

---

# Strukturni garantir novinarske profesije

---

*Bernard Nežmah*

---

Pozitivni koncepti, s katerimi opredelimo medije, so običajno pluralnost, svoboda in avtonomnost. Toda kakšno vsebino sploh imajo ti trije koncepti?

Če jih poskusimo strukturno določiti, jim bomo najprej poiskali njihove opozicije. Tako pluralnost dobi svoj smisel v nasprotovanju enotnosti, svoboda v oponiranju cenzuri in avtonomnost proti podrejenosti.

Prvi strukturni par pluralnost/enotnost na najbolj transparentni ravni zadeva kritiške oziroma vrednostne poglede. Če vzamemo v roke denimo dva izvoda časnika *Dela*, prvega iz leta 1982, drugega iz leta 2007, in primerjamo njun odnos do aktualne vlade, bo prvi izvod predstavljal princip enotnosti, drugi pa pluralnosti.

Za demokratične medije je tako osnovni postulat načelo pluralnosti. Toda kaj to v praksi pomeni? Pluralnost kot princip selekcije tem in vesti bo vsebinsko dosegla najvišjo stopnjo, kadar bo spekter družbenih in tudi naravoslovnih tematik najširši. Ideal tega principa bi bil prehod medija v enciklopedijo, napravljeno v dnevnem, tedenskem oziroma mesečnem okviru. Pluralnost kot aspekt novinarskih perspektiv pa predpostavlja sočasni obstoj različnih avtorjev, ki isti fenomen opisujejo iz različnih zornih kotov. Toda oba modusa pluralnosti lahko merimo po dveh načelih. Znotraj posameznega medija ali pa znotraj medijskega prostora, ki ponavadi obsega eno državo, lahko tudi pokrajino ali celoten kontinent. Če bi ocenjevali pluralnost slovenskih medijev, bi šteli število različnih vrednostnih sodb in njihovo frekvenco pojavljanja. Če pa bi merili pluralnost konkretnega medija, bi beležili mentalno širino, ki jo medij ponuja. Če bi iz tega potegnili konsekvenco, da je ideal pluralnosti množstvo medijev, ki vsak zase predstavljajo pluralno pahljačo pogledov, bi padli v tautologijo, zakaj vsi mediji bi bili kot kopija drug

---

drugega, narejeni na enak način. Ker pa je smisel medijskega pluralizma število razlik med posameznimi mediji, princip pluralnosti znotraj posameznega medija ni več absolutni kriterij. Še več, velja ga nadomestiti z drugim konceptom vrednotenja medijskega dela, kot je novinarska profesionalnost.

Drugi strukturni par svoboda/cenzura zadeva samo bit novinarstva. V smislu, da nobena tema niti noben zorni kot ne moreta biti apriori prepovedana, če seveda želimo govoriti o popolni udejanitvi svobode. Vendar pa je prav ta par praktično najbolj nebulozen. Če lahko pluralnost medijev empirično merimo, je cenzura običajno nevidna. Opazimo jo v redkih primerih, šele tedaj, ko posamezni novinar oz. urednik javno izjavi, da je bil cenzuriran. Ker vsi preostali primeri cenzure ostajajo nezaznavni, je nemogoče natančno ugotoviti, koliko cenzure sploh obstaja v medijih. Lahko bi sicer sklepali »per negationem« in dejali, da več kot je razkritij cenzure, bolj to priča o demokratičnem ustroju družbe, ki novinarjev ne sankcionira, kadar spregovorijo o cenzuriranju. Dejansko, v času polne cenzure, kot je recimo vojno obdobje ali komunistična vladavina, uradno dostopni mediji ne poročajo o konkretnih posegih cenzuriranja.

Toda znova: kaj je koncept cenzure? Lahko nastopa v obliki aktivne samocenzure, kjer se avtor sam vnaprej omeji, lahko v obliki nezavedne samocenzure, ko si avtor določenih vprašanj sploh ne zastavlja, ali pa v obliki uredniškega cenzorstva, s katerim urednik korigira novinarjev tekst. Slednji pojav ni več enoznačen, zakaj isto dejanje lahko vrednotimo kot legitimno obliko urednikovanja ali pa cenzuriranje; odvisno od stališča, s katerega ga motrimo. Ker je cenzura natančna praksa, ki je historično uvedena prek zakonskih paragrafov in je bila izvajana prek služb uradnih cenzorjev, je uporaba tega pojma v sodobnosti metaforična in s tem ideološka, saj deluje na nivoju interpretacije. Zato jo velja nadomestiti s konceptom urednikovanja.

Tretji strukturni par avtonomnost/podrejenost govori o sami naravi novinarskega dela, saj evocira dva modusa novinarstva. Načelo avtonomnosti implicira popolno suverenost novinarja kot izdelovalca medijev, medtem ko načelo podrejenosti postavlja hierarhično smer, ki poteka od urednika proti novinarju.

Ker pojavne oblike medijev ne poznajo primerov, ko bi medijske vsebine tvorili prispevki novinarjev brez predhodne ali posteriorne uredniške vloge, je pojem avtonomnosti treba tematizirati prek orisa razmerja med novinarjem in urednikom. Navsezadnje zakonodaja določa medij na tak način, da ta ne more obstajati, ne da bi imel urednika,

ki je v poslednji instanci sodno odgovoren za vsebine, ki jih prinaša medij.

Če povzamemo, s strukturno razčlenbo pojmovne trojice pluralnost-svoboda-avtonomnost smo ugotovili, da je trojica za konceptualno rabo nenatančna in kdaj celo protislovna ter zato za analizo fenomena medijev pomanjkljiva, torej predlagamo, da jo nadomestimo z novo triado: profesionalnost-urednikovanje-novinar.

Toda še preden jo bomo poskusili razčleniti, moramo premisliti neko drugo triado, ki često dominira v refleksijah medijev: lastniki-uprava-uredniki.

Za slovensko aktualno stvarnost je tu značilna enostavna hierarhija, ki sega od apriorne in brezmejne pravice lastnikov, prek njihove instrumentalizacije v podobi uprave in kdaj tudi odgovornih urednikov, ki potem spet prosto postavljajo urednike in premeščajo novinarje. Najbolj radikalni primer je časnik *Mag*, za katerega se je lastnik odločil, da bo prek uprave/nadzornega sveta postavil novega odgovornega urednika zoper voljo celotnega kolektiva *Maga* in potem posledično dramatično predrugačil koncept tednika *Maga*.

Ko so bili lastniki/uprava/nadzorni svet nezadovoljni s pisanjem časopisa, je najprej nadzorni svet poskusil vplivati na politiko odgovornega urednika. Ta je ravnal avtonomno, ko je zavrnil pritisk članov nadzornega sveta, toda v naslednjem koraku so lastniki/uprava/nadzorni svet razpisali javni razpis za novega odgovornega urednika ter s potem z izborom novega kandidata odstranili neposlušnega odgovornega urednika.<sup>1</sup>

Čeravno je ta primer vsekakor najbolj radikalen, bi bil pogled na vzajemen odnos med lastniki in upravo in uredniki kot prototip razmerij preveč naiven. Že samo zgodovina *Dela* od leta 2000 naprej beleži serijo menjav direktorjev: Tit Doberšek, Jure Apih, Tomaž Perovič, Danilo Slivnik, Peter Puhar. Kar potrjuje tezo, da sodobni medijski lastniki razumejo upravljanje časopisa kot svojo absolutno pravico: primerom nesoglasja z direktorjem uprave sledi enostaven ukrep odstopa oz. zamenjave direktorja.

Če bi napravili anketo z direktorji drugih medijskih družb, bi kajpak dobili odgovor, da se pri njih lastniki ne vmešavajo v politiko medija. Toda takšna anketa bi bila povsem nesmiselna. Pomislimo samo, koliko direktorjev oz. odgovornih urednikov iz obdobja partijske vladavine je bilo nekoč pripravljeno razkriti naravo tedanjega gospodstva? A tudi po

<sup>1</sup> »Vse sledi vodijo h Golobiču in Kučanu. Pogovor s Silvestrom Šurlo«, *Ampak*, 9/1 (2008), str.16–19.

pravni strani je zadeva jasna: lastniki imajo definitivno zakonsko moč, da po svoji volji postavljajo in menjavajo direktorje. Čeravno je res, da lastniki medijev običajno poskrbijo za atmosfero mehkih odstopov, katerih značilnost je, da se zamenjani ali odstopljeni direktorji ne pojavljajo v javnosti s svojimi kritikami na račun lastnikov.

Najostrejšo kritiko medijev predstavlja Noam Chomsky,<sup>2</sup> ki v svojih študijah medije opredeljuje kot instrument, s katerim lastniki, kot so multinacionalke, kreirajo javno mnenje. Podobno francoski medijski analitik Serge Halimi<sup>3</sup> in sociolog Rastko Močnik.<sup>4</sup>

Skratka, triado lastniki-uprava-uredniki lahko konstatiramo samo kot formalno implementacijo moči lastnikov v mediju. Sama po sebi je oblika upravljanja medija, ne pa garant medijske neodvisnosti, profesionalnosti, svobode in podobnih epitetov. Toda ali je od tod res neizbežen pesimistični sklep o manipulativni funkciji medijev?

Zdaj lahko znova vpokličemo najavljeno triado profesionalnost-urednikovanje-novinar. Ki v resnici nakazuje en sam fenomen - profesijo novinarja.

Udarimo torej v »medias res« na področje urednikovanja. Kadar urednik poseže v novinarjev tekst, tega posega ne bo utemeljeval s pravico do cenzure ali s položajem uredniške moči. Njegovo pojasnilo bo enostavno: novinar je napisal slab, premalo argumentiran, neuravnotežen ali bralno neprivlačen tekst.

Toda prav to je osrednji problem, zakaj tak odnos implicira, da novinar ni suveren profesionallec, ki v popolnosti obvlada svoj poklic. Še več, predpostavlja, da je urednik finalni oblikovalec novinarjevega besedila, da je torej novinar samo podizvajalec v produkciji časopisnih besedil.

Prosto urednikovanje samo po sebi pomeni uzurpacijo medijske produkcije. Za demokracijo medijskega ustvarjanja je »conditio sine qua non« prav razmejitev urednikovih in novinarjevih kompetenc. Urednik ima tako pravico, da odloči, kako dolgo bo novinarjevo besedilo, sama vsebina kot tudi naslov pa je izključna domena novinarja.

Ugovor, da so nekateri novinarji polpismeni, je prazen, v tem primeru je pač potrebna vpeljava dvojnega statusa: novinar – pripravnik in novinar – senior, pri čemer gre slednjemu pravica popolnega nadzora nad lastnim tekstom.

<sup>2</sup> Noam Chomsky, *Necessary Illusions*, CBC Enterprises, Montreal-Toronto-New York-London 1989.

<sup>3</sup> Serge Halimi, *Novi psi čuvaji*, Mirovni inštitut, Ljubljana 2003.

<sup>4</sup> Rastko Močnik, »Ideološki parati države in privatna lastnina«, dostopno na: <http://www.indexprohibitorum.si/vox-commentarii/ideolo-ki-aparati-drzave-in-privatna-lastnina>.

Prav takšna definicija novinarja – seniorja je garant za vzpostavitev tistega medijskega jedra, nad katerim lastniki v nobenem načinu nimajo ingerence vmešavanja v njegovo delo, v njegov profesionalizem. Pač, kolikor se ne odločijo za radikalni rez in novinarja – seniorja ne odpustijo.

Toda ali bi tak produkcijski režim povzročal permanentni odhod profesionalno kompetentnih iz novinarstva, kadar bi ti prišli v fatalni konflikt z lastniki medijev?

Kot varovalni mehanizem tu nastopi gledalec/bralac/poslušalec, točneje njihova odzivnost. Če je eden poglavitnih interesov medijev njihov bralni domet in če je značilnost profesionalnizma novinarjev velik odmev njihovih tekstov, bo to skupni interes z lastniki medijev, ki po definiciji ne bodo težili k temu, da bi erodirali gledanost/poslušanost/branost in s tem ekonomsko rušili vrednost svojega medija.<sup>5</sup> Medija v poslednji instanci brez njegovih konzumentov ni, prav poslušalci, gledalci in bralci so prvi zaveznik novinarjev.

---

<sup>5</sup> Seveda lahko najdemo tudi nasproten primer, vendar je to prej izjema kot pravilo.