

Kontinuiteta simbolov, metod in nosilcev množičnega prepričevanja

Peter Jambreč

Pogled v zgodovino

Že od začetka šestdesetih let preteklega tisočletja sem dejavno sodeloval pri prvih pobudah za empirične sociološke raziskave, ki so ves čas uporabljale v Sloveniji prav javnomnenjsko anketo kot osrednje, celo daleč prevladujoče orodje za zbiranje podatkov. S prof. dr. Janezom Jerovškom sva na primer sodelovala pri anketi lokalnih funkcionarjev (1964), ko sva preučevala distribucijo vpliva v slovenskih občinah, pozneje sem sodeloval tudi pri anketnih raziskavah Raziskovalnega centra oziroma inštituta, ki ga je vodil prof. dr. Niko Toš. Na začetku, še kot podiplomski študent, sem veliko sam anketiral, pozneje sem sodeloval ali samostojno načrtoval ankete, se pravi formuliranje vprašanj, izbor vzorca, oblikovanje vprašalnika, načrt obdelave podatkov itn. Za mano je torej približno trideset let tovrstnega sociološkega dela – v nekdanjem nedemokratskem režimu.

Koliko so bile v tem totalitarnem sistemu vse te ankete veljavne, zanesljive in natančne? Ali so merile tisto, kar so želele raziskati? Da in ne. Po mojih izkušnjah so ankete dajale najbolj veljavne odgovore na enostavna strukturna vprašanja, ki jih je mogoče preučiti na podlagi »trdih«
podatkov, kot so na primer starost, spol, izobrazba, kraj bivanja itn. Dovolj zanesljivi so bili tudi odgovori na vprašanja o stopnji informiranosti o različnih vprašanjih.

Na najbolj spolzkih tleh pa so pristajali rezultati anketiranja o psiholoških odnosih ljudi do določenih pojavov (stvari, ljudi, inštitucij, simbolov, vrednot), o njihovih stališčih, vrednotah itn. Vendar so bile lahko tudi tovrstne ankete uspešne glede na običajna v svetu znana metodološka merila, če so spraševale ljudi indirektno, tako da pravzaprav ni bilo neposredno očitno, katero globinsko dimenzijo anketirančevega mnenja poskuša izmeriti raziskava.

Najbolj problematični so bili v vseh – metodoloških in teoretskih

pogledih – ankete in ustrezna vprašanja, ki so spraševala o odnosu ljudi do aktualnih političnih dogodkov, osebnosti, institucij ali političnih usmeritev. Na ta vprašanja so anketirani sicer dajali odgovore, ki smo jih zapisovali, obdelovali, statistično analizirali in interpretirali – vendar se mi je zdelo to početje že od nekdaj, danes v retrospektivi pa še posebno, zelo problematično.

Vsi, ki smo izvajali te ankete, smo se zavedali, da se ljudje bojijo povedati, kaj res mislijo, še posebno če so bila vprašanja »delikatna«, »ideološka«, ali če so spraševala o stališčih do »uradnih« vrednot, simbolov, oseb ali organov. V tistih časih se je nekako vedelo, kaj je dovoljeno, kaj prepovedano, kaj »tolerirano«. Vendar je bila siva cona manevrskega prostora svobodnega izražanja in izjavljanja relativno ozka. Takoj ko je anketar trčil ob sfero vedenja in stališč do uradno veljavnih »resnic«, je dobil tudi temu ustrezen odgovor: ta je bil replika, zrcalna slika uradnih stališč. Slednja pa je posameznik izvedel iz uradnih medijev – iz šole, časopisov, televizije, radia, na političnih sestankih itn.

Ljudje so praviloma, razen zelo redkih preprostih, politično povsem neukih, nevednih ali marginalnih posameznikov, odgovarjali »pravilno«. Tako je anketiranje na tem izseku javnega mnenja dajalo uniformno preslikavo uradno sporočanih informacij, ki jih je proizvajal in posredoval režim po svojih propagandno-agitacijskih aparatih. Poleg našega intimnega poznavanja psihologije preprostih ljudi – anketirancev – njihovih bojazni, razumljivega konformizma in ustreznih prizadevanj, da bi izražali lojalnost in ideološko-politično pravovernost, pa je obstajal tudi zanesljiv objektiven indikator (dokaz?) omenjenega prekrivanja uradnih ter v anketnih razgovorih izraženih stališč.

Številne ankete so v rednih časovnih presledkih ponavljale ista vprašanja, tako da si je bilo mogoče ustvariti longitudinalno podobo časovne dinamike stališč. In na prvi pogled je bilo očitno, da se stališča respondentov spreminjajo vzporedno oziroma s komaj opaznim časovnim zaostankom za spremembami v uradnih stališčih. Uradna stališča v odnosu do istih političnih vprašanj namreč niso ostajala enaka v vseh teh desetletjih ter v enem desetletju iz leta v leto. Prav te spremembe je zvesto in natančno reflektiral tudi razvoj na podlagi anket raziskanega slovenskega javnega mnenja. To velja za vprašanja o mednarodnih odnosih v Jugoslaviji, do eno- ali večstrankarskega sistema, do nenehno aktualnih ustavnih sprememb, do zunanjepolitičnih usmeritev itn. Tudi longitudinalni pregled ni odseval nič drugega kot časovni presek javnega mnenja: namreč dejstvo, da so bili uradni mediji uradni posredniki uradnih informacij, ljudje kot naslovniki teh in-

formacij pa so izražali »uradna stališča«. Vsemu skupaj bi danes morda rekli »virtualna resničnost«, čeprav takrat računalniki še niso bili tako splošno razširjeni kot danes.

Vrednote v prehodu: slovensko javno mnenje 1990–

Prof. dr. Niko Toš je pred dvema letoma uredil zajeten zbornik, knjigo, ki sistematično in pregledno povzema glavne rezultate javnomnenskih raziskav v preteklem desetletju, v devetdesetih letih, torej po inavguraciji formalne demokracije leta 1990 in v obdobju t. i. tranzicije. Zdi se mi, da tudi ta longitudinalni pregled daje dovolj podlage za potrditev domneve o uradnem konformizmu slovenskega javnega mnenja, ki se podaljšuje iz totalitarnega političnega sistema v formalno demokratičnega. Ponavljam, da ta domneva velja predvsem za področje aktualnih političnih parametrov javnega mnenja. Mislim, da je strahu, konformizma, previdnosti, izrazov uradne lojalnosti in ustrezno potvorjenih osebnih stališč, izraženih v anketnem pogovoru, morebiti manj kot pred desetimi leti, da pa cezura med bivšim režimom in sedanjim sistemom v tem pogledu ni ostra in korenita. Nasprotno, čeprav se krivulja demokratizacije javnega mnenja nesporno vzpenja, se mi zdi, da se je začela enakomerno dvigovati že sredi osemdesetih let in da se je z istim blagim naklonom navzgor vzpenjala še vsa devetdeseta leta, brez velikih in skokovitih obdobjev rasti oziroma vzponov. Po drugi strani pa po absolutnih vrednostih ta krivulja še vedno ne dosega demokratičnega praga, ki ga predstavlja avtonomno, svobodno in informirano oblikovanje ter izražanje osebnih stališč do delikatnih in aktualnih političnih vprašanj, ki označuje participativno in civilno kulturo.

Nedavni indikator trenutne lokacije omenjene krivulje je na primer neskladje med javnomnensko izmerjenimi stališči slovenskega prebivalstva do osrednjega vprašanja referendumu o možnosti umetne oploditve zdravih samskih žensk ter rezultati istega referendumu. Anketne raziskave pred referendumom so pokazale skoraj izenačeno število stališč »za« in »proti«, referendum pa je pokazal prepričljivo prevlado enega spektra stališč.

Javnomnenske raziskave »so se zmotile« za nekaj deset odstotkov. Mislim, da te razlike ne moremo pojasniti na podlagi kritičnih ocen profesionalnosti izvedbe anket, se pravi morebitnih metodoloških napak pri vzorčenju, formuliranju vprašanj, ali pri statistični analizi ter interpretaciji in javni predstavitvi rezultatov. V prijateljskem pogovoru o tej temi v krogu uredništva *Nove revije* sem rekel, da v tem primeru

raziskave niso pravilno zrcalile javnega mnenja. Drago Jančar pa mi je odgovoril (v približnem povzetku), da so že natančno zrcalile, kaj so ljudje povedali, ne pa, kaj so si mislili.

S to pronicljivo in po mojem tudi pravilno oceno je bilo povedano, da so tudi v letu 2000 slovenski državljani kazali isto razdaljo med svojim zasebnim in javnim prepričanjem, kakršna je bila značilna za svinčena leta komunistične oblasti: eno si mislim, drugo povem (in tretje naredim). V uradni situaciji osebnega ali telefonskega anketnega intervjuja je respondent povedal tisto, kar je mislil, da mora povedati, da se od njega pričakuje, da pove, oziroma kar se mu je zdelo najbolj »varno«, da pove. V nenadzorovani situaciji tajnega referendumskega glasovanja pa se je izjavil v skladu s svojimi intimnimi prepričanji.

To – pri tem referendumu dokazano – neskladje pa opozarja tudi na še vedno živi fenomen uradne propagande, ali vsaj propagande, ki jo ljudje percipirajo kot uradno, se pravi na navzočnost tistih sporočil, katerih označevalce dojemajo njihovi naslovniki kot monopolno elito oblasti. Če ne bi bila monopolna, potem je tudi ne bi bilo mogoče percipirati kot izvor obveznih, uradnih, vse zavezujočih sporočil. In če ne bi bil ta monopol stabilen, kontinuiran, mu ljudje tudi ne bi izkazovali navzven izraženega spoštovanja, lojalnosti in vsaj verbalne pokorščine – v situaciji anketnega spraševanja/zasliševanja.

Res pa je, da je omenjeno neskladje med javnim in zasebnim opazno le takrat, ko gre v resnici za dve različni sferi osebnega doživljanja in izražanja, torej ko se posameznik zaveda te dvojnosti in lastne razcepljenosti: (1) Pozna in razume uradna stališča, (2) zaveda se lastnih intimnih prepričanj in jih zna tudi izraziti v »notranjem govoru«, (3) »ve« ali vsaj računa z možnostjo, da je v kontrolirani situaciji anketnega intervjuja anketar predstavnik uradne oblasti in njen potencialni informator, (4) ne želi tvegati spora z režimom, za katerega domneva, da mu lahko škodi, ga kaznuje ali kako drugače sankcionira zaradi njegovih osebnih, od režimskih različnih stališč, in se zato posledično (5) javno izjavi v skladu z uradno pričakovanim stališčem, (6) v nenadzorovani situaciji tajnega glasovanja pa se izreče v skladu s svojo vestjo.

Po drugi strani pa obstaja vrsta javnih oziroma uradnih simbolov, ki so spričo ponavljajoče se indoktrinacije skozi desetletja preniknili tako globoko v zavest in podzavest posameznika, da se slednji niti ne zaveda prej omenjene dvojnosti in se torej brez pomisleka tudi v intimni situaciji tajnega glasovanja izreče v skladu z uradnim, oblastniškim vrednostno-političnim vzorcem. Ta domneva velja zlasti za tisto sfero političnega izjavljanja (v anketni in v glasovalni situaciji), ko se je treba

opredeliti za kake preproste, vsakdanjemu doživljanju ljudi bližnje pojave. Tedaj torej, ko uradna propaganda deluje na podlagi in s pomočjo simbolov, ki v nasprotju z abstraktnimi in zato manj prepričljivimi simboli učinkujejo znotraj konkretnega doživljajskega sveta posameznika. Značilen zgled so dolgo in dobro prodajani politiki uradne politične strukture, ki jih propagandni stroj prikazuje v njihovi konkretno-človeški pojavnosti, kot svoje sosede, družinske može in žene, očete in matere, športnike ali prijazne sogovornike. Isti propagandni stroj pa politične reprezentante nasprotne strani predstavlja kot politične subjekte brez temeljnih in vsakdanjih človeških vrlin, kot so toplina, prijaznost, poštenje, plemenitost, skromnost itn.

Kontinuiteta simbolov in metod politične indoktrinacije

Režimska propaganda se v desetletjih od svinčenih časov nekdanjega režima do današnjih dni, torej več kot deset let po inštitucionalno-normativnem zlomu komunizma, ni bistveno spremenila niti glede organizacijskih sredstev in prijemov indoktrinacije, niti glede vodilnih in osrednjih propagandnih simbolov, niti glede tehnik medijske propagande.

Kot verjetno velja za vsak propagandni stroj, je tudi komunistični deloval na podlagi dveh preprostih metod: povičevanja svoje ideologije in diskvalifikacije nasprotnikove, ter povičevanja svojih kadrov in diskvalifikacije nasprotnika.

Prvine in sistem ideologije komunističnega režima so se spreminjali in razvijali od Lenina, Stalina in Brežnjeva do Tita in Kardelja ter njunih novejših, tudi slovenskih naslednikov (Mitja Ribičič, Stane Dolanc, Milan Kučan in drugi). Gre za znane ideje srečne prihodnosti v komunizmu, ko v družbi ne bo konfliktov in nasprotij, ko bodo vsi srečno delali in pri tem razvijali svojo ustvarjalno osebnost, ko bo vsakdo dobil toliko in takih dobrin, kot si jih želi. Ko bodo vsi enaki, brez privilegijev in diskriminacije ne glede na narodno ali razredno pripadnost. Slika nasprotnikove družbe je bila nasprotna: polna konfliktov, nasprotij, razklanosti, nemira, privilegijev, izkoriščanja itn. Vse družbe »realnega socializma« pa so se nahajale nekje na prehodu med obema nasprotnima poloma.

V slovenski postkomunistični družbi so se od teh sistemskih vrednot prejšnjega režima ohranile v bolj ali manj razpoznavni obliki skoraj vse prvine: vrednota stabilne in brezkonfliktne družbe v nasprotju z

zavržno »razdeljenostjo« družbe, njenimi »delitvami« in konflikti; ideja nacionalne enotnosti v nasprotju z zavržno »partitokracijo«, torej vladavino političnih strank, ki da delijo ljudi, povzročajo spore med njimi itn. Prikrito je gojena nostalgija po bivši Jugoslaviji in njenih oblastniških ikonah (torej najvišjih partijskih funkcionarjih), po nekdanjem sistemu socialne varnosti in enakosti.

Ohranjene so tudi vse ključne prvine nekdanjega generičnega pojma »razrednega sovražnika«, ki se je delil na »notranjega« in »zunanjega«. V svinčenih časih sedemdesetih let izumljeni in uveljavljeni propagandni pojem »meščanske desnice« je nadomestila današnja »zgolj desnica«. »Desnica« je tolerirana, če je »žlahtna« ali »sredinska«, in še posebno če je del vladne koalicije. V nasprotnem primeru pa jo propagandni stroj označi za »fašistoidno«, »kolaborantsko«, »emigrantsko« ali »ekstremno«. Nasprotno pa je katerakoli levica označevana v pozitivnem pomenu. Je samo »levica«, v medijih pa se ne da zaslediti logično možnih komplementarnih pejorativnih pojmov »ekstremne levice«, »komunistične levice«, »nacionalistične levice« ipd. Kolikor nasprotniki levice uporabljajo zanjo značilne pejorativne deskriptorje, so slednji označeni kot patološka ideološka pretiravanja, »teorija zarote«, skratka čudaške blodnje.

Propaganda, ki sledi kadrovskim ciljem, uporablja v bistvu enaka sredstva, kot jih je v prejšnjem režimu, vendar komercialno-tehnično posodobljena. Režimski politiki so reklamirani z vsemi znanimi prijemi: v barvah, na velikih in malih plakatih, kot zadovoljni, prijazni in srečni mali ljudje, pozitivne slike in zgodbe se ponavljajo iz dneva v dan v isti ali pa času in kraju primerno predrugačeni obliki.

Nasprotniki režimskih politikov se delijo v bistvu na tri kategorije:

Na tiste, ki so postali nekako stalnice političnega življenja, ki se jih ne da tako ali drugače odstraniti in so zato nenehna tarča smešenj, žalitev, diskvalifikacij, podtikanj ipd. v tako rekoč vseh (režimskih) množičnih medijih.

Na druge, ki imajo prav tako ustaljeno vlogo, pa so pripravljene občasno ali stalno kolaborirati z režimom. Z njimi ravna propagandni stroj po principu »mrzlo-vroč« oziroma »korenček in palica«. Če in kolikor so podredljivi, so nagrajeni z milejšo medijsko obravnavo, če so muhasti in nedisciplinarni, so nemudoma kaznovani – torej medijsko napadani.

V tretjo kategorijo spadajo nekateri posamezniki, ki še niso vidnejši člani nasprotnega tabora, pa so se pravkar pojavili, ali pa so iz tega ali onega razloga postali neprijetni oziroma »politično škodljivi«. V teh pri-

merih ravnajo režimski mediji po ustaljeni metodi javne moralno-politične diskvalifikacije. Konkretnemu primeru se navadno posveti za njegovo posebno obdelavo določeni novinar, ki ima nalogo, da izbrska katerikoli obremenilni podatek o posamezniku, katerega politična likvidacija je načrtovana. Najbolj primeren je podatek, ki kaže na »moralno« deviantnost, ne pa na zavržnost obravnavane osebe v ožjem političnem smislu. Včasih prva ali druga obremenilna okoliščina, ki jo izbrskajo novinarski moralni policaji, še ne »vžge«, ni dovolj prepričljiva. Zato teče proces naprej, dokler ne najdejo dovolj učinkovitega prijema, ki ga nato medijsko »vrtijo«, dokler ni proces »umora osebnosti« (*character assassination*) dokončan. V pejšnjem režimu je po tej fazi neizbežno, s stoo odstotno zanesljivostjo sledila tudi dejanska politična likvidacija.

Proces demokratizacije slovenskega postkomunističnega režima je prišel do stopnje, ko faza dejanske politične likvidacije v obliki disciplinskega postopka, razrešitve s poklicne ali politične funkcije ipd. ni povsem predvidljiva. Včasih se zgodi, da medijska likvidacija abortira, ne sledi ji likvidacija nasprotnika, ker je režimu zmanjkalo moči, ker nima več konkretnih izvedbenih sredstev in energije za inštitucionalno odstranitev. Vendar pa procesu stigmatizacije ne sledi normalen postopek pravičnega zadoščenja (satisfakcije) žrtve poskusa likvidacije. Medijske žalitve ostanejo brez odgovora, priznanja, opravičila oziroma kazni za tiste novinarje in urednike, ki so kršili človekovo dostojanstvo diskvalificiranega.

Tehnike oziroma novinarske oblike medijske diskvalifikacije so pestre. V funkciji diskvalifikacije so skoraj vse rubrike in zvrsti novinarstva: od suhoparnih, vendar k cilju usmerjenih informacij prek »analitičnih« člankov do vznesenih komentarjev, ki obravnavajo žrtev s piedestala moralnih principov. Z vidika dostojanstva prizadete napadane osebe so zanesljivo najbolj ogabni režimski humoristi, ki se skrivajo za hrptom »satire«, »humorja«, »karikature«, raznih za namene osebne diskvalifikacije specializiranih »šaljivih« rubrik, ki poskušajo povzdigniti najbolj primitivne oblike obrekovanja, žaljivih obdolžitev, osebnega smešenja, poroga, zasmehovanja itn. na raven »zabavne« javne komunikacije oziroma se anonimno skrivajo za njenim hrptom. Kot najbolj skrajna primera te novinarske zvrsti lahko omenim na naslovnici tedenske revije *Mladina* objavljeno fotomontažo glave sedanjega avtorja, prežagane na pol z motorno žago, ali pa na naslovnici iste revije objavljeno fotomontažo glave Janeza Janše z naperjenim revolverjem, potisnjenim globoko v ustno votlino.