

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):

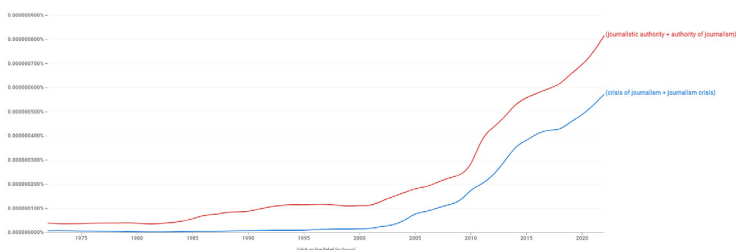
Ko sem odraščal v Smallvillu, sem verjel, da je novinarstvo ideal, tako dragoceno in pomembno kot biti policist, gasilec, učitelj ali zdravnik. Naučili so me verjeti, da lahko z besedami spremeniš tok rek – da bodo celo najtemnejše skrivnosti padle pod neusmiljeno svetlobo sonca. A dejstva so zamenjala 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 neprimerljiv 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 sovпада 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 težnjo 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 Splichal (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 Prodink (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.