

JAVNO MNENJE – uvodno predavanje (20. 2. 2013)

Mnenjske poizvedbe (javnomnenjske raziskave POLLS) – največja zabloda o javnem mnenju. Polls niso javno mnenje. Kriza in protesti znova aktualizirata pomen javnega mnenja. Ideja JM se pojavi zato, da se poimenuje nek nov pojav v družbi. V 18. stol. (najvišja faza razsvetljenstva) je bila pozornost mnogih avtorjev namenjena dvema ključnima vprašanjem, tesno povezana z RAZVOJEM TISKA. JM stoji in pade z razvojem množičnih medijev. Tisk je konstitutiven za JM. Brez tiska ni javnosti in brez javnosti ni javnega mnenja. Javnost (vrsta socialne kategorije), ki generira javno mnenje. Dve ključni vprašanji:

1. pravica državljana, da svobodno uporablja svoj razum (Kant) – BISTVENO za oblikovanje JM. Če te pravice ni, javnega mnenja ni. --> Ideja JM je torej tesno vezana na demokratično družbo.
V kakšni meri lahko državljani dejansko uporabljajo svoj razum?
2. Bentham postavi zahtevo po nadzoru oblasti, ki mora biti v rokah javnosti („v tribunalu javnega mnenja“). Kompetenca javnosti, da nadzira oblast.

To sta dve ključni ideji za razumevanje javnega mnenja. Ključno vlogo ima tisk, saj prek njega lahko izražajo svoje mnenje in nadzirajo oblast.

Konec 19., začetek 20. stoletja pride do preobrata. To obdobje lahko štejemo že za obdobje zatona JM. Ta situacija je v veliki meri povezana z razvojem tiska. Tisk se je do tega obdobja bistveno spremenil --> pojavi se MNOŽIČNI TISK, MNOŽIČNI MEDIJI. Poudarja razliko med javnostjo in množico. Med javnostjo in množico obstaja razlika. Javnost je večkrat negativno označena z množico. Gre pa za dva različna pojma.

Množični tisk se razvije z roko v roki s industrializacijo. To je bil kapitalistični tisk, ki pa ni bil več medij izražanja mnenja, ampak predvsem sredstvo za povečevanje profita. Množični mediji so bili, tako kot vsi ostali subjekti v gospodarstvu, prisiljeni ustvarjati dobiček. Mediji so postali predvsem sredstvo za doseganje profita, niso več delovali v prvotnih vlogah (nadzor in kritika).

Ferdinand Tönnies --> znan po svojem delu „Skupnost in družba“, ki je izšlo konec 19. stoletja. Do danes je ohranilo status enega temeljnih del o značilnosti družbe. V tem delu je Tönnies obravnaval JM kot eno od bistvenih kompleksnih oblik družbene volje (družbe brez javnega mnenja ni). Za razliko od Kanta in Benthama, ki to postavljata bolj na mikro raven, Tönnies pa pravi, da javno

mnenje igra podobno vlogo, kot jo igra v tradicionalni skupnosti religija. Brez religije ne more obstajati tradicionalna skupnost, prav tako tudi sodobna družba ne more obstajati brez JM.

Čas v katerem živimo --> Pride do radikalne spremembe . Reaktualizira vprašanje, kaj JM je in kaj le-to pomeni za družbo. Ne samo zaradi tehničnih sprememb, pomemben faktor za preišljevanje o JM v sodobnosti je ZATON ideje JM v 20. stoletju. Ta zaton je vezan na vzpon mnenjskih poizvedb (opinion polls), katerih razvoj je pripeljal do tega, da si je velika večina ljudi JM začela predstavljati kot rezultate mnenjskih poizvedb. To je današnja ZMOTNA predstava o JM. V 60. letih je Bordieau zaradi tega zapisal, da JM sploh ne obstaja. Ideja JM je v zgodnjem obdobju imela izrazito normativno kritično funkcijo, kot neka ideja, ki naj bi prispevala k demokratizaciji družbe, gre za izrazito kritično idejo, ki naj bi pomagala spreminjati družbo. Iz tega se v drugem obdobju (v 20. stoletju) pojem JM spremeni v izrazito destruktiven pojem. Vse kompleksnosti JM postane zgolj še neka tehnika mnenjskih poizvedb, ki naj bi bile JM. Konkreten primer:

Slovenija, na eni strani množične demonstracije (ki so naslovljene na oblast, JM je vedno nekako v odnosu do oblasti), na drugi pa mnenjske raziskave, ki kažejo na to, da večina še vedno podpira obstoj strank. NE samo demonstracije, tudi internet spreminja oblike naslavljanja sprememb. V zadnjem času se torej dogaja nekaj pomembnega, tako kot konec 19. stol., ko je dogajanje spodbudilo izredno zanimanje za JM.

K definiranju JM obstajajo različni pristopi. V zgodovinskem kontekstu se ti pristopi nekako sistematično spreminjajo.

Substantivne teorije JM – samostalniške teorije – javno je obravnavano kot značilnost mnenja). V tej teoriji je JM vedno kot mnenje tribunala, javnosti (Bentham). Mnenje javnosti, ker pojem javno mnenje implicira javnosti kot javno mnenje. Predpostavljajo obstoj javnosti pred JM

Druga skupine pa so adjektivne ali pridevniške JM ne povezujejo z javnostjo. Najbolj tipično se to kaže v mnenjskih poizvedbah. Napravimo jih na slučajnem vzorcu, zato ni nobene predpostavke. Zanikajo obstoj javnosti kot neko socialno kategorijo.

Zgodnje teorije JM so noramtivne, o njih govorimo kot filozofsko-normativnih. Imele so izrazito politične nastavke, politični značaj. Javnost mora spomočjo tiska nadzorovati oblast (izrazito politično zahteva). Imajo kritično-političen značaj. So kritične v odnosu do obstoječih odnosov v družbi. Izpolnjevanje teh dveh zahtev (lastno mnenje in nadzor) naredi ta sistem bistveno drugačen od vseh družb v preteklosti.

Empirično usmerjene teorije so depolitizirane. Ne gre za poskuse, da bi merili (empirično), do

kakšne stopnje sta ti dve temeljni zahtevi realizirani. Tukaj gre predvsem za razumevanje, da bi pojem JM napravili empirično zanesljiv. To pomeni, da je ta pojem mogoče operacionalizirati, da ga je mogoče IZMERITI. Problem, ki ga ta usmeritev povzroči, je ta, da prizadevanje za empirično zanesljivost pojma, se izgubi teoretska zanesljivost pojma JM. Mnenjske poizvedbe z idejo javnega mnenja nimajo nikakršne zveze več. Gallup npr. je bil prepričan, da so MP orodje za demokratičnejšo družbo. Danes se je izkazalo da gre bolj za mnenjsko manipulacijo. Razlika med kritičnim in pozitivističnim pristopom je 3. oblika konceptualizacije JM. Pri njej se oba pristopa povezujeta.

Neodvisno od teh razlik med pristopi, lahko govorimo o 4. pristopih k definiranju JM (vedno arbitrarne, saj zadev ne moremo razporediti v neke predale, so kompleksne). Ta tipologije naj bi pomagale k boljšemu razumevanju.

1. Tehnični pristop – značilen za empirično usmerjene pristope k obravnavi JM. Herbert Blumer je eden ključnih avtorjev razprav o JM po 2. sv. vojni. Sodi v skupino kritično-normativnih teorij JM, torej ki konceptualizirajo JM kot nekaj kar prispeva k demokratizaciji družbe. Po Blumerju JM nastane v procesu, v katerem skupina ljudi identificira nek problem, ta skupina je navznoter razdeljena glede na ideje, kako rešiti ta problem. Nato pride do tega, da se ljudje vključijo v razpravo. V razpravi se oblikuje JM in na nek način se oblikuje JAVNOST. Ko govorimo o neki specifični skupini, ne moremo govoriti o ničemer drugem, kot o javnosti. Razpravljanje o problemu jih definira kot javnost.
2. Pristop negativnega definiranja. Vezana na substantivne teorije JM. Robert Park in predvsem Gabriel Tarde je oče ideje o razlikovanju med JM in množico. Park je to njegovo idejo kasneje tudi sam uporabil. Ta negativna definicija javnosti poudarja, da obstaja pomembna razlika med javnostjo in množico. Množica je v zgodnjem obdobju pomenila prisotno množico (angl. CROWD), drhal. Tukaj gre za delovanje v nasprotju z javnostjo, ki deluje samo diskurzivno (namesto palice uporabljamo argument). Od Tarda naprej torej obstaja ta ideja o javnosti kot negacija množice in obratno, pri čemer med njima ne obstaja neka neprepustna meja. Vedno torej obstaja možnost, da se javnost spremeni v množico in obratno. Logično mora obstajati, saj javnost ni stabilna v času, javnost ni neposredno organizirana. Javnost je torej neka difuzna soc. kategorija, ki se razpušča in oblikuje premanentno. Javnost nastane pri soočenju s problemi, po naslavljanju na oblast in reakciji oblasti, se javnost razpusti. Javnost vedno obstaja v pluralu. Lahko obstaja veliko število javnost, kot je opozarjal že TARD, je pomembno zamišljanje več javnost, kot pritoke velike reke. Ta velika reka je politična javnost. Vse te množice različnih javnosti, ki nastajajo,

imajo neke nastavke, da nastajajo politične zahteve. Množica različnih javnosti je vir generiranja idej, ki se pojavljajo v politični javnosti. Negativna definicija javnosti z množico nam torej govori, da je javnost nasprotje množice. Po Blumerju je za množico značilno, da jo tvorijo predstavniki najrazličnejših slojev, za javnost pa je potreben nek kulturni okvir, ki omogoča razpravljanja. Za množico tak okvir ni potreben. Druga značilnost je ta, da so predstavniki v množici ANONIMNI. Anonimnost množice, anonimnost ni značilnost javnosti, kot govorijo nekateri avtorji. Pod pojmom anonimnost si različni avtorji predstavljajo različne reči. Če govorimo o Blumerju, je torej anonimnost značilna za množico in ne za javnost. Tretja značilnost množice je ta, da med njimi ni interakcija. Ljudje, ki tvorijo množico, med seboj niso v neposrednem stiku. Sodobnost – ko govorimo o komunikaciji prek interneta – vse to postane zelo problematično. Vse te tri značilnosti povzročajo to, da množica ne more delovati. To so značilnosti razpršene množice. Razpršene množica in javnost na prvi pogled torej postajata zelo podobni. Javnost je v svojem bistvu razpršena, javnost ni prisotna publika, saj se konstituira šele s tiskom. Tisk različne posameznike POVEZUJE. Razlika med prisotno množico in javnostjo je takrat samoumevna. Z prisotnostjo razpršene množice pa se te razlike manjšajo. Tako nekateri avtorji torej pravijo, da je množično občinstvo (gledalci TV programov) v bistvu javnost.

Mills postavi 4. kriterije za konstituiranje JM:

1. Razpršene množice

manj tistih ki mnenje izražajo (TV, RADIO ...) kot tistih, ki ga sprejemajo.

2. Način organiziranja javnih komunikacij oz. množičnih komunikacij.

Komunikacije so javne takrat, ko posamezniki na vsako mnenje lahko odgovorijo, množične pa so takrat, ko to ni mogoče. Na kakšen način so množični mediji v družbi organizirani. V kakšnem odnosu so kapitalistični mediji s pravico državljanov do izražanja svojega mnenja.

3. Kriterij spreminjanja mnenja v akcijo. Mills lahko o javnosti govori šele takrat, ko je neko mnenje mogoče aktualizirati z neko akcijo (tudi proti vladajočemu sistemu oblasti).

4. Odnos med organizacijo oblasti in organizacijo medijev. O družbi javnosti po Millsu lahko govorimo samo takrat, ko so mediji organizirani avtonomno (institucije oblasti na noben način ne vdirajo v medij). Ne gre samo za vprašanje lastniških odnosov, ampak tudi za odnose na mikro ravni (pomembni politiki – novinarji).

Drugo predavanje (27. februar 2013)

Tretja definicija JM (tipska definicija) – John Dewey. Avtor izhaja iz ideje transakcij, govori o transakcijah med ljudmi. Transakcija je kakršnakoli izmenjava (interakcijo, komunikacijsko ...). Družba je sestavljena iz nepregledne množice transakcij. Transakcije so dveh vrst: a) transakcije v svetu v katere sem jaz osebno vpleten in b) transakcije, v katere jaz kot posameznik nisem vpleten (teh slednjih je bistveno več, ker se dogajajo mimo našega vedenja). Le-te so osnova za oblikovanje javnosti, lahko pa jih razlikujemo glede na 1) dolgoročnost posledic in 2) pomembnost posledic (to kar na nas vpliva naslednjih nekaj minut, ur, mesecev, let). Javnost se oblikuje iz posameznikov, ki se začenjajo zavedati dolgoročnih in pomembnih posledic transakcij v katere niso bili vpleteni. Funkcija javnosti pa je, da o teh posledicah razpravlja. JM je regulirano z državo kot orodjem javnosti (Dewey). Druge definicije namreč postavljajo javnost nasproti državi.

V zgodnjem obdobju se civilna družba razvije skupaj z nastankom kapitalizma. Lastništvo je državljanom omogočalo dosegati avtonomijo od države. To je omogočilo oblikovanje javnosti ... Ekonomija je temelj civilne družbe in temelj avtonomije. To je obdobje pred monopolizacijo.

Renski deželni zbor – poudarjali so pomen tiska kot svobodnega in neodvisnega. Tisk je podjetje kot vsako drugo podjetje in mora uživati enake pravice. Temu ja nasprotoval Marx, ki pravi da ravno politična cenzura edino razume specifikko tiska in mu s tem daje neko posebno višje mesto.

20.st. - Gramsci pride do ideje, da je civilna družba ne samo zunaj institucij, ampak tudi zunaj ekonomije, kapitala. Sfera ekonomije je torej ločena od civilne družbe.

Zaradi globalizacije prihaja do približevanja/prilagajanja nevladnih organizacij transnacionalnim organizacijam. Potekajo spremembe v sferi odločanja. V primerjavi s poprejšnjo suvereno nacionalno državo, je v tem obdobju vse več odločitev sprejetih izven te države (Bruselj). Depoliztizacija – cela vrsta odločitev se iz politike prenaša v sfero ekonomije. Torej odločitve se sprejemajo vedno bolj izven nacionalne države in vedno bolj izven politike. Če hočejo nevladne organizacije sodelovat v transnacionalnem procesu odločanja, se morajo torej podrediti in prilagoditi transnacionalnim organizacijam. To povzroča probleme z denarjem in tako se nevladne organizacije vse bolj ukvarjajo same s sabo in z lastnim financiranjem, namesto z vsebino.

JAVNA SFERA – Dewey. Ta ideja je ideja neke družbene infrastrukture, ki se oblikuje skupaj z javnostjo. Javnost je ključni, ne pa edini akter. Poleg javnosti nastopajo tudi: država (institucije oblasti) in podjetja. Brez države javnost ne more obstajati, ker država (institucije) regulirajo.

Četrta definicija – Ferdinand Tönnies. To razumevanje je zapleteno. Velika teorija družbe, v tej eno ključnih mest zaseda javno mnenje. Njegova zgodnja definicija: Javno mnenje zahteva postavitev veljavnih in splošnih norm. JM je namenjeno generiranju splošne in veljavne norme. Ne na temelju slepega verovanja, ampak na temelju jasnega vpogleda v pravilnost doktrin, ki jih priznava in sprejema. Po svoji težnji je znanstveno in razsvetljeno mnenje. Kontrafaktični ideal – ta ideja JM nikjer in nikoli ne more biti uporabljena v realnosti.

1922 se je Tönnies izognil definiciji JM – pretežka naloga. Za izhodišče si je izbral idejo, da ne JM soglasje mnogih ali vsaj največjega dela državljanov v sodbah, ki bi bile vsakemu posamezniku sprejemljive po njegovih lastnih izkušnjah. Ideja soglasja, ki jo pred tem najdemo tudi pri Robertu Parku. Soglasja en gre razumeti v absolutnem smislu, vsi ljudje nimajo identičnega mnenja, pač pa med predstavami ljudi obstaja skladnost o tem, kaj je mnenje večine.

JM ne nastaja skozi vzgojo, ni predstavljanje navad, običajev. JM ne pomeni soglasja ki bi spreminjalo zakone in religijo v način mišljenja nekega naroda ali posameznika. JM ni avtokratsko. Tam, kjer je enoumje, ni javnega mnenja. Posameznik, ki sodeluje v oblikovanje JM, mora biti avtonomen. Prezema in razmišlja o mnenjih ki krožijo avtonomno. V nac. Nemčiji se je JM npr. oblikovalo kot posledica propagande. To je povsem v nasprotju s Tönniesem, ki pravi da brez avtonomnosti posameznika JM ne obstaja.

Tönnies – 2 tipa volje

V skupnosti se uveljavlja organska volja, za posameznika je značilno, da sebe vidi v funkciji skupnosti. Posameznik svojo eksistenco podreja neki entiteti, katere del je. Odnos Slovencev do hiš, to je tipičen primer. Slo skoraj niso sposobni zapustiti svoje hiše, Američani pa to lahko počnejo praktično vsak teden. Hiša pri nas ni instrument za boljše življenje ampak je cilj. Lastnina je del mene. Isto pri domačih živalih, pri instrumentalni volji to recimo ni del mene saj so živali zato da jih pojemo :) Primer organske volje je tudi religija. Ne sprejemam jo racionalno, ampak sledim mnenju večine.

Drugi tip – instrumentalna oblika volje. Značilno je, da posameznik druge posameznike vidi kot sredstvo za realizacijo lastnih ciljev.

ČETRTO PREDAVANJE (13.3.2013)

Zadnjič o protislovju med konceptualizacijami JM. Gre za veliko reaktualizacij. V različnih obdobjih prihaja do različnih konceptualizacij JM. Na to predvsem vplivajo mediji (predvsem tisk, ki tako rekoč povzroči nastanek JM, javnosti brez tiska ni!). 19/20 st. pojav množičnega tiska.

Revolucionarna sprememba okoliščin, ki vplivajo na razumevanje JM. 20/21 st. nove oblike komuniciranja. Spet prihaja do različnih konceptov JM. Zato, da vse te okoliščine lahko vplivajo na spremembo pojma JM, mora obstajati nek pojmovni oz. pomenski prostor, ki ni zapolnjen. Če obstaja neko nasprotje med „javno“ in med „mnenje“, potem se v vsakem obdobju na nek drugačen način razreši. Seveda ne gre samo za okoliščine, ampak tudi za razvoj znanosti. Imamo nov znanje o dogajanjih in nove poglede na to, kakšna naj bi bila družbena ureditev, v kateri JM deluje. Globalizacija je proces, v katerem vse postaja vse bolj podobno vsemu drugemu. To ne pomeni samo, da se razlike med nacionalnem trgu spreminjajo, ampak se spreminjajo tudi razlike v javnostih. Problem podrejanja medijev zakonitostim trga, ne pa notranjim zakonitostim tiska. Področja se globalizirajo pod pritiskom privatizacije oz. interesi kapitala.

.....

Javnosti se konstituirajo preko meja (zaradi interneta). Ta dimenzija internacionalizacije je prisotna že v zgodnjih konceptih JM. Že pri Benthamu lahko slišimo metaforo „balkon v parlamentu“. Tam je prostor, kje sedi javnost, ne samo državljani ampak predvsem novinarji. Bentham poudarja, da je za obstoj javnosti bistveno, da na balkonu sedijo tudi tujci. Kasneje to metaforo uporabi še Lipmann. Javnost primerja z občinstvom, ki sedi na balkonu in na nek način oddaljena od tistega, kar se dogaja na odru, in ne razume, ne sliši, kaj se tam dogaja. S tem pove, da je javnost popolnoma neuporabna stvar (nič ne ve, nič ne sliši, nič ne vidi). Ideja internacionalizacije je tore vse čas prisotna, v sodobnosti pa še posebej. K temu prispevajo tudi migracije prebivalstva. Spreminja se odnos med rezidentstvom (registrirano stalno bivališče) in prebivalstvom (tisti, ki več čas živijo na nekem območju). Ali lahko govorimo o javnosti, če so rezidenti izključni iz nje? (primer plinskih terminalov). Preoblikovanje vladanja (nekoč) v vladovanje (danes). V tem procesu se izgubljajo suverenosti nacionalnih držav. Naslovniki JM, ki imajo kompetenco in suverenost, da regulirajo neke procese, so zunaj nacionalne države. Temu procesu pravimo tudi proces denacionalizacije. Vpliv na odločanje je pomembno. Pri njem, po navadi na zelo netransparenten način, sodelujejo organizacije, ki niso bile izbrane po nikakršnem demokratičnem postopku. Tudi ko se ve, kdo odloča, se ne ve točno, kdo stoji za odločanjem. Npr. bonitetne ocene, ki so lahko tudi popolnoma zgrešene in imajo usoden posledice za državljane, na katere le-ti ne morejo vplivati. Javno mnenje je po Tönniesu smiselno definirano samo v okviru demokratične teorije oz. družbe. Obstaja samo v demokraciji, brez nje pa JM ne obstaja. JM stoji in pade z načelom obče dostopnosti. To načelo pomeni, da lahko vsakdo, ki ga prizadevajo dolgoročne pomembne posledice transakcij, v katere ni bil neposredno vpleten, lahko tudi sodeluje v razpravljanju (lahko vpliva) na to, kakšni predlogi bodo naslovljeni na regulatorje. Smisel JM je vplivanje na način regulacije. Če

nima učinka, potem to ni JM.

Prvo zgodnje obdobje – normativno filozofskih teorij JM (Kant in Bentham)

Bentham se je ukvarjal z JM, Kant pa se je ukvarjal predvsem z naravno javnega in individualno pravico do izražanja.

Bentham prispeva idejo, da je JM kot nadzornik, kot neko sodišče, ki razsoja o tem, kaj je prav in kaj ne. Kant pa javno rabo razuma povezuje s prizadevanjem in zmožnostjo posameznika, da se postavi v vlogo učenjaka (danes temu pravimo ideja JM kot rezultata racionalnega razpravljanja). V tem obdobju se velik del razprav suče okoli pravice posameznika, da javno izrazi svoje mnenje in okoli posledic, ki jih ima ta pravica na družbo. Te posledice so zelo ugodne, saj povečujejo srečo čim večjega števila ljudi. V naslednjem obdobju je ta sreča problematizirana, ko gre za objavljanje mnenj v tisku. Tisk je bil sredstvo, ki je bil relativno lahko dostopen državljanom. Za to manjšino v tedanji družbi je bil tisk cenovno dostopen.

Drugo obdobje (od 20 let 19. stoletja naprej) – Alexis de Tacqueville, John Steuart Mill

V tem obdobju prihaja do zlorabe te ideje (posameznikove pravice do mnenja). Tukaj je ta pravica zlorabljena s strani večine. Govorimo o TIRANIJI JM. Javno mnenje ne nadzoruje oblasti ampak manjšine med državljani. Večina z realizacijo te pravice, odreka pravico manjšinam, ki nimajo nikakršne možnosti, da bi na dolgi rok svoje mnenje uveljavili. Sem spada Lipmann s svojim „balkonom“. Problem izgube manjšin v JM.

Tretje obdobje - obdobje sociologizacije teorij JM (konec 19. do 20 let 20 stol.) - Tarde, Dawey. Park, Tönnies in tudi Williem Ross

Najbolj produktivno obdobje. Ross se ukvarja s problemom socialne kontrole (social control). Ross v svoji knjigi obravnava JM kot obliko socialnega nadzora. Zanimiva je zato, ker zajema zgodnje teorije JM in jih aplicira na ameriško družbo tistega časa. Ta sled zgodnjih teorij v njegovi teoriji je zlasti v tem, da razlikuje oblike nadzora na demokratične in nedemokratične. JM v pravem pomenu po Rossu je JM, ki izvaja nek demokratičen nadzor, ki ne povzroča strahu pred izražanjem mnenja. Bistveno drugače kot ideja o tem, da večina nadzira manjšine. Za Rossa je nadzorovanje bistvena lastnost družbe. Brez sistemov NADZOROVANJA družba ne more obstajati. JM – demokratične oblike nadzora. V praksi se sicer dogaja to, da so mehanizmi nadzora, s katerimi naj bi delovalo JM, zlorabljeni. Vzrok = tisk je prenehal biti orodje JM, ampak je zlorabljen v rokah MANJŠINE. Za razliko od že omenjenih prejšnjih teorij (večina nad manjšino), je tukaj ravno obratno. Pojavita se dva trga – klasičen bralcev in še en oglaševalcev. Slednji dobiva v tisku vedno več prostora. Ta proces razni avtorji potem radikalizirajo. Ne gre za to, da bi časopisi prodajali prostor

oglaševalcem, ta prostor ni nikakršno blago, saj ne zahteva nobenega dela. Ta prostor je v bistvu POZORNOST BRALCEV. Mediji torej prodajajo potencialno pričakovano pozornost ljudi.

Sociologizacija je v tem, da se Tard, Tönnies, Park z JM ne ukvarjajo samo na normativni ravni ampak tudi empirično. Spor med Tardom in Durkheimom je v tem, da je prvi dokazoval, da je komuniciranje temeljno družbeno dejstvo, Durkheim na drugi strani pa pravi, da nekaj, kar se dogaja v človeških glavah med ljudi in ne obstaja zunaj njih, ni družbeno dejstvo. Javnost nastane s tiskom (Tarde), ideje, ki se pojavljajo lokalno, pridejo tudi na druga mesta in ideje se povežejo. Torej obstoj javnosti je nujno povezan s teorijo o komuniciranju kot temeljnem družbenem dejstvu. Tudi Tönnies govori o kozmopolitstvu – JM ni lokalno omejeno. Vedenje ni omejeno z nacionalno mejo. Bistvo je, da je prisotno normativno izhodišče.

Konec sociologizacije ima zelo daljnosežne posledice, saj se JM trivializira s pojavom mnenjskih poizvedb. Normativne poizvedbe JM so odpravljene. K temu še dodatno prispeva naslednje obdobje -->

Četrto obdobje – psihologizacija JM

Prejšnja ideja zamre. Pride do preloma. Začne se vloga teorij adjektivnih teorij JM. Obstoj javnosti ni več obravnavan kot pogoj za obstoj JM. V ospredje se postavi individualen proces izražanja mnenje, v ospredju je bolj oblikovanje kot izražanje. Na kakšen način posameznik oblikuje mnenje? JM postane razumljeno kot preprost agregat posameznih mnenj. To postaja tudi teoretski „alibi“ za izenačevanje JM z mnenjskimi poizvedbami. Ross JM obravnava kot posebno vrsto sugestije, ki so ji izpostavljeni izolirani posamezniki. JM torej ni problem raziskovanja zato, ker bi hoteli vedeti, na kakšen način se izoblikuje in izraža, pač pa zaradi svojih učinkov na posameznika. Spremembe v rekonceptualizaciji so povezane s spremembami na področju komuniciranja. Zelo pomemben indikator --> PISAVA! Že z nastankom pisave so se odnosi v družbi revolucionarizirali. Povzroči nastanek civilizacije, civilizacija pa povzroči nastanek razredne družbe (tisti, ki pisavo obvladajo in tisti ki je ne). Pred pisavo so komunicirali vsi.

.....

Pojav tiska je pomenil obstoj javnosti. Razvoj tiska, ki je povezan z idejo množične družbe. Ni enega brez drugega. Rekonceptualizacija ideje svobode tiska. V zgodnjem obdobju je razumljena izključno kot posameznikova svoboda in pravica. V zgodnjem obdobju se torej govori o svobodi TISKANJA. Z množičnim tiskom (s korporativizacijo) se spremeni ta koncept. Svoboda tiska je svoboda korporacij in ne posameznika.

Z drugimi komunikacijskimi tehnologijami pa seveda pride še do dodatnih sprememb. Pri tisku je JM obravnavano na temelju racionalnega diskurza (na temelju argumentov, ki so v javnosti sprejeti). Z nastankom radia in izrazito s TV ideja JM to podstat racionalnega diskurza izgubi. PROPAGANDA VS. JM. JM se sedaj povezuje s propagando, pojem JM pa dobi povsem drugačen

pomen, tisti, ki je povezan s psihologizacijo. Avtorje zanima predvsem učinkovitost propagande. Primer je nacistična propaganda. S TV pride ideja VIDNOSTI. Bentham je že v zgodnjem obdobju razvil idejo „panoptikuma“ (idejo nadzora z vidnostjo). Pri tem gre za to, da nadzornika napravimo nevidnega. Zaradi njegove nevidnosti so tisti, ki so nadzorniku vidni, nikoli ne vedo, ali so dejansko vidno ali ne, ali jih nadzornik dejansko gleda ali ne. In ker nikoli ne vedo, se ves čas obnašajo, kot da jih nekdo gleda. Ideja panoptikuma je ideja organizacije posebnih institucij. Zapor, bolnišnice in šole. To so panoptične institucije, kjer je množica posameznikov opazovana na način, da nadzornik ni viden. S televizijo postane vprašanje „nasilne vidnosti“ izrazito. Zopet se začne uveljavljati panoptična ideja. Mediji nadzorujejo vse po vrsti in nihče ne more biti prepričan, da ga nekdo ne gleda. Ta ideja je danes zelo zapostavljena --> koliko je računalnik, mobitel uporaben kot sredstvo za nadzor nad uporabnikom? Primer: gospod in reklame za dojenčka! Vedenje, ki se kaže skozi uporabo tehnologij, je dejansko ves čas nadzorovano. Tako kot Benthamova ideja panoptikuma. Na kakšen način lahko kogarkoli napravim vidnega proti njegovi volji.

Ross je opozarjal na velik problem, da manjšina (tisti ki imajo v lasti tisk, televizijo ...) nadzira večino (za razliko od tiranije večine, na katero so opozarjali drugi avtorji) :)

Mnenjske poizvedbe so imele uničujoče posledice za normativne teorije JM. Poizvedbe omogočajo tako rekoč vsakomur, da je izbran in vprašan za mnenje, kar naj bi bil bistven prispevek k večji demokratizaciji.

Mnenjske poizvedbe so v bistvu peta kategorija

Spirala molka je šesta kategorija

Ta ideja nadaljuje tradicijo psihologizacije in individualizacije JM. Pri čemer je njena specifika, da izhaja iz predpostavke o posameznikovem strahu, pred socialno izključenostjo. V osnovi gre za empirično konceptualizacijo, ki je bila testirana v velikem številu množic po vsem svetu. Raziskovali so oblikovanja posameznikovih stališč na podlagi njegovega mikro okolja.

Zamrto tradicijo normativne teorije JM je oživil HABERMAS. Znan je kot avtor teorije JAVNE SFERE. Splet okoliščin je prispeval k nastanku teorije javne sfere. Javna sfera ni socialna kategorija. Je neke vrste družbena infrastruktura, ki omogoča izražanje JM. Najvidnejši so informacijski kanali in tehnologija. Javnost ali javnosti pa so tiste, ki generirajo JS. Javnost sama ne more napraviti javne sfere (kot vprašanje kure in jajca, kaj je bilo prej). Npr. brez tiska ni javnosti, brez javnosti pa tudi tiska ne bi bilo ... Ravno tako je z JS (internet, mobiteli ...). Ob komunikacijski infrastrukturi pa so pomembne še družbene spremembe. Gre za konkretne medije, ki so specifične oblike socialne organizacije (časopis ni samo potiskan papir ampak celotna medijska hiša, ljudje, uredniki ...).

Bistvena sprememba z uvajanjem pojma javne sfere povzroči to, da se pojem javno mnenje nekako izgublja. Nadomešča jo ideja javnega diskurza. IZRAZITO UMANJKA SUBJEKT JM – NI VEČ JAVNOSTI! To smo videli že pri mnenjskih poizvedbah (te ne operirajo z javnostjo oz. javnost postane statistična kategorija, ki je izenačena s npr. s prebivalci neke države). Povsem podobno se ideja JM izgubi tudi v spirali molka, ki naj bi bila model JM, ampak ki ne izhaja iz javnosti kot neke skupine. Ekstrapolira situacijo, v kateri so posamezniki v neke komunikacijskem odnosu. Po tej teoriji javnost tvorita lahko samo DVA subjekta, ki ustvarita neko komunikacijo.

Sedma kategorija je JAVNA SFERA

Nastala je naključno. Vsebinsko najpomembnejši razlog, zakaj je pojem JS postal tako atraktiven, je bila pomenska izpraznjenost pojma JM. JM je konstitutivno za vsako demokracijo, saj demokr. ne more obstajati. V javni sferi lahko nastopajo tudi akterji, k za JS niso konstitutivni.

Kritika zatona ideje JM

Osma kategorija – Jahmes Fishkin

Razvoj, ki so ga prinesle mnenjske poizvedbe, je bil kritiziran z več strani. Ena od kritik teh poizvedb je opozarjala na problematično zanesljivost mnenjskih poizvedb. MP so diživele razcve, da je z njimi JM končno empirično zanesljivo definirano (lahko ga izmerimo). Zgodnje obdobje Fishkinovega raziskovalnega dela je bilo namenjeno kritiki MP. Non-attitude (ne stališča in ne mnenja). Rezultati poizvedb so na individualni ravni nezanesljivi. Lahko se spreminjajo vzelo kratkem času in so zelo odvisna od zunanjih okoliščin in zunanjih spodbud. Npr. odgovor B je odvisno od tega, kakšno vprašanje je bilo pred tem postavljeno A. Zelo odvisno, kako je vprašanje zastavljeno (lahko je npr. sugestivno). Osnovni problem je, da mnenje nastane na trenutno reakcijo na trenutno vprašanje. To v bistvu sploh ni mnenje, ampak zgolj moja odločitev v trenutni situaciji. Torej je to, kar se jemlje kot mnenje, sploh ni mnenje, saj ga lahko že v naslednji minuti spremenimo. Npr. anketa po telefonu – izbiramo odgovore na postavljeno vprašanje ... Na kakšen način doseči, da bodo ta „nemnenja“ res postala mnenja. Fishkin je torej organiziral naključno izbiro 300 respondentov in jih pripeljali na univerzo v Texasu, kjer so o problemih razpravljali s strokovnjaki. Pred in po srečanju je Fishkin opravil anketo. Ta eksperiment je pokazal, koliko razprave vplivajo na posameznikovo mnenje, in tudi, na kakšen način ga je mogoče zlorabit. Fishkin je to metodo prodajal oblasti – zelo uspešno. Nekdo, ki lahko regulira posledice nekih transakcij, če nekdo poskuša izpeljat neko regulacijo, je vnaprejšnja ocena učinka te regulacije zelo pomembna. Primer: privatizacije voda. Denimo, da si je EU res mislila, da bi bilo pod vplivom kapitala potrebno privatizirat. Da bi se regulator zavaroval pred ekstremnimi reakcijami, kakršne je bile v Sloveniji, prej opravi takšno poizvedbo, da se potem izogne reakciji. Gre za tipično zlorabo,

ki se je zgodila s poizvedbami.

Deveta kategorija – TRANSNACIONALIZACIJA

Spremembe, ki se dogajajo z globalizacijo, zelo vplivajo na konceptualizacije teorij JM, javnosti, javne sfere. Vse več transakcij je zunaj nacionalnih držav. Proces kulturne menjave je pomemben proces v tem kontekstu.

MNENJSKE POIZVEDBE

Posebno pri MP je to, da nekateri avtorji, tisti ki zagovarjajo izjemen pomen MP, ti avtorji poskušajo izpostaviti poseben pomen. Edino to je JM, izključno to in nič drugega. Vse poprejšnje konceptualizacije pa izključujejo. Specifika MP je ta, da reducirajo fenomen na empirično obravnavo in zavračajo vse teoretske pristope. Ideja MP je sicer starejša od fenomena samega. James Bryce je zapisal, da je prva faza v razvoju JM obdobje fevdalen družbe, v kateri podaniki sprejemajo fevdalno oblast. To sprejemanje se kaže v tem, da se ne borijo proti oblasti. Druga faza pa je konflikt med fevdalno oblastjo in meščanskim razredom, ki pridobiva na moči. Z meščanskimi revolucijami se to obdobje konča in pride do tretje faze – faze demokratičnega JM. Demokratični značaj se manifestira v rednih volitvah. Četrta faza je nastop t.i. utopične ideje, v kateri bi bilo možno redno tedensko ali mesečno spremljati spremembe v mnenjih ljudi. Ta faza bi predpostavljala povsem nove tehnologije. Pride tudi do t.i. permanentnega referendumu, ki bi bil osnovna podlaga za neposredno demokracijo. V prvi svetovni vojni se v ZDA razvije tehnologija, ki omogoča takšno početje. Napovedovanje volitev je bilo zaradi napačno izbranega vzorca (vozniška dovoljenje in telefonski priključek) napačno in netočno. V letu 1936 se zgodi revolucionarna stvar, ko je državna agencija zgrešila rezultat volitev za več kot 20 %, medtem ko so trije drugi instituti napovedali pravega zmagovalca. Ta zanesljivost napovedi je obveljala kot dokaz veljavnosti poizvedb. Prvi razlog za uspeh je **NAKLJUČNO VZORČENJE**. Zanesljivost pomeni odsotnost sistematičnih napak, veljavnost pa pomeni, da dejansko raziskujemo tisto, kar želimo raziskovati. Takšno, tako rečeno zmotno prepričanje o zanesljivosti MP je obveljalo. Ljudje so se začeli s tem poklicno ukvarjati in MP so dobile domovinsko pravico povsod. Ta zanesljivost obnašanja „potrošnikov“ je postajala zelo pomemben faktor tudi pri podjetništvu in trgovini, oglaševanju, kasneje pa tudi v politiki.

Mnenjske poizvedbe akterja, ki ustvarja JM, ni. Premišljevanje o tem, kdo je subjekt v MP je irelevantno. Manj strogi kritiki MP pravijo, da gre za arbitrarno določeno populacijo. To pomeni, da izbira posameznika v vzorec, nima nič opraviti z dejanskimi mnenjskimi procesi v družbi.

Zagovorniki MP izenačujejo javnost z večino populacije. Javnost razumejo kot tisti del respondentov, ki izražajo večinsko mnenje, ki pa je reprezentativno za celotno populacijo. Ta večina populacije pa je kljub vsemu fiktivni subjekt (izguba generičnega subjekta, ne ukvarjamo se več s tem kdo je javnost ali kdo jo tvori, javnost kot socialna kategorija ne obstaja več).

SPIRALA MOLKA

Ima več predstavnikov in tudi predhodnikov Neumannove, ki jo poznamo. Njena teorija spirale molka zavrača teorijo zmagovalcev (nasprotno od Lazersfelda). Po volilnih izidih marsikdo spremeni svoje stališče do določene stranke in se preseli k zmagovalcu (tako Lazersfeld). Pri Neumannovi pa ljudje ne izražajo svojega mnenja, da ne bi bili v manjšini.

Push faktorji so tisti, ki nas silijo v nekaj (odselitev iz SLO zaradi slabi razmer)

Pull faktorji pa so tisti, ki nas privlačijo (grem na boljše, neke značilnosti potencialne destinacije).

Ne gre za univerzalno veljaven model – gre za kulturno določenost. Kulturna določenost velja za vsak družbeni odnos nasploh (vsak je družbeno specifičen). Model spirale je zasnovan na neki specifični izkušnji avtorice (nacizem).

Za Neumannovo je konsenz pritisk konformnosti. Konsenz je rezultat družbene prisile, tako rekoč naravne sile ljudi po konformnosti (če nihče javno ne kritizira sistema, potem se vzbuja vtis in posameznik ima vtis, da nepravilnosti ni). To velja za iracionalne teorije JM

V racionalnih teorijah je konsenz seveda rezultat javnega razpravljanja na podlagi argumentov.

Temelj javne sfere so množični mediji. JS je komunikacijska infrastruktura, ki omogoča posameznikom vključevanje v javne razprave.

Regulacija – nek izdelek, stvar, mnenje ... ne more priti na „trg“ brez regulacije. Avtomobilska industrija, prehrana, letalska industrija. Zakaj torej mediji ne bi smeli biti regulirani? Regulacija npr. z mnenjskimi vavčerji?

Javni mediji so tisti, ki omogočajo državljanom, da v njih izrazijo mnenja. Temu ustrezna mora biti tudi regulacija množičnih medijev. V sodobnosti take regulacije nikjer ni, kar je paradoksalno, prav v ZDA pojavila ideja, da bi bili časopisi organizacijsko oblikovani tako kot javne univerze, kar bi seveda pomenilo, da bi se financirali kot fundacija, neke vrste javni zavodi. Kasneje (pred 2, 3 leti) je Habermas za Deutsche Zeitung pripravil idejo, da bi morali biti tudi časopisi organizirani kot

javna televizija.