

Uvodna beseda

Janez Jerovšek

Ugotavljamo, da je temeljni problem slovenskega medijskega prostora pluralnost med mediji, ne pa pluralnost znotraj medijev. Iz tega sledi, da je pluralnost med mediji tista dimenzija, ki determinira svobodo in avtonomnost medijev in novinarjev. Z drugimi besedami: če si prizadevamo za avtonomijo medijev, je ne moremo ustrezno rešiti, dokler pluralizma med mediji ustrezno sistemsko ne rešimo.

Iz dosedanjega toka dogodkov na področju privatizacije medijev smo prišli do spoznanja, da s tržnim principom ne moremo priti do pluralnih medijev (Milan Balažic), kajti delovanje tržnih principov nas je pripeljalo do monopola, ne pa do konkurence, ki jo tržni princip predpostavlja. Dodatna težava v uvajanju pluralnih medijev je ta, da je tržni princip v Sloveniji kontaminiran s politiko, saj je »levi« kapital kot lastnik medijev na tržišču povzročil monopol. Po drugi strani pa tudi pravna regulacija ali medijska politika kot sredstvo za doseg pluralnosti ni obrodila ustreznega rezultata.

Ker problema pluralnosti med mediji nismo rešili niti po tržni poti niti po pravni poti z ustrezno medijsko politiko, smo se morali zadovoljiti s pluralizacijo znotraj medijev, ki je bolj igrana pluralizacija oziroma prikrita homogenizacija, pri kateri se v okviru določenega uredniškega koncepta v določenih proporcijah dopušča tudi druga pluralna mnenja, ki niso mnenja uredništva ali njihovega temeljnega koncepta.

Dogodki v zadnjem času pa kažejo, da se celo ta skromna notranja pluralnost zožuje, če ne že kar ukinja. *Dnevnik* s poudarjeno »levičarsko« umerjenostjo praktično ukinja notranjo pluralnost, *Delo* pa se z večjo stopnjo pluralnosti, ki jo je doseglo z vodstvom Danila Slivnika in Petra Jančiča, z novim vodstvom vrača nazaj in zožuje notranjo pluralnost. Za to svoje zoževanje išče kritje celo v pismih tistih bralcev, ki so odpovedali naročnino z utemeljitvijo, da so v časopisu prisotni zunanji sodelavci, s katerimi se medij želi uravnotežiti, kot so Dimitrij Rupel, Drago Jančar, Matej Makarovič in Alenka Puhar.

Z dogodki okoli *Maga* pa se ukinja tista skromna pluralnost med mediji, ki jo je Slovenija v desetih letih s težavo dosegla. Omenjeni dogodki kažejo nenavadno regresijo, ki se da primerjati s časom in dogodkom, ko je partija zamenjala uredništvo oziroma urednika *Nove revije* v času njene odmevne 57. številke.

Kriteriji za definiranje pluralnosti so razlike, to je, da isti pojav ali dogodek interpretiramo z različnih političnih in vrednostnih izhodišč. Takšno pluralnost smo Slovenci imeli že leta 1905, ko je bil postavljen Prešernov spomenik, saj je bil predmet ocenjevanja iz različnih zornih kotov. Danes te pluralnosti nimamo, saj različni mediji o pojavih in relevantnih dogodkih pišejo enako. Če namreč določeno novinarsko ime istočasno nastopa kar v štirih dnevnikih, pomeni, da so vsi mediji enaki.

Politično vrednostni pluralizem je najpomembnejši in subsumira ostale oblike pluralizma. Glede na to, da je družba stratificirana in razdeljena na različne politične, socialne, profesionalne in druge skupnosti, in ker interesi, pogledi, nazori in vrednote teh stratificiranih skupnosti niso enaki, morajo omenjene skupine imeti medije, ki so jim po interesu, vrednotah in političnih orientacijah blizu. Kolikor mediji te stratifikacije ne odsevajo v svojih vsebinah, jo nasilno homogenizirajo in s tem ustvarjajo napetost v sistemu. Poleg tega je tudi osnovna zahteva demokracije, da se stratifikacijske razlike v družbi odražajo v pluralnih razlikah med medijih.

Lahko pa ločimo pluralizem na osnovi pluralizma vsebin. Čim bolj široko pahljačo vsebin ima določen medij, tem bolj je pluralen, vendar ta pluralnost z vidika demokratičnosti ni bistvena. Široka pahljača vsebin, ki jih mediji nudijo, v praksi vodi v to, da so vsi mediji narejeni na enak način. To vidimo iz tega, da imajo vsi dnevni mediji enake ali podobne priloge. Zato široka vsebinska pluralizacija medij vodi v enciklopedijo, kot v svojem prispevku ugotavlja Bernard Nežmah.

Konkurenčni in kontrolni sistem v primeru, če so mediji medsebojno pluralni, deluje drugače, kot če so mediji samo notranje pluralni. V primeru, da so mediji medsebojno pluralni, so enostranskosti v selekciji informacij in komentiranju v enem mediju z določeno politično usmerjenostjo nadzorovane s strani medija z drugačno politično in vrednostno usmerjenostjo. Tako se pluralni medijski sistem medsebojno kontrolira in regulira po kriterijih ki so zunaj posameznega sistema. V času, ko je obstojal in deloval časopis *Slovenec*, kot pluralen in različen od drugih medijev, je bilo v medijih več tolerance, več kulturnega in spodobnega obravnavanja in manj medijskih »umorov« kot kasneje, ko na tržišču ni

bilo nobenega pluralnega in različnega medija. Taras Kermauner v svojem prispevku pravi, »da občevalni ton, ki je značilen za večino oddaj na slovenskih RTV, marsikdaj meji na lumpenističnega. Na nemških RTV sem bolj kultiviran, ob slovenskih trpim, ker se čutim nenehoma hujskan, s te ali one strani«. To pomeni, da je ena od lastnosti nepluralnih medijev hujskanje in iskanje sovražnikov.

V medijih, ki so uravnoteženi v uredniškem konceptu z notranjo pluralnostjo, so kontrolni kriteriji postavljeni znotraj sistema, medij si ga sam poljubno postavlja. V tem primeru lahko vsi mediji določeno informacijo zamolčijo in vsi mediji določen dogodek enako komentirajo, kar vodi v homogenizacijo medijskega prostora. Zato je notranja pluralizacija značilna za sisteme, ki niso dosegli skladnosti med političnim in medijskim pluralizmom.

Svojo notranjo pluralnost mediji dokazujejo tako, da privabijo nekatere zunanje, profesionalno priznane sodelavce – tudi teologe, za katere je očitno, da ne delijo političnega in vrednostnega koncepta uredništva.

Slovenija tudi težko formulira neko enotno medijsko politiko ali celo strategijo, iz preprostega razloga, ker je večina medijev privatiziranih. To, kar je v dosegu države, je le RTV Slovenija kot javna ali državna institucija. Ker pa je država v rokah vlade, ki se menja, ker v Sloveniji obstoja boj za posedovanje te medijske hiše in ker se na tem področju med političnimi subjekti niso uveljavila pravila igre, ki jih v drugih državah spoštujejo, je tudi tukaj težko uveljaviti medijsko politiko, ki bi veljala dlje kot velja en mandat.

Kolikor je država posegala v medijsko politiko v zadnjih petnajstih letih, je »poleg neučinkovitih mehanizmov za omejevanje medijskega lastništva uveljavila enako neučinkovite mehanizme subvencioniranja medijev, saj nikoli ni bila narejena analiza učinkov državne pomoči, ki bi pokazali, da so ukrepi dosegli svoj namen – več različnosti v slovenskih medijih«, kot sta v svoji študiji ugotovili Sandra B. Hrvat in Brankica Petković. Očitno je zakon, na osnovi katerega se razdeljujejo sredstva medijskega sklada, napačen, saj je kriterij za razdeljevanje sredstev interna pluralizacija. Kriterij bi moral biti zunanja pluralizacija. Ker se tudi stopnja notranje pluralnosti dnevnih časopisov ne povečuje, pomeni, da je zakon zgrešil svoj cilj.

Največja težava, ki je vir vseh napetosti, pa je v tem, da so mediji v »levih« političnih in kapitalskih rokah, ki sami po svoji logiki ustvarjajo homogene in nepluralne medije in so jim prav takšni potrebni v boju za oblast. Ker je naša »levica« močno obremenjena s totalitarnim vzorcem, ki ne dopušča partnerstva, in z ideologijo, iz katere izhaja prepričanje,

da drugi politični subjekti niso usposobljeni za vladanje, je kompromis pri obvladovanju in delitvi medijskega prostora zelo težaven. »Levica« ta prostor, z izjemo RTV Slovenija, *Financ* in *Demokracije*, obvladuje in ga s tem homogenizira, zato nima nobenega interesa, da bi moč, ki ji jo mediji dajejo, prepustila. S konceptom notranje pluralnosti dokazuje svojo demokratičnost, z dolgoletno »levičarsko« kadrovsko politiko pa si je zagotovila dominantno »levo« usmerjeno novinarstvo. Peticija novinarjev je demonstracija tega »levičarstva«, čeprav predstavlja le dobro četrtino novinarjev.

To je mogoče sklepati iz pretežnega dela prispevkov v tej reviji. Obstaja pa tudi nasprotno mnenje, ki soglaša z novinarsko peticijo. Peter Kolšek je prepričan, »da je slovensko novinarstvo po volitvah leta 2004 doživelo frontalni politični napad, koordiniran na najvišji vladni ravni in izpeljan s pomočjo kapitalskih struktur«. S tem je bila po njegovem izvršena družbena poškodba medijskega prostora, ki je ni mogoče izmeriti, mogoče pa jo je dobro videti kot zastraševanje, cenzuro, migracije novinarjev iz ene medijske hiše v drugo, neizmerljivo razsežnost samocenzurnega ravnanja, šikaniranje, odstavljanje, zamenjave in sankcije. Dogajalo naj bi se nasilno »uravnoteženje« v že relativno uravnoteženem medijskega prostoru.

Večina novinarjev je po Kolškovem mnenju intervencije v novinarsko avtonomijo po tihem prenašala ali se z njimi strinjala. Do vsesplošne odporiške države novinarjev, ki je zrasla iz profesionalne zavesti, pa je prišlo »šele spomladi 2007 v obliki vsesplošne slovenske novinarske peticije proti političnemu obvladovanju medijev, ko je največji pritisk (na *Delo*) pravzaprav že popustil.« V tej zvezi, piše Kolšek, »dobimo širšo sliko slovenske družbe, za katero je mogoče reči, da (še) nima zelo izoblikovane predstave o tem, kakšna je vloga medijev v demokraciji.« V tem kontekstu zavrača trditev, da je slovensko novinarstvo »levičarsko«. To dokazuje s tem, da je kritična drža že po naravi »levičarska«, da je slovensko novinarstvo ob osamosvojitvi odigralo pomembno vlogo in da slovenski novinarji kot »levičarji« nimajo korenin v socializmu, temveč v profesionalni demokratični tradiciji, čeprav je le-ta šibka.

Njegova stališča so v nasprotju z večino drugih stališč. Vprašanje je, zakaj isto stvar vidimo povsem različno. Spoznavna teorija in socialna psihologija odgovarjata, da je videnje in vrednotenje stvari in zunanje sveta determinirano z interesi, položajem v socialni in hierarhični strukturi, vrednotami, motivacijo in politično pripadnostjo. Vendar pa spoznavna teorija ne sklepa, da zato o isti stvari obstaja več resnic. Objektivna resnica je le ena.

Kako torej v sedanjih razmerah, ko smo na medijskem področju priča regresiji, preseči ali obrniti trend razvoja v smeri postopne pluralizacije medijev. Tržni sistem se je izkazal za neučinkovega in politično kontaminiranega. Pravni sistem s svojo omejeno medijsko politiko je nezadosten. Vijuganje med tržiščem in medijsko politiko se je končalo neuspešno, z zmago Pivovarne Laško, ki s svojimi posegi ukinja skromen pluralizem med mediji in zožuje pluralizem znotraj njih.

Vendar nič nikoli ni nekaj trajnega. Ne moremo vedeti, kakšne spremembe bodo potekale med »levo« politično elito ter »levo« ekonomsko in finančno elito. Vse kaže, da se bo ekonomska elita osamosvojila in si politično elito celo podredila. To je samo eden od možnih scenarijev. Nepluralnost slovenskih medijev vsekakor ni skladna z evropskimi demokratičnimi standardi in tudi to se lahko razkrije in aktualizira. Z novinarskimi peticijami pa se Evropske unije ne more dolgo zavajati.