju 58-odstotno uspešen (npr. *vprašal, če je > vprašal, ali je; se je stanje pomaknilo v njen prid > se je stanje spremenilo v njen prid; razpravo je otvoril Bergant, ki ga je zanimalo > Bergant je uvodoma postavil vprašanje*), je pa dodatno zamenjal še kar nekaj drugih besed in besednih zvez. Spremembe, ki so po 2. fazi prišle v enega od odstavkov besedila 1C, kaže naslednji primer (oznaka /x/ tu in pri nadaljnjih primerih pomeni izpust):

Izvirno besedilo 1C (del):

»Češka nas je presenetila,« je za konec povedal češki raziskovalec Kvorning Lassen in pojasnil, da so Čehi precej skeptični do EU, predvsem državljani stari med 50 in 60. Ti ljudje so deležni skepticizma do EU s strani političnih elit že od leta 2004, ko je Češka postala del EU. Vendar Kvorning Lassen poudari, da se poraja vprašanje, ali je to skepticizem do EU ali do češke politike in političnega sistema nasploh.

Besedilo 1C po 2. fazi (del):

»Češka nas je presenetila,« je na koncu **dejal** češki raziskovalec Kvorning Lassen in pojasnil, da so Čehi precej skeptični do EU, **zlasti državljani**, stari med 50 in 60 leti. Ti ljudje so **zaradi stališč političnih elit skeptični** do EU že od leta 2004, ko je Češka postala članica Unije. Vendar Kvorning Lassen **poudarja**, da se **postavlja vprašanje**, ali je to skepticizem do EU ali **pa gre za širši dvom v češko politiko in politični sistem** /x/.

Spremembe v približno tem obsegu so značilne za vsa besedila po 2. popravljalni fazi, izrazito veliko pa jih je bilo nato po 3. fazi, katere poziv se je glasil: *Izboljšaj tudi stil, da bo primeren za poročilo v časopisu.*

S popravki v 3. fazi je klepetalnik, kot že omenjeno, uredil 75 % koherentnih pomanjkljivosti, ki smo jih predhodno razpoznali sami, so pa bile še dodatne spremembe tu tako korenite, da ni dvoma, da je klepetalnik v 3. fazi izvedel tudi končni pregled pred objavo. Prim. npr. odstavek iz besedila 2B, kakršnega smo dobili po 2. fazi preizkusa, in isti odstavek po 3. fazi:

Besedilo 2B po 2. fazi (del):

Različno plačani, a na igrišču enaki

»Ti igralci so vedeli, da na igrišče prihajajo zvezdniki, a so bili kljub temu trdno odločeni, da jih premagajo,« je Schneider ponazoril s primerom tekme med povprečno plačanimi bolgarskimi in premožnimi francoskimi nogometaši, ko ga je Bergant vprašal o neenakih možnostih igralcev. »Tudi tisti, ki ogromno zaslužijo, na terenu niso vredni več kot tisti, ki zaslužijo manj. V teh 90 minutah pozabimo na neenakosti,« je dodal.

Besedilo 2B po 3. fazi (del):

Različno plačani, a na igrišču enaki

V nadaljevanju sta se dotaknila tudi vprašanja neenakih pogojev za igralce, ki so pogosto plačani v zelo različnih razmerjih. Schneider je ponazoril to z zgledom tekme med povprečno plačanimi bolgarskimi nogometaši in premožnimi francoskimi zvezdniki, ko je Bergant izrazil pomisleke glede tega, kako se razlike v plačah odražajo na igrišču. »Tudi tisti, ki zaslužijo manj, niso na igrišču nič manj pomembni kot tisti, ki prejema astronomske plače. V trenutku, ko stopijo na igrišče, so vsi enaki,« je povedal Schneider. »V /x/ 90 minutah pozabimo na materialne razlike in ostaja le strast do igre.« /x/

Klepetalnik je na podlagi poziva *izboljšaj stil* besedila v vzorcu na novo napisal v približno polovičnem do tričetrtninskem obsegu. Spremembe segajo od ločil do odstavkov ter vključujejo tako brisanje in zamenjevanje kot dodajanje. Spodnji primer kaže najbolj skrajno različico povedanega – gre za zaključni del besedila 1A, kakršnega je napisal študent, in isti del besedila, kot ga je vrnil ChatGPT (vsebino, ki je bila iz izvirnika izpuščena, smo prečrtali, dodano vsebino v klepetalnikovem besedilu pa podčrtali):

Izvirno besedilo 1A (del):

/.../ je še dejala Goblova. Kot zadnji govorec je Christian Kvorning Lassen, predstavil rezultate čeških anket. Ti se precej razlikujejo od rezultatov ostalih držav, saj je državljanov, ki podpirajo EU le 53%, proti jih je pa 34%. Tako poudarja, da so Čehi zelo skeptični glede delovanja EU. ~~Ob nižjem procentu teh, ki so navedli da potrebujejo močnega vodjo~~ je dejal: »Čehi verjamejo, da so predani demokraciji in demokratičnim vrednotam.« S projektom so raziskovalci želeli spodbuditi ljudi k razmišljanju o prihodnosti Evrope.

Besedilo 1A po 3. fazi (del):

/.../ je še poudarila Goblova. /x/

Za zaključek je Christian Kvorning Lassen/x/ predstavil rezultate čeških anket. Ti so se precej razlikovali od /x/ drugih držav, saj le 53 % čeških državljanov podpira EU, medtem ko jih je 34 % proti. /x/ Čehi so zelo skeptični glede učinkovitosti EU, /x/ ob tem pa je Kvorning Lassen izpostavil tudi, da so Čehi zavezani demokraciji in njenim vrednotam /dobesedni navedek je opuščen/. Ob tem je dodal, da čeprav Slovenija in druge države v srednji Evropi kažejo podporo EU, ostaja veliko vprašanj glede prihodnosti Evropske unije.

Raziskovalci so s projektom želeli spodbuditi širšo javnost k razmisleku o prihodnosti Evrope in o tem, kakšno vlogo naj bi imela EU v prihodnosti.

Zgoraj podčrtani prvini sta bili dodani »na pamet«. Deloma gre pri njiju za ponovitev skoraj iste vsebine, kot je bila v izvirniku zapisana v zadnji povedi (*prihodnost Evrope*), medtem ko je trditev *Ob tem je dodal, da čeprav Slovenija in druge države v srednji Evropi kažejo podporo EU* izmišljena oz. rezultat t. i. haluciniranja. Opozoriti velja še, da je klepetalnik spreminjal tudi dobesedne navedke in da je v dobesedne navedke pretvarja dele, ki v izvirnikih niso bili podani kot taki.

Klepetalnikove obsežne zamenjave besedišča tipa *Stančič je povedal* > *Stančič je izrazil prepričanje; ne more privoščiti* > *ne bi mogla privoščiti; ima neprecenljivo vrednost* > *ima neprecenljiv pomen* ohranjajo prvotni pomen besedila (res pa je, da spreminjajo pomenske odtenke v smislu, da *povedati* pač ni isto kot *izraziti*

prepričanje), obenem pa besedila na nejasnih mestih izboljšujejo v bolj razumljiva. Naša ugotovitev tu je zato podobna Meščevi (2023), ki je po lastnem preizkusu zaključil, da »program ne obrača besed v prazno, ne 'melje', ampak parafrazira izhodiščno besedilo tako, da dodaja in pogloblja misli v pravem pomenu na nekoliko abstraktnejši način« (309), »lahko bi rekli celo, da je /.../ sposoben 'brati med vrsticami', to je izreči, kar ni bilo izrečeno, bilo pa je mišljeno« (315).

Dalje lahko potrdimo, da je bilo jezikovnih napak v klepetalnikovih besedilih po 3. fazi malo; pravzaprav je šlo bolj za hitro opazne lapsuse ali zatipke, npr.: *velik delež državljanov podpira idejo močnega voditelja ter *temelji demokratičnih vrednot; *Eno glavnih tem pogovora je bil primer *brazilski nogometaš Neymar*.

V zadnji fazi preizkusa smo klepetalniku naročili, naj preveri vsebino ter doda manjkajoče podatke in popravi napačne. V štirih primerih nam klepetalnik novega besedila ni vrnil, poslal nam je le komentar. En komentar je bil krajši in splošen, medtem ko so bili trije daljši ter so vsebovali smiselne konkretne predloge, pri čem vse bi besedilo veljalo preveriti in dopolniti. Novi besedili, ki smo ju prejeli po 4. fazi, sta bili v primerjavi s predhodnima različicama spremenjeni minimalno (trikrat v besednem redu, enkrat je bila zamenjana beseda; lapsusi iz 3. različice so tu sicer ostali), a bolj kot jezikovna podoba nas je v 4. fazi zanimalo:

- a) ali bo klepetalnik v besedilu 2B v stavku *kljub temu da njegov klub zanj letno plačuje izjemnih 222 milijonov evrov* opazil napako v znesku, ki ni bil znesek nogometaševe letne plače, temveč znesek, ki ga je klub plačal za Neymarjev prestop (medtem ko je Neymarjeva letna plača takrat znašala okrog 30 milijonov evrov), in
- b) ali bo klepetalnik opazil, da opis Neymarja v besedilu 2C, ki se je glasil: *trenutna zvezda francoskega PSG-ja*, danes ne drži več, saj je Neymar v začetku sezone 2022/23 klub zamenjal.

Ugotovili smo, da prve napake ChatGPT ni opazil, medtem ko je drugo opazil in jo tudi popravil (> *Neymarja, ki je v preteklosti igral za francoski PSG*). Popravek je v komentarju tudi pojasnil. Druga in zadnja sprememba te vrste je bila še v opisu Grégoryja Schneiderja. Opis je klepetalnik iz prvotnega *novinar, ki prihaja iz Francije in veliko piše o športu in glasbi* spremenil v *francoski novinar, ki se ukvarja z različnimi področji novinarstva*. Spremembo

je utemeljil s tem, da Schneider »ni široko znan kot novinar, ki se osredotoča izključno na šport in glasbo«. Ob koncu analize naj dodamo le še opozorilo v zvezi s komentarji. V komentarju k 4. različici besedila 2C je pisalo:

Luka Dončić je zelo pomemben igralec slovenske košarkarske reprezentance, vendar Slovenija ni osvojila evropskega prvenstva, na katerem bi bil ključni Dončić, saj je Slovenija evropsko prvenstvo v košarki osvojila leta 2017 brez Dončića (zaradi njegovega angažmaja v NBA). Torej, Slovenija je postala evropski prvak, vendar je bila Dončić odsoten iz tega konteksta. To je ključna napaka v tekstu, ki jo je treba popraviti.

Da je Slovenija zmagala na evropskem prvenstvu v košarki leta 2017 brez Luke Dončića, ni res, le v finalni tekmi si je Dončić v tretji četrtini tako močno poškodoval gleženj, da se do konca srečanja ni več mogel vrniti v igro (R. 2017). To hkrati pomeni, da je bil tudi razlog, ki ga je napisal ChatGPT, tj. »zaradi njegovega /Dončićevega/ angažmaja v NBA«, povsem izmišljen.¹⁰

Ob koncu analize lahko pritrdimo ugotovitvam raziskovalcev iz uvoda v to poglavje: ChatGPT je študentska besedila jezikovno izboljšal. Besedila sicer tudi po klepetalnikovih posegih ne bi bila primerna za objavo, a ko smo jih ponovno ocenili, so se namesto predhodnih štirih negativnih ocen, ene šestice in ene sedmice njihove ocene glasile: 8–9, 9, 8–9, 8, 7 in 6.

»PROFESORICA, ALI SI LAHKO PRI PISANJU POMAGAM S CHATGPT-JEM?«

Dosedanji podatki in razmisleki o uporabi umetne inteligence v izobraževanju kažejo, da gre na učenčevi, dijakovi ali študentovi strani predvsem za dobrodošel pripomoček pri učenju in utrjevanju znanja ter ustvarjanju osnutkov in zbiranju zamisli za pisne izdelke; na učiteljski strani pa za pripomoček, ki izboljša priprave

10 Tudi Vintar (2023, 26–27) je povzela, da je v literaturi o umetni inteligenci med najbolj pogosto omenjenimi zadržki pred njeno uporabo prav izmišljanje vsebine in navajanje »neresničnosti, ki jih celo prepričljivo utemeljuje/e/«. Enako glej v Mesec (2023, 308–309), več o haluciniranju pa npr. v Žerovnik in Zapušek (2024, 38–49).

na učno uro, omogoča nove načine poučevanja z več interaktivnosti, sodelovanja in personalizacije ter je do neke mere zmožen celo avtomatiziranja povratnih informacij (Flogie in Čampelj 2023, 464–465; Žerovnik in Zapušek 2024, 2, 3). Uporaba umetne inteligence za te namene ima tudi slabosti, se pa trenutna svarila osredotočajo predvsem na slabosti na strani učečih se. Bae et al. (2024) so na podlagi študije, izvedene med ameriški dijaki in študenti ter njihovimi učitelji, poročali o naslednjih slabostih uporabe klepetalnika ChatGPT: dijake in študente so motile klepetalnikove netočnosti, halucinacije in pristranskost v mnenjih, nevarnost so videli tudi v prevelikem zanašanju na to orodje, kar lahko vodi v intelektualno lenobo, opozorili so na možnost goljufanja s pomočjo umetne inteligence, nekaj pa jih je pomislilo tudi na to, da v klepetalnik vpisujejo osebne podatke, ki bi lahko bili kdaj v prihodnosti zlorabljeni. Pri učiteljih so bile skrbi, povezane s ChatGPT-jevo pomočjo dijakom in študentom, deloma podobne: opozarjali so na to, da bi dijaki in študenti lahko postali preveč odvisni od klepetalnikovih rešitev, zaradi česar bi se zmanjšala zmožnost samostojnega razmišljanja, nevarnost so videli v neetični uporabi orodja pri izdelkih, ki jih ocenjujejo, na tretje mesto po pogostosti se je kot zaskrbljujoče za učitelje uvrstilo opažanje klepetalnikovih netočnosti, halucinacij in pristranskosti, na četrto pa odsotnost človeškega pedagoškega stika, sploh njegove čustvene komponente, ki je po mnenju učiteljev pri poučevanju in vzgajanju zelo pomembna.

Tudi raziskave, ki so se izrecno osredotočale na novinarsko izobraževanje, so potrdile del zgornjih zaključkov – Wenger, Hossain in Senseman (2024) so ugotovitve drugih povzeli z naslednjim: učitelje skrbita neetična uporaba umetne inteligence in varovanje akademske integritete, dodatno pa še lastno nepoznavanje te tehnologije do te mere, da se čutijo nevešči pri njeni uporabi v učnem procesu. Po drugi strani se je pokazalo, da je vključitev orodij umetne inteligence v fakultetne predmete pri študentih novinarstva izboljšala sposobnosti analiziranja, ocenjevanja in interpretiranja informacij, pa tudi zmožnost priprave podatkovno prepričljivih prispevkov (prav tam). Avtorji so nato na podlagi 14 poglobljenih intervjujev s predstojniki oz. predstojnicami novinarskih študijskih programov v ZDA prišli še do ugotovitve, da učitelji umetno inteligenco že vključujejo v delo s študenti, zavedajo se, da pri tem niti nimajo izbire in da se je na ta računalniški preboj

pač treba odzvati, ker bodo sami kot ustanova in njihovi študenti le tako lahko ostali konkurenčni na hitro spreminjajočem se trgu.

Kako torej odgovoriti na tukajšnje vprašanje, ki smo ga položili v usta namišljenega študenta oz. študentke novinarstva? Čeprav smo seveda imeli v mislih njegovo oz. njeno pisanje v slovenščini, lahko v izhodišču sledimo ugotovitvam že omenjenih raziskav o vlogi umetne inteligence pri pouku angleščine kot tujega jezika. Opazno je, da večina avtorjev oz. avtoric teh raziskav klepetalnikom izreka dobrodošlico – sicer previdno, a vseeno. Npr. Polakova in Ivenz (2024) poročata, da so študenti s pomočjo ChatGPT-jevih usmeritev opazno izboljšali svoje angleško napisane povzetke tako po pravopisno-slovnični plati kot pri natančnosti in bistvenosti. Sklep Punar Özçelik in Yangın Ekşi (2024), ki sta o koristnosti klepetalnikovih predlogov vprašali študente (ti so klepetalnikovo pomoč uporabili za izboljšanje formalne podobe poslovnega pisma), je bil podoben: na poti k višji pisni zmožnosti študentov je ChatGPT uporabno orodje. Tudi Irfanovi (2023) zaključki so bili enaki, pri čemer se je njegova študija izrecno osredotočala na pisanje študentov novinarstva, in to v njihovem prvem jeziku (tadžiščini). Avtor je na podlagi neodvisno ocenjenega 500 besed dolgega novinarskega prispevka, ki so ga študenti najprej napisali brez pomoči klepetalnika, nato pa popravili s pomočjo ChatGPT-ja, ugotovil, da so bili v drugo oddani izdelki tako po kritičnem razmišljanju kot po prvinah pisanja (natančnost, jasnost, zgradba in objektivnost) v povprečju ocenjeni opazno višje (Irfan 2023, 71, 72). A še pomembnejše kot navedeno se nam pravzaprav zdi implicitno spoznanje, ki ga kažejo te tri in podobne raziskave (npr. tudi Shaikh et al. 2023; Arifin et al. 2024): pomoč umetne inteligence pri pisnih izdelkih študentov je dobrodošla, če se izvaja v nadzorovanem okolju. Študenti, vključeni v raziskave, so dobili natančna navodila, učitelji so njihovo delo spremljali neposredno v predavalnici ali prek videokonferenčnega sistema, rezultate posameznih faz pisanja (najprej brez klepetalnikove pomoči, nato z njo) so študenti oddajali (v enem primeru vključno z vsemi klepetalnikovimi odzivi), nato pa so o izkušnji še ustno poročali v intervjuju oz. fokusni skupini. Če so torej ti ali tem podobni pogoji izpolnjeni, lahko »profesorica« študentu oz. študentki, ki je zastavil oz. zastavila tukajšnje naslovno vprašanje, brez zadržkov odgovori »da«.

O nenadzorovani pomoči klepetalnikov pri pisanju študijskih izdelkov vemo zelo malo. Bolj gre za opažanja, oblikovana na podlagi izdelkov, ki jih učitelji zaradi hitro vidnih napak, nesmislov ali neskladnosti z navodili prepoznamo kot klepetalnikove polizdelke, kot se je izrazila Božinovski (2024, 15). Avtorica je svoje tovrstne izkušnje – tudi ona v vlogi učiteljice angleščine kot tujega jezika – opisala z besedami (prav tam): »Tako smo pri študentih opazili, da množično oddajo s ChatGPT-jem napisana besedila, ki so sicer izjemno vljudna in v brezhibni angleščini, toda dolga, zapletena in polna nepotrebnih pojasnil, četudi v navodilih za dotično nalogo piše, naj ustvarijo kratko in jedrnat sporočilo s samo tremi vsebinskimi točkami.« V preizkusu iz prejšnjega poglavja smo videli, da je zmožgal ChatGPT zgolj v nekaj sekundah negativno ocenjeni izdelek spremeniti v pozitivno ocenjenega, kar bi katerega od študentov, ki bi sledil našemu scenariju, verjetno razveselilo; a do znanja, kako se napiše običajno poročilo, v katerem je razvidno, da njegov avtor do potankosti obvlada tudi svoj prvi jezik, je pač mogoče priti le z (večkratnim) samostojnim pisanjem samim. Mentor – človeški ali robotski – lahko študenta pri tem usmerja, ne sme pa njegovih besedil samodejno popravljati ali naloge opraviti namesto njega.

V preteklem letu je nastalo več priročnikov, poleg tega so potekale – in še vedno potekajo – tudi delavnice (npr. Žerovnik in Zapušek 2024; de la Higuera in Iyer 2024; Bevčič et al. 2025; Žerovnik in Zapušek 2025), ki veliko bolj konkretno, kot smo to storili tu, odgovarjajo na naše zadnje raziskovalno vprašanje, *na kakšen način bi bilo najnovejša jezikovna orodja najbolje vključiti v izobraževanje, da bodo novinarskojezikovna znanja in spretnosti pri študentih krepila, ne pa šibila*. Z nekaj optimizma zato zaključujemo: če bomo učitelji študente pri uporabi umetne inteligence vodili in nadzorovali, če bomo sledili usmeritvam in nasvetom na tem področju že izkušenih ter če bodo študenti umetno inteligenco uporabljali previdno in etično, do vzročno-posledične povezave med (a) uporabo jezikovnih orodij in (b) šibkejšim jezikovnim znanjem v resnici niti ne bi smelo priti.

SKLEP

V dneh, ko smo zaključevali to besedilo, je bil na MMC RTV Slovenija objavljen prispevek z naslovom *Italijanski časopis je začel izdajati prilogo, ki jo piše le umetna inteligenca* (Da. 2025). Kot povzema avtor, je priloga nastala tako, da so novinarji klepetalniku ChatGPT naročili, naj »napiše zgodbo o določeni temi v določenem tonu«, več kot 20 generiranih besedil pa so nato kot del časopisa objavili v tisku in na spletu. Podobno kot danes novinarji in novinarke so pred petimi in več leti npr. tudi prevajalci in prevajalke z občutkom ogroženosti opazovali zmožnosti strojnih prevajalnikov – ki takrat niti še niso bili tako izpopolnjeni, kot so današnji nevronske – da opravijo njihovo delo (Vintar 2023, 24).

Misli, da tehnologija (pre)močno posega v njihovo delo, med novinarje in novinarke ni zasejala šele umetna inteligenca, ki je zmožna sama napisati časopisno prilogo. Že v raziskavah, opravljenih med novinarji in novinkarkami v prvem desetletju 21. stoletja, se je kazalo njihovo prepričanje, da je marsikatero, če ne celo večino sprememb, s katerimi so se poklicno soočali takrat, povzročil razvoj tehnologije, na katerega sami niso imeli nobenega vpliva (Örnebring 2010, 58) – dobro desetletje poznejše vprašanje, kako tehnologiji to moč odvzeti in jo obrniti sebi v prid, je tako zgolj bolj pereče, ni pa novo. Odgovora nanj ne bo lahko najti, tudi zato ne, ker so pogledi vpletenih (urednikov, novinarjev, tehničnega osebja, članov uprav) na mnogotere posledice, ki jih prinaša umetna inteligenca v njihov delovni vsakdan, neenotni, celo nasprotujoči si (npr. Olsen 2023; Simon 2023).

V uvodu smo napisali, da si Evropska unija močno prizadeva za digitalno enakost jezikov (kar pomeni čim boljše opremljenost z vsemi mogočimi jezikovnotehnološkimi viri in orodji), ter povzeli tri leta stare podatke, ki so pokazali zamudništvo slovenščine na tem področju. Jezikovna orodja, ki s slovenskimi besedili ali na njih opravijo določeno nalogo (npr. naredijo transkript ali pravopisno-slovnični pregled), je treba razvijati še naprej, se je pa ta razvoj danes deloma že (deloma pa se še bo) preusmeril na metodo učenja velikih jezikovnih modelov. Raziskovalci, ki jezikovne tehnologije spremljamo že dalj časa, smo ob spoznanju, da ChatGPT »obvlada« tudi slovenščino, najprej začutili olajšanje, kmalu zatem pa smo se zavedeli dvojega:

1. »slovenščina ni suverena, če o njej odločajo pri podjetju OpenAI« (Krek v Čobec 2024) ter
2. možnost uporabe ChatGPT-ja in podobnih orodij v slovenščini tudi nam prinaša iste izzive kot raziskovalcem drugih jezikov.

V izobraževalnem okolju so ti izzivi, kot smo videli, pri študentih povezani z nekritično in neetično uporabo prek klepetalnikov dostopne umetne inteligence za namen priprave študijskih izdelkov, pri učiteljih pa s slabim poznavanjem umetne inteligence kot tehnologije nasploh. Wenger, Hossain in Senseman (2024, 100) so iz predhodnih raziskav povzeli, da bi bodoči novinarji in novinarke že na fakulteti morali pridobiti tehnično znanje, potrebno tako za uporabo orodij umetne inteligence kot za usmerjanje bodočih tehničnih sodelavcev pri razvoju algoritmov in sistemov, potrebnih pri novinarskem delu; dobrodošla pa sta – oz. bosta – še sposobnost kritičnega sprejemanja umetne inteligence in poglobljeno razumevanje njenih etičnih vidikov. Pričakovati je torej, da bodo v prihodnosti v novinarstvu iskani in uspešnejši posamezniki in posameznice z več tehnološke podkovanosti, zato bi znanja ter spretnosti, o katerih smo razmišljali tu, morda veljalo povzdigniti celo v eno ključnih kompetenc pravkar nastajajoče Tartujske deklaracije 2027.

O avtorici

Dr. Nataša Logar je izredna profesorica za slovenski jezik na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Članica Katedre za novinarstvo je od leta 2004; od oktobra 2021 do februarja 2024 je bila tudi njena predstojnica. V letih 2013–2015 je bila članica Strokovne komisije za slovenski jezik pri Ministrstvu za kulturo Republike Slovenije. Kot raziskovalka je med drugim sodelovala pri evropsko sofinanciranih projektih Sporazumevanje v slovenskem jeziku in Razvoj slovenščine v digitalnem okolju. Trenutno je članica projektnega sveta Centra za jezikovne vire in tehnologije Univerze v Ljubljani ter programskega sveta skupnega diplomskega študijskega programa Digitalno jezikoslovje. Na FDV predava predmeta Jezikovna kultura ter Jezik in stil strokovnih besedil, kot soizvajalka pa sodeluje še pri predmetu Jezik, stil in novinarska naracija.

Financiranje

Poglavje je nastalo v okviru raziskovalnega programa Slovenski jezik – bazične, kontrastivne in aplikativne raziskave (P6-0215), ki ga sofinancira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije iz državnega proračuna.

LITERATURA

- Amebis. b. d. »Besana«. <https://www.amebis.si/besana-predstavitev> (5. marec 2025).
- Arifin, Muhammad Ahkam, Ahmad Ardillah Rahman, Arifuddin Balla, Ashabul Kahfi Susanto, in Andi Citra Pratiwi. 2024. »ChatGPT affordances and Indonesian EFL students' perceptions in L2 writing: a collaborative reflexive thematic analysis«. *Changing English* 32 (2): 1–17. <https://doi-org.nukweb.nuk.uni-lj.si/10.1080/1358684X.2024.2418132>.
- Bae, Minkyong, Jiayu (Violet) Wang, Hanfei (Sophie) Xue, Sze Man Chong, Olivia Kwon, in Chung-Wha (Chloe) Ki. 2024. »Does ChatGPT help or hinder education? Exploring its benefits, challenges, student guilt, and the need for educator training«. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, November: 1–16. <https://doi-org.nukweb.nuk.uni-lj.si/10.1080/17543266.2024.2430585>.
- Baidoo-anu, David, in Leticia Owusu Ansah. 2023. »Education in the era of generative artificial intelligence (AI): understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning«. *Journal of AI* 7 (1): 52–62. <https://doi.org/10.61969/jai.1337500>.
- Bevčič, Mateja, Sanja Jerdinović, Eva Kern Nanut, in Eva Škraba. 2025. »Uporaba orodij (gen) UI v izobraževanju«. Interni dokument, Center Digitalna UL, 7. marec 2025.
- Božinovski, Biljana. 2024. »Vloga klepetalnikov, ki jih poganja generativna umetna inteligenca, pri učenju angleščine kot tujega jezika na terciarni ravni«. *Realka* 37, 30. april: 9–18. https://www.realka.si/wp-content/uploads/2024/05/37.stevilka_Realke.pdf.
- ChatGPT. b. d. <https://chatgpt.com/> (15. marec 2025).
- Cheung, Paul, 2024. »Exploring AI tools in journalism: insights from ONA's AI innovator collaborative«. *Online News Association*, 26. junij 2024. <https://journalists.org/2024/06/26/exploring-ai-tools-in-journalism-insights-from-onas-ai-innovator-collaborative/>.

- Chinonso, Opara Emmanuel, Adalikwu Mfon-Ette Theresa, in Tolorunleke Caroline Aduke. 2023. »ChatGPT for teaching, learning and research: prospects and challenges«. *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences* 5 (2): 33–40. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4375470.
- Čobec, Aleksander (voditelj). 2022. »Povzemalniki besedil – jezikovne tehnologije prihodnosti«. *Radio Slovenija, Program ARS*, 15. januar 2024. <https://ars.rtv slo.si/podkast/jezikovni-pogovori/47471518/174842450>.
- Čobec, Aleksander (voditelj). 2024. »Jezikovni pogovori – Simon Krek: slovenščina ni suverena, če o njej odločajo pri podjetju OpenAI.« *Radio Slovenija, Program ARS*, 9. marec 2024. <https://ars.rtv slo.si/podkast/jezikovni-pogovori/47471518/175069613>.
- Da., La. 2025. »Italijanski časopis je začel izdajati prilogo, ki jo piše le umetna inteligenca«. *MMC RTV Slovenija*, 23. marec 2025. <https://www.rtv slo.si/znanost-in-tehnologija/italijanski-casopis-je-zacel-izdajati-prilogo-ki-jo-pise-le-umetna-inteligenca/740372>.
- Dacinger, Renata (scenaristka in voditeljica). 2024. »Ugriznimo znanost: digitalna slovenščina«. *Televizija Slovenija*, 6. februar 2024. <https://365.rtv slo.si/arhiv/ugriznimo-znanost/175021505>.
- De la Higuera, Colin, in Jotsna Iyer. 2024. »UI za učitelje: interaktivni spletni priročnik«. AI4T. <https://www.ai4t.eu/textbook/>.
- Dolgoročni načrt za razvoj strojnega prevajalnika predavanj v slovenskem jeziku v angleščino za nesprotno prevajanje in načrta za posodabljanje: Razvoj slovenščine v digitalnem okolju (RSDO), DS4: Strojno prevajanje. 2023. »Razvoj slovenščine v digitalnem okolju (RSDO)«. Razvoj slovenščine v digitalnem okolju. https://www.cjvt.si/rsdo/wp-content/uploads/sites/18/2023/03/Trajnostni_nacrt_razvoja_RSDO_DS4-Strojno_prevajanje.pdf.
- ELE Consortium. 2022. »D3.4 – Digital language equality in Europe by 2030: strategic agenda and roadmap«. ELE Consortium. https://european-language-equality.eu/wp-content/uploads/2022/11/ELE_Deliverable_D3_4_SRIIA_and_Roadmap_version0_9.pdf.
- Erickson, Robert S. 2023. »Top writing tools for journalists«. *JournosCareer*, 8. marec 2023. <https://journoscareer.com/top-writing-tools-for-journalists/>.
- Erjavec, Tomaž, Peter Holozan, in Nikola Ljubešić. 2015. »Jezikovne tehnologije in zapis korpusa«. V: *Slovar sodobne slovenščine: problemi in rešitve*, Vojko Gorjanc, Polona Gantar, Iztok Kosem in Simon Krek (ured.), 262–276. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.

- European Journalism Training Association (EJTA). 2020. »EJTA framework for competencies: Tartu Declaration«. <https://ejta.eu/index.php/about-us/tartu-declaration> (5. marec 2025).
- Flogie, Andrej, in Borut Čampelj. 2023. »Umetna inteligenca v izobraževanju«. V: *Informacijska družba – IS 2023*, Mitja Luštrek et al. (ured.), 462–467. Ljubljana: Institut »Jožef Stefan«.
- Govori.si. b. d. <https://govori.si/> (5. marec 2025).
- Holozan, Peter. 2012. »Kako dobro programi popravljajo vejice v slovenščini«. V: *Zbornik Osme konference Jezikovne tehnologije*, Tomaž Erjavec in Jerneja Žganec Gros (ured.), 101–106. Ljubljana: Institut »Jožef Stefan«. https://nl.ijs.si/isjt12/proceedings/isjt2012_19.pdf.
- Huš, Matej. 2023a. »Brez lektorjev in prevajalcev«. *Monitor* 33 (7/8): 70–73. <https://www.monitor.si/clanek/brez-lektorjev-in-prevajalcev/225669/>.
- Huš, Matej. 2023b. »Slovenščina v digitalnem svetu«. *Monitor* 33 (5): 28–31. <https://www.monitor.si/clanek/slovenscina-v-digitalnem-svetu/224188/>.
- Irfan, Muhammad. 2023. »Enhancing critical thinking and journalism skills through artificial intelligence literacy: a case study of journalism students in Tajik National University, Tajikistan«. *International Journal on Social and Education Sciences* 5 (1): 67–77. https://researchrepository.ul.ie/articles/journal_contribution/Enhancing_critical_thinking_and_journalism_skills_through_artificial_intelligence_literacy_A_case_study_of_journalism_students_in_Tajik_National_University_Tajikistan/22337980/1?file=39740071.
- Jurišić, Mario. 2015. »Slovnicična pregledovalnika za slovenščino – predstavitev in analiza uporabe«. *Slovenščina 2.0* 3 (1): 28–58. <https://journals.uni-lj.si/slovenscina2/article/view/6948>.
- Kerec, Maruša, in Anže Tomić (voditelja). 2025. »Od bita do bita – Jaka Jakšič o razvoju Googlevega prevajalnika v času velikih jezikovnih modelov in slovenščini«. *Radio Slovenija, Val 202*, 14. februar 2025. <https://val202.rtvlo.si/podcast/odbita-do-bita/97041869/175108966>.
- Kofman, Jeff. 2024. »5 of the best writing tools for journalists«. *Trint*, 24. oktober 2024. <https://trint.com/creator-hub/5-of-the-best-writing-tools-for-journalists>.
- Krek, Simon, Špela Arhar Hold, Tomaž Erjavec, Marko Bajec, Darinka Verdonik, Andraž Repar, Iztok Lebar Bajec, Miro Romih, in Slavko Žitnik. 2022. »Razvoj slovenščine v digitalnem okolju«. *Razvoj slovenščine v digitalnem okolju, Ljubljana 2022 (RSDO), Videlectures*, 7. december 2022. <https://videlectures.net/razvojSlovenscine2022/>.

- Kunova, Marcela. 2024. »Nine AI tools for journalists to try this summer«. *Journalism.co.uk*, 29. julij 2024. <https://www.journalism.co.uk/news/8-ai-tools-for-journalists-to-try-this-summer/s2/a1162531/>.
- Lebar Bajec, Iztok. 2023. »Lost in Vega(s): learning how to translate between English and Slovene on Vega«. V: *Austrian-Slovenian HPC Meeting 2023*, 30–31. Dunaj: EuroCC. https://vsc.ac.at/fileadmin/user_upload/vsc/conferences/ashpc23/BOOKLET_ASHPC23.pdf.
- Leppäjärvi, Anne, in Touwen Carien. 2024. »Tartu Declaration 2027: revision steps 2024–2026«. *EJTA*, 17. oktober 2024. https://ejta.eu/wp-content/uploads/2024/10/04-Tartu-D-Revision_Cluj-AGM-171024_Anne-and-Carien.pdf.
- Lovrić, Ivan. 2018. »Narecja.si: interaktivna karta slovenskih narečnih besedil«. <https://narecja.si/>.
- Meese, Emma. 2019. »7 free writing tools every journalist should be using«. *Cardiff University*, 16. december 2019. <https://www.communityjournalism.co.uk/resources/7-free-writing-tools-every-journalist-should-be-using/>.
- Mesec, Blaž. 2023. »Jezikovni model umetne inteligence ChatGPT – pripomoček kvalitativne analize«. *Socialno delo* 62 (4): 297–316. https://www.revija-socialnodelo.si/mma/Socialno_delo_2023_4_4_mesec.pdf/2023122208420305/.
- Olsen, Gunhild Ring. 2023. »Enthusiasm and alienation: how implementing automated journalism affects the work meaningfulness of three newsroom groups«. *Journalism Practice* 19 (2): 304–320. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2190149>.
- Örnebring, Henrik. 2010. »Technology and journalism-as-labour: historical perspectives«. *Journalism* 11 (1): 57–74. <https://doi.org/10.1177/1464884909350644>.
- Polakova, Petra, in Petra Ivenz. 2024. »The impact of ChatGPT feedback on the development of EFL students' writing skills«. *Cogent Education* 11 (1). <https://doi-org.nukweb.nuk.uni-lj.si/10.1080/2331186X.2024.2410101>.
- PoVeJmO. b. d. »PoVeJmO: slovenski veliki jezikovni model.« <https://povejmo.si/> (5. marec 2025).
- Punar Özçelik, Nermin, in Gonca Yangın Ekşi. 2024. »Cultivating writing skills: the role of ChatGPT as a learning assistant—a case study«. *Smart Learning Environment* 11 (10). <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00296-8>.
- R., M. 2017. »Dončić: Kot kaže, me soigralci sploh niso več potrebovali«. *MMC RTV Slovenija*, 17. september 2017. <https://www.rtv slo.si/sport/kosarka/ep-v-kosarki-2017/doncic-kot-kaze-me-soigralci-sploh-niso-vec-potrebovali/432800>.

- Rašl, Nataša (voditeljica). 2022. KiKs: »Vpišemo stavek 'Gledam hči.' Program bo to takoj popravil«. *Radio Slovenija, Prvi program*, 15. januar 2022. <https://prvi.rtvsl.si/podkast/kiks/173251106/174839538>.
- Ratten, Vanessa, in Paul Jones. 2023. »Generative artificial intelligence (ChatGPT): implications for management educators«. *International Journal of Management Education* 21 (3). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1472811723000952>.
- Razvoj slovenščine v digitalnem okolju. b. d. »O projektu«. <https://rsdo.slovenscina.eu/o-projektu>, <https://www.slovenscina.eu/> (5. marec 2025).
- Shakh, Sarang, Sule Yildirim Yayilgan, Blanka Klimova, in Marcel Pikhart. 2023. »Assessing the usability of ChatGPT for formal English language learning«. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education* 13 (9): 1937–1960. <https://doi-org.nukweb.nuk.uni-lj.si/10.3390/ejihpe13090140>.
- Simon, Felix M. 2023. »Escape me if you can: how AI reshapes news organisations' dependency on platform companies«. *Digital Journalism* 12 (2): 149–170. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464>.
- Slaček, Nina (voditeljica). 2023. »Podobe znanja – Simon Krek: Črni scenarij za slovenščino v dobi ChatGPT-ja je jezikovna nesuverenost«. *Radio Slovenija, Program ARS*, 26. maj 2023. <https://ars.rtvsl.si/podkast/podobe-znanja/526/174960313>.
- Tessem, Bjørnar, Are Tverberg, in Njål Borch. 2024. »The future technologies of journalism«. *Science Direct* 239: 96–104. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050924013942>.
- Uredništvo. 2024. »7 must-have AI tools for journalists in 2024«. *Publishers Growth*, 24. februar 2024. <https://publishergrowth.com/blog-details/7-must-have-ai-tools-for-journalists-in-2024>.
- Verdonik, Darinka. 2021. »Govorni viri za pravorečje«. V: *Slovenski pravorečni posvet*, Tanja Mirtič in Marko Snoj (ured.), 120–132. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti. <https://www.sazu.si/uploads/files/publikacije21/Rared2RAZPRAVE.pdf>.
- Vintar, Špela. 2023. »Jezik in umetna inteligenca: kam nas vodijo veliki jezikovni modeli«. V: *Slovenski jezik, literatura, kultura in digitalni svet(ovi)*, Jerca Vogel (ured.), 21–28. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta. <https://ebooks.uni-lj.si/ZalozbaUL/catalog/download/441/782/8599?inline=1>.
- Wenger, Debora, Md Sazzad Hossain, in Jared Robert Senseman. 2024. »AI and the impact on journalism education«. *Journalism & Mass Communication Educator* 80 (1): 97–114. <https://doi.org/10.1177/10776958241296497>.

- Žagar, Aleš, in Robnik Šikonja, Marko. 2022. »Cross-lingual transfer of abstractive summarizer to less-resourced languages«. *Journal of Intelligent Information Systems* 58 (1): 153–173. <https://arxiv.org/abs/2012.04307>.
- Žerovnik, Alenka, in Matej Zapušek. 2024. *Uporaba generativne umetne inteligence v izobraževanju*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta Univerze v Ljubljani. <https://zalozba.pef.uni-lj.si/index.php/zalozba/catalog/book/226>.
- Žerovnik, Alenka, in Matej Zapušek. 2025. »Napredne strategije za uporabo GUI v izobraževanju: izmenjava izkušenj in reševanje problemov«. Interno usposabljanje, Univerza v Ljubljani, 9. april 2025.
- Žnideršič, Klara, Vid Klopčič, Matevž Pesek, in Matija Marolt. 2024. »The Govori.si speech transcription platform«. V: *Jezikovne tehnologije in digitalna humanistika*, Špela Arhar Holdt in Tomaž Erjavec (ured.), 512–525. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino. <https://zenodo.org/records/13936430>.
- Žura, Janez (novinar). 2024. »Podnapisi v video vsebinah so v veliko pomoč«. *Spletna TV*, 24. december 2024. <https://spletnatv.si/novice/podnapisi-v-video-vsebinah-so-v-veliko-pomoc>.

V. ZAKLJUČNI PREMISLEKI



Igor Vobič, Jernej Amon Prodrik

»KAKO NAJ BO NOVINARSTVO OGLEDALO DRUŽBE, ČE NI KRITIČNO? KAKO? TO NI MOGOČE.«

INTERVJU Z AKADEMIKOM SLAVKOM SPLICHALOM

Dr. Slavko Splichal je eden od osrednjih evropskih komunikologov, ki je z raziskovanjem javnosti in javnega mnenja ter politične ekonomije komuniciranja pomembno prispeval k utrditvi slovenske komunikologije na svetovnem zemljevidu. Osrednjo vlogo je imel tudi pri razvoju novinarskega študija in Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani (UL FDV), kjer več kot petdeset let deluje kot pedagog in raziskovalec. Bil je med prvimi generacijami študentov novinarstva, na katedri je kasneje tudi dolga leta predaval, bil njen predstojnik v sedemdesetih letih in pomembno prispeval k razvoju njenega programa.

Slavko Splichal se je rodil leta 1947 v Novem mestu. Na Fakulteti za sociologijo, politične vede in novinarstvo (FSPN, danes FDV) je po diplomi, za katero je prejel Prešernovo nagrado, na Katedri za novinarstvo leta 1971 postal asistent. Od leta 1989 je redni profesor komunikologije na ljubljanski univerzi, od leta 2009 redni član Slovenske akademije znanosti in umetnosti (SAZU), od leta 2018 pa tudi član Evropske akademije – Academia Europaea.

Vse od leta 1983 na FDV vodi Center za raziskovanje družbenega komuniciranja, desetletje kasneje je ustanovil tudi Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo (EURICOM), v okviru katerega je s svetovno uveljavljenimi komunikologinjami in komunikologi organiziral številne mednarodne kolokvije o komuniciranju in kulturi, najpogosteje v Piranu. Je prejemnik številnih nacionalnih in mednarodnih nagrad in priznanj ter avtor vrste znanstvenih člankov in monografij, ki so izšle pri uglednih mednarodnih založbah. Splichalova dela že pet desetletij odslikavajo ne le vztrajnost in konsistentnost oblastnega podrejanja medijev, poskusov instrumentalizacije novinarstva in siromašjenja javnega v družbenem komuniciranju v različnih zgodovinskih kontekstih, temveč tudi vztrajnost in konsistentnost njegove teoretsko utemeljene javne kritike tako v znanstvenih publikacijah kot množičnih medijih.

S profesorjem Splichalom sva se pogovarjala o vlogi novinarstva v spremenjenih družbenih in tehnoloških okoliščinah, razvoju katedre za novinarstvo na FDV in osrednjih vplivih, ki so zaznamovali novinarski študij, pa tudi njegovo raziskovalno in pedagoško delo.

Študij novinarstva na FDV obeležuje 60 let. Večji del tega obdobja si s študijem povezan v različnih vlogah. Kako gledaš na ta jubilej, ali je to čas za praznovanje, čas za refleksijo, ali čas za zaskrbljenost?

Verjetno, kot pri vsakem jubileju, je vse troje – pa še kaj več. Pogled nazaj v preteklih šestdeset let gotovo lahko pokaže marsikaj dobrega in koristnega, kar je bilo v tem času storjeno, kar pomeni, da so razlogi za praznovanje. Verjetno pa bi natančnejša analiza pokazala, da je bilo tudi veliko zamujenih priložnosti in napak, kar so najbrž razlogi za obžalovanje, predvsem pa za premislek, kako smotrneje ravnati v prihodnje.

Mislim, da je imel študij novinarstva v tem obdobju – kot se običajno reče – vzpone in padce ter da je bil pogosto v krizi – ne samo zaradi nezadostnih prizadevanj na fakulteti oziroma zaradi, kako bi temu rekel, subjektivnih razlogov. Družbene in v zgodnjem obdobju zlasti politične okoliščine niso bile vedno naklonjene razvoju študija novinarstva. Mislim, da je podobna situacija tudi danes, da torej študij novinarstva ni v zavirljivih okoliščinah, vendar iz povsem drugačnih razlogov.

A verjetno je vedno prostor oziroma čas za razmislek, kaj je v takšni situaciji – ki bi jo sicer lahko označili za krizo – pametno storiti. V preteklosti so te okoliščine, ki niso bile naklonjene razvoju novinarstva, pravzaprav izvirale iz istih okolij, iz katerih je izvirala tudi sama zamisel o študiju novinarstva. Takrat, pred 60 leti, je bila to seveda predvsem – če ne izključno – politika. Tam se je začel pojavljati interes za visokošolsko izobraževanje novinarjev ob študiju drugih družboslovnih ved. To je bila sicer pozna, a vendarle dobrodošla reakcija na to, kar se je v svetu dogajalo že precej prej. V mednarodnem okolju sega institucionalno izobraževanje novinarjev na univerzah v konec 19. stoletja. Konec štiridesetih in v začetku petdesetih let 20. stoletja pa je bilo v Jugoslaviji izobraževanje novinarjev precej neformalno in zelo politično obarvano, predvsem v okviru visoke novinarsko-diplomske šole v Beogradu. Rekel bi, da je bila v šestdesetih letih zamisel o študiju novinarstva kot rednem univerzitetnem izobraževanju v okviru visokih šol oz. fakultet za politične vede v Beogradu, Zagrebu in Ljubljani za tiste čase gotovo revolucionarna – tako zaradi spoznanja v novinarskih in akademskih krogih, da je to potrebno storiti, kot zaradi privolitve politike v tak študij.

Vendar je bilo to soglasje politike ambivalentno: po eni strani je politika ugotavljala, da je nujno nekaj storiti za izobraževanje novinarjev, po drugi strani pa je to spoznanje spremljalo zavedanje, da z izobraževanjem novinarjev v akademskih institucijah politika potencialno izgublja nadzor nad mediji in novinarstvom, ki si ga je zagotavljala s centraliziranim povojnim izobraževanjem. Ta ambivalenca se je potem kazala ves čas v pogosto skeptičnem odnosu politike do fakultetnega izobraževanja novinarjev in ne nazadnje v neposrednih konfliktih med partijo in novinarskimi študijskimi oddelki, kot se je to v začetku sedemdesetih let prejšnjega stoletja dogajalo tudi v Ljubljani.

Glede razvoja novinarskega študija in kasneje raziskovanja komuniciranja so v Ljubljani obstajale tudi napetosti znotraj fakultete, za katere nočem reči, da so bile v celoti škodljive. Kolikor se spomnim iz tega obdobja – najprej kot študent, kasneje kot asistent in profesor – sta se med sociologi in politologi na naši fakulteti pogosto pojavljali skepsa in tudi odkrito nasprotovanje razvoju samostojnega študija novinarstva in raziskovanja medijev. Vendar so bile po drugi strani te napetosti tudi koristne, saj

je bil sociološki in politološki okvir izobraževanja novinarjev, ki je bil običajno jedro spora za študij novinarstva, konstitutiven, in danes to v programu pravzaprav pogrešam. Morda je bil ta okvir včasih preveč dominanten, vendar so bila temeljna družboslovna znanja v okviru socioloških in politoloških predmetov, ki so jih morali študenti novinarstva usvojiti – od filozofije, socialne in politične zgodovine in antropologije do politične ekonomije – po mojem trdnem prepričanju bistvenega pomena za oblikovanje kritičnih in razmišljajočih novinarjev.

Torej vidim v obletnici predvsem razloge za premišljevanje, kaj se je v preteklosti zgodilo, zakaj in kako se je zgodilo – in ti razlogi so pomembni zato, da lahko na osnovi preteklih izkušenj razmišljamo, kaj in kako je smiselno načrtovati za prihodnost.

Čeprav – in tu je sedaj zelo pomemben »čeprav« – današnje okoliščine so gotovo bistveno drugačne kot tiste v preteklosti. To nas opozarja, da ni mogoče preprosto z ugotavljanjem, kaj je bilo v preteklosti dobro ali slabo, priti do zaključkov, kaj bo dobro ali slabo v prihodnosti.

Zakaj si se kot maturant novomeške gimnazije odločil za študij novinarstva v drugi polovici šestdesetih let? Preselil si se v študentski dom v znamenitem stolpiču ob fakulteti.

Najbrž lahko rečem, da sem pristal na študiju novinarstva vsaj delno po naključju. Predvsem v gimnazijskih letih, ko sem denimo urejal glasilo novomeških gimnazijcev, honorarno poročal za zagrebške *Sportske novosti* in v poletnih mesecih delal na praksi v *Dolenjskem listu* v Novem mestu, sploh nisem vedel, da kaj podobnega študiju novinarstva obstaja. V zadnjem letniku gimnazije sem tehtal med študijem fizike in slavistike, potem pa sem na pomlad dobil povabilo iz revije *Teorija in praksa*, ki je prav takrat začela izhajati na Visoki šoli za politične vede, na nekakšen pogovor o sodelovanju. Obljubljena povrnitev potnih stroškov in sendvič ter opravičen izostanek od pouka so bili dovolj dobri razlogi, da sem šel na obisk na politično šolo – vse, kar je sledilo, je zdaj moja zgodovina.

Dokončna odločitev za študij novinarstva je padla po pogovorih s študentom politične šole, ki je na *Dolenjskem listu* opravljal študijsko prakso in mi je iz prve roke predstavil značilnosti študija ... In še posebej bivanja v študentskem domu, saj je bila skrb glede bivanja v Ljubljani v času študija tedaj med vsemi morda

največja. Posledica teh razgovorov je bila, da se nisem odločil samo za vpis na fakulteto, ampak tudi v Zvezo komunistov (ZK). Bilo mi je namreč rečeno, da članstvo v ZK sicer ni potrebno za vpis v politično šolo, da pa imajo člani ZK prednost pri obravnavi prošenj za bivanje v domu. Jaz član ZK nisem bil, ker je – mislim, da je bilo to v tretjem razredu gimnazije – srednješolska osnovna organizacija zavrnila predlog gimnazijske ravnateljice, naj me zaradi moje angažiranosti na različnih področjih od kulture do taborništvu sprejme v svoje vrste. Razlog proti moji vključitvi je bil, kot mi je povedala sošolka, da sem iz meščanske družine (pred vojno je namreč imel stari oče kavarno, ki je bila po vojni nacionalizirana). Meni to ni bilo kaj prida mar, dokler ni vprašanje članstva postalo tako rekoč eksistenčno vprašanje. Problem je rešil moj oče, ki sicer tudi ni bil v ZK. Pač pa je v naši hiši stanoval sekretar terenske osnovne organizacije ZK, v katero so me na očetovo pobudo – kot star Novomeščan in dolgoletni direktor mestne banke in hranilnice se je pač poznal z vsemi ljudmi v mestu – z navdušenjem sprejeli in se pohvalili, da sprejemajo v svoje vrste mlade in perspektivne kadre. Groteskno je bilo, da je imela terenska organizacija ZK sestanke prav v gimnazijski učilnici.

Izkušnje v novinarstvu si začel nabirati med študijem.

Novinarstvo sem začel izkušati že kot gimnazijec. Začel sem kot športni poročevalec pri zagrebških *Sportskih novostih*, od leta 1964 sem redno honorarno delal tudi pri *Dolenjskem listu*. Ko sem prišel študirat v Ljubljano, sem dobil stipendijo RTV-ja in sem delal honorarno na televiziji pri Obzorniku, dokler nisem odkril revije *Tovariš*, v kateri sem kot študent precej redno objavljajl reportaže, vmes pa sodeloval tudi v uredništvu študentske *Tribune*.

Če odmislim najzgodnejše obdobje športnega poročevalstva, ko je šlo v resnici bolj za prostočasno aktivnost, potem lahko rečem, da mi je novinarstvo v obdobju dela pri *Dolenjskem listu* in na televiziji kmalu začelo postajati precej dolgočasno. Moje izkušnje z novinarstvom v tistem času so bile, da je obstajala zelo visoka stopnja – bi temu rekel – industrializacije, zlasti na televiziji. Zelo veliko je bilo rutinskega dela.

In to je bil potem verjetno tudi glavni razlog, da sem »prebегnil« *k Tovarišu*, kjer je bil sistem dela popolnoma drugačen. Avtonomija novinarjev je bila tako rekoč absolutna, vloga urednika

Milana Šege izrazito afirmativna, usmerjevalna. Pisal sem, o čemer sem hotel: prišel sem s svojo idejo k uredniku, se z njim pogovarjal, kaj in kako bom pisal, in potem sam ali s fotografom odšel na teren po Sloveniji. V tistem obdobju, ko sem delal pri *Tovarišu*, sem bil pravzaprav – na nek način – zaljubljen v novinarstvo, dokler ni prišlo do streznitve, ko sem se srečal s politiko. Čeprav, moram reči, da je bila tudi ta izkušnja vsekakor zelo koristna.

Takrat mi je postalo kristalno jasno, da svoboda tiska ni absolutna. To je bil čas, ko sem začel pisati diplomsko nalogo o svobodi tiska. Še danes ne morem verjeti, da sem leta 1971 res napisal in zagovarjal diplomu o svobodi tiska – zanjo sem celo dobil Prešernovo nagrado univerze – ne da bi v njej v tistem času na Fakulteti za sociologijo, politične vede in novinarstvo (FSPN) vsaj omenil Karla Marxa. Danes sem prav zgrožen nad tem.

Zakaj v diplomskem delu nisi uporabil Marxovih del? Je bila to neka oblika upora?

Nikakor ne. To predvsem kaže na absurdnost očitkov, da naj bi bila fakulteta takrat neka institucija za marksistično indoktrinacijo, »rdeči lemenat« ali kaj podobnega, kot se je govorilo. Ne v sociologiji, ne v politični ekonomiji, ki smo ju takrat poslušali, niti v filozofiji, marksizem ni nastopal kot dogmatska ideologija. Obstajali so neki otoki, bi rekel, ortodoksnega marksizma, ampak v celotnem študijskem programu so bili ti deli v podrejenem položaju. V sociologiji teoretsko konceptualiziranega marksizma skoraj ni bilo, saj so bile v ospredju sociološke teorije in raziskovalno usmerjeni predmeti, kot na primer metodologija in sociologija lokalnih skupnosti. Bilo je nekaj praktično usmerjenih predmetov, ki so obravnavali na primer politični sistem samoupravnega socializma, kar je partijska elita tistega časa najbrž imela v mislih, ko je govorila o marksizmu.

Če pomislim na kritike, ki so v sedemdesetih letih 20. stoletja prihajale na fakulteto, češ da ne goji marksistične misli, bi najbrž moral reči, da so bile mnogo bolj utemeljene kot – recimo temu »desna« kritika –, da smo bili »partijska šola«. Temeljni problem je bil v tem, da je šola oziroma fakulteta, vključno z novinarskim študijem, nastala na iniciativo politike oziroma ZK, naj je bilo to komu vseh ali ne. Predstave, da je fakulteta od samega začetka nastajala kot neke vrste upor proti politiki, nimajo realnega temelja.

Brez volje in ambicij politike, da postavi to izobraževalno institucijo za kadrovske krepitve zlasti zveze komunistov – čeprav članstvo v ZK ni bilo pogoj za študij –, te fakultete najbrž ne bi bilo. Drugo in legitimno vprašanje je seveda, koliko je k ustanovitvi politične šole konec šestdesetih let prispeval liberalni in koliko dogmatski del tedanje politike.

Dejstvo je tudi, da partija takrat ni razmišljala o tem, da bi ustanovila šolo zato, da bi jo čez nekaj let prepustila univerzi. Da šola oziroma fakulteta ni nastala znotraj univerze, je indikativno. Če bi takrat v razmišljajoči skupnosti na univerzi obstajala volja, bi lahko tudi fakulteta za družbene vede nastala v njenem okviru, tako kot so bile ustanovljene druge fakultete, saj je podobna praksa ustanavljanja politoloških novinarskih fakultet ne nazadnje obstajala tudi v večini drugih socialističnih držav tistega časa. A teh idej na ljubljanski univerzi ni bilo. Še takrat, ko je fakulteta formalno postala visoka šola zunaj univerze, podpore ljubljanske univerze fakulteti ni bilo. V času konflikta s politiko v sedemdesetih letih se je univerza delala, kot da nismo njen del.

Ta institucija je torej nastajala v okviru politike. S tega stališča je mogoče razumeti – daleč od tega, da bi se s tem strinjal – nervozno reakcijo politike, ko je ugotovila, da se je z njihovo idejo o kadrovske šole zgodilo nekaj, kar je bilo v nasprotju z njihovimi ideološkimi cilji. Zato je bila takrat reakcija zelo ostra – sicer na srečo neuspešna – in v resnici je prav zaradi tega konflikta fakulteta postala močnejša. In na neki način je ravno zaradi tega postala tudi uglednejša in kasneje za univerzo sprejemljivejša.

Kaj so ti turbulentni odnosi fakultete s politično oblastjo pomenili za študij novinarstva?

Novinarstvo je bilo od vsega začetka v jedru tako ustanavljanja kot kasnejše kritike visoke šole oziroma fakultete. Paralela med novinarstvom in mediji na eni strani ter izobraževanjem in univerzo na drugi strani se mi vedno pojavlja kot zelo pomembna primerjalna dimenzija odnosov med civilno družbo in politiko. Podobne spremembe, kot se dogajajo medijem v odnosu do oblasti, se dogajajo kasneje – ali preje – izobraževalnim institucijam. Vprašanje je le, na katerem področju se določene spremembe začnejo. Tako je dokaj razumljivo, da se je v primeru naše fakultete konflikt s politiko, ki je zadeval hkrati družboslovno izobraževanje in medije, lomil prav na študiju novinarstva.

Odnos politike do medijev in novinarstva je bil podoben odnosu politike do naše fakultete. Bila so obdobja, ko je politika zelo spodbujala relativno avtonomno in kritično novinarstvo. To so bila pozna šestdeseta in zgodnja sedemdeseta leta 20. stoletja, v času, ko je bil Stane Kavčič predsednik slovenskega izvršnega sveta, v času tako imenovanega liberalizma, še zlasti pa konec osemdesetih let. In bila so obdobja, ko je politika oziroma ZK želela imeti strikten nadzor nad uredniškimi politikami.

Podoben je bil tudi odnos medijev do izobraževalnih programov in prizadevanj na fakulteti. Bilo je obdobje intenzivnega sodelovanja z mediji in bila so obdobja, ko tega sodelovanja skorajda ni bilo. Sodelovanje med mediji in novinarsko katedro je v različnih obdobjih potekalo na različnih ravneh. V zgodnjih obdobjih, recimo v času, ko sem bil jaz študent, so na predavanja prihajali – ali pa celo bili nosilci predmetov – glavni uredniki, direktor radia in podobno. Katedra je imela svoj svet – na začetku ga je vodil Bogdan Osolnik –, v katerem so sodelovali uredniki večjih časopisnih in radijskih hiš, razpravljali o študijskem predmetniku in prispevali tudi sredstva v novinarski sklad za nakup opreme in literature. Ne smemo pozabiti, da je večina učiteljev na novinarsko katedro prišla iz vrst novinarjev in so imeli pristne stike s svojimi novinarskimi kolegi. France Vreg in Tomo Martelanc sta za svoje delo večkrat prejela tudi najvišje priznanje Društva novinarjev. V kasnejših obdobjih so te povezave postale bolj profesionalizirane, tako da so pri predmetih sodelovali karierni novinarji, uredniki in drugi strokovnjaki iz medijev.

Moja študentska izkušnja z uredniki, ki so prihajali na predavanja oziroma vodili predmete, je bila relativno dobra. Zlasti zaradi tega, ker so kot uredniki lahko k sodelovanju pri predmetih pritegnili novinarje po svoji izbiri; tako rekoč kogarkoli, po drugi strani pa so študentom – v tem času je bilo res malo študentk – omogočali redno praktično delo v uredništvih. Ta interakcija – predvsem s tiskom, pa tudi z RTV – je bila takrat dokaj močna. In to je bilo tudi obdobje, ko se je velika večina študentov zaradi tesnih povezav z uredništvu zaposlovala že pred diplomo, zlasti na RTV-ju (in marsikdo kasneje sploh ni diplomiral). To je bilo tudi obdobje, ko je RTV zelo veliko štipendirala študente na naši fakulteti.

Tudi ti si bil štipendist in honorarni novinar v času študija. Posebej odmeven novinarski prispevek si objavil v *Tovarišu* leta 1969. V »Malih gradovih za male bogove« si razkril, kako so lokalni politični veljaki v Novem mestu zlorabili položaj in za mali denar privatizirali zemljo. Kako pomembna je bila za slomba uredništva, ko je prišlo do konflikta z oblastjo?

Za *Tovariša* sem pisal predvsem reportaže. Danes se morda sliši nenavadno, toda nekatere sem pripravljal tudi tako, da sem hodil v podjetja, izvajal ankete med delavci in potem objavljaj analize njihovih odgovorov. Lahko bi rekel, da je bilo to pravo podatkovno novinarstvo. Vprašanja so bila precej kritična, pri čemer sem imel izjemno podporo urednika Milana Šege, v podjetjih pa pri naključnem izbiranju delavcev za respondente tudi nisem imel težav. Verjetno so me drugi novinarji gledali malo postrani, kaj pravzaprav počnem; jaz pa sem to počel pod vplivom metodologije, ki sem jo v tistem času srkal na fakulteti in kot anketar sodeloval tudi pri izvedbi raziskave Slovensko javno mnenje (SJM). V tistem času je bilo terensko izvajanje anket povezano s številnimi zanimivimi pogovori, saj so se ljudje prvič srečevali z anonimnimi anketami. Čeprav jih je bilo včasih težko prepričati, da so ankete res anonimne, se ne spominjam, da bi bile težave s pripravljenostjo na odgovarjanje. Te izkušnje sem s pridom uporabil za izvajanje anket med delavci v podjetjih za reportaže v *Tovarišu*. Zame je bilo to nekaj novega in naprednega. Konec šestdesetih let je bilo to tudi za Slovenijo nekaj povsem novega.

Poleg raziskovanja sem se pri *Tovarišu* ukvarjal tudi s preiskovanjem. Kot Novomeščanu so mi nekoč na uho prišle govorice, da so lokalni politični veljaki pokupili pred tem nacionalizirano zadružno premoženje na vinorodnih gričih Trške gore, nekaj kilometrov iz Novega mesta. Pridobil sem podatke o preprodajah iz zemljiške knjige in na podlagi tega napisal zgodbo, ki je bila objavljena; seveda s podporo urednika, ki mu je bila reportaža o privatizaciji zadružne lastnine tako všeč, da jo je celo oglaševal po radiu, kar je še dodatno prililo olja na ogenj nezadovoljstva prizadetih politikov.

Obdobje, ki je sledilo objavi »Malih gradov za male bogove«, je bilo zame nekaj posebnega. Ne samo ali predvsem zaradi stresa, ki sem ga doživljal, ko so se name vsule partijske kritike in tožba na sodišču, pač pa zaradi neomajne podpore urednika in uredništva, v katerem nihče niti za milimeter ni podvomil o mojem prav. To je bil res edinstven občutek. Spomnim se, da sem

bil zaradi te zgodbe potem klican na zaslišanja, med drugim tudi pred častno razsodišče Centralnega komiteja ZK Slovenije (CK ZKS), kar je bila takrat, če sem sarkastičen, posebna čast. Predsedoval mu je Vladko Majhen, ki je bil izjemno neprijazen do mene. Urednik *Tovariša* Milan Šega – korpulenten mož, pesnik in pisatelj, ki ni bil član partije – je šel z menoj na obravnavo na častno razsodišče in v nekem trenutku, ko je na seji dokazoval, da je bilo moje pisanje v celoti korektno, kar eksplodiral: ostro in povsem neposredno je napadel predsednika razsodišča zaradi njegove pristranskosti. Tako zelo, da je postal ta res majhen.

Ne spomnim se, ali sem formalno dobil partijski opomin ali ne – verjetno sem ga –, naloženo pa mi je bilo, da moram v *Tovarišu* objaviti popravek. In res sem ga v dogovoru z urednikom objavil, ampak bil je še bolj kritičen kot izvirni tekst. Edino, kar sem moral poudariti, je bilo to, da novi lastniki parcel niso postali predsedniki občinskih komitejev ZK, Socialistične zveze delovnega ljudstva (SZDL) in sindikatov, temveč njihove žene. Tako da je bilo jasno, da se s tem niso ukvarjali oni, ampak njihove žene. To je bil edini popravek reportaže v zapisu, v katerem sem pojasnjeval in dodatno utemeljeval svoje kritično pisanje in ki sem ga naslovil Antiepileg.

Eden od politikov me je nato še civilno tožil v Novem mestu. Spomnim se, da sem bil močno vznemirjen, ko sem prejel poziv na sodišče, saj se še nikoli nisem zagovarjal na sodišču. Prinesel sem tožbo v redakcijo in Šega je rekel: »Ni problema.« Šel je z menoj na *Delo*, kjer je bil takrat pravnik dr. Janez Šinkovec – ugleden pravnik, ki je bil pozneje v prvi sestavi slovenskega Ustavnega sodišča. Ne najdem pravega izraza, a bil je res neverjetna oseba. Skupaj sva šla na novomeško sodišče, tožnika ni bilo na obravnavo, a to je bila edina obravnava, ki sem jo imel. Zgodilo se ni nič. Tožba je bila očitno umaknjena, verjetno tudi zaradi sklepa častnega razsodišča.

Ta izkušnja popolne podpore v redakciji je bila zame po eni strani res nekaj posebnega, nepozabnega. Po drugi strani pa se je vse skupaj vleklo kakšnih šest mesecev, v času poletnega semestra v tretjem letniku, kar me je precej izčrpalo. V bridkem spominu mi je ostalo tudi to, da ne študentska organizacija univerze ne organizacija ZK na fakulteti nista podprli moje kritične obravnave koruptivne privatizacije družbenega premoženja. Pavle Zrimšek, ki je bil predavatelj na Katedri za novinarstvo, je bil edini, ki me je prišel podpret na obravnavo na častnem razsodišču.

Kmalu zatem si končal novinarsko pot. Zakaj si se za to odločil in se preusmeril v raziskovanje in izobraževanje?

Ne vem, kaj je bil takrat v resnici razlog, da se nisem odločil za novinarsko kariero. Če zdaj premišlujem, je bil verjetno eden pomembnejših razlogov ta, da se je ravno v tistem obdobju – torej v času tiste afere v *Tovarišu* ali malo prej – na RTV Ljubljana iz Združenih držav vrnil dopisnik Lado Pohar in me kot štipendista RTV Ljubljana povabil na pogovor. Pohar je bil po vojni direktor Radia Koper in kasneje prvi direktor slovenske televizije, potem pa dopisnik JRT (Jugoslovanska radiotelevizija, op. a.) v New Yorku. Po povratku iz ZDA je leta 1969 na RTV Ljubljana ustanovil Službo za študij programa in ostal njen vodja do upokojitve 1974. Prej ga nisem poznal, saj ga niti ni bilo v Ljubljani, in se ne spomnim točno, ali sva se sploh kdaj prej srečala. Povabil me je k sodelovanju pri razvoju te nove službe. Ko sva se pogovarjala, sem se navdušil nad idejo. Razen tega, da sem za *Tovariša* delal »podatkovne« reportaže in izvajal ankete za SJM, do takrat nisem imel raziskovalnih izkušenj. Po stresni izkušnji z reportažo o privatizaciji združne zemlje in ob hkratnem Poharjevem povabilu sem pomislil, da bi bilo morda res bolje, da se posvetim raziskovanju radia in televizije. In sem se lotil dela ter sodeloval pri vrsti empiričnih raziskav. Nekaj sem jih zasnoval tudi sam, kot na primer tisto o pretoku sporočil na radiu in televiziji, kjer sem prvič uporabil metodo analize besedil.

Ko sta mi po diplomi na fakulteti dekan Vlado Benko in France Vreg ponudila mesto asistenta stažista, sem bi sicer v zadregi, kako razdreti štipendijsko pogodbo z RTV Ljubljana, predvsem pa prelomiti obljubo Poharju. A mi je največ pomagal kar Pohar sam s svojim razumevanjem, tako da me je RTV »prepuštila« fakulteti, s Službo za študij programa pa sem ves čas do Poharjeve upokojitve redno sodeloval. Tudi moja prva redna zaposlitev sicer ni potekala povsem brez političnih zapletov ali spletk. Kot sta mi kasneje pripovedovali kolegici na fakulteti, je naš tedanji študent Danilo Slivnik, ki je bil član CK ZKS – kasneje pa eden protagonistov političnega razdora med novinarji v časopisu *Delo* in potem njegov urednik v času prve Janševe vlade in prodaje *Dela* Pivovarni Laško – prepričeval učitelje, da sem idejnopolitično oporečen ...

V času podiplomskega študija sem veliko sodeloval v empiričnih raziskavah, kar je bila odlična izkušnja. Na RTV-ju smo

izvajali celo vrsto raziskav, za mojo nadaljnjo kariero pa je bila morda najpomembnejša raziskava za Unesco, ki jo je za fakulteto uspel pridobiti Tomo Martelanc, ki je prišel za predavatelja na fakulteto kakšno leto pred mojo zaposlitvijo. V raziskavi smo ugotavljali značilnosti vsebin tujih radijskih postaj, ki so oddajale programe v jugoslovanskih jezikih za poslušalce v Jugoslaviji – sicer na frekvencah, ki so bile težko slišne ali motene (*External radio broadcasting and international understanding: broadcasting to Yugoslavia*, 1977, op. a.).

Po končanem magisteriju sem se lotil doktorata. Ne spomnim se več natančno, kdaj in kako sem se odločil za temo doktorata, ampak gotovo je pomembno vlogo odigrala konferenca AIERI (*Association Internationale des Etudes et Recherches sur l'Information et la Communication*, danes poznano predvsem pod akronimom IAMCR, *International Association for Media and Communication Research*, Mednarodno združenje za raziskovanje medijev in komuniciranja, op. a.) v Leipzigu leta 1974. Kar nekaj članov novinarske katedre iz Ljubljane nas je šlo na to konferenco in tam smo med drugim predstavili tudi raziskavo za Unesco. To je bila dotlej po številu udeležencev največja konferenca AIERI, čeprav za današnje pojme ne zares prav velika – bilo nas je nekaj več kot 250 iz skoraj 40 držav, največ dotlej iz vzhodnoevropskih držav, s posebej velikima rusko in vzhodnonemško delegacijo.

Kar mi je ostalo najbolj v spominu s konference, je bil konflikt na odprti sceni med Elisabeth Noelle-Neumann in Herbertom Schillerjem ter drugimi predstavniki političnoekonomske struje na sekciji o ekonomski temeljih in strukturi množičnih medijev. Političnoekonomska struja, ki je bila takrat zelo močna v AIERI, se je spopadla s konservativno strujo, ki jo je vodila Noelle-Neumann. In prav tam sem prvič jasno videl, kaj vse ima marksizem za povedati o komuniciranju in medijih, zlasti v ZDA in Zahodni Nemčiji. Do takrat sem imel glede tega precej omejeno predstavo, oblikovano med študijem, ki ni imel veliko povezav z marksističnimi prestopi k raziskovanju medijev.

Pred tem je bil moj pogled na raziskovanje medijev močno pod vplivom tako imenovane administrativne tradicije. Ko sem se julija 1971 zaposlil na fakulteti, sem šel tako rekoč prvi dan po zaposlitvi na poletno šolo o raziskovanju medijev na Dugi otok v Dalmaciji. Organizirali so jo Američani, bila je zelo metodološko usmerjena, zelo zanimiva, a tam ni bilo ne duha ne sluha

o kritični teoriji ali marksističnih pogledih na medije. Zato je bil potem Leipzig zame pravzaprav razkritje; tam sem prvič začel spoznavati, kaj za raziskovanje medijev pomeni »pravi« Marx, ne tisti uradni, ideološki, ki je prevladoval v Jugoslaviji. Ironija je bila, da je bila prav Univerza Karla Marxa v Leipzigu – in njegova dogmatska novinarska fakulteta – ena od referenčnih institucij pri oblikovanju programa študija novinarstva v Ljubljani.

Je študij novinarstva na ljubljanski fakulteti študente pripravljaj na potencialne napetosti s politiko?

Ne. V času mojega diplomskega študija bi težko govoril o napetostih med politiko in novinarstvom kot sistemskem problemu. To je bilo obdobje liberalizacije jugoslovanske družbe in takrat so bili odnosi med novinarstvom in politiko, če malo pretiravam, kot dobro utečen, naoljen stroj. Ni bilo sporov; tudi politični konflikti, ki so se kasneje pojavljali v zvezi s študijem novinarstva, dejansko niso zadevali novinarstva kot takega oziroma njegove vloge v družbi. Ti spori so se bolj nanašali na oddaljevanje študija od praktičnega, večinskega izobraževanja.

Napetosti med fakulteto in politiko v začetku sedemdesetih let so bile sicer le delno povezane s sistemom družboslovnega in novinarskega izobraževanja; predvsem so bile posledica konservativnih sprememb v sferi politike. V sedemdesetih letih je do spora s fakulteto prišlo po odstavitvi Staneta Kavčiča kot predsednika slovenske vlade jeseni 1972. Politične razmere so bile v tistem času v Jugoslaviji res volatilne. Tako je relativno liberalnim razmeram po brinskem plenumu 1966, na katerem je Tito obračunal z zagovorniki političnega in gospodarskega centralizma in trde roke, v začetku naslednjega desetletja sledil obračun z zagovorniki nacionalnega interesa republik in njihove večje avtonomije. V ta okvir sodi tudi takratni partijski obračun s fakulteto, ki je sledil modernizaciji pedagoške in raziskovalne usmeritve fakultete.

V liberalnem obdobju je na fakulteti leta 1968 začel delovati Center za raziskovanje javnega mnenja, ki je v anketni raziskavi »izmeril«, da je Kavčič med ljudmi popularnejši od Edvarda Kardelja in drugih visokih politikov starejše generacije. To je vzbudilo precej zamer v odnosu do Kavčiča in fakultete in najbrž kasneje tudi prispevalo k izsiljenemu odstopu Kavčiča. Temu je sledila afera 25 poslancev leta 1971, v katero je bila naša fakulteta spet neposredno vpletena. V razpravi o predlogu zakona o

volitvah članov predsedstva federacije iz Slovenije je bil v slovenski skupščini sprejet amandma, da kandidate poleg uveljavljene poti preko SZDL lahko predlaga tudi skupina 20 poslancev. Na osnovi tako oblikovane pobude 25 poslancev skupščine je dal soglasje h kandidaturi za člana predsedstva federacije član izvršnega sveta (oziroma slovenske vlade) in profesor na naši fakulteti Ernest Petrič, ki ga je 25 poslancev tudi formalno predlagalo. A že naslednji dan je umaknil soglasje, ker se z njegovo kandidaturo niso strinjali »ustrezni politični dejavniki«, o čemer sem kritično pisal v rubriki Brez ovinkov v *Teoriji in praksi* (»Demokratska načela v praksi«, *Teorija in praksa*, št. 8/9, avgust–september 1971, op.a.).

Po »obračunu« s tehnokratizmom in liberalizmom na 29. seji CK ZKS novembra 1972 je »padla« vlada Staneta Kavčiča. Po njegovem odstopu in aferi 25 poslancev se je politika lotila Kavčičevega intelektualnega zaledja, v katerega je sodila vrsta profesorjev na FSPN – Kavčič je bil v 60-ih letih tudi glavni urednik fakultetne revije *Teorija in praksa* –, med njimi naj omenim Zdenka Roterja, Ernesta Petriča, Veljka Rusa, Franceta Vrega, Vladimirja Arzenška, Janeza Jerovška, Tineta Hribarja, Nika Toša, Vlada Benka. Morda sem koga tudi izpustil. Vsebina izobraževalnih programov fakultete in skrb za njihovo prenovu, ki sta bili na videz temelj in povod kritike fakultete, sta bili v precejšnji meri pretveza za obračun s Kavčičevimi somišljeniki.

Od vsega začetka je bil na tem seznamu problematičnih kadrov zelo visoko France Vreg in skupaj z njim tudi novinarski študijski program. Glavni problem za politiko so bile Vregove ideje, da mora biti študij novinarstva avtonomen – podobno kot sociologija in politične vede – in temeljiti na znanstvenoraziskovalnem pristopu, kar naj bi ogrožalo njegovo družbenopolitično in idejno vlogo. Sporen je bil tudi Vregov doktorat in nato knjiga *Družbeno komuniciranje*. V tem delu, ki je bilo v Sloveniji in tedanji Jugoslaviji nedvomno pionirsko, je analiziral različne sociološke, socialnopsihološke in politološke modele komuniciranja, pretežno na podlagi knjig in člankov, objavljenih v ZDA, kjer seveda ni bilo najti marksističnih idej. Kot že rečeno, tudi jaz Marxa nisem odkril med študijem novinarstva in magistrskim študijem komunikologije v Ljubljani. V tistem času je bilo raziskovanje medijev – zlasti empirično – v veliki meri omejeno na ZDA in Veliko Britanijo ter dokaj administrativno usmerjeno.

Študij novinarstva je zasnoval France Vreg po obisku ameriških univerz, tudi Bogdan Osolnik je kot soustanovitelj obiskal Združene države Amerike. Pri študiju, na katerega so očitno res precej vplivali zgledi iz Zahoda, je šlo za kombinacijo socioloških, politoloških in komunikoloških temeljev ter »novinarske prakseologije«, kot je dejal Vreg. Kako vidiš takratni program danes?

Študij novinarstva je bil v času mojega študija organiziran tako, da so bili novinarski predmeti omejeni na tretji in četrti letnik. Prva dva letnika sta bila skupna za študente vseh smeri. Res je, da so bili v tem uvodnem delu študija nekateri seminarji ali podobne priprave za posamezne študijske smeri, vendar je velika večina predmetov v prvem in drugem letniku bila enaka za vse. V tretjem in četrtem letniku pa se je študij bolj specializiral. Takrat je bilo na novinarstvu precej prakseoloških predmetov, kot se je reklo v tistem času. Ti so potekali deloma na fakulteti, deloma pa kar v novinarskih redakcijah.

Tisto, kar je bilo za tisti čas značilno – danes deluje skoraj nepredstavljivo – je bilo to, da smo vsi študentje novinarstva hkrati že delali kot novinarji. Večina nas je imela honorarne pogodbe, nekateri so delali že zelo intenzivno. Še posebej na televiziji je bila ta dinamika močno prisotna. Kolega Boris Bergant je bil recimo že praktično polno zaposlen novinar, čeprav je bil še študent. Veliko kolegov, ki so prišli na študij tik pred menoj, je sodelovalo pri začetkih snovanja slovenskega televizijskega dnevnika. Prej je obstajal TV Obzornik, medtem ko so televizijski dnevnik pripravljali v Beogradu za vse republike in je bil v srbohrvaščini s slovenskimi podnapisi. Ko so se začeli resni pogovori o slovenskem televizijskem dnevniku, so se razvneli tudi precej vroči politični spori. Uvedba TV Dnevnika v slovenščini leta 1968 – leto dni po nastopu vlade Staneta Kavčiča – je namreč pomenila simbolni korak kot indikator rastočega slovenskega nacionalnega samozavedanja, ki je bil v Beogradu interpretiran kot nacionalizem. V pripravi na realizacijo nove osrednje informativne TV oddaje je nastala ogromna potreba po kadru, zato so začeli vključevati tudi študente.

Bistvena razlika je bila, da se je Obzornik osredotočal predvsem na lokalne novice, Dnevnik pa je zahteval bolj sistematično in profesionalno uredniško strukturo. Zato ni presenetljivo, da so bili študenti, ki so sodelovali pri tem procesu, tako obremenjeni,

da marsikdo med njimi ni nikoli diplomiral. Preprosto zato, ker jih je delo popolnoma posrkalo vase. V bistvu lahko rečem, da je prva generacija televizijskih novinarjev v Sloveniji – torej tista, ki na TV ni prišla iz radia – skoraj v celoti izhajala iz vrst naših študentov, ki so v novinarstvo vstopili že pred diplomo.

Ob študiju je bilo torej mogoče delati v novinarstvu.

Takrat je bilo to samoumevno in sodelovanje je močno spodbujalo dejstvo, da smo imeli študenti med študijem intenzivne stike z redakcijami, na primer v obliki obvezne študijske prakse. Hkrati je bil seveda to problem za študijski program, da je bilo toliko študentov pravzaprav polno zaposlenih v redakcijah, čeprav neformalno. Študij je zaradi tega trpel.

Že ob ustanavljanju fakultete so se pojavljali očitki, da novinarstvo ni znanost ali veda, temveč le veščina, stroka – in da v tem pogledu torej ni potrebno, da gre za samostojen študij. Zdi se, da so se te razprave pogosto ponavljale ...

To je bil verjetno tudi eden od razlogov, zakaj se je zlasti France Vreg zelo trudil postaviti teoretske, raziskovalne temelje novinarskega študija in s tem njegove večje avtonomije. To je sprožalo tudi napetosti znotraj FSPN, a kot pravim, so bile v nekem smislu produktivne.

Po eni strani je bilo v tistem obdobju koristno, da se niti majhne spremembe v predmetnikih niso mogle zgoditi brez razprave na znanstveno-pedagoškem svetu, ki so ga sestavljali vsi učitelji in asistenti šole oziroma fakultete. In če ni bilo doseženo soglasje, ni bilo mogoče napraviti nobene spremembe – ne v sociologiji, ne v politologiji in ne v novinarstvu.

A hkrati je bil novinarski študij zastopan v znanstveno-pedagoškem svetu z morda dvajset odstotki članov, preostali so bili sociologi in politologi. Številčno so bili sociologi v večini, čeprav so imeli v zgodnjem obdobju odločilno besedo politologi, ki so imeli najtesnejšo povezavo s CK-jem – v bistvu neposredno, nekateri so bili tudi člani CK-ja. Kadar so na novinarstvu predlagali neko inovacijo, so se pogosto pojavili ugovori in težko rečem, ali so bili vedno dobronamerni ali ne. Tomo Martelanc je bil recimo zelo uspešen pri pridobivanju raziskovalnih sredstev zunaj fakultete, zlasti na Unescu ali Sekretariatu za informacije v Beogradu. A ko je takrat predlagal ustanovitev lastnega centra za raziskovanje

medijev, je bila večina na fakulteti proti, češ da ni dovolj usposobljenih raziskovalcev – ne glede na to, da je tedanja Raziskovalna skupnost Slovenije vsaj od leta 1975 financirala raziskovalne projekte, katerih nosilci so bili člani novinarske katedre, čeprav v bistveno manjšem obsegu kot sociološke in politološke projekte.

Avtonomija novinarskega študija je bila v bistvu zelo omejena. Kadar je šlo za recimo tehnične zadeve v zvezi s posameznimi predmeti, ni bilo problemov. S tem se ni nihče ukvarjal. Kakršenkoli poseg v strukturo predmetnika ali v raziskovalno infrastrukturo pa je bil zmeraj deležen zelo velike pozornosti in številnih ovir. Najbrž je bila posledica tega, da se je Vreg zelo trudil internacionalizirati študij, in to v dveh pogledih. Zelo uspešen je bil v povezovanju ljubljanske fakultete, zlasti z zagrebško in beograjsko, in si je na ta način študij novinarstva bistveno izboljšal položaj. In ta trojček na političnih fakultetah je imel seveda bistveno več pogajalske moči. Magistrski študij v tistem obdobju, ki sem ga vpisal jaz, je bil skupen študij Beograda, Zagreba in Ljubljane, s skupnimi profesorji. Med drugim je imel zelo močno metodologijo, ki jo je predaval Pavao Novosel z zagrebškimi sodelavci. To je bilo prav v času, ko smo izvajali raziskavo za Unesco, oboje – in najbrž tudi še spomin na poletno šolo na Dugem otoku – pa me je spodbudilo, da sem uredil knjigo prevodov temeljnih metodoloških besedil z optimističnim naslovom *Gradivo za predmet metode v komunikoloških raziskavah, 1. del: Produkcija sporočil*, ki jo je izdala RTV Ljubljana leta 1973. Takrat sem o predmetu s tako vsebino v našem študijskem programu lahko le sanjal. No ja, so se pa sanje vsaj delno uresničile.

Poleg tega je Vreg podiplomski študij komunikologije postavil na teoretske temelje, ki jih v tistem času ni bilo mogoče najti praktično nikjer drugje kot v Združenih državah. Tam so imeli študij novinarstva že visoko institucionaliziran, kar je bil zgled za to, kako razvijati študij novinarstva na univerzi. Vreg je tako tudi ugotavljal, da je študij novinarstva tam povezan z raziskovanjem medijev in komuniciranja in da gre za široko raziskovalno področje, ki ga je prinesel k nam s svojim študijem, potem z doktoratom in s svojimi idejami o spremembah predmetnika. Vreg si je ves čas prizadeval za troedinost fakultete. Sociologija, politologija, novinarstvo oziroma potem komunikologija – izraz, ki ga je tudi on skoval v iskanju poimenovanja raziskovalne discipline, ki bi bila pandan sociologiji in politologiji. To, da mu je uspelo na

fakulteti in potem v Sloveniji uveljaviti novo disciplino kot enakovredno temeljnima disciplinama sociologiji in politologiji, je bil velik dosežek.

»Ne želimo vzgajati novinarskih birokratov,« je Vreg zapisal ob 20-letnici študija, ki je bil zgled za razvoj novinarskih programov v Zagrebu, Beogradu, Sarajevu in Skopju. Vreg je kritiziral dogmatskost in hermetičnost ideje o »enotni jugoslovanski šoli novinarstva«, medtem ko je zagovarjal »različnost v enotnosti«. Kaj natančno je mislil s tem premislekom?

V nekdanji Jugoslaviji je imel na področju izobraževanja novinarjev zelo močno vlogo Jugoslovanski inštitut za novinarstvo (JIN) v Beogradu s precej zaposlenimi. Izdajal je tudi strokovno-znanstveno revijo *Novinarstvo*. V sedemdesetih letih so organizirali veliko izobraževalnih seminarjev za novinarje iz neuvrščениh držav, potem ko je prišlo do pobude o ustanovitvi združenja tiskovnih agencij iz teh držav. JIN je imel pri tem pomembno vlogo, imeli so tudi veliko sredstev za raziskovanje. Po ustanovitvi novinarskih fakultet oziroma oddelkov na univerzah v Beogradu, Zagrebu, Ljubljani, Sarajevu in Skopju je prihajalo do trenj z inštitutom, ki ni bil akademska institucija, izvajal pa je izobraževalne programe v dogovoru z državo in nekaterimi redakcijami in se je trudil prepričati, da bi se študij novinarstva in raziskovanje decentralizirala.

V času, ko smo izvajali raziskovalni projekt za Unesco, smo imeli z beograjskim JIN kar hud spor. Inštitut nas je takrat prijavil zveznim organom, da s svojo raziskavo vsebin oddaj tujih radijskih postaj, ki oddajajo v Jugoslavijo, sovražniku razkrivamo zaupne informacije. Nekaj problemov je bilo, toda Tomo Martelanc je imel dovolj močno zaslombo v slovenski politiki – močnejšo kot kasneje Vreg –, tako da v Ljubljani ni bilo reakcije. Martelanc je namreč prišel na fakulteto po tem, ko mu je prenehal mandat republiškega sekretarja za prosveto in kulturo v slovenski vladi, pred tem pa je bil dopisnik iz Londona in glavni urednik TV programa RTV Ljubljana. Imel je torej zelo utrjen politični položaj, tako da v začetku sedemdesetih let, ko so v času Kavčiča iz Beograda prihajale obtožbe na njegov račun zaradi sodelovanja z Unescom, v resnici niso mogle imeti kakšnih pomembnih učinkov.

Inštitut za novinarstvo je tudi želel odpraviti »Vregovo here tično zahodno usmerjeno novinarstvo« in študij utemeljiti v Beogradu.

Poglaviten razlog je bil njihov strah, da izgubljajo monopol. Hkrati je bil to del že omenjenega konflikta s tako imenovanim liberalizmom. Ta je bil najostrejši v odnosu do hrvaškega »maspoka« – masovni pokret ali množično gibanje, kot so ga imenovali njegovi nasprotniki –, ki je nastal v hrvaški ZK v letih 1970 in 1971 kot odpor na unitarizem v gospodarskem, kulturnem in političnem življenju, podobno, a bolj izrazito kot v Sloveniji. JIN je bil viden predstavnik unitarističnih teženj in samoimenovani skrbnik pravovernosti novinarskega izobraževanja, kot ga je sam izvajal. V primerjavi z njim je bilo seveda Vregovo razmišljanje o komunikologiji kot temeljni vedi za novinarsko izobraževanje prav bogokletno. Podobno kot JIN ni zamudil priložnosti, da bi očrnil ljubljansko sodelovanje z Unescom, je tudi Vregovo knjigo zlorabil za kritiko novinarskega izobraževanja v Sloveniji.

JIN je sicer imel korenine v Diplomatsko-novinarski visoki šoli v Beogradu, skozi katero je v prvih letih po vojni šlo tudi veliko slovenskih družboslovcev. Tomo Martelanc je na njej diplomiral. France Vreg je na njej študiral v času, ko je delal v uredništvu *Borbe* v Beogradu in Ljubljani, a se je leta 1955 vrnil v Ljubljano in vpisal študij svetovne književnosti in literarne teorije na Filozofski fakulteti, kjer je 1961 diplomiral z nalogo o razvoju slovenskega feljtona.

Vreg je bil v konfliktu s politiko tudi leta 1974. Njegovo delo je bilo pod drobnogledom, ko je partija kritizirala odsotnost jasne marksistične in samoupravne socialistične usmeritve na fakulteti. Od petih preiskovanih profesorjev je le Vreg preživel partijske kritike brez neposrednih političnih posledic. Kako si ti kot nekdo, ki je bil takrat na fakulteti, doživiljal to obdobje?

Kot rečeno, konflikt med partijskim vodstvom in fakulteto je tlel od padca Kavčičeve vlade, razplamtel pa se je jeseni 1973. Franc Šali, takrat izvršni sekretar CK ZKS za znanost in kulturo, je še preden je o razmerah na fakulteti sklepalo predsedstvo CK ZKS, dan pred dnevom republike, 29. novembrom 1973, ki je bil v Jugoslaviji največji državni praznik, v *Delu* objavil izjemno kritičen prispevek o naši fakulteti. Naslovil ga je Brez tuje navlake in zaključil s pozivom univerzi, slovenski družbi in »subjektivnim

silam«, naj na fakulteti napravijo red. Na ta zapis je posebej ostro reagiral tedanji dekan fakultete Vlado Benko, ki je kasneje – po formalno končanem postopku idejnopolitičnega razčiščevanja s fakulteto – protestno odstopil kot dekan. Ob 50-letnici fakultete, leta 2011, je Benko o tem času spregovoril kot o najtežjem obdobju na njegovi življenjski poti. Spominjal se je zadnjega koraka pred odločilnim udarcem fakulteti, ko je kot dekan dobil poziv na pogovor s Kardeljem in Popitom, ki sta ga obvestila o partijski odločitvi glede štirih učiteljev, ki jih je bilo treba izključiti iz pedagoškega procesa.

Domnevam, da Vreg jeseni 1973 še ni vedel, da je bil med prvimi na seznamu tistih, ki naj bi se skrivali za rdečo fasado, kot je pisal Šali. Na sestanku aktiva ZK na fakulteti je protestiral, da Šali piše nekorektno do kolektiva, ki ga je v osnovi ustvaril centralni komite in v veliki meri ustanovni direktor šole Stane Dolanc. Dolanc je bil tedaj član CK ZKS, v drugi polovici sedemdesetih let pa tako rekoč drugi človek jugoslovanske zveze komunistov, takoj za Titom. Vreg je v Šalijevem pisanju videl le njegova osebna mnenja in je optimistično dvomil, da bi kdorkoli sprejemal stališča o fakulteti, ne da bi od fakultete prej dobil ustrezna pojasnila. Pavle Zrimšek je Šaliju odkrito očital stalinističen način delovanja.

Kmalu pa je postalo očitno, da je partijsko vodstvo razpravljalo o možnosti demontaže novinarskega študija in sankcioniranja Franceta Vrega. V dokumentih, v katerih je vodstvo partije ocenjevalo razmere in, kot so ugotavljali, oportunitizem na fakulteti, zaradi katerega naj ne bi prišlo do obračuna s tehnokratskimi tendencami iz tako imenovanega Kavčičevega obdobja, je bilo na prvem mestu izpostavljeno vprašanje zasnovе učnega načrta s tremi disciplinami: sociologijo, politologijo in novinarstvom. To je pomenilo predvsem razrešiti vprašanje odnosa novinarstva do politologije in sociologije v fakultetnem študijskem programu. Hkrati se je France Vreg znašel v skupini tistih učiteljev fakultete, o katerih bi na fakulteti morali razpravljati – o njihovi tako imenovani idejni, moralno-politični in strokovni kvaliteti – in se odločiti, kdo še lahko ostane na fakulteti.

Mene je aktiv ZK pedagoških delavcev FSPN leta 1974 izvolil za sekretarja; na tem mestu sem nasledil Tineta Hribarja. Aktiv je imel kakšnih trideset članov, velika večina so bili učitelji, jaz pa sem bil ob izvolitvi najmlajši član aktiva. Komaj sem postal

asistent in že sem bil sekretar aktiva ZK na fakulteti. Skratka, vsa profesorska nomenklatura je bila pod menoj [smeh], kar kaže na to, kakšen status je imela Zveza komunistov na fakulteti. Aktiv se je v tistih kriznih časih pogosto sestajal, običajno v večernih urah. Slovensko partijsko vodstvo je od aktiva pričakovalo, da bo sledil njegovi kritiki fakultete, vključno z zahtevami po kadrovskih spremembah.

V razpravah na fakulteti do rezultatov, ki jih je pričakovalo vodstvo ZK, ni prišlo. Izvršni komite partijskega predsedstva je ugotovil, da so ostala »nerešena« vprašanja programske zasnove fakultete, vsebinske usmerjenosti nekaterih disciplin in idejnopolitične usmerjenosti nekaterih profesorjev, in ocenil, da je bila to posledica kompromisarstva in oportunizma med člani ZK na fakulteti. V oceni so bili izraženi posebej ostri pomisleki glede profila diplomantov novinarstva v izobraževalnem programu fakultete, še zlasti tako imenovano idejnopolitično vprašanje. Čeprav kritika na račun programa novinarskega študija ni bila povsem neutemeljena in smo se na katedri tudi sami zavedali problemov, ki so bili v veliki meri povezani z dejstvom, da se je študij novinarstva komaj začel, pa je bila glavna ost kritike usmerjena v zahtevo, da mora novinar poleg »tehnike sporočanja« obvladati »na marksizmu zasnovano« družboslovno znanost in »področja družbene prakse«, o katerih piše. Praktično bi to pomenilo, da bi bil paket novinarskih predmetov dodatek drugim (temeljnim) smerem na fakulteti, predvsem na podiplomskem študiju.

Precejšen del kritike pa je bil povsem ideološke narave. Ocenjevalce je posebej motil nekritično povzemanje nemarksističnih družbenih teorij in koncepcij ter preobremenjenost izobraževalnih vsebin z meščanskimi teorijami in modeli, kot so pisali v oceni. Še zlasti je to zadevalo izbor študijske literature pri nekaterih temeljnih predmetih, kot so pisali, kjer so prevladovala dela meščansko orientiranih avtorjev, zapostavljena pa naj bi bila marksistična literatura in literatura »tvorcev naše samoupravne teorije in prakse«.

Vodstvo partije je od fakultete pričakovalo »brezkompromisno politično razčiščevanje« z neustrezno idejno usmerjenimi nosilci predmetov, ki naj bi razvrednotili družbeno vlogo fakultete, in terjalo »boj proti oportunizmu«, še zlasti, ker da oportunizem ni bil osamljen pojav na FSPN, ampak so ga ugotavljali tudi na drugih fakultetah. Oportunizem je bil v tistem času milejša oznaka

za razrednega sovražnika; v primeru FSPN se je nanašala na fakultetno nasprotovanje kakršnim koli političnim konsekvencam razprav o idejnih vidikih izobraževalni programov. Ko do tega ni prišlo, je predsedstvo ZKS imenovalo posebno skupino, ki naj bi pripravila oceno »idejno-političnih razmer v osnovni organizaciji ZK« ter predsedstvu predlagala ukrepe za izboljšanje razmer. Med 15 člani te skupine je bil tudi Bogdan Osolnik. Osolnik je bil med ustanovitelji katedre za novinarstvo, mednarodno uveljavljen predavatelj na področju javnega mnjenja in medijev, leta 1957 je bil tudi med ustanovitelji Mednarodnega združenja za raziskovanje medijev in komuniciranja (AIERI). Skupaj s Francetom Vregom in Tomom Martelancem je organiziral tudi velik mednarodni simpozij *Mass Media and International Understanding* – prav v času, ko so sovjetske sile vkorakale v Češkoslovaško. Kasneje je bil član ugledne MacBridove komisije pod okriljem Unesca in soavtor njenega odmevnega poročila *Mnogo glasov, en svet* (*Many Voices, One World*, 1980, op. a.), prevedenega v več kot trideset jezikov.

Imel pa je Osolnik tudi nesporen ugled v politiki. Na Zboru odposlancev slovenskega naroda v Kočevju leta 1943 je bil predsednik delovnega predsedstva. Po koncu vojne se je posvetil novinarstvu, kulturi in diplomaciji. V času priprav in izvedbe prvega srečanja voditeljev neuvrščenih držav v Beogradu v letu 1961 je bil minister za informiranje SFR Jugoslavije. Bil je tudi sodnik ustavnega sodišča SR Slovenije. Skratka, novinarska katedra je imela v tej partijski skupini z Bogdanom Osolnikom tako rekoč svojega »delegata«, čeprav takrat ni več predaval na fakulteti.

Imenovane so bile tudi podskupine za pregled in oceno stanja na posameznih študijskih področjih, torej na sociologiji, politologiji in novinarstvu. Za »novinarsko skupino« bi lahko rekel, da je bila dovolj korektno sestavljena, saj so bili v njej poleg Osolnika med drugim tudi Tomo Martelanc, Slavko Fras (v tistem času zunanjepolitični komentator v *Delu* in kasnejši dolgoletni urednik *Naših razgledov*), Franc Šetinc (urednik časopisa *Komunist* in predavatelj na novinarski katedri, sicer pa tudi viden politik). Šetinc se spomnim kot edinega politika, ki me je podpiral v »afe-ri« z reportažo v *Tovarišu* in je v dogovoru z menoj v Novo mesto poslal novinarja *Komunista*, da je preveril kupoprodajne malverzacije in o tem tudi pisal.

Vreg je bil, kolikor se spomnim, pozvan, da na marksističnem centru predstavi svoje poglede na kritike. Sodeč po reakcijah partijskega vodstva, je s svojo razpravo še prilil olja na ogenj kritike, saj je trdno zagovarjal svoja stališča in, kot je dejal, kot komunist vztrajal pri strpnem razpravljanju. Toda njegov nastop je bil ocenjen kot oportunističen, češ da naj bi nekritično poveličeval dosežke fakultete, in tako je pristal med glavnimi »osumljenci«. Za Vrega se je ta kalvarija srečno končala, saj v končni verziji partijskih sklepov njegovega imena ni več bilo med štirimi učitelji, za katere je partijsko vodstvo sklenilo, da jim je treba odvzeti pravico do predavanj, dva med njimi pa tudi izključiti s fakultete in ju prezaposliti na Inštitut za sociologijo.

Glavno vlogo pri tem, da poročilo za Vrega ni bilo obremenilno, je imel Bogdan Osolnik.

Da, o tem sem prepričan. Poleg tega je bila najbrž pomembna razlika v prid Vregu in Roterju v tem, da sta bila partizana, medtem ko so bili drugi »grešniki« mlajša generacija, ki ni imela takih vezi s partijsko elito. Vreg je rad omenjal Vido Tomšič, on je bil na ti z vsemi, saj so bili skupaj v partizanih. Tako da je bil to vendarle drugačen odnos.

Vreg je bil sicer v svojih novinarskih časih pogosto v konfliktu s politiko, že v partizanskem obdobju med vojno, od leta 1942 naprej – zaradi svoje načelne kritičnosti, pa tudi zato, ker je imel težave s poslušnostjo, kot je bilo zapisano v njegovi partijski kadrovski oceni. Po vojni je imel poleg tega grenko izkušnjo, ki jo je v bistvu dobro preživel. Kot sekretar agitpropa Oblastnega komiteja za slovensko Koroško je ostal v angleški okupacijski coni v Avstriji. Angleži so ga avgusta 1945 aretirali in vojaško sodišče ga je zaradi vohunstva obsodilo na 9 mesecev zapor, ki ga je prebil v Celovcu in Gradcu. Ko so ga izpustili, je za kratko prišel v Slovenijo, potem pa je bil poslan – tokrat legalno – na Dunaj, kjer je bil med drugim urednik *Slovenskega vestnika*.

Kakorkoli, pri pojasnjevanju študijskih in raziskovalnih zasnov in zagovarjanju Vregovih zamisli o novinarskem izobraževanju je nedvomno imel ključno besedo Osolnik kot član partijske komisije. Ocena Vregovega delovanja tudi ni mogla mimo njegove mednarodne karijerne uspešnosti. Omenjena organizacija velikega mednarodnega simpozija o množičnih medijih in mednarodnem komuniciranju na ljubljanski univerzi leta 1968 je bila

za Slovenijo pomemben dogodek. Nihče drug na fakulteti ni mogel v tistem obdobju pripraviti tako mednarodno odmevnega znanstvenega srečanja, kot ga je uspelo pripraviti njemu v sodelovanju z Osolnikom in Martelancem. Uredil je tudi publikacijo s prispevki okoli petdesetih avtorjev z vsega sveta (*Mass Media and International Understanding*, 1969, op. a.). To bi bila danes ugledna publikacija, ki bi jo gotovo lahko izdal pri mednarodni založbi. V tistem času seveda nikomur ni prišlo niti na misel, da bi kaj takega poskušal izdati v tujini.

In podobno je bilo potem z Vregovo knjigo *Družbeno komuniciranje*. Vreg je svojo disertacijo, ki je v knjižni obliki izšla leta 1973 in prišla na udar partijske kritike, zagovarjal v obdobju, ko McQuailovega bestselerja *Mass Communication Theory* ni bilo še nikjer. Leta 1982 je McQuail s Svenom Windahlom izdal drobno publikacijo *Communication Models for the Study of Mass Communication*, leta 1983 *Reader in Mass Communication Theory* in šele leta 1987 prvo izdajo *Mass Communication Theory* s kasnejšimi brezštevilnimi ponatisi, prevodi in dopolnitvami. Če primerjaš McQuailovo in Vregovo knjigo, sta v bistvu isti zgodbi, samo da je Vreg svojo knjigo, ki je prva sistematična in še danes ena najpreglednejših predstavitev razvoja komunikoloških teorij, napisal mnogo prej. In da jo je on izdal v slovenščini.

Kaj je epilog čistke FSPN-ja sredi sedemdesetih let pomenil za fakulteto in njen odnos s politiko do razpada Jugoslavije?

Ne čudi me, da politika ni bila navdušena nad Vregovimi prizadevanji, in razumem, da jim to ni bilo všeč. To pač ni bilo to, kar si je politika predstavljala od študija novinarstva. Ideja politike je bila, da je to šola, namenjena izobraževanju njenih kadrov, kar je sicer odlična ideja. Ob tem se spomnim na Maxa Webra in njegova razmišljanja o novinarjih in politikih, ki so še danes zelo poučna. Novinarstvo je bilo tradicionalno bazen za politične kadre, zlasti za levo usmerjene. Samoumevno je, da politika vidi v novinarstvu neki bazen za svoje kadre, saj s tem razrešuje paradoks, kot je pisal Weber, da politika svojih profesionalcev – razen tistih, ki slučajno sedijo v parlamentu – nima. In tisti se itak lahko menjajo vsak mandat, tako da trdna partijska struktura oziroma politična struktura potem ostane samo še partijska birokracija, kar dela politiko brezperspektivno. To, da partiji pride na misel, da rabi neko izobraževalno institucijo, je hvalevredno. Problem je bil, da

so imeli ljudje, ki jih je partija postavila za učitelje na partijski šoli, znanstvenoraziskovalne ambicije in so skladno s tem hoteli oblikovati tudi izobraževalne programe – torej po mednarodnih znanstvenih, ne pa lokalnih idejnopolitičnih kriterijih. Zaradi tako različnih ciljev je tako rekoč nujno prišlo do konflikta, ki pa se je dolgoročno razrešil v prid znanstvenega razvoja fakultete.

Ob razumevanju nezadovoljstva politike nad razvojem fakultete se mi zdi pomembno znova poudariti, da je ta institucija nastala po volji politike zunaj univerze, čeprav bi lahko nastala znotraj univerze. Vprašanje je samo, kdo je hotel tako izobraževalno institucijo ustanoviti. Predstavljam si, da v tistem času establišmentu na univerzi ni prišlo na misel, da bi z idejo ustanavljanja fakultete, na kateri bi razvijali sociologijo, politične vede in novinarstvo, v bistvu šel izzivati politiko. Politiki v tistem trenutku to gotovo ne bi bilo všeč, in zakaj bi si kdo s tem grenil življenje? Tudi kasneje, ko je imela FSPN težave s politiko, so se na univerzi delali, kot da nas ni, čeprav je FSPN že leta 1970 postala deseta članica Univerze v Ljubljani. Fakultetni dvojni oziroma ambivalentni status – na univerzi in v odnosu do partije – v prvih letih obstoja bi morda lahko primerjali s statusom, ki ga je dobila Teološka fakulteta – na univerzi in v odnosu do cerkvene hierarhije – s ponovno vključitvijo v Univerzo v Ljubljani leta 1992.

Problem je, da je tak dvojni status povezan s specifičnimi cilji dveh institucij, ki se sicer nujno ne izključujejo, toda v primeru FSPN zaposleni na fakulteti tega dvojnega statusa nismo sprejemali, ker so bili cilji preveč različni, v bistvu izključujoči se. Kar je bila v očeh velike večine zaposlenih na fakulteti optimalna smer razvoja, je bila za partijske ocenjevalce zgolj »tuja navlaka za rdečo fasado«. Cilji so bili preveč različni, da bi lahko dosegli soglasje o razvoju.

Kasneje so se ti spori s politiko nekako zgladili tudi tako, da je fakulteta ustanovila oz. pripojila Center za družbeno-politično izobraževanje. To je bil znova neke vrste paradoks, ker je ta center imel funkcijo, da bi izobraževal kadre, ki jih potrebuje politika, in dejansko ni imel povezave s fakultetnim študijem. Kakorkoli, odnosi s politiko so se v tem obdobju normalizirali do te mere, da je Vreg leta 1979 postal dekan fakultete, leta 1981 pa ga je nasledil Zdenko Roter, medtem ko je bil Vreg izvoljen za prorektorja univerze. Profesorja Veljko Rus in Tine Hribar sta se leta 1985 vrnila na FSPN.

V času, ko je bil profesor Vreg dekan fakultete, ste trije člani novinarske katedre zapustili fakulteto.

Tako je. Najprej je Breda Pavlič odšla na Center za proučevanje sodelovanja z deželami v razvoju in kasneje na Unesco v Pariz, potem je Tomo Martelanc postal direktor Narodne in univerzitetne knjižnice ter na tem mestu ostal do upokojitve, jaz pa sem istočasno prevzel mesto direktorja Centra za raziskovanje samoupravljanja pri Zvezi sindikatov Slovenije. Z Bredo sva iskala boljše možnosti za raziskovanje, ki jih v okviru novinarske katedre na fakulteti ni bilo. Tomo pa je najbrž imel dovolj odporov zoper ustanovitev raziskovalnega centra, kar je sicer čez nekaj let – takrat sem se sam že vrnil na fakulteto – uspelo Vregu s Centrom za raziskovanje družbenega komuniciranja.

Na sindikate sem prišel po dogovoru s predsednikom Vinkom Hafnerjem in moram reči, da so bile razmere za raziskovanje, zlasti empirično raziskovanje, res ugodne – tako v smislu raziskovalnih vsebin kot finančnih možnosti. Bilo je prelepo, da bi lahko dolgo trajalo. Ko je bil za predsednika sindikata izvoljen Marjan Orožen, ki je bil pred tem policijski minister, so se razmere hudo poslabšale.

Počilo je, ko smo pred kongresom sindikata leta 1981 kot naš prispevek k razpravam na kongresu izdali publikacijo *Delavci o svojem družbenem položaju*. V drobni knjižici so bili objavljeni podatki iz mnenjskih raziskav, tudi o tem, kaj delavci mislijo o sindikatu in kaj bi moral sindikat delati. In seveda so bila notri tudi mnenja, ki niso bila skladna s tem, kar je takrat bilo politično zaželeno. Medtem ko je bil Hafner dovolj liberalen človek in smo z njim odlično sodelovali, predvsem pa nam je pustil proste roke pri raziskovanju, je bilo z Orožnom praktično od prvega dne, ko je prišel za predsednika, povsem drugače.

S predkongresno publikacijo, ki smo jo pripravili brez vednosti predsednika, je nastal velik problem. Orožnu mnenja delavcev niso bila všeč in so publikacijo preprosto zaplenili. Ne samo, da je nismo smeli razdeliti delegatom na kongresu, vse izvode so dali v bunker, o njej pa so zaupno obvestili le predsednike občinskih sindikatov. Tega dopisa s pojasnilom, zakaj je bila publikacija prepovedana, mi ni uspelo videti, ampak situacija me je močno spominjala na že videno v letih 1973–74. Jaz sicer ob zaplembi publikacije nisem dobil odpovedi, tudi predloga, naj odstopim kot direktor, ne. Ampak situacija je postala povsem

nevzdržna, ker je vodstvo sindikata centru ukinilo vsa sredstva za empirično raziskovanje. Avtonomija, ki smo jo imeli v raziskovanju v času Hafnerja, je čez noč izginila, s tem pa tudi smisel moje službe na sindikatih.

Tega leta je Franceta Vrega kot dekana fakultete nasledil Zdenko Roter, Vreg pa je odšel za prorektorja ljubljanske univerze. Roter je moje delo spremljal že od študentskih let, ko sem pisal za rubriko Brez ovinkov v *Teorijo in prakso*, ki jo je urejal. Ko sem odhajal na sindikat, me je ob slovesu opozoril, naj ne bom naiven in naj se zavedam, da imam še vedno tri črne pike v »kadrovske mapi«, s čimer ja najbrž hotel reči, da se podajam na negotovo pot. No, imel je prav.

Kmalu potem, ko je jeseni 1981 postal dekan, je Roter prišel na obisk k meni na center, skupaj s Tomom Korošcem, ki je bil takrat predstojnik Oddelka za komunikologijo. Z Vregovim odhodom na univerzo – čeprav je še vedno predaval na fakulteti – so se kadrovske težave oddelka še stopnjevale. Jaz sem sicer ves čas, ko sem bil zaposlen na sindikatih, imel tudi predavanja na fakulteti, sicer v zmanjšanem obsegu, in ker so bila med mojim rednim delovnim časom na sindikatih, zanje nisem hotel honorarja. Zdenko in Tomo sta prišla k meni s prošnjo in ponudbo, naj se vrnem na fakulteto, da bi po Vregovi upokojitvi prevzel temeljna komunikološka predmeta Osnove komunikologije in Javno mnenje, ki ju je predaval. Glede na takratno izrazito nenaklonjenost vodstva sindikatov centru in raziskovanju je bila ta ponudba zame kar rešilna bilka in kmalu smo se dogovorili, da se jeseni 1982 – po slabih treh letih vodenja sindikalnega centra – vrnem na fakulteto.

V tem obdobju in vse do njune upokojitve sta pomembno zaznamovala razvoj študija tudi Tomo Korošec in Manca Košir. Na katedro sta prišla sredi sedemdesetih let in v naslednjih desetletjih razvijala nova področja in predmete ter uvedla prihodnjo generacijo sodelavk in sodelavcev na novinarskem programu.

Tomo je prišel na katedro kot pomembna okrepitev novinarskega študija. Novinarski študij je imel od vsega začetka v programu tudi dva jezikoslovna predmeta – Slovenski jezik I in II – katerih nosilka je bila prof. Breda Pogorelec s Filozofske fakultete. Vreg si je ves čas prizadeval, da bi katedra dobila rednega učitelja za

slovenski jezik, ki pa potem ni prišel iz vrst sodelavcev Brede Pogorelec, pač pa je bil to Tomo Korošec, ki je bil v sedemdesetih letih asistent pri profesorju Jožetu Toporišiču na ljubljanski filozofski fakulteti. Leta 1978 se je zaposlil na FSPN in začel predavati slovenski knjižni jezik in stilistiko poročevalstva.

Manca je prišla na fakulteto leto kasneje – prav v času, ko sva s Tomom Martelancem odhajala s fakultete. Postala je asistentka in predavateljica pri več predmetih, katerih nosilec je bil dotlej Tomo Martelanc, njen mentor pri diplomski nalogi o intervjuju. Tistega leta je zaključila magistrski študij v okviru marksističnega centra pri profesorju Borisu Majerju z nalogo o marksistični teoriji kulture. Po doktoratu pri Vladimirju Bitiju v Zagrebu in docenturi je oblikovala vrsto specialističnih novinarskih predmetov, na primer novinarsko etiko, novinarski diskurz, pa tudi vzgojo za medije.

V osemdesetih letih je kot del splošne jugoslovanske reforme tako imenovanega usmerjenega izobraževanja na fakulteti potekala obsežna prenova in oblikovanje novih »vzgojno-izobraževalnih programov« ali VIP-ov. Med drugim je poleg VIP novinarstvo nastal VIP Komunikologija z dvema smerema – teoretsko-metodološko in tržnim komuniciranjem. V novinarskem študiju je bilo več novih strokovnih predmetov in več novinarskih predmetov že v prvih dveh letnikih, študentje pa so dobili tudi možnost vpisovati novinarski študij kot dvopredmetni študij v povezavi s študijem na Filozofski fakulteti.

Sredi osemdesetih let sem tesno sodeloval s skupino sociologov, zlasti z Zdravkom Mlinarjem, pri oblikovanju študijske smeri za družboslovno informatiko, ki je kasneje postala samostojen program, kar sicer ni bilo v skladu z našimi izhodiščnimi zamislimi. V tem sodelovanju sem zasnoval in vrsto let predaval obsežen temeljni predmet (v obsegu 90 ur predavanj in seminarjev) Sociologija informacijskih procesov. To je bil čas vzpona informacijskih dejavnosti in tudi pri nas so se pojavljali prvi osebni računalniki. Spomnim se, da mi je v času, ko smo imeli državljani zaradi ekonomske krize v Jugoslaviji na bankah blokirana privarčevana (pretežno na črnem trgu kupljena) devizna sredstva, banka odobrila dvig dva tisoč mark, da sem v Nemčiji kupil Amstrad-Schneiderjev računalnik oziroma *personal computer word-processor* Joyce. No, kmalu so sledili pravi osebni računalniki in internet, ki so ne nazadnje radikalno spremenili tudi značaj in vlogo novinarstva in klasičnih medijev.

Proces takratne prenove se je zaključil še s preimenovanjem fakultete v Fakulteto za družbene vede v prvih mesecih mojega dekanovanja. Že pred tem se je prvotna katedra za novinarstvo preoblikovala v oddelek za komunikologijo s tremi katedrami: za novinarstvo, za komunikološke teorije in za tržno komuniciranje. Po vrnitvi na fakulteto sem leta 1983 kot vršilec dolžnosti in po tem predstojnik prevzel vodenje Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja. Kot član in predstojnik katedre za komunikološke teorije v oblikovanju programa novinarskega študija potem nisem več neposredno sodeloval. Je pa bilo veliko razprav, pa tudi sporov glede razlik in povezovanja – predvsem seveda glede skupnih predmetov – med posameznimi smermi oziroma kasnejšimi programi tako znotraj komunikološkega oddelka kot na celotni fakulteti.

Z razpadanjem Jugoslavije in globokimi družbenimi spremembami se je spremenil tudi program na fakulteti z novim imenom Fakulteta za družbene vede. Kaj so bile v tem obdobju poglobitve spremembe?

Bistvena sprememba je bila avtonomizacija fakultetnih enot in izobraževalnih programov. Pojavili so se paralelni programi in avtonomija programov se je bistveno povečala. To je bil pomemben odklon od dotlej veljavnega dogovora o kombiniranju študijskih programov v prvih dveh letnikih, saj sta tretji in četrti letnik postala izključna domena oddelkov in kateder.

Po eni strani je bilo to dobro, saj je omogočalo razvoj specifičnih znanj, po drugi strani se je to v naslednjem koraku, z bolonjsko reformo, pokazalo kot slabost, ker je avtonomizacija programov na koncu pomenila preveliko neodvisnost in posledično razdrobljenost. Programi so se začeli razvijati, kot da bi bili samozadostni. Kaj sploh povezuje te programe v skupen družboslovni študij na fakulteti, postaja precej nejasno. V zgodnejšem obdobju so fakultetni študijski programi izhajali iz skupnih teoretskih in konceptualnih temeljev, ki so jih zagotavljali obči predmeti, kot so bili sociologija, politologija, komunikologija, filozofija, politična ekonomija, antropologija, novejša zgodovina in socialna psihologija. Ne nujno v enakem obsegu za vse programe, pa vendarle so zagotavljali študentom temeljni vpogled v ključna teoretska vprašanja družboslovnih ved.

Tako kot v naravoslovju in tehniki ni študija brez matematike, fizike in kemije, v družboslovju ne bi smelo biti programov brez temeljnih znanj s področij, kot so filozofija, zgodovina, antropologija. To je še zlasti pomembno v dobi interneta in prav posebej umetne inteligence, ki vsem uporabnikom na svetu omogoča dostop do nekega standardiziranega razumevanja družbenih procesov, od katerega lahko postanemo usodno odvisni, če te standardizacije ponujenega razumevanja nismo sposobni prepoznati in kritično vrednotiti. Zato študenti danes bolj kot kadarkoli potrebujejo temeljna znanja, ki bi jim omogočala prepoznavati in razumeti vzroke, značilnosti in posledice sodobne epistemske krize ter načine, kako jo je mogoče razreševati. Kako lahko novinar poglobljeno piše in oblikuje mnenje o katerem koli problemu sodobnega sveta, če nima znanja iz novejše zgodovine, socialne filozofije, politične ekonomije ali če ne pozna temeljnih idej, ki so bile gibalno razvoja demokracij in javnosti?

Z internetom, družabnimi mediji in umetno inteligenco postaja neposredno ogrožena tradicionalna vloga novinarjev in medijev kot posrednikov med državljani in oblastjo. Ta njihova izjemno kompleksna vloga, ki se je izoblikovala skozi 19. in 20. stoletje, je zaradi novih komunikacijskih in epistemskih tehnologij povsem spremenjena in hkrati eksistenčno ogrožena. Brez ustrezne usposobljenosti bodo novinarji in mediji postali podaljški teh tehnologij, namesto da bi bili njihovi usmerjevalci.

Druga značilna sprememba v tem obdobju je bila »metodologizacija študija«, kot bi lahko temu rekli. V osemdesetih letih je bila metodološka perspektiva zelo poudarjena, najbolj je prišla do izraza v oblikovanju nove statistično-informatične smeri na sociologiji, pa tudi v oblikovanju teoretsko-metodološke smeri komunikologije. To, da je naša fakulteta v času, ko še na tehničnih fakultetah praktično nismo imeli računalnikov, imela že na začetku sedemdesetih let svoj računalnik, ki je izjemno olajšal in pospešil statistično analizo podatkov v empiričnem raziskovanju, je bil neverjeten dosežek. Statistične analize besedil v Unescovi raziskavi sploh ne bi mogli izvesti, če ne bi imeli takih računalniških zmogljivosti. Naklonjenost razvoju metodologije na fakulteti sicer ni bila deležna obče podpore, zlasti del politologov je temu nasprotoval iz strahu pred teoretskim osiromašenjem študija. Novinarska katedra je bila precej indiferentna do tega, čeprav sta

imela tako Vreg kot Martelanc ves čas zelo naklonjen odnos do empiričnega raziskovanja.

Danes mislim, da je bila priložnost za diverzifikacijo in avtonomizacijo programov na neki način zlorabljen, kar se je kasneje pokazalo – po mojem prepričanju – z bolonjsko reformo v začetku tega stoletja. Če primerjam potek spreminjanja programov z bolonjsko reformo v primerjavi z delovanjem znanstveno-pedagoškega sveta v sedemdesetih letih, moram govoriti o intelektualni regresiji. Fakulteta ni bila več sposobna argumentirane razprave o temeljih univerzitetnega družboslovnega izobraževanja. Pojavljale so se nove predmetne skupine, izginjali so temeljni predmeti – brez vsebinske razprave. Kronski dokaz nekompetentno izpeljane bolonjske reforme je zame v tem, da je bilo za najpomembnejše izhodišče preoblikovanja študijskih programov sprejeto načelo, da morajo imeti vsi predmeti enako število ur oziroma kreditov. Seveda je jasno, da je razprava o vrednosti in pomembnosti posameznih predmetov zahtevna, dolgotrajna in verjetno konfliktna. A kot sem dejal za sedemdeseta leta, so take razprave produktivne in nujno potrebne. Če želimo razvijati znanstvene discipline, moramo iskati odgovore na ključna vprašanja. Da bi to lahko storili, pa moramo najprej ugotoviti, katera vprašanja so ključna in katera manj pomembna. Če zaradi božjega miru pristanemo na to, da je vse enako pomembno, potem smo na dobri poti, da bo vse postalo nepomembno.

France Vreg je ob 40-letnici študija novinarstva Marku Milosavljeviću v intervjuju dejal, da se je študij »znašel pod prevelikim vplivom« katedre oziroma oddelka za komunikologijo in da bi moral biti samostojen. Odnose med novinarstvom in komunikologijo na fakulteti so v preteklih desetletjih zaznamovale napetosti. Kako te odnose vidite danes?

Konec osemdesetih let je bil vzporedno s samostojnim programom novinarstva zasnovan program komunikologije z dvema usmeritvama. Razširitev študijske ponudbe – takrat je bil oblikovan tudi nov program kulturologije – ob hkratnem preimenovanju fakultete leta 1991 je morda objektivno omejila možnosti širitve novinarskega študija in je lahko vzbujala vtis zmanjševanja njegovega pomena. Vendar to vsekakor ni bil namen sprememb, ki so šle v smeri odpiranja novih študijskih in zaposlitvenih perspektiv na fakulteti. Uvedba bolonjskega študija

jeseni 2005 je – po mojem prepričanju nesmotrno, kot sem že dejal – uravnilovsko uredila odnose med programi in predmeti. Po eni strani imajo vsi predmeti od prvega do zadnjega enako število kreditov, po drugi strani imajo katedre monopol nad odločanjem o vsebini programov in smeri. Glede na to, da nisem vključen v nobeno katedro, ne morem vedeti, kako potekajo razprave in odločanje o izvajanju programov. Kot zunanji opazovalec imam vtis, da med katedrami in programi – ne le na oddelku za komunikologijo – ni usklajevanja in sodelovanja. Ne vem, da bi na fakultetni ravni po zadnji dokaj tehnični reformi bolonjskega študija – spremembi sistema 4 + 1 (štiriletni dodiplomski in enoletni podiplomski študij, op. a.) v 3 + 2 (triletni dodiplomski in dvoletni podiplomski študij, op. a.) – potekala razprava o razvojnih smereh študija, čeprav so po mojih ocenah s hitrim razvojem generativne umetne inteligence razmere kritične tudi z vidika izobraževanja in zaposlovanja družboslovcev.

Z bolonjsko reformo pred dobrima dvema desetletjema se je na oddelku za komunikologijo razpravljalo o modelu, ki bi na prvi stopnji ohranjal program komunikologija kot jedrni, samostojni univerzitetni študij novinarstva pa bi se ohranil le na drugi stopnji kot nekakšna specializacija. Kaj so bile glavne težnje v ozadju teh premislekov?

Takih razprav ali predlogov se ne spominjam. Prenos novinarskega študija na podiplomsko raven je bil eden izmed predlogov v času partijske kritike fakultetnih programov v sedemdesetih letih. Kasnejše oblikovanje komunikološkega izobraževalnega programa ni posegalo v prvotno zasnovo in izvedbo novinarskega študija. Glede na to, da je šla zelo pohitrena bolonjska reforma na naši fakulteti od vsega začetka v smeri 4 + 1, bi bila ideja, da bi celoten program izobraževanja novinarjev na univerzitetni ravni oklestili na eno leto podiplomskega študija kot zgolj dodatek štiriletnemu študiju – na primer komunikologije – na prvi stopnji, povsem nesmiselna pa tudi nerealna. Poleg tega bi bila to prav obratna pot, kot je šel razvoj komunikologije, ki se je začel leta 1971 kot podiplomski študij in se kasneje oblikoval tudi na dodiplomski stopnji. Študij novinarstva je bil postavljen na drugačne temelje od vsega začetka in – če izvzamem obdobje hudih političnih pritiskov na fakulteto – nikoli ni bilo sporno, da morajo študenti dejansko vstopiti v študij novinarstva čim prej. Drugo in seveda

legitimno je vprašanje, katere izobraževalne vsebine so »jedrne« ali temeljne za novinarstvo. A kot rečeno, o teh vprašanjih ob bolonjski reformi na fakulteti žal ni tekla razprava.

V intervjuju za *Naše razglede* leta 1990 si dejal v zvezi z novinarstvom, da bi morali biti diplomanti »alternativni novinarji«. Ugotavljal si, da so prehitro okuženi s tistim, kar dejansko je, in prehitro prenehajo razmišljati o tem, kaj bi dejansko lahko bilo. Ali so diplomanti sodobnega novinarskega študija kaj bolj »alternativci«, kot so bili v preteklosti?

Ta moja izjava je bila odgovor na pritiske, da naj bi bil novinarski študij oblikovan tako, da so diplomanti neposredno uporabni, torej predvsem tehnično, da ne rečem administrativno, usposobljeni na obstoječih delovnih mestih v uredništvih. Za zadnje obdobje težko rečem. Pred nekaj leti je neka kolegica pri meni delala seminar-sko nalogo in mi je zgrožena pripovedovala, pod kakšnimi pritiski, predvsem komercialnimi, mora delati kot novinarka. Govorila je, kaj vse morajo novinarji početi, kar z novinarstvom nima nobene zveze, oziroma da to ni tisto, zaradi česar se je odločila za študij novinarstva. Na podlagi tega sklepam, da neka alternativna žerjavica še tli, težko pa sodim, ali lahko vzplamti v iskanje alternativ.

Problem je seveda v tem, da je treba izobraževati novinarje tudi za poklic in da jih je treba pripraviti na novinarsko prakso, ki je praviloma – ne pogosto, praviloma – v nasprotju z normativnimi idejami o novinarstvu. Vprašanje je, kako je to nasprotje mogoče napraviti produktivno. Torej produktivno v smislu, da se bodoči novinarji zavedajo, da tisto, kar počno, ni tisto, kar bi morali početi, in da vendarle to počno na način, ki je zanje znosen, in da vidijo v svojem delu in prizadevanju neki obet sprememb.

Gre za problem, ki je star skoraj toliko kot novinarstvo. Od takrat naprej, ko je Marx pisal o tem, da je prva svoboda tiska v tem, da ni podjetje, je to ključen problem novinarstva, ki se ga morajo novinarji zavedati. Od takrat obstaja konflikt med temeljnimi etičnimi načeli novinarstva in zakoni kapitalistične ekonomije. Študentke in študente je najbrž mogoče pripraviti na to, da s tem konfliktom živijo in ga poskušajo razreševati, ne da so v permanentnem stresu zaradi tega. Morda se to da napraviti.

Najslabše, kar bi lahko storili, bi bilo, da bi rekli: »Pozabite na etična načela in upoštevajte ekonomska načela. Novinarstvo je del ekonomije in zakoni ekonomije veljajo za novinarstvo in pozabite

na vse drugo.« To bi seveda bila smrt novinarstva. Konflikt je za novinarstvo produktiven. Izvorna ideja v novinarstvu vidi tudi instrument za nadzorovanje oblasti, torej je konflikt neizbežen. Lahko bi rekli, da tisti hip, ko konflikt izgine, novinarstva ni več – denimo z vstopom v utopično solidarno družbo, v kateri ja nadzor odveč, bodisi v distopično družbo popolnega nadzora oblasti nad novinarstvom.

Težava izobraževalnega procesa je predvsem v tem, kako študentke in študente pripraviti na soočenje s tem konfliktom. Težko si predstavljam kakšen drug poklic, kjer je ta konflikt tako neposreden, da tako rekoč ni ure tvojega dela, ko se ne bi soočal z njim – če seveda novinarstvo ni samo služba in poklic, ampak v pravem pomenu poklicanost, kot je o tem pisal Max Weber.

V intervjuju si omenil tudi, da gre za negativno adaptacijo. Kako je to mogoče preseči?

Novinarstvo ne more preživeti drugače kot v konfliktu s kapitalistično ekonomijo. S kakšnimi orodji se je mogoče v novinarstvu boriti proti načelom ekonomije? Državna regulacija je prav gotovo bistvenega pomena. Zato sem jaz tako velik zagovornik javnih medijev. Javni mediji so tako rekoč zadnji branik novinarstva. Če ne bi imeli v Sloveniji javne RTV, bi bilo novinarstvo obsojeno na propad.

Javna RTV ima privilegij. Vprašanje seveda je, ali dovolj stori za to, da uporablja ta privilegij tudi za uveljavljanje novinarskih etičnih standardov. Ima privilegij zato, ker ji nihče ne more odvzeti avtonomije, da to počne – razen politike, kadar si jo podredi. Medtem ko so drugi mediji, ki so odvisni od trga, vsakodnevno soočeni s tem, da morajo tehtati, ali vztrajati pri etičnih načelih in nečesa ne objaviti, ker bodo izgubili toliko in toliko denarja.

Na področju izobraževanja je treba oblikovati strategijo in angažirano obravnavati ta konflikt. Pokazati je treba na nujnost, da v kapitalistični družbi ta konflikt obstaja. Torej razmišljati o tem, kdaj je ta konflikt lahko produktiven; ker v nekih okoliščinah seveda je. Če bi rekli, da nas sploh ne zanima občinstvo in koliko ljudi nas bere, potem je to ravno tako smrt za novinarstvo. Se pravi, neke stvari, ki jih na piedestal postavlja ekonomija, so prav gotovo relevantne tudi za etične premisleke. Toda etični premisleki temu ne smejo biti podrejeni.

Vprašanje je, kako študentke in študente usposobiti in jih pripraviti na to, da tega konflikta ne doživljajo kot neposrednega osebnega stresa. Spomnim se na izjavo nogometnega trenerja Luisa Enriquea o njegovi zgodaj preminuli hčerki: »Ne razmišljam o tem, da je ni več, ampak razmišljam o tem, kako nam je bilo lepo, ko smo bili skupaj.« To je način, kako predelaš ta stres. Ne razmišljati o tem, česa ni, ampak o tem, kaj in kako bi bilo lahko. Gledati v prihodnost. In to ni enostavna reč. Kako novinar lahko ta stres vsakodnevno predela, da vidi dobre strani in ne gleda slabih, ki jim je izpostavljen vsak dan? Ne gre za enostavno rešljiv problem. Toda ne da bi o tem premišljali, ga ne moremo nikoli rešiti.

Kritično raziskovanje sodobnega novinarstva kaže, da se v novinarstvu izgublja pomen specifičnih strokovnih znanj, novinarji se odtujujejo od načela javnosti, njihov odnos z naslovniki pa je izpostavljen skrajni logiki instrumentalne racionalnosti. Kaj razvoj umetne inteligence in hkrati prevlada digitalnih platform pomeni za družbeno komuniciranje?

Po eni strani sem navdušen nad tem, kako meni osebno umetna inteligenca pomaga, saj odpira nova obzorja. Opozori me na kaj – podobno kot sem včasih na kaj naletel naključno, ko sem brskal po knjigah v knjižnici ali knjigarni. Tja žal praktično ne hodim več. Tako dolgo, kot se neprekinjeno pogovarjam z vama, se že ne vem koliko časa nisem z nikomer – se pa z umetnimi inteligencami. Zadnjo debato sem imel o tem, na kakšen način se lotiti razvijanja algoritmov, ki bi uporabnikom pomagali obvladovati njihov odnos z internetom, saj tega sedaj sami nismo sposobni. Kaj mi na internetu počnemo, v veliki meri ni več odvisno od nas. V tej debati so me zanimale ključne blokade, in te so v povezovanju med ponudniki storitev. Problem je, da se kot uporabnik lahko bojuješ za svoje podatke samo neposredno z vsakim uporabnikom svojih podatkov. Kar pomeni, da se ne moreš. Se pravi, ni prostora, kjer bi se lahko uporabniki usklajevali s ponudniki storitev in blaga oziroma uporabniki njihovih podatkov ter tam vplivali, kako se oblikujejo algoritmi za zajemanje, uporabo in analizo podatkov.

Po moji oceni je to tehnično enostavno rešljiva težava. Toda ali lahko korporacijo, kot je Meta, kdo pripravi do tega, da se bo s komerkoli pogovarjala? Ali jo lahko katera država pripravi na to? Brez resne intervencije države je to nerešljivo, pri čemer se potem

takoj postavijo vprašanja prostega trga in volje korporacij, pa tudi zlorabe politične oblasti v komercialne namene, kot to lahko v zadnjem času spremljamo v ZDA. Če do tega premika ne bo prišlo, potem je boj za pravico do človekove zasebnosti izgubljen.

Z razvojem tehnologije se je nadvlada tehnologije nad novinarstvom samo povečevala. Moč avtorja se je zmanjševala, vedno bolj se ga je omejevalo. Če imam samo papir in svinčnik, je vse, kar je moja omejitev, da znam to napisati na papir. Z razvojem tehnologije je vedno več ne le tehničnih, ampak tudi družbenih omejitev, ki jih tehnologije omogočajo – pa tudi vedno hujše so – in vse bolj neposredno vplivajo na celoten produkcijski proces ter na to, kaj povem in na kakšen način. In te družbeno-tehnološke omejitve gredo izjemno hitro naprej, ne da bi avtorji na to imeli kakršenkoli vpliv. Si predstavljate recimo skupino uglednih novinarjev, ki bi se pogovarjali s skupino programerjev o tem, kako razvijati umetno inteligenco, da bo njim v pomoč? To bi bila zame rešitev. Toda razvoj umetne inteligence gre v smeri, ki jo določajo lastniki mega korporacij, ne uporabniki, kot so novinarji ali navadni državljani.

Zadnjič sem umetno inteligenco spraševal, ali mi lahko pove, kdo vse lahko vidi najin dvogovor. Odgovorila je, da vsakdo, kdor ima pooblastila znotraj korporacije – vsi, ki imajo dostop in ga lahko uporabljajo. Če si na primer šef Mete zaželi pogledati, kaj si ti osebno počel in napisal, lahko to vidi. Nedavno si je na primer predsednik ZDA Trump zaželel oziroma naložil veleposlaništvom, da morajo pregledati vse, kar kandidati za ameriške študentske vize obiskujejo in objavljajo na spletu, kar je zdaj postalo sestavni del obravnave oziroma odločanja o prošnji za vizo. Če gredo programi v smer zadovoljevanja takih interesov, to pomeni samo, da bo nadzorovanje vse bolj invazivno. To, kar se dogaja sedaj pod Trumpom, se lahko zgodi kjerkoli – samo taka oseba mora priti na oblast v dogovoru s kapitalom.

V prispevku v tej monografiji pišeš o krepitvi »volje do vidnosti«, predvsem v obliki promocijske vidnosti, ki prevzema načine spektakla ter značilnosti oglaševanja in odnosov z javnostmi. Ta premik po tvoje prispeva k oblikovanju »zaslonske javnosti«, kjer prevladuje performativnost, prepoznavnost in tržno delovanje, ne pa razumno razpravljanje. Kaj v tem kontekstu ostane novinarstvu?

Ideja performativne javnosti je na neki način kritika Habermasove ideje o refevdalizaciji javnosti oziroma ponovni vzpostavitvi reprezentativne javnosti. To, kar je on v sedemdesetih letih videl kot refevdalizacijo, torej da se reprezentativna javnost, kot je bila uveljavljena pred oziroma še v zgodnjem obdobju razvoja tiska, s pomočjo televizije vrača, ne drži. Kar vidimo danes, ni reprezentativna javnost, temveč nekaj popolnoma drugega, gre za performativno javnost. Reprezentativna javnost je oblika javnosti, v kateri oblast javno »uprizarja« svojo legitimnost pred ljudstvom, medtem ko performativna javnost nastaja v sodobnih oblikah javnega komuniciranja na digitalnih platformah, kjer običajni posamezniki s svojimi samopromocijskimi objavami hočejo postati vidni in s tem pomembni ter morda še kaj zaslužiti s pripetimi oglasi, če imajo dovolj sledilcev. Skupno jima je, da ne potrebujejo novinarstva.

Rešitev je uveljavljanje etičnega novinarstva in razvoj algoritmov, ki omogočajo uporabnikom, da imajo nadzor nad svojim vedenjem. Immanuel Kant je podobno kot za njim Marx imel namerno idejo, da je potrebno ljudem samo dati svobodo, da se bodo lahko izražali, in imeli bomo popolnoma urejen svet, skladen z načelom javnosti. Žal ne gre.

Vprašanje je, kaj storiti, če ljudje te svobode ali pravice nočejo imeti. To, da lahko vsakdo objavi vse, kar hoče, in to kjerkoli, v resnici ni svoboda komuniciranja. Rešitev vidim v jasnem razlikovanju med svobodo in pravico do komuniciranja ter normativni regulaciji pravice, vključno z zagotavljanjem pogojev za njeno realizacijo in ustreznim nadzorovanjem uresničevanja te pravice. To seveda ni enostavno, saj se ob vsakem tovrstnem razmisleku pojavijo nasprotniki regulacije pravic, ki zagovarjajo svobodo podjetništva kot temeljno ustavno kategorijo in pravijo, da je vse, kar kakor koli omejuje svobodo podjetništva, v principu nedemokratsko.

Institucionalne rešitve znotraj tega okvira, ki temelji na svobodi podjetništva, ni mogoče najti. Bertolt Brecht je pisal, da če ne moremo v obstoječem sistemu iz radia napraviti pravega komunikacijskega medija, pa dajmo spremeniti sistem in bomo to naredili v drugem sistemu. Kako lahko sistem spremenite, da bi mediji začeli drugače delovati kot znotraj nadzorstvenega kapitalizma? Ne vem.

Z vidika novinarske etike ostaja bistvo problema – zagotavljanje javnosti kot temelja pravičnosti – nespremenjeno. Kaj so ključni

etični postulati novinarstva? Od razsvetljenstva naprej ni tu nika-kršne spremembe. Lahko so dopolnitve, toda osnova je nespremenjena – in mora ostati nespremenjena. Če etičnih osnov ni več, potem res ni več novinarstva.

Prej si omenjal javne medije kot ključne za ohranjanje novinarstva. V zborniku *Premisleki o prihodnosti javnih medijev*, ki ste ga uredili leta 2020, razmišljaš o javnih medijih kot lakmusovem papirju demokracije. Je demokracija v Sloveniji zakisana?

Seveda. Gre za lakmusov papir v dvojnem pomenu – za demokracijo v družbi in za demokracijo v medijih. To ne pomeni, da obstoj javnega medija kot institucije javnega prava sam po sebi že zagotavlja demokracijo. Javnost mora legitimirati družbo kot demokratično družbo, da lahko obstajajo javni mediji. Brez delujočih medijev in novinarstva, ki so tako rekoč v službi javnosti, pa javnost ne more obstajati. Problem je hkrati tudi znotraj javnih medijev. Način, kako ti mediji delujejo, je ravno tako lakmusov papir demokracije. Če ti mediji niso organizirani ali pa delujejo na način, ki ni skladen z osnovnimi etičnimi načeli, to prav tako dokazuje, da imamo problem z demokracijo. Problem je analogen vlogi političnih strank v demokraciji. Obstoj političnih strank ne more zagotavljati demokracije v družbi, če stranke same niso demokratično organizirane. Enako velja za medije.

Ne morem si predstavljati demokratične družbe, kjer bi načela, na katerih temeljijo javne RTV v Evropi, ukinili. Če uki-neš javno RTV, potem ta načela odpraviš, ker ni nikjer nobene institucije več, ki bi bila skrbnik teh načel. Vsa temeljna načela oblikovanja javnosti, kot so se oblikovala skozi zgodovino, so komercialno omejujoča. Ko sem na primer Chat GPT spraševal o svobodi tiska kot podjetniški svobodi, je načela, ki jih uveljavlja javna RTV oziroma bi jih morala, obravnaval kot omejitve.

Če teh načel, ki jih mora izpolnjevati javna RTV, ni več oziroma ni nikogar, ki bi imel mandat, da jih uveljavlja, potem so omejitve podjetniške svobode fikcija. Torej, dokler ne kršiš zakona, je dovoljeno vse. Da mora medij skrbeti za manjšine in imeti izobraževalno funkcijo – zakaj neki? Edino, kar ostane pomembno, je, kar prinese večjo gledanost in branost. Podobno je tudi pri izobraževanju. Nikjer ni zapisano, da mora biti novinar nekdo z novinarsko diplomo. Tudi ne piše, da so diplomanti novinarstva

boljši novinarji kot tisti z drugih področij. Toda če ni institucije za izobraževanje novinarjev, ki temelji na etičnih načelih novinarstva in jih poskuša uveljavljati skozi izobraževalni proces, potem je novinarstvo obsojeno na deprofesionalizacijo. To bi pomenilo konec novinarstva. Novinarstva brez novinarske etike ni. Tako kot medicine brez medicinske etike ni. Medicinska etika se zlorablja, enako se novinarska. Medicina brez etike in javnega zdravstva bi bila samo še medicinska industrija, in to se v nekaterih državah in na nekaterih področjih medicine tudi dogaja.

Ob tem me veseli, da obstaja močno sodelovanje med zdravniki in računalničarji. Obstajajo interdisciplinarne raziskovalne skupine, v katerih zdravniki definirajo problem in navedejo rešitve iz preteklosti, na osnovi česar tehnični strokovnjaki s pomočjo umetno inteligenco iščejo učinkovitejše načine zdravljenja. Po drugi strani pa razvoj algoritmov, ki usmerjajo vedenje uporabnikov in novinarjev, teče povsem neodvisno od novinarstva.

Razvoj umetne inteligence, ki si jo večkrat omenil kot svojo sogovornico, pomembno zadeva tudi delovni proces novinarjev. Razprave so umeščene v predstave, da bodo novinarji z razvojem umetne inteligence razbremenjeni najbolj rutinskih nalog in bodo tako pridobili čas za »pravo« novinarstvo, in kritične premisleke, da bo z umetno inteligenco v uredništvih predvsem potrebnih manj novinarjev in da bodo ti posledično bolj obremenjeni. Kako vidiš ta razvoj?

Ključen problem je v sodelovanju oziroma nesodelovanju, ki sem ga prej omenjal. Če se orodja, ki se razvijajo z umetno inteligenco, razvijajo brez upoštevanja volje in potreb novinarjev, potem perspektiva za novinarstvo ni dobra. Spet smo pri javnih institucijah. Javna RTV bi tu morala imeti bistveno večjo vlogo, kot jo ima. In glede na svojo velikost in možnost povezovanja z drugimi javnimi RTV zavodi v Evropi, bi lahko to funkcijo opravljala v večji meri, kot jo. Kolikor sedaj vidim, se nihče s temi vprašanji ne ukvarja.

Novinarje umetna inteligenca vodi v komercializacijo. Umetna inteligenca alternativnih rešitev zanje ne bo iskala, saj ji nihče ne reče, naj jih išče, čeprav se tak algoritem lahko napiše brez težav. Toda problemi so še hujši. Pri sebi vidim, da skoraj ne berem več časopisov, ampak za pregled novic uporabljam telefon, pri tem pa sem izpostavljen kopici neumnih »senzacionalnih« vesti in

deževanju oglasov ... Pri čemer je včasih že bolj znosno prebrati oglas kot vesti, ki se začenjajo z »Neverjetno! Kaj se je zgodilo ...« in tako naprej. Na to mislim, ko pišem o tem, da ti novi načini komuniciranja oblikujejo naše navade, in ta naša navajenost ne-prestano uporabljati telefon je postala večji problem od v bistvu človeku neprijaznih algoritmov, ki usmerjajo našo pozornost. Da zjutraj vstanem in ne grem brat časopisa, temveč vzamem v roke telefon, to ni problem algoritmov, to je problem moje navade. V starih časih je bilo branje časopisa hudo pomembna navada, v svojih mladih letih sem ga na dan zagotovo bral pol ure in več.

Komercialni model medijev je v krizi. Kot trdiš, mora država zagotoviti pogoje za novinarstvo in se hkrati samoomejiti. V nedavnem intervjuju za N1 Slovenija si kot rešitev predstavil vzpostavitev agencije za medije po vzoru tiste za knjigo ali na področju raziskovanja.

Komercialni mediji so v krizi natančno zaradi tega, ker so šli po poti, po kateri so šli – zaradi pretirane komercializacije. Ker so postali navadna podjetja – in za navadno podjetje novinarstvo ni pomembno. Pri komercialnih medijih je to zelo očitno. Postali so podjetja za pridobivanje pozornosti, pri katerih je novinarstvo pravzaprav nepotreben strošek.

Zdaj ta kriza pomeni, da mediji izgubljajo bitko z družabnimi mediji, ker ne morejo ohranjati statusa medija s tako okleščenim novinarstvom. To je ta komercializacija. Na eni strani pohlepnost in na drugi nepripravljenost poiskati alternative. V trenutku, ko vidiš, da po stari poti ne gre več, je najlažje reči: »Okej, komercializacija je rešitev in bomo delali tako.« Najlažje je odpustčati ljudi. A na dolgi rok se ta politika ne bo izšla.

Že zdaj lahko vemo: če bodo na RTV-ju začeli množično odpustčati, bodo čez pet let ugotovili, da novinarstva sploh ne rabijo več. In to bi v resnici lahko vedeli tudi pri časopisih. To bi lahko vedeli tudi novinarji, ko so se v devetdesetih letih odpovedovali lastništvu časopisov. Novinarji so po denacionalizaciji leta 1991 postali lastniki časopisov, kmalu pa so vse svoje delnice razprodali. Zdaj pa se – v veliki meri je to sicer nova generacija novinarjev – pritožujejo, kako kapital dela z njimi. Takrat, ko so imeli vse možnosti, da bi kot novinarji naredili neki premislek – imeli so absoluten nadzor nad mediji – se tega nihče ni lotil. Oziroma so bili konflikti med političnimi skupinami tudi znotraj medijev

tako močni, da nihče ni imel niti časa, da bi se s temi vprašanji ukvarjal. In potem je šla stvar sama v komercializacijo.

Bo knjiga propadla? Jaz sem prepričan, da ne bo. Ali se bodo nosilci knjige spremenili in papir ne bo več nosilec knjige – to je drugo vprašanje. Ampak do te mere, da bi nove tehnologije knjigo popolnoma izrinile, mislim, da tega ne morejo doseči. Ne glede na okoliščine. Ali je to ustrezen zgled za premiselek o tem, kaj je mogoče narediti z mediji nasploh? Če nimamo nobenega drugega zgleda, potem poskusimo vsaj ugotoviti, ali je to primeren zgled, ki ga lahko uporabimo. Imamo agencijo za knjigo in imamo agencijo za znanstvenoraziskovalno dejavnost. Mar ni vredno premisliti, koliko argumenti, ki so vodili do ustanovitve teh dveh agencij, veljajo tudi za medije?

Znova sem pri Webu. Novinarje je po eni strani obravnaval kot najnižjo kasto, pokvarjeno leglo povzpetnikov, po drugi strani pa je govoril o tem, da so etično celo na višji ravni kot znanstveniki, daleč nad politiki. Da je njihov čut za dobro bolj razvit kot pri znanstvenikih. Če je že Weber primerjal novinarje z znanstveniki, zakaj ne bi podobnega sistema, kot ga imamo za spodbujanje razvoja znanosti in raziskovanja, uveljavili tudi za novinarstvo?

Ključno vprašanje je najbrž to, kaj konkretno se financira oziroma koga. Pri knjigi bi to morala biti avtor in založnik. Tam je velik problem v tem, da se večinoma financirajo založniki, ne pa avtorji. Pri raziskovanju so to raziskovalci. Potreben bi bil tehten premiselek, kaj in koga finančno spodbujati v novinarstvu in medijih.

Ne vidim torej nobenega trdnega argumenta – razen, če rečeš, »to je tržna dejavnost« – s katerim bi me lahko nekdo prepričal, da analogija s knjigo in znanostjo ni smiselna. Ne vidim ga. Ne vem, mogoče sem kratkoviden, ampak hočem verjeti, da je to možna rešitev.

V tem kontekstu si govoril tudi, da je treba financirati temeljno novinarstvo.

Tu gre za problem operacionalizacije. Rekel bi, da je temeljno novinarstvo tisto, ki res izhaja iz etičnih temeljev novinarstva. Konkretno to pomeni, da če se pogovarjamo o financiranju oziroma o subvencioniranju, mora to biti novinarstvo, ki je namenjeno tistemu, kar je John Dewey označeval za temelj oblikovanja javnosti. Se pravi, obravnavanje tistih zadev, ki so sporne in so bistvenega pomena za družbeni razvoj, zato ker način njihovega

razreševanja vpliva na veliko število ljudi. Temeljno novinarstvo bi bilo potem tisto, ki je namenjeno javnosti, ne recimo občinstvom ali posameznikom; je tisto, ki omogoča oblikovanje javnosti, ki torej omogoča in spodbuja javne razprave, v katerih se oblikuje javno mnenje in vpliva na odločanje.

Pred časom so kolegi hvalili oddajo Tarča, češ da je odlična, ker razkriva različne zlorabe moči. Rekel sem jim, da zame Tarča ni primer dobrega novinarstva; vsekakor ni primer temeljnega novinarstva, za katerega se zavzemam. Odpirati konflikte v družbi je eno, reševati konflikte pa nekaj drugega. Seveda je naloga novinarstva tudi nadzorovanje oblasti oziroma moči, ampak predvsem je naloga novinarstva oblikovati in vzdrževati standarde refleksivnosti in mediativnosti javnega diskurza. Mi rabimo ljudi, ki so sposobni presegati konflikte in spodbujati razpravo o reševanju problemov, ne pa zgolj iskati grešne kozle. Zelo lahko je nekoga javno obsoditi – in to mediji kar naprej počno – veliko težje je strpno, argumentirano iskati možne rešitve ugotovljenih problemov. Novinarji morajo po eni strani pomagati državljanom razumeti, da so sporne zadeve interesno pogojene – in pri tem prepoznati tudi lastne interese –, po drugi strani pa delovati mediativno, povezovalno, v smeri iskanja rešitev spornih zadev.

Spomnim, da je bila v mojih mladih letih na drugem programu avstrijske televizije ORF v večernih urah na sporedu oddaja Klub 2, v kateri so v živo tekli pogovori o aktualnih temah z uglednimi gosti iz sveta znanosti, kulture, politike. Včasih se je oddaja končala v jutranjih urah, saj ni imela časovne omejitve. Novinarji, ki so vodili pogovore kot enakopravni sogovorniki, so se menjavali, saj ne more en sam novinar suvereno obvladati pogovora na različnih vsebinskih področjih. Predvsem so se z vabljenimi sogovorniki trudili osvetliti problem z različnih vidikov, brez nepotrebnih konfliktov. Usmerjanje takega pogovora je mnogo zahtevnejše kot postavljanje vnaprej pripravljenih vprašanj o posamičnem spornem delovanju ali odločitvi.

V nasprotju s to, po mojem spominu zgledno novinarsko oddajo ORF, ki so jo posnemale tudi druge televizije, so pri nas v studio pogosto vabljeni pretežno le politiki, kot da gre samo za politične probleme. In se na ta način vsi problemi banalizirajo, kot da so rešitve zanje politične, ne strokovne. Oddaj, v katerih bi strokovnjaki govorili o pomembnih razvojnih problemih in ne bi bile podvržene aktualni politični agendi, pravzaprav

ni. Avtonomija novinarstva je tudi v tem, da tako imenovanih prednostnih tem ne določa politika, ampak novinarji sami, za kar seveda potrebujejo široko in poglobljeno znanje.

To, da pri nas novinarji spodbujajo konflikte ali da televizijski voditelj napada nekoga, ki pride v studio na intervju, je nespodobno in neproduktivno, očitno pa je komercialno uspešno. Kaj razen večje gledanosti se sploh hoče s tem doseči? To prav gotovo ni novinarstvo, ki ga imam v mislih, ko govorim o temeljnem novinarstvu. In ta osnovna ideja je seveda zelo stara. Je ne le Deweyjeva, ampak v bistvu tudi Marxova ideja tiska kot tretjega elementa, kot mu je on dejal, ki posreduje med vladajočimi in vladanimi ter deluje neodvisno od posebnih interesov, zlasti ni podrejen profitnim interesom ... Res je bil naiven človek.

Toda to je tako imenovani mladi Marx, ki je bil bolj idealističen.

Ja, ampak lahko bi rekli, da je bil naiven ves čas, tudi takrat, ko je mislil, da se da kapitalizem pokopati. Njegova ideja je bila, da mora tisk, javna sfera, posredovati med tistimi, ki so na oblasti, in tistimi, ki so vladani, torej civilna družba. Bistvo te ideje je bilo, da morajo te skupine priti in se pogovarjati med seboj, ne da imajo pred očmi svoj lastni interes. To je funkcija novinarstva. Da postaviš lastni interes v oklepaj, kot se reče, in poiščeš, kaj je bistvo problema.

Če govorimo o tem, kaj je za javnost pomembno, jaz mislim, da večina problemov, ki so za javnost pomembni, v bistvu niso politični problemi, temveč so strokovni problemi, začenši recimo s klimatskimi spremembami. Šele sekundarno dobijo ti problemi politični značaj, ker je odločitev o neki družbeno pomembni zadevi konec koncev vedno v rokah politike. Zakaj morajo o klimatskih spremembah zmeraj govoriti politiki? To so strokovni problemi. Zakaj ne more biti v studiu pet strokovnjakov, ki niso politiki, ki se o teh rečeh pogovarjajo. Primer je energetika: kolikor sem spremljal te debate, legitimno obstajajo različni strokovni predlogi, na kakšen način je mogoče reševati problem energetike v Sloveniji. In zakaj to zreducirati na politični problem, ali smo za nuklearko ali smo proti.

Lahko bi rekli, da v osnovi gre za politična vprašanja, problem je, da so zreducirana na strankarske poglede ...

V bistvu je problem to, da se predstavljajo kot strankarski problemi, ne pa kot strokovno obvladljiv problem, ki ga je mogoče

reševati na različne načine. In prav zaradi teh različnih možnih rešitev je odločitev na koncu v rokah politike. Problem je v tem, da politika ne izbira med različnimi možnimi rešitvami, ampak zaradi partikularnih interesov privilegira določeno rešitev, ne da bi omogočala javno razpravo o različnih možnih rešitvah.

V pogovor si znova pripeljal Marxa, na katerem si utemeljil svoj doktorat in se problemov komuniciranja loteval s pomočjo političnoekonomskega pristopa. Zdi se, da Vreg ni bil pretirano navdušen nad tem. Kasneje si se poglobljeno loteval vprašanj javnosti in javne sfere ter se odmaknil od tega pristopa, šel si predvsem v raziskovanje normativnih dilem. V zadnjih letih se zdi, da si se znova vrnil nazaj k politični ekonomiji. Kaj je bilo gonilo tvojih raziskovalnih interesov? Na različne načine si se loteval precej raznolikih tematik.

Verjetno predvsem specifične okoliščine. Kot sem rekel, tega, kar sem delal v doktoratu, zelo verjetno ne bi počel, če takrat ne bi bil na konferenci AIERI v Leipzigu in se povezal s skupino raziskovalcev, ki jih je zanimala politična ekonomija komuniciranja. Pred tem je bila moja predstava o marksizmu – in bila je res predstava, ne pa poznavanje – predvsem povezana s splošno kritiko kapitalističnega načina produkcije in z dialektičnim materializmom, ki je bil neke vrste prazni označevalec. Marksizem je bil predvsem aktualistično poimenovanje idejnopolitične usmeritve (boj za pravice delavskega razreda in podobno), ne pa teoretski temelj ali izhodišče raziskovanja. Če me česa na fakulteti niso učili, me niso učili te vrste marksizma. Res pa je bil v tistem obdobju tako imenovani neomarksizem – z znamenito korčulansko šolo na čelu – oblasti še bolj trn v peti kot meščanska znanost.

Ko sem po disertaciji odšel na sindikat, sem nadaljeval z delom na besedilu disertacije za knjižno izdajo, ki je pod naslovom *Množično komuniciranje med svobodo in odtujitvijo* izšla jeseni 1981 in sem zanj dobil nagrado Kidričevega sklada. V tem obdobju sem tudi uredil svojo knjigo *Mlini na eter: propaganda, reklama in selekcija sporočil v množičnem komuniciranju*, v kateri sem predstavil rezultate treh svojih ključnih empiričnih raziskav iz sedemdesetih let in je izšla leta 1984, ko sem se že vrnil na fakulteto. Ta knjiga me je sicer delno oddaljila od teoretskih preokupacij disertacije, vendar sem v tem času večinoma še pisal razprave o »komunikacijskih izzivih v marksizmu«, kot je bil

naslov članka, ki sem ga objavil na Hrvaškem. Objavljal sem že tudi v tujini, npr. v revijah *Gazette* ter v *Media, Culture & Society*, v kateri sem objavil članek, ki je obravnaval javno mnenje v luči sporov med administrativnim in kritičnem raziskovanjem.

O javnem mnenju sem sicer prvič začel razmišljati, ko sem bral tisti čas kar popularne razprave o »socialističnem javnem mnenju«, in v *Naših temah* v Zagrebu objavil članek Od javnega do svobodnega mnenja. Močno razširjena samoupravna latovščina me je zelo motila v takratnih razpravah o medijih in »delegatskem informiranju«, kar je bila aktualna tematika tudi na sindikatih, in zato sem v članku kritiziral idejo o samoupravnem javnem mnenju in posredno tudi Vrega [smeh]. Javno mnenje je bil problematičen izraz in raziskave javnega mnenja so bile sumljive, čeprav so bile takrat že dovoljene. Z označevalcema »samoupravno« in »socialistično« je javno mnenje dobilo domovinsko pravico tudi v Jugoslavioji, saj naj bi bilo samoupravno javno mnenje nekaj čisto drugega kot »ono« javno mnenje. V članku pa sem zagovarjal tezo, da javno mnenje je ali ga pa ni, in da ni nekega posebnega samoupravnega javnega mnenja.

Tem problemom si se intenzivno posvečal vsaj 15 let.

Najbrž še mnogo dlje. Ko sta se Tomo Korošec in Zdenko Roter oglasila pri meni na sindikatih s predlogom, naj se vrnem na fakulteto, kjer naj bi predaval tudi predmet Javno mnenje, sem se te tematike začel lotevati bolj sistematično. Ja, ogromno energije sem posvetil temu, vmes tudi nekoliko »pozabil« na Marxa, ko sem raziskoval zgodovino teorij javnega mnenja od razsvetljenstva naprej. Imel sem srečo, da sem takrat spoznal Hanna Hardta. Ko je bil gostujoči profesor na univerzi v Münchnu, ga je Manca Košir, ki je bila tisti čas tam na izpopolnjevanju, povabila na obisk v Ljubljano. Odtlej sva s Hannom tesno prijateljevala vse do njegove prezgodnje smrti, ves čas pa je sodeloval tudi z našo fakulteto, sprva kot gostujoči in potem kot redno zaposleni profesor. Že leta 1987 sva organizirala prvi mednarodni kolokvij o komuniciranju in kulturi v Dubrovniku s podporo nemške Volkswagnove fundacije. Hanno mi je tudi omogočil študijsko raziskovanje v izjemno bogati univerzitetni knjižnici v Iowa Cityju, kjer sem šele lahko dobil celovit vpogled v zgodovino predvsem socioloških teorij javnega mnenja, ki jo je Habermas v knjigi o strukturnih spremembah javnosti – hote ali nehoti – povsem prezrl. Polno desetletje kasneje je izšla

knjiga *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*, kasneje pa še angleška verzija v ZDA leta 1999. Čeprav je bila kritika vsaj delno zasnovana kot kritika normativizma v konceptualizacijah tako imenovane javne sfere, sem delno tudi sam v knjigi podlegel normativizmu z iskanjem konceptualnih rešitev neodvisno od družbenoekonomskih osnov javnosti in javnega mnenja.

Delno je bilo to povezano tudi s spremembo političnega in ekonomskega sistema po osamosvojitvi Slovenije. O tej transformaciji smo pravzaprav začeli razpravo že na kolokviju leta 1987 v Dubrovniku in jo nadaljevali več let. Te razprave so me spodbudile k pisanju knjige *Izgubljene utopije? Paradoksi množičnih medijev in civilne družbe v postsocializmu*, ki je izšla leta 1992, predelana angleška verzija *Media beyond socialism: theory and practice in East-Central Europe* pa dve leti kasneje v ZDA. Tu so bila seveda vprašanja medijske regulacije v spremenjenih družbenoekonomskih razmerah v prehodu iz socializma v kapitalizem ključnega pomena, kar je prispevalo tudi k moji večji pozornosti normativni problematiki.

Kljub temu so sporočila o javni sferi ključna za vse, o čemer smo se pogovarjali do zdaj ...

Drži, ampak teorije javne sfere, če jim tako rečem, so pojasnjevalno šibke, čeprav moram tudi zase priznati, da sem bil do te šibkosti dolgo preveč toleranten oziroma premalo kritičen. Sem pa tja sem napisal kakšno kritično misel proti temu, ampak v glavnem nisem. Medtem ko je sedaj z umetno inteligenco in novimi komunikacijskimi tehnologijami odvisnost komuniciranja od materialnih okoliščin postala tako usodna, kar grozeča, da komuniciranja, medijev in novinarstva preprosto ni več smiselno raziskovati brez upoštevanja teh okoliščin, ker je to fundamentalno. Vse analize diskurza in podobni pristopi so, kaj naj rečem – ne zmorejo pojasniti bistva odnosov in njihovega spreminjanja. Z njimi se tudi ne da ničesar spremeniti v praksi. Pokazati je potrebno, kaj je tukaj osrednji problem, in bistvo problema je v tem, na kakšen način javni diskurz nastaja, kdo ga oblikuje in zakaj.

Ko govoriš o materialnih okoliščinah, govoriš o teh politično-ekonomskih odnosih, ki so danes postali izrazito prevladujoči?

Ja. V moji shematski predstavitvi javne sfere – shematiko sicer sovražim, ampak po drugi strani mi vsi očitajo, da sem premalo enostaven in konkreten – poudarjam tri stebre. Ti so neke vrste infrastruktura javnosti, ampak v širšem smislu infrastrukture. To vključuje celotno komunikacijsko infrastrukturo, torej komunikacijske organizacije in ekonomsko strukturo, potem politični sistem, demokratične institucije in pravno državo ter končno kulturo, posebej kulturo političnega komuniciranja. Če ne upoštevaš, kako ti gradniki nastajajo, potem ne moreš prepoznati bistvenih značilnosti in vzrokov sprememb in ostajaš pri podrobnostih, ki so sicer lahko zanimive – in nič več. Mnogo empiričnih raziskav, ki proučujejo vsebino komuniciranja na internetu in v družabnih medijih, je te vrste, pri tem pa se te raziskave pogosto predstavljajo kot raziskovanje javne sfere.

To je tudi eden od razlogov, da sem postal res alergičen na pojem javna sfera. Ideja javne sfere se je znašla v okviru razmišljanj, da je pojmovanje vzročno-posledičnih povezav popolnoma obsoletno. Z njimi naj ne bi prišli nikamor; korelacija je vse in z njo se da odlično živeti, zlasti ko gre za analizo velikega podatkovja. Razvoj naj bi torej temeljil na ugotavljanju korelacij in nič več. In potem to pojasnjujejo s tako banalnimi primeri, kot je ta, da pacienta ne zanima, kako deluje aspirin, da ga neha boleti glava ... Češ, pacient ne razmišlja o vzrokih, ampak vidi samo korelacijo, torej da ko vzame tableto, ga ne boli več glava. Takšen način premišljevanja naj bi bil vse, kar še potrebujemo. Ampak pri tem pozablajo, da je nekdo drug moral ugotoviti, zakaj je aspirin naredil, da bo torej s takšno zmesjo povzročil neki učinek. In tudi pacienta ne zanima korelacija, ampak ga zanima, kaj lahko povzroči, da ga bo prenehala boleti glava.

Podobno se je zbanalizirala tudi ideja javne sfere zgolj na njeno diskurzivno pojavnost. Saj v resnici za to ne gre kriviti Habermasa – vsaj ne predvsem –, odgovorni so vsi tisti, ki so tako množično uporabljali in zlorabljali to idejo, da je danes javna sfera vse in nič. To je pač neki modni pojem, ki ga uporabljaš, kjer nimaš druge besede in potem rečeš javna sfera.

Iz kritičnega pojma je javna sfera postala pozitivistični termin, kot v primeru evropske javne sfere.

Prav res. To se tudi zelo dobro pokaže v tem, da je administrativna šola raziskovanja popolnoma posvojila izraz javna sfera.

Zgodba je v resnici podobna temu, kar se je prej zgodilo z javnim mnenjem, ki je bil na začetku kritičen pojem, od javnomnenjskih poizvedb naprej pa je polje administrativnega raziskovanja. Z javno sfero je zelo podobno, kar kaže na neverjetno moč, ki jo ima kapitalizem na področju komuniciranja in medijev.

Kaj povezuje vsa ta različna raziskovalna polja, ki si jih obravnaval? Sam si se jih vselej loteval kritično.

Težko rečem, ali gre za kaj več kot le za naključja. Najbrž bi pretiraval, če bi rekel, da je bil to moj življenjski načrt. Že pri prvem koraku se vidi, da ni bil; da sem prišel iz novinarstva med raziskovalce, je bil splet naključij, ker se je pokazala možnost raziskovalnega dela, ki me je v principu zanimalo in je bilo zelo blizu tistemu, kar sem sicer počel prej, najprej med študijem in nato kot novinar z anketnim zbiranjem podatkov. Zelo intenzivno ukvarjanje z metodologijo v sedemdesetih letih je prav tako bilo dokaj naključno. Če ne bi bilo projekta za Unesco, tega najbrž ne bi počel oziroma ne bi bilo razloga, da bi se temu tako intenzivno posvečal. Je pa najbrž moj problem ta, da ko se nečesa lotim in vidim, da je tematika zanimiva, nočem odnehati in morda včasih pretiravam. Ko smo na konferenci AIERI v New Delhiju razpravljali o različnih poteh izobraževanja novinarjev, sem predlagal, da *pro bono* izvedemo primerjalno raziskavo o študiju novinarstva v različnih državah sveta, da bomo lahko prišli do tehtnejših spoznanj. Na koncu so v raziskavi, ki sva jo zasnovala s Colinom Sparksom iz Londona in je potekala kar dve leti – podatke smo si izmenjevali z redno pošto, takrat še ni bilo interneta –, sodelovali kolegi iz 22 držav. Na osnovi analize podatkov iz anket med študenti sva s Colinom napisala knjigo *Journalists for the 21st century: tendencies of professionalization among first-year students in 22 countries*, ki je sicer izšla v ZDA leta 1994. Raziskava je pokazala bistveno odvisnost razumevanja novinarskega poklica od družbenega konteksta. Socialistične države, v katerih smo tudi anketirali študente in so bili njihovi odgovori na vprašanja o najpomembnejših pasteh novinarstva bistveno različni od odgovorov študentov zahodnih in držav v razvoju, so med tem že izginile.

Mogoče je neko vezivo mojih dolgoletnih raziskovalnih prizadevanj v tem – prizadevanje za to je morda prehud izraz – da vidim smisel v povezovanju empiričnega in teoretskega

raziskovanja. To sem zmeraj počel in iz svoje prakse vem, da so bila obdobja, ko sem se – tudi po sili razmer – izrazito ukvarjal s teorijo in nič z empirijo, ali pa predvsem z empirijo in malo s teorijo, manj produktivna. Mogoče to povezovanje teoretskega in empiričnega raziskovanja ni ravno nujno, je pa vsaj meni bilo zelo koristno. Ko gledaš iz druge perspektive, vidiš namreč marsikakšno zadevo, ki je čisti empirik ali pa čisti teoretik ne vidi. Tu seveda ne mislim zgolj na statistične podatkovne analize.

Zato se mi zdi tudi izjemno koristno interdisciplinarno sodelovanje, čeprav sam pri tem nisem bil dovolj uspešen. In zato je meni tudi tako koristna umetna inteligenca, ker se mi zdi, kot da hodiš po knjižnici, slučajno najdeš neko knjigo, jo začneš prebirati in ugotoviš, da je to zelo zanimiv problem, do katerega ni nobene možnosti, da bi prišel, če bi tisti dan živel po svoji rutinski poti. Pa ti to lahko usodno spremeni skoraj celo življenje.

Center za raziskovanje družbenega komuniciranja, ki ga vodiš že skoraj štirideset let, je v zadnjih letih projektno sodeloval z raziskovalnimi skupinami na Institutu Jožef Stefan ter Ljubljansko Fakulteto za računalniško in informatiko. Zakaj v raziskovanju medijev in novinarstva spodbujaš interdisciplinarne projektne skupine?

Kot sem dejal, sem v interdisciplinarnem sodelovanju in povezovanju različnih raziskovalni skupin in institucij vedno videl možnosti za sinergijske učinke. Zelo pomembno pri tem pa je, da je sodelovanje enakopravno. Zlasti v mednarodnem primerjalnem raziskovanju je bil to v preteklosti pogosto problem in je tudi še danes. Finančne in kognitivne zmogljivosti niso niti v korelaciji, kaj šele v vzročno-posledični zvezi, vendar pogosto obstaja tveganje, da ima finančni vložek odločilno besedo. Komuniciranje, zlasti množično komuniciranje, je izjemno kompleksen družbeni pojav in raziskovalni problem, ki ga z različnih vidikov proučujejo številne družboslovne, humanistične in tehnične discipline.

Poleg Unescovih projektov na FSPN si leta 1990 organiziral tudi konferenco AIERI, desetletja si na EURICOM-ove kolokvije vabil ugledne kritične komunikologe z vsega sveta in urejal revijo *Javnost – The Public ...* Kako je ta mednarodna aktivnost in vpetost v mednarodno okolje vplivala na razvoj kritične komunikologije v Ljubljani?

Po mojem mnenju odločilno. Spomnim se, da je bil v sedemdesetih letih na katedri med Vregom in Martelancem »spor« glede tega, katera mednarodna organizacija – AIERI ali ISA – je »bolj znanstvena«. Na eni strani je bil Vreg kot član raziskovalnega komiteja za raziskovanje komuniciranja, znanja in kulture v Mednarodnem sociološkem združenju (ISA). V izvršnem odboru komiteja sem kasneje, ko ga je vodil Paul Beaud, sodeloval tudi sam. Na drugi strani sta bila Martelanc in Osolnik v bistvu soustanovitelja AIERI-ja. Vreg je nekako s podcenjevanjem gledal na bolj politično profilirane zahodne raziskovalce v AIERI-ju, svojo znanost je imel za nepolitično. V tistem obdobju, ko v AIERI-ju nisem nikogar poznal, je bil moj pogled verjetno bližje Vregu kot Martelancu. Tako je bilo do leipziške konference AIERI-ja, ki me je res »spreobrnila«, ko sem prvič videl in slišal zlasti ameriške in kanadske kritične raziskovalce, ki so se kasneje povezali v Union for Democratic Communication, kot so bili na primer Dallas Smythe, Herbert Schiller in Tom Guback.

Martelančeve povezave z Unescom so bile zelo pomembne; imel je ključno vlogo v pridobivanju dveh raziskovalnih projektov, kar je odprlo vrata tudi sodelovanju v drugih mednarodnih raziskavah. Nekateri empirični projekti so bili sicer dosti banalni, ampak prišel sem v stik z zelo velikim številom ljudi, ki so delali empirično, vendar so delili kritično družbeno usmerjenost, ki je prevladovala v AIERI-ju. V bistvu so bili kritični zlasti do Združenih držav, čeprav je bilo med njimi veliko Američanov; tudi podporniki MacBridove komisije in v njenem poročilu uveljavljenih idej so izhajali iz AIERI-ja. Tako da je precejšen del ljudi, s katerimi smo se potem srečevali v okviru EURICOM-a, prišel do Ljubljane skozi AIERI. Mnogi med njimi so tudi predavali na fakulteti

Prvi kolokvij sva, kot rečeno s podporo Volkswagnov fundacije, organizirala s Hannom Hardtom v Dubrovniku leta 1987. Potem sva leta 1989 s Karolom Jakubowiczem imela kolokvij, prvič v Piranu, na katerem smo napovedovali padec socializma in razmišljali o posledicah. Zares. Tema je bila razpad vzhodnega bloka. Leta 1990 je bil nato kongres AIERI-ja na Bledu in pred konferenco smo imeli še en kolokvij, tokrat na temo *Information Society and Civil Society*. Zelo dobra tema in nastala je res obsežna monografija, ki je izšla v ZDA.

Kolokviji so na začetku potekali v celoti pod okriljem fakultete. Moja sodelovanje s fakultetnimi kolegi na sociologiji je bilo takrat povezano z vključevanjem v Mednarodno sociološko združenje (ISA), ne le osebnim, ampak tudi institucionalnim. Med fakulteto in ISA je v poznih osemdesetih letih prišlo do dogovora o ustanoviti ljubljanskega raziskovalnega foruma in poletne šole pod okriljem ISA in kolegi so me prepričali, da sem prevzel vodenje Ljubljana Research Forum. V tej vlogi sem si v sodelovanju s kolegi iz Avstrije, Švice in Italije močno prizadeval za ustanovitev mednarodne revije »Alpe Adria Sociology«. Spori v Jugoslaviji so ob koncu osemdesetih let že zelo ohromili znanstveno in publicistično sodelovanje z Zagrebom in Beogradom, ki je bilo za slovensko družboslovje zelo pomembno. Na kongresu ISA v Madridu julija 1990 je predsednica ISA Margaret Archer obe novi instituciji v nagovoru udeležencem kongresa predstavila kot zgleden rezultat prizadevanj združenja za internacionalizacijo sociologije.

V vlogi direktorja raziskovalnega foruma sem bil še, ko sem poleti 1990 organiziral konferenco AIERI-ja na Bledu. Jeseni po konferenci pa mi je dekan fakultete predlagal, naj odstopim kot direktor foruma, češ da naj bi ta položaj zasedel sociolog. Ker v to nisem privolil, sem bil razrešen. Rezultat pa je bil, da sta v času osamosvajanja Slovenije, ko smo najbolj potrebovali mednarodne povezave, raziskovalni forum in poletna šola povsem odmrli. Pač pa se je leta 1991 fakultetnemu raziskovalnemu inštitutu pridružil leta 1958 ustanovljeni inštitut za sociologijo (IS), skupni inštitut pa je po združitvi vodil dotedanji direktor IS, tudi v času, ko sem bil potem dekan. Grenka izkušnja z raziskovalnim forumom je bila v veliki meri razlog, da sem se leta 1991 po dveh neuspešnih volitvah dekana na pobudo kolegov odločil za kandidaturo in bil na tretjih volitvah kljub organiziranemu nasprotovanju skupine sociologov s tesno večino izvoljen.

Da so diskriminacijske odločitve znotraj fakultete lahko enako boleče, pa celo bolj drastične kot zunanji posegi, sta kmalu izkusili tudi novinarska katedra in celoten oddelek za komunikologijo ob bridki usodi televizijskega studia. Ko sem bil dekan, je fakulteti od ministrstva uspelo pridobiti sredstva za preureditev nekdanje pralnice fakultetnega študentskega doma v televizijski studio z ustreznimi pripadajočimi prostori. V tistem času so bile fakultete še samostojni proračunski porabniki in smo se o

sredstvih neposredno pogajali z ministrstvom. Ko je bil po izteku mojega mandata za dekana izvoljen sociolog Ivan Svetlik, je bila jeseni 1993 vsa oprema iz TV studia odpeljana v deset kvadratnih metrov velik prostor na Pedagoško fakulteto, nekdanji TV studio pa preurejen v anketarsko delavnico za Center za raziskovanje javnega mnenja, ki ga je vodil Niko Toš. Protest, ki smo ga v imenu oddelka in treh kateder podpisali Tomo Korošec, Nada Sfiligoj, Manca Košir in jaz, je bil brez učinka, pa čeprav je v tistem času oddelek za komunikologijo na tri programe vpisoval skoraj polovico vseh rednih študentov FDV in večino izrednih študentov, ki so bili za fakulteto pomemben vir dohodkov. Takrat smo se neformalno pogovarjali s kolegi na Filozofski fakulteti, da bi prenesli študij novinarstva in komunikologije s FDV na FF, vendar se zaradi zgodovinske zasidranosti na FDV za to nismo odločili. Kasneje je v novi zgradbi fakultete – sicer v prostorih zaklonišča – vendarle našel prostor tudi multimedijijski laboratorij, za katerega opremo je Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja uspelo pridobiti sredstva za razvoj raziskovalne infrastrukture.

Ker je zamisel o izdajanju »Alpe-Adria Sociology« propadla, smo se v tistem času na kolokvijih pogovarjali tudi, da bi ustanovili lastno revijo, saj je bilo dogovarjanje z založniki in revijami za objavo prispevkov s kolokvijev zelo zamudno. Zaradi slabih izkušenj z vodstvom fakultete tudi revije *Javnost-The Public*, katere ustanovitev smo začeli intenzivno pripravljati leta 1993, nismo hoteli prepustiti fakulteti, ampak smo se za izdajanje dogovorili s Cankarjevo založbo. Žal se je ta dogovor izjalovil; založba je kljub pogodbi z ministrstvom za znanost, ki je subvencioniralo izdajanje revije, izdala le prvo dvojno številko in zanjo porabila celotno subvencijo, potem pa prekinila pogodbo. Našli smo sponzorja, ki je pokrila stroške za izdajo naslednjih dveh števil prvega letnika, ter kot založnika aktivirali Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo (EURICOM), ki je bil formalno ustanovljen že leta 1992. V okviru EURICOM-a se je tako nadaljevalo delo, ki bi sicer lahko potekalo v okviru fakultetnega Ljubljana Research Forum, če ga na bi v kritičnem obdobju osamosvajanja Slovenije ukinili. Z neodvisnostjo izdajanja revije in organizacije kolokvijev od vodstva fakultete smo želeli preprečiti morebitne samovoljne posege vodstva, kot sta jih v primeru TV studia izkusila novinarska katedra in komunikološki oddelek ali v primeru raziskovalnega foruma jaz osebno.

Na kolokvijih in v reviji so sodelovali vsi mlajši člani katedre za komunikacijske teorije in novinarstvo ter centra, mnogim so srečanja in intenzivni razgovori s tujimi udeleženci na kolokviju ter objave v reviji, ki je bila že leto po ustanovitvi uvrščena v Social Science Citation Index, odpirali pot v tujino na študij ali izpopolnjevanje, predvsem pa odpirali nova raziskovalna obzorja, ki jih na študiju na fakulteti v Ljubljani niso mogli najti. Zlasti v zgodnjem obdobju so bili ti stiki izredno dragoceni, saj še ni bilo interneta, konference v tujini pa so bile zaradi pomanjkanja sredstev težje dostopne. Moram reči, da mi je žal, da je praksa organiziranja teh kolokvijev v zadnjih letih zamrla, čeprav seveda ni dvoma, da so se tudi razmere v mednarodnem sodelovanju bistveno spremenile na bolje.

Pa vendar, večja intenzivnost ali vsaj pogostost mednarodnega sodelovanja sama po sebi ne zagotavlja boljše prihodnosti kritičnemu raziskovanju komuniciranja, medijev in novinarstva. Moj vtis je, da se krepi predvsem administrativno raziskovanje po meri naročnikov, v javno financirani znanosti so dominantni instrumentalni pristopi – tako tistih, ki financirajo in pripravljajo razpise, kot tistih, ki se nanje prijavljajo. Velike mednarodne konference s stotinami ali tisoči udeležencev ne dajejo prave priložnosti za poglobljene razprave, kakršne smo imeli na mednarodnih konferencah s sto ali dvesto udeleženci v sedemdesetih letih. Zato mislim, da so programi, kot so na primer programi združnega COST (European Cooperation in Science and Technology, op. a.), v katerih evropski raziskovalci na različnih področjih oblikujejo svoja raziskovalna omrežja, lahko zelo dragoceni – seveda, če niso podvrsta že omenjenih administrativnih raziskav. Kolokviji o komuniciranju in kulturi bi po mojem prepričanju še vedno lahko imeli pomembno vlogo v razvoju kritične komunikološke misli.

Svoje premisleke redno objavljaš tudi v tisku, ne samo v znanstvenih publikacijah. V knjigi *Javnost – mediji – oblast* si pred petimi leti združil te svoje publicistične tekste. Zakaj je po tvojem mnenju pomembno, da kritika medijev in novinarstva presega okvire znanosti? Tudi temu si namreč namenil zelo veliko svojega časa.

Na to vprašanje lahko in z veseljem odgovorim. Javnost je problematika, s katero se na takšen ali drugačen način ukvarjam vse življenje. Že moja disertacija je obravnavala razliko med množičnim in javnim, kar je star problem, s katerim so se sociologi ukvarjali že pred več kot stotimi leti. Kaj je javnost, kaj je množica, kaj so množični mediji, kaj so javni mediji in kako to prispeva k oblikovanju javnosti kot socialne kategorije, v kateri ljudje, ki poznajo družbene probleme o njih javno razpravljajo in iščejo rešitve – to so vprašanja, ki jih je treba obravnavati na raziskovalni, teoretski in empirični ravni, pa tudi na publicistični ravni. Torej ne samo v znanstvenih prispevkih, temveč tudi skozi praktične spodbude za javno razmišljanje, kjer raziskovalec ne nastopa kot znanstvenih, ampak kot državljan. V tem vidim neposreden prispevek k razvoju javnosti.

Če o neki zadevi, ki je strokovne narave, nekaj mislim, zakaj ne bi tega javno izrazil? V primeru mojega publiciranja v tisku so bile to pretežno kritike; redki moji teksti, ki so javno objavljeni, so bili hvala kogarkoli. Komaj se spomnim, če je bil kakšen tekst, v katerem ni bilo nič kritike. Mislim, da je tako za novinarstvo kot za raziskovanje to bistveno; konstruktivna kritika, ne kritizerstvo, ju ni kritike, potem nimamo kaj raziskovati. Kritika pomeni, da nekaj, kar bi bilo mogoče ugotoviti, še ni bilo ugotovljeno. Če ne obstaja nič takšnega, potem tudi ni nobenega razloga, da bi kar koli raziskovali. Mislim, da to tako rekoč po definiciji velja tudi za novinarstvo ... In smo spet pri Marxu. Kako naj bo novinarstvo ogledalo družbe, če ni kritično? Kako? To ni mogoče.



Ob 60-letnici študija
novinarstva na Fakulteti
za družbene vede in njenih
predhodnicah monografija
premišljuje osrednje
probleme novinarstva in
obravna glavna vprašanja
nadaljnega razvoja
novinarskih programov
na fakulteti. Vse od
začetkov v šestdesetih
letih prejšnjega stoletja
študij novinarstva –
kot je zapisal njegov
začetnik France Vreg
– ni imel namena
vzgajati »novinarskih
birokratov«, temveč javne
intelektualce, ki bi na
podlagi družboslovnih
znanj ter poznavanja
problemov medijev in
novinarstva bili sposobni
ljudem kontinuirano
rekonstruirati relevantne
dogodke, odnose in procese
ter jih skozi uveljavljene
načine komuniciranja
povezovati z družbenim
življenjem. Monografija je
usmerjena v poglobljeno
razumevanje sodobnih
problemov novinarstva,
pri čemer se prispevki
sodelavk in sodelavcev
Katedre za novinarstvo,
študentke novinarstva ter
drugih vabljenih avtoric
in avtorjev tega širokega
problemskega fokusa
lotevajo z različnih
izhodišč.