POMLAD JAVNOSTI

SLAVKO SPLICHAL

Slavko Splichal je profesor komunikologije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, Kardeljeva pl. 5, 61000 Ljubljana

I think, in fact, that there is a definite need to counter those imperatives that are still reproduced according to the capitalist mode of accumulation and come from a highly bureaucratized capitalist nation, to cope with and to reverse them, at least to modify these imperatives. This should grow from what I would like to call autonomous publics of an Öffentlichkeit type...

Jürgen Habermas 1992a, 469.

The study of political theory becomes a risky intellectual exercise which can provoke, even in times of widespread ideological disenchantment, reactions of distrust and irritation, not only within the intellectual establishment

Danilo Zolo 1992, 177.

Pojem javnost sodi med tiste ključne pojme v družboslovnih vedah, ki jih zaznamuje odsotnost jasne, neprotislovne, nedvoumne in razvidne definicije, s čimer bi bila sicer lahko najbolj prepričljivo izkazana teoretična smiselnost pojma. Enaka je usoda pojma javno mnenje, ki je javnosti zlasti v 20. stoletju priskrbel največ popularnosti – ne le v vsakdanjem in političnem žargonu, ampak tudi v strokovni literaturi na različnih področjih in v raziskovalni praksi z uveljavitvijo anketnih raziskav v obdobju med obema svetovnima vojnama v ZDA. V slovenščini je pomenska zadrega s pojmom javnost še večja, saj "javnost" pomeni vse tisto, kar na primer v angleščini zaznamujejo izrazi "the/a public", "publicness", "publicity" in "the public sphere".

Zgodovinska in disciplinarna pomenska variabilnost pojmov javnost in javno mnenje, ki meji na veljavnostno problematičnost, je tesno povezana z njuno občo uporabo, ki jo niti paradigmatska izključnost teorij ne omejuje. Medtem ko mnogi avtorji, kot na primer Davison (1968) v ***International Encyclopedia of Social Sciences***, le ugotavljajo, da ni obče sprejete definicije javnega mnenja, je Childsu (1962) celo uspelo nabrati nad petdeset različnih definicij ali vsaj razumevanj tega pojma. Vsak poskus sistematične razvrstitve ali vsaj predstavitve pomenske raznovrstnosti pojmov javnost in javno mnenje, in to še ob strogi prostorski omejitvi, je zato močno tvegano podjetje. Tu se ga lotevamo z enim samim, a dovolj tehtnim razlogom: že zgolj z razgrinjanjem pomenskih razsežnosti javnosti čeprav brez njihove zgodovinske in

socialne določenosti, ki ju sicer najbolj izčrpno obravnava Habermas v ***Strukturnih spremembah javnosti*** (1989) in ju vnovič osvetljuje v novem predgovoru, ki je objavljen v tej številki ***Javnosti***, in tudi Vreg (1980) – lahko predstavimo tudi večplastnost in kompleksnost publicističnega projekta ***Javnosti***, ki ga začenja pričujoča prva številka letnika 1994.

Od razkroja in zavračanja javnosti...

Da gre v množici razumevanj in poskusov definicij javnosti pogosto (tudi) za interesno (politično) motiviranost, zdravorazumsko kratkovidnost ali teoretsko ekskluzivnost, nas niti ne more presenečati, tako kot – prav zategadelj – tudi ne, da v preteklosti in vse do današnjih dni niso bili redki predlogi, ki so "resnim" raziskovalcem odsvetovali rabo pojmov s tako "nestandardiziranim" pomenom – od predloga ameriških politologov na začetku dvajsetih let tega stoletja, ko se je začelo uveljavljati "strogo znanstevno", namreč empirično mnenjsko raziskovanje, naj bi v raziskovanju ne uporabljali pojma javno mnenje, do na primer Luhmannovega nekoliko sarkastičnega dokazovanja pol stoletja kasneje, da je klasični pojem javnosti "preveč nedoločen, za analitične in kritične namene neprimerna kategorija" in nič več kot "agrarnozgodovinski pojem", ki vrhu vsega niti nima praktične eksistence oziroma praktičnega objekta, na katerega bi se nanašal (Luhmann 1971, 339–401). Bourdieu je v naslov svojega odmevnega članka leta 1972 odločno zapisal "L'opinion publique n'existe pas" (Bourdieu 1980), podobno kot že nekdaj Bentley ali Lippmann (Price 1992, 18).

Nobena sodobna razprava o javnosti, vključno z njeno radikalno kritiko, ne more mimo Habermasovega intelektualnega projekta javnosti, ki ga začenja s svojim habilitacijskim delom izpred štiridesetih let – z znamenitimi ***Strukturnimi spremembami javnosti***, in tej bogati dediščini, ki vedno znova sproža plodne polemike, se tudi ***Javnost*** ne bo odrekla. Habermas v Strukturnih spremembah sprva poudarja, da javno implicira nekaj več od "občega dostopa", toda kasneje že sam ugotavlja, da meščanska javnost stoji in pade s principom obče dostopnosti, medtem ko veljavnost pojma javno mnenje tako kot liberalnega modela javnosti omejuje le na zgodovinsko specifičen pomen v Angliji konec 17. stoletja in v Franciji v 18. stoletju (Habermas 1989). Tudi v kasnejših obravnavah se kljub modifikacijam Habermasov kritičen pogled na "usodo" javnosti v razviti kapitalistični družbi ni radikalno spremenil. V sodobnosti, če interpretiramo Habermasa, ima pojem javnost na normativni ravni lahko le še vlogo nekakšnega primerjalnega standarda ali "radikalne demokratične vizije", medtem ko Thompson v kritiki Habermasa niti za to ne vidi več ne možnosti ne smisla – na primer, da bi "idejo javnosti uporabljali kot model za premišljevanje o političnih in medijskih institucijah v sodobnih družbah" (Thompson 1990, 119).

Sta potemtakem javnost in javno mnenje le ostanek preteklosti ali sploh le del zgodovine, nekaj, o čemer danes ni (več) vredno izgubljati besed? Bo torej ***Javnost*** lahko le molčala o tistem, česar (več) ni? Ali govorila o tistem, kar biva samo v domeni zdravorazumske govorice? Komu je potemtakem sploh lahko namenjena?

...h kritiki razkroja javnosti

Ne bomo se vdali vabljivi dokončnosti ugotovitve, da je pojem javnost, ki ga je uveljavila politična filozofija v 18. stoletju in ki je skupaj z javnim mnenjem postal središčnega pomena za mnoge družboslovne discipline, z uveljavitvijo modernih parlamentarnih demokracij ter z naraščajočo kompleksnostjo sodobnih družb izgubil teoretično smiselnost in empirični pomen in je torej mogoče javnost in javno mnenje obravnavati le še kot neke vrste paradoks sodobnega sveta. Iz vsaj dveh razlogov bomo poskušali ubrati drugo pot in uveljavljati drugačno razumevanje.

Prvi je ta, da se je sicer pojem javnost v strogem pomenu (kolikor v **strogem pomenu** sploh smemo govoriti) sicer res uveljavil šele v moderni dobi na pragu parlamentarne demokracije, kar kajpak navaja na sklep o njegovi polni veljavnosti le znotraj omejenega (preteklega) časovnega obzorja, toda to ne pomeni, da njegove korenine in s tem temeljne pomenske razsežnosti ne segajo mnogo dlje v zgodovino. To naj bi pomenilo, da pojem v sebi skriva bolj univerzalno veljavnost, kot mu jo daje zgodnja meščanska družba oz. kot jo – kot na primer poudarja Negt (1980, 71), neupravičeno – omejuje Habermas: "Dvomim, kako daleč nazaj v šestnajsto in sedemnajsto stoletje lahko potiskamo idejo javnosti, ne da bi na nek način spremenili strogi pojem javnost do take mere, da bi postal nekaj drugega" (Habermas 1992a, 465). Kot nasprotno opozarja Beaud (1993), so antropologi že v primitivnih skupnostih odkrivali mehanizme kolektivne interakcije, ki sprožajo procese diferenciacije, v katerih bi lahko celo prepoznali "individualistično definicijo javnega mnenja, v kateri bi liberalizem rad videl temelje sodobnih demokratičnih družb" (Beaud 1993, 125). Za mestne države v antični Grčiji ve povedati vsak zgodovinski priročnik, da so v njih vsi državljani neposredno sodelovali v ustvarjanju skupnega življenja ter v državnih (političnih, javnih) zadevah prav v pomenu specifičnega "področja družbenega življenja, v katerem se lahko razvije neke vrste javno mnenje" in ki je "načelno dostopno vsem državljanom", kar je po Habermasu (1989, 293) najbolj splošno razumevanje javnosti, čeprav grški model javnosti gotovo ni vključeval nasprotja med državo in civilno družbo. Argumentacija, kot jo uveljavlja Beaud, že pridobiva na veljavnosti, če javnosti ne obravnavamo kot eno samo, homogeno (meščansko) javnost, ampak kot diferencirano javno sfero, ki je zlasti s politizacijo postala celo hierarhično urejena, na primer z vzpostavljanjem razlike med središčem in periferijo oz. z izključevanjem perifernih ali marginalnih družbenih skupin – žensk, delavcev, kmetov, ali celo kot javno sfero, v kateri hkrati obstajajo konkurenčne javnosti – npr. ideja o opoziciji meščanske in proletarske javnosti, ki jo najdemo pri Negtu (1980, 75), ali Jakubowiczeva ideja o uradni, alternativni in opozicijski javnosti (Jakubowicz v tisku).

Drugič, teoretična in empirična smiselnost pojma javnost in njegovih izpeljank nista le vprašanje interpretiranja preteklosti, ampak v enaki meri zadevata tudi sedanjost in prihodnost. Nastanek liberalnega modela javnosti je povezan z uveljavljanjem prve generacije temeljnih človekovih pravic in svoboščin – njegovih političnih in civilnih pravic, ki zadevajo sfero javnosti (svoboda mišljenja in govora, združevanja, tiska) in zasebno sfero (osebna svoboda, nedotakljivost stanovanja, tajnost pisem). V prvi polovici 20. stoletja, ki velja za obdobje kodificiranja druge generacije temeljnih – ekonomskih in socialnih – pravic, je bil liberalni model javnosti že v zatonu. Konec 20. stoletja, ki ga zaznamuje nastajanje tretje generacije človekovih temeljnih pravic – informacijskih in komunikacijskih pravic, ki so neposredno povezane prav z vprašanji javnega dostopa do informacij in pravice javnega komuniciranja, hkrati pa z rekonceptualizacijo zasebne sfere in pravice do zasebnosti, pa naj bi pomenil konec javnosti? Temu paradoksu vsekakor velja namenjati sistematično pozornost, ne pa ga preprosto odriniti v zgodovinsko staro šaro; to velja tako nasploh kot posebej za Slovenijo (gl. Vreg 1980). Pri tem javnosti predvsem ne smemo zvesti na eno samo pojmovno razsežnost ali eno samo ravnino razumevanja. Kljub vztrajanju na večplastnem razumevanju pa se nam vendarle najbrž ne bo uspelo izogniti vsaj eni vrsti redukcionizma, namreč etnocentrizmu, ki je sicer značilen za velik del družboslovne misli.

Novodobna pojma javnost in javno mnenje sta brez dvoma pretežno proizvod razsvetljenstva, toda ideja javnosti/javnega je bila uveljavljena vsaj že v politični filozofiji antične Grčije in nato Rima, v tesni povezavi z idejo demokracije. Periklejev

govor, kot ga je zapisal Tukidid v ***Zgodovini peleponeške vojne*** v 5. stoletju pr.n.š., velja za prvi traktat o oblikovanju javnega mnenja v razpravi enakopravnih posameznikov, katerih položaja ne določa pripadnost določenemu sloju, ampak njihove sposobnosti, in celo za neke vrste prvi izkaz o "mnenjskem raziskovanju", ki naj bi pokazalo, ali je večina za ali proti vojni Peloponeza z Atenami. V poltretjem tisočletju, predvsem pa od razsvetljenstva naprej in posebej v sodobnosti, so se v razpravah o javnosti uveljavile tri temeljne pomenske razsežnosti tega pojma javnost. Javnost je obravnavana kot:

1. specifična **socialna kategorija**, ki se pojavlja kot družbeni akter, subjekt, torej zlasti v odnosu do kakega dogajanja;

2. specifičen **značaj** kake dejavnosti ali prostora (značilnost ali stanje javnega);

3. določeno **področje** (javna sfera, domena) družbenega življenja, ki s svojo kompleksnostjo presega javnost v pomenu kategorije (akterja) ali značaja dejavnosti.

4. Končno pa bi lahko tudi razprave o **javnem mnenju**, ki na nek način povezuje zgornje tri pomenske razsežnosti in jim dodaja četrto, mnenjsko, šteli za posebno, četrto temeljno razsežnost v obravnavah javnosti, ne nazadnje tudi zato, ker so prav spori o javnem mnenju največ prispevali k "popularnosti" pojma javnost.

Katero(e) od naštetih razsežnosti zadevajo kritike teoretične smiselnosti in empiričnega pomena **javnosti**? Številna protislovja, ki se porajajo s spreminjanjem vsebine in obsega pojma javnost, vodijo do trdne "dialektične enotnosti" – enotnosti kritike, ki so ji podvržene vse naštete temeljne pomenske razsežnosti. Ker so to hkrati razsežnosti, ki določajo publicistični projekt ***Javnosti***, bomo vsaki od njih v nadaljevanju namenili nekaj več pozornosti. Bilo bi kajpak v naprotju s samim projektom ***Javnosti***, če bi ob tem hoteli kaj več kot razgrniti vprašanja, ki so (bila) najbolj pogosto obravnavana v analizah javnosti, in pritegniti nanje pozornost piscev in bralcev ***Javnosti***.

Javnost kot socialna kategorija (publika)

Sociološko (ali socialnopsihološko) pojmovanje javnosti, ki ga je uveljavila chicaška šola v začetku 20. stoletja, javnosti dejansko ne obravnava z vidika razlike med javno in zasebno sfero in njunih zgodovinskih predpostavk, ampak le kot ohlapno organizirano kolektiviteto ali skupino, ki nastaja v racionalni razpravi – in ki jo je nedvomno kot specifično skupino težko natančno operacionalizirati in identificirati. Klasično ali razsvetljensko razumevanje javnosti kot specifičnega družbenega akterja je temeljilo na njenem omejevanju na izobraženo elito – "publiko" naslovnikov, konsumentov in kritikov umetnosti, ki je nastajala v mestih z razvojem kapitalizma in meščanskega razreda, ne da bi s tem poudarjalo tudi njen ekskluziven značaj. Kot ugotavlja Habermas (1969, 43), mesta niso postala središče meščanske družbe le v **ekonomskem** smislu, ampak tudi v **kulturnopolitičnem** z udejanjem (literarne) javnosti v angleških kavarnah, francoskih salonih, nemških (in kasneje tudi slovenskih) omizjih ("Tischgesellschaften"). V teh elitnih družbah je v razpravah o literaturi in umetnosti in kasneje, ko se je bližal čas revolucij, tudi (ali predvsem) o politiki avtoriteta argumentov zamenjala argument avtoritete. Z omejevanjem in končno z odpravo cenzure so v njih imeli vse večji pomen časopisi, ki so se ukvarjali z umetniško, kulturno in politično kritiko in so postali sestavni del razprav, ne le predmet ali povzemalec razprav prostorsko razpršenih in nepovezanih publik. Razprave v javnosti, ki naj bi temeljile na razumu in enakopravnosti razpravljalcev, so bile javne vsaj v dveh pomenih:

– v pomenu prizadevanja za oblikovanje skupne volje in/ali skupnega dobrega (in torej ne le spopadanja individualnih interesov) ter

– v pomenu odprtosti oz. dostopnosti razprave (sodelovanje v razpravi ni omejeno s socialnim ali ekonomskim statusom, čeprav je aktivno sodelovanje – zaradi kriterija racionalnosti razpravljanja – dejansko ni omogočeno ženskam in drugim deprivilegiranim družbenim skupinam zaradi neugodnih kulturnih in političnih okoliščin; šele z uveljavitvijo temeljnih človekovih političnih, ekonomskih in socialnih pravic ter z nastankom države blaginje je ta omejitev postala manj pomembna, a so se pojavile nove).

V iskanju "temeljnih sociooloških enot" je Robert E. Park v svoji doktorski disertaciji leta 1904 definiral javnost (the public) kot posebno **vrsto skupine**; v nasprotju z množico (the crowd) je "vedenje javnosti, ki se izraža v javnem mnenju, rezultat diskusije med posamezniki, ki zavzemajo nasprotna stališča. Ta razprava temelji na prezentaciji dejstev" (Park 1904/1972, 57). Za javnost je značilno, da se individualne pobude in interesi porajajo iz nedefinirane osnove skupne zavesti in se razvijajo v značilni recipročni interakciji med njenimi pripadniki, torej v nekakšnem racionalnem diskurzu – v nasprotju s prisotno množico (the crowd), v kateri recipročna interakcija ustvarja nadzor nad vsemi člani skupine, omejuje individualne pobude in interese ter vodi v izgubo individualne avtonomije. Za javnost je temeljnega pomena proces recipročnosti med interesi oz. interesnimi "strankami" v javnosti, ki ohranja razlike med njimi in v katerem ena stran vedno predpostavlja drugo (nasprotno), saj nobena stran(ka) ne bi bila tisto, kar je, brez obstoja druge. Ta proces prilagajanja skozi razlikovanje se morda najbolj razvidno izraža v političnem življenju (na primer interakcija med političnimi strankami v parlamentu) ter v ekonomiji (med prodajalcem in kupcem na trgu). Po drugi strani pa je javnosti skupno s prisotno množico, da v obeh potekajo procesi socialne adaptacije ("posnemanja") in spreminjanja; ne javnost ne množica nista formalno organizirani skupini in nimata oblike norme (ni regulacije, kontrole in samozavedanja); obe predstavljata prehodni obliki transformacije družbenih skupin v nove skupine; "ni ju mogoče obravnavati kot splošne volje v zgodovinskem pomenu besede, ampak kot empirično preliminarno stopnjo k njej" (Park 1904/1972, 80).

Parkov učenec Herbert Blumer je javnost obravnaval kot elementarno skupino ljudi "(a) ki so soočeni z nekim problemom, (b) ki so razdeljeni glede na ideje, kako se lotiti problema, in (c) ki se vključijo v razpravo o problemu" (Blumer 1946, 189). Za njim je morda empirično najbolj uporabne kriterije za definiranje javnosti kot specifične kategorije postavil C. Wright Mills, ki je – podobno kot prej Park in za njim Blumer – javnost definiral v nasprotju z **množico** (a mass), ki se razlikuje tako od javnosti kot od prisotne množice (the crowd): "V **javnosti**, kot razumemo ta izraz, 1. v bistvu toliko ljudi izraža mnenja, kot jih sprejema. 2. Javne komunikacije so organizirane tako, da je mogoče takoj in učinkovito odgovoriti na vsako mnenje, izraženo v javnosti. Mnenje, oblikovano s tako diskusijo, 3. se zlahka spremeni v učinkovito akcijo, celo proti – če je potrebno – vladajočemu sistemu oblasti. In 4. institucije oblasti ne prodirajo v javnost, ki je torej bolj ali manj avtonomna v svojem delovanju" (Mills 1956, 303). Toda Mills je do koncepcije javnosti, kot jo ponuja klasična demokracija, skeptičen in jo primerja s "podobami iz bajke" – podobno kot kasneje Habermas ugotavlja, da je prišlo do regresije v razvoju javne sfere, do "refevdalizacije" javnosti. Ne nazadnje se določena "kritična distanca" do klasičnega pojma javnost kaže tudi v pluralizaciji pojma: predmet obravnave ni več javnost (**the** public), ampak "množica (posebnih) javnosti" ("publics" oz. "a public"), medtem ko je splošna javnost postala – paradoksalno – publicistični sinonim za populacijo, nekakšno vsoto ali statistično povprečje, ki pomeni dejansko nasprotje javnosti.

Habermasove ideje o nastajanju in o razpadu meščanske javnosti, še zlasti o "refevdalizaciji" javnosti sistematično kritizira John Thompson. Zlasti poudarja, da je

"razvoj množičnega komuniciranja ustvaril nove možnosti za produkcijo in distribucijo podob in sporočil, možnosti, ki obstajajo v razsežnostih in jih je mogoče izrabljati na načine, ki onemogočajo kakršnokoli resno primerjavo s teatralnimi praksami fevdalnih dvorov" (Thompson 1990, 115). Te možnosti so kajpak predvsem povezane z razvojem informacijskih in telekomunikacijskih tehnologij ter z vse večjo količino informacij na informacijskih trgih, čeprav se morda Thompson močno približuje pasti izenačevanja informacijske družbe z informirano družbo. Skratka, za Thompsona komercializacija medijev in "uporaba kvazikomercialnih tehnik za prezentacijo političnih vsebin," ki naj bi po Habermasu (1962), Sennettu (1978) ali Millsu pomenili zaton javnosti, "povečuje vidljivost političnih voditeljev in omejuje njihovo možnost nadzorovanja pogojev sprejemanja sporočil ter načinov, kako prejemniki interpretirajo sporočila". Občinstev v množičnem komuniciranju ne gre enostavno zvesti na realizacijo konsumpcijske funkcije v analogiji z blagovnimi konsumenti.

V sodobnosti javnost (lahko) pomeni v različnih (raziskovalnih) okoliščinah bistveno različne skupine ali kolektivitete. Ob "splošni javnosti", ki se empirično ohlapno izenačuje s populacijo državljanov, ker ta edina omogoča empirično raziskovanje javnosti z uporabo naključnega vzorca, kot je dokazoval Allport (1937) ob prvih začetkih empiričnega raziskovanja "javnega mnenja" v uvodniku prve številke ***The Public Opinion Quarterly*** (pri vseh drugih "javnostih" na ravni posameznika nikoli ni povsem nedvoumno, kateri posamezniki so "znotraj" in kateri "zunaj"), obstajajo "volilna javnost" (z empiričnim pomenom volilnega telesa ali dejanskih volivcev), "pozorna javnost" (ki jo odlikuje interes za politiko in katere člani se vsaj občasno vključujejo v razpravljanje o političnih zadevah), "aktivna javnost" (ki predstavlja elito pozorne javnosti) ter "področne" ali "posebne javnosti", ki se že po velikosti (številu "članov") med seboj močno razlikujejo. Iskanje "posebnih" javnosti, ki bi bile empirično obvladljive, se nevarno približuje retoričnim spekulacijam in zdravorazumskim pojmom javnosti – od "svetovne" ali "mednarodne" do "domače" ali "lokalne", od "politične" do "kulturne", od "strokovne" do "laične", kar pač lahko pripelje do zaključka, kot ga najdemo na primer pri Luhmannu ali Bourdieuju, saj z "nastajanjem" neskončnega števila različnih javnosti postaja pomen pojma javnost takorekoč vseobsegajoč.

Javno v pomenu specifičnega značaja. Javno in zasebno

Odnos med javnim in zasebnim ter razmejitev med njima se je zgodovinsko spreminjala, in prav nobenega dvoma ni, da je največ sprememb povzročil razvoj množičnih medijev. Z množičnimi mediji je postalo človekovo zasebno življenje v veliki meri javno (dostopno občinstvom), hkrati pa je mogoče javne zadeve sprem-ljati povsem zunaj javne sfere, npr. doma prek televizijskega zaslona. Med mnogimi različnimi pomeni javnega, ki so se izoblikovali od renesanse naprej, naj opozorimo predvsem na tri, ki jih je mogoče predstaviti z znamenito in težko natančno prevedljivo Lincolnovo izjavo med ameriško državljansko vojno, da "government **of the people, by the people, for the people** shall not perish from the earth" (Roach 1993, 176; poudarki so dodani).

Prvi dve pomenski razsežnosti pojma javnost sta povezani z dihotomijo "javno – zasebno". V Franciji je bil prvotni pomen javnega določen z nasprotjem posebnemu ali individualnemu, ni pa še obsegal nasprotja zasebnemu. Kot ugotavlja Ozoufova (v nasprotju npr. z Gouldnerjem 1976, 101), se je ta pomen (javno kot nasprotje zasebnega) v francoščini uveljavil šele sredi 19. stoletja (Ozouf 1988, 2). Obe pomenski razsežnosti sta povezani z razvojem sodobnih družb, za katere sta značilni blagovna produkcija in predstavniška demokracija:

1. Javno pomeni obče **dostopno**: "javni prostor", "javno obvestilo", nekdaj v slovenščini (SSKJ 3, 1979) na primer "pristopnost uradov za občinstvo" – pri Abrahamu Lincolnu "of the people". Ta pomen se skriva tudi v glagolu **objaviti** (publicirati, tj. napraviti sporočilo dostopno ali dosegljivo). Javno je torej tisto, kar je vidno, vsakomur ali vsaj mnogim dostopno, kar se dogaja pred očmi opazovalcev (bralcev, poslušalcev, gledalcev) in kupcev, vsekakor na primer blago na trgu, v cirkulaciji, ne pa v sferi produkcije ali konsumpcije, medtem ko je zasebno skrito, zaupno in poteka v ozkem krogu posameznikov (npr. v družini, pa tudi v institucijah oblasti kot npr. državna tajnost). Z razvojem informacijskih in komunikacijskih tehnologij se obzorje javnega v pomenu dostopnosti bistveno razširja (npr. "pravica dostopa do informacij"); neposredno (fizično) dostopnost do dogodka na javnem prostoru vse bolj nadomešča posredna mediativna dostopnost prek množičnih medijev in novih telekomunikacijskih tehnologij. Hkrati se dostopnost standardizira: politični sistem nam je na primer dostopen na enak način kot dostop do blaga na trgu; še več, "blagovni in politični kontekst si med seboj delita iste medije in, vsaj delno, isti metajezik za oblikovanje naše ideje o tem, kaj je javnost (a public) ali ljudstvo" (Warner 1992, 386).

2. Javno v pomenu zadev **splošnega ali posebej državnega pomena**, ki seveda nima nič opraviti z občo dostopnostjo, ampak s skupnimi ali občimi interesi (država kot "javna oblast" – pri Lincolnu "**for** the people"), ki naj bi jih (zato "javna") dejavnost zadovoljevala. Javno pomeni področje institucionalizirane politične moči, suvereno državo, zasebno pa se nanaša na ekonomijo in medosebne odnose, ki so zunaj nadzora države. Podobnost z delitvijo med državo in civilno družbo je tu več kot očitna – tudi ko gre za nejasno določene in spremenljive meje med državo oz. javno sfero ter zasebnimi (ekonomskimi) odnosi oz. civilno družbo ter za nastajanje družbenih akterjev, ki v celoti ne sodijo ne v javno (državno) ne v zasebno (civilno) sfero, ampak ostajajo nekje vmes (npr. državna podjetja, neprofitna zasebna podjetja, interesne skupine, celo politične stranke). V klasičnem modelu liberalne meščanske javnosti predstavlja meja med državo in civilno družbo mejo med **javno sfero** (javno oblastjo, poosebljeno v državi) in **zasebnim področjem**, ki ga tvorita **zasebna sfera** (civilna družba v ožjem pomenu, tj. ekonomija in družina) in **javnost zasebnih ljudi**. V sodobnih (post)industrijskih družbah prihaja do bistvenega premika meje med javno in zasebno sfero oz. med državo in civilno družbo kot nasprotjem države in **ekonomije**; osrednje mesto v civilni družbi pa zavzemajo asociacije, ki oblikujejo mnenje in okrog katerih nastajajo "avtonomne javne sfere" (Habermas 1992a, 454; Habermas 1992b, 443).

V obeh zgornjih pomenih zasebno ne pomeni samo mejo (ali nasprotje) javnega, ampak hkrati tudi njegov temelj: "Zasebna sfera je na eni strani arena, iz katere je izločena javna racionalnost in v kateri ni treba navajati argumentov; na drugi strani pa je zasebno temelj odpora javni sferi, ki lahko postane dovolj močna, da se vsiljuje zasebni osebi in jo nadzoruje" (Gouldner 1976, 104).

Javno v pomenu urejanja splošnih/državnih zadev vključuje tudi Habermasov in Lefortov pojem "reprezentativna javnost", ki označuje posebno vrsto javnega delovanja z izključevanjem ljudstva: javno reprezentiranje (izkazovanje) oblasti oz. statusa plemstva, cerkevnih dostojanstvenikov, vladajočih stanov ipd. pred ljudstvom (**"before"** the people) kot neke vrste pasivnim občinstvom – ki je s tem sicer pogoj konstituiranja reprezentativne javnosti, nikakor pa ni udeleženo v oblasti. Ta razsežnost javnosti je bila dominantna tudi v vseh nekdanjih socialističnih družbah, kjer se je uveljavljala z leninsko "kolektivno propagando, agitacijo in organizacijo". Habermasova ideja refevdalizacije javnosti v razvitem kapitalizmu ali informacijski družbi aktualizira prav ta pomen javnosti, predvsem v povezavi z množičnimi

mediji, v katerih se reprezentira oblast. Še več, zgodovinsko gledano je prav ta oblika oz. razsežnost javnosti videti tista, na kateri so utemeljene novodobne oblike množičnega-javnega komuniciranja, v katerih se vnovič uveljavlja težnja "predstavljanja javnih oseb" (Warner 1992, 388).

3. Pojem javnega v pomenu **v javnosti ustvarjenega** oz. "proizvoda" javnosti (pri Lincolnu "**by** the people") ali tistega, kar se dogaja v javnosti kot kolektiviteti ali neke vrste socialni mreži – tako da je javno mnenje tisto mnenje, ki nastane v javnosti – je med vsemi najmlajši in določen predvsem s pomenom javnosti kot socialne kategorije ali kot javne sfere. Vsaj dva razloga govorita o središčnem pomenu javnega mnenja za razumevanje in razvoj javnosti: 1. ker se je temeljna funkcija (meščanske) javnosti izkristalizirala prav v pojmu javno mnenje (Habermas 1998, 106) in 2. ker je prav empirično "raziskovanje javnega mnenja" radikalno – čeprav nehote – problematiziralo obstoj javnosti.

Javna sfera in načelo javnosti (publicitete)

Pojem javnost (Öffentlichkeit) v pomenu socialnega območja ali javne sfere (the public sphere) je od vseh najbolj kompleksen in teoretsko specifičen. Utemeljen je predvsem s Habermasovo (re)konceptualizacijo javnosti, ki sama ni nič manj kompleksna – pa tudi protislovna ali vsaj pomanjkljiva, kot opozarjajo kritiki – in ki jo je nemogoče na kratko celovito predstaviti, saj se v njej v zgodovinski perspektivi prepletajo ekonomske, politične, kulturne, socialnopsihološke, sistemsko-organizacijske in komunikacijske razsežnosti. Zadovoljiti se moramo le z identifikacijo nekaterih – celo ne vseh ključnih – problematik, ki so posebej relevantne za projekt *Javnosti*.

Pomen javne sfere je v potencialnem načinu družbene integracije na temelju javnega diskurza (ali "komunikativnega delovanja") – v homologiji s politično močjo v sferi politike in tržnimi mehanizmi v sferi ekonomije, ki ravno tako predstavljata specifična načina družbene integracije. Politično javno sfero definira Habermas (1992a, 446) kot "tiste pogoje komuniciranja, pod katerimi lahko nastaja diskurzivno oblikovanje mnenja in volje v javnosti, ki jo sestavljajo državljani kake države." Javna sfera se vzpostavlja v komunikacijski soodvisnosti "potencialno prizadetih", ki oblikujejo "prisotno javnost" (publiko) kot socialno kategorijo, v kateri so suspendirani tako pravni zakoni države kot tržni zakoni ekonomije. Če bi hoteli vzpostaviti pomensko razliko med javnostjo (a/the public) v pomenu socialne kategorije in javno sfero (the public sphere) v pomenu načina družbene integracije skoz javni diskurz, bi za pogoje komuniciranja lahko rekli, da so neke vrste "infrastruktura" (politične) javne sfere kot duhovnega prostora, ki omogoča integracijo. Ob "infrastrukturi" za obstoj javne sfere ne zadostujejo samo institucionalna zagotovila avtonomnosti javne sfere, ki jih daje pravna država; potreben je tudi "podporni duh" kulturnih tradicij in vzorcev socializacije, politične kulture in (ekonomske) svobode. Za Habermasa je javnost v pomenu javne sfere "tako elementaren družbeni pojav kot delovanje, akter, skupina ali kolektiv... Javnosti ni mogoče pojmovati kot institucijo in gotovo ne kot organizacijo... Prav tako ne predstavlja sistema... Javnost lahko najprej opišemo kot mrežo za komuniciranje vsebin in stališč, torej **mnenj**; pri tem so komunikacijski tokovi tako filtrirani in sintetizirani, da se zgoščajo v tematsko specifično povezana **javna mnenja**" (Habermas 1992b, 435-436).

Zgodovinsko je javna sfera nastala z odcepitvijo od sfere javne oblasti v 17. in 18. stoletju in z uveljavitvijo **načela javnosti** ter javnega rezoniranja zoper dotedanjo arkansko prakso v ohranjanju absolutne oblasti nad "nezrelim ljudstvom". Uveljavitev načela javnosti (publicitete v pomenu kritičnega nadzora) je bila temeljnega pomena za prehod od absolutne vladavine in vladarske avtoritete k "vladavini" obče

(univerzalne) zakonske norme in pravni državi. Nadaljnje preoblikovanje politične javne sfere, kot jo opredeljuje Habermas, je povezano predvsem z dialektiko odnosov med državo (javno oblastjo) in (civilno) družbo, zlasti z njuno interpenetracijo (kot podržavljenje družbe in podružbljanje države), in z (ne)možnostjo nastajanja "institucionalnega jedra civilne družbe" zunaj okvirov države (in kasneje tudi zunaj ekonomije). Kot pravi Calhoun (1992, 6), sta država in ekonomija ključni temi za demokratično javno sfero in hkrati njena ključna konkurenta. Javna sfera skupaj s svojim nasprotjem – zasebno sfero oblikuje civilno družbo nasproti državi, od katere si je meščanska javnost tudi prisvojila javno sfero in jo izoblikovala v sfero kritike javne oblasti. Združenja in institucije civilne družbe naj bi zagotavljali nujno potrebni kontekst, ki pomaga vzpostavljati politično komuniciranje v pomenu "komunikativnega generiranja legitimne moči" – na primer nasproti manipulativni rabi (zlorabi) množičnih medijev za zagotavljanje množične lojalnosti državljanov in povpraševanja konsumentov. Komunikacijske strukture javnosti (javne sfere) omogočajo akterjem na "civilnodružbeni periferiji", ki v nasprotju s "političnim centrom" (državo) razpolagajo z večjo senzibilnostjo za identifikacijo problemov, da sprožajo nove – politične in nepolitične – teme, ki prek pogosto protislovne obravnave v medijih postanejo "javne teme". V primerjavi s klasično liberalno javno sfero kot kraljestva posameznikov, ki se kot posamezniki vključujejo v racionalno razpravljanje, je za sodobno javno sfero značilno predvsem pojavljanje "identifikacijskih politik", kot se kažejo v nacionalizmih, etničnih in verskih gibanjih, feminizmu, mladinskih gibanjih itd., ki oblikujejo neke vrste sekundarne javnosti. Skratka, nasproti državi ne stoji splošna, nediferencirana javna sfera, in lahko bi celo govorili o mreži javnosti, ki ohranjajo meje do splošne javnosti in imajo relativno močno notranjo kohezijo ne zaradi nekakšne "delitve dela", ampak zaradi specifičnih identifikacijskih politik.

Stavek, "da javnost toliko bolj izgublja moč svojega **načela**, kritično publiciteto, kolikor bolj se razširja kot **sfera** in izčrpa še zasebno področje," predstavlja znamenito Habermasovo (1989, 158) tezo o zatonu javnosti. Z ekonomsko in politično konsolidacijo kapitalizma v globalnih razsežnostih, z razvojem množičnih medijev ter volilne propagande in mnenjskega raziskovanja (opinion polls) je načelo javnosti (publiciteta) radikalno spremenilo svoj pomen. V poenostavljeni koncepciji teoretikov demokratičnega političnega pluralizma sta pluralizem množičnih medijev – v pomenu, da z njimi lahko razpolaga vsaka skupina, ki pretendira na politično moč – in njihova neodvisnost od politične oblasti postala potrebna in zadostna pogoja svobode izražanja ter svobodnega "javnega mnenja". Načelo javnosti se je spremenilo iz načela kritike iz javnosti (kritičnega javnega diskurza) kot funkcije javnega mnenja v načelo javnosti kot dirigirane integracije ("publicity"), ki temelji na depolitizaciji javnega komuniciranja in ki jo posredujeta reklama in propaganda oz. "stiki z javnostjo". Rezoniranje zasebnikov, nekoč temelj javnosti, je postalo "programska točka zvezdnikov na radiu in televiziji, postalo je donosen posel za prodajo vstopnic, dobilo je obliko blaga tudi tam, kjer se lahko vsakdo 'udeleži' zasedanj" (Habermas 1989, 183). Analogno se je spremenila tudi vloga političnih strank in parlamentov, v katerih se zbirajo strankarski birokrati. Javnost postane atribut dejavnosti, ki pridobiva podporo v javnem mnenju/javnosti za nosilce politične in ekonomske oblasti in zmanjšuje kritično funkcijo javnosti kot nosilca javnega mnenja. Javna sfera se z razvojem množičnih medijev spreminja v sfero boja za vpliv na medije in nadzor nad njimi: prek vplivanja na selekcijo tem in način njihove obravnave v medijih si akterji politične moči prizadevajo vplivati na vedenje občinstev, ne da bi – če le mogoče – občinstva odkrila manipulacijo. Sennettova, Millova in zgodnja Habermasova kritika teh sprememb je imela izrazito pesimistično konotacijo, ki se je je kasneje Habermas

(1992a, 439) odrekel oz. jo vsaj korigiral, zlasti pod vplivom izsledkov proučevanj političnega vedenja in množičnih medijev: Tako v razvoju medijev kot v spremembah javne sfere se skriva ambivalentni – avoritarni in emancipatorični – potencial, in od vrste okoliščin (političnih, ekonomskih, kulturnih...) je odvisno, kateri bo udejanjen.

Javno mnenje

V okviru normativne teorije demokracije pojem javno mnenje kot državnopravna fikcija meri na enovitost "kontrafaktične" entitete (Habermas 1992a, 440). Javno mnenje kot "racionalno mnenje, ki izvira iz civilne družbe in torej ne pomeni isto kot mnenje posamičnih skupin volivcev ali mnenje volilnega telesa v globalnem smislu" (Zolo 1992, 80), ostaja radikalna demokratična vizija, ne da bi obstajalo (ali sploh še moglo obstajati) kot realna celota. V tem pomenu ni niti "reprezentativno" niti ni agregat individualnih mnenj in ga torej nikakor ni mogoče operacionalizirati z rezultati anketnih raziskav. Nasprotno pa je danes v vsakdanji govorici javno mnenje najpogosteje izenačeno z enostavnim agregiranjem, "seštevanjem" individualnih mnenj – torej s tistim, kar je neposredni predmet mnenjskega raziskovanja ("opinion polling") kot nekakšne "serializacije individuov", kot je dejal Sartre (Beaud 1993, 134). Tako razumevanje javnega mnenja je kajpak v popolnem nasprotju z (dominantnim) razumevanjem do začetka 20. stoletja, torej do obdobja pred začetkom empiričnih mnenjskih raziskav v sodobnem pomenu, ki javnega mnenja ni obravnavalo kot zbirke ("serije") individualnih "javnih mnenj", ampak kot mnenje javnosti, kot rezultat interakcije v skupini, kot "supraindividualni pojav" (Price 1992, 22). Vendar je ob tej kritiki treba tudi priznati, da empirično izenačevanje "javnosti" z vsoto vseh članov družbe (ali samo volivcev) vsaj v zgodnjem obdobju ni bilo brez demokratičnih pobud; "seštevanje individualnih mnenj" naj bi omogočilo, da glas ljudstva pride do ušes oblasti.

V empiričnem mnenjskem in komunikološkem raziskovanju pojem javno mnenje že dolgo ne pomeni več realno obstoječe celote. "Politično raziskovanje mnenj ponuja le določeno zrcalno sliko 'javnega mnenja', kadar je že izpeljano oblikovanje tematsko specifičnih mnenj v mobilizirani javnosti" (Habermas 1992b, 438). V tem smislu bi lahko govorili samo o **množičnih mnenjih** (množici individualnih mnenj), nikakor pa ne o **enovitem javnem mnenju**. Še manj: ne le da dejanski predmet raziskav "javnega mnenja" pogosto ni **javno** mnenje, ampak sploh ni nikakršno **mnenje** in tudi ne mnenja – pač pa so predmet raziskovanja zasebna **stališča**. Empirično raziskovanje "javnega mnenja" se je razvilo kot rezultat dejanskega izenačevanja konsumpcijske in politične sfere ter zatona kritične javnosti; politika se je začela prodajati tako kot vsako drugo blago, v bistvu torej nepolitično. Kot pravi Zolo (1992, 129), "politični trg dolguje svojo demokratično funkcionalnost obstoju 'javnega mnenja', ki je sposobno presojati ponudbe na trgu in nadzorovati njihove producente." Vendar so potrošniki "političnega blaga" v slabšem položaju kot potrošniki ekonomskega blaga, saj njegove kakovosti ne morejo sproti nadzorovati in sankcionirati, pa tudi pluralnost medijev, ki skrbijo za ponudbo "javnemu mnenju", nima za posledico take stopnje konkurence med proizvajalci in diferenciacije med njihovimi proizvodi, kot morda obstajata na ekonomskem trgu. Do določene mere naj bi empirično raziskovanje "javnega mnenja" zmanjšalo to nesimetrijo. Javno mnenje je dejansko postalo predmet empiričnega znanstvenega raziskovanja v obdobju, ko je bil proces "poblagovljenja politike" že izpeljan. Empirično raziskovanje je samo povečalo zanesljivost in učinkovitost usklajevanja množične zavesti ("javnega mnenja") z vladajočimi mnenji in interesi, ne pa povzročilo tako usklajevanje

(Splichal 1987, 252). Vlogo empiričnega raziskovanja javnega mnenja je mogoče primerjati z vlogo množičnih medijev, za katere sta že Dewey (1927/1947) in Lippmann (1925) podobno kot na primer kasneje Mills in Habermas ugotavljala, da publiki ne dajejo tiste vrste informacij in mnenj, ki bi kot iskre zanetile razpravo in povezovale ljudi v "conversational community".

Izraz **javno mnenje** se je sicer prvič pojavil sredi 18. stoletja, najprej v angleški in francoski politični filozofiji razsvetljenstva v obdobju nastajanja liberalne meščanske javnosti, in končno doživel – zlasti z empiričnim mnenjskim raziskovanjem – tako popularnost, da se ga je znanost takorekoč odpovedala, pa vendar se ni nikoli prenehala kritično ukvarjati z njim. Paul Beaud ironično ugotavlja, da znana, leta 1937 ustanovljena ameriška revija z raziskovanje janega mnenja ***The Public Opinion Quarterly*** pravzaprav še vedno sistematično problematizira temelj svojega lastnega obstoja – javno mnenje (Beaud 1993, 121). V vsem štiristoletnem razvoju bi težko našli eksplicitno definirano družbeno skupino, ki ustvarja javno mnenje oz. ki je s pojmom javno mnenje implicirana. Pač pa je očitno, da se z dominacijo empiričnega sociološkega in socialnopsihološkega raziskovanja nad političnofilozofsko kritiko oz. z uveljavljanjem administrativne ideologije v raziskovanju družbeni temelj javnega mnenja širi od prvotnih intelektualnih elit na množice ali kar celotno prebivalstvo neke države. Poleg tega je že konec 18. stoletja postal pojem javno mnenje "politični ali ideološki konstrukt brez jasnega sociološkega referenta; zagotavljal je impliciten nov sistem oblasti, v katerem so se morali vlada in njeni kritiki sklicevati na presojo javnega mnenja, da bi zagotovili svoje cilje" (Price 1993, 12).

Velike razlike v razumevanju ne zadevajo le pojma javno mnenje, ampak tudi "mnenje" samo. ***Slovar slovenskega knjižnega jezika*** na primer ne razlikuje stališča od mnenja oziroma **mnenje** šteje za v publicistiki uveljavljeni **sinonim za stališče**, čeprav samo pri mnenju (in ne pri stališču) poudarja njegovo utemeljenost v človekovem poznavanju ali vedenju. Nasprotno se pri stališču v poskusih jasnejšega razlikovanja med mnenjem in stališčem običajno poudarja čustvena komponenta v pomenu (ne)naklonjenosti objektu stališča, vendar je spet tudi objekt stališča zelo ohlapno določen in od tod mnenje, da je "morda nesreča, ker se ta izraz (=stališče) vse pogosteje uporablja. ... (M)nenje in stališče se pogosto zamenjujeta. To zamegljuje koristno razliko med očitno intelektualnim mnenjem in očitno vrednostnim stališčem" (English in English 1972, 522, 293).

Empirično raziskovanje mnenj je običajno namenjeno doseganju enega izmed naslednjih ciljev (Splichal 1987, 243):

1. generiranju modela "javnega mnenja";
2. preskušanju iz teoretičnega modela izpeljanih domnev o značilnostih (zakonitostih) družbenih pojavov, ki jih je mogoče objektivirano meriti na ravni posameznika;
3. opisovanju značilnosti populacije.

V prizadevanjih za empirično raziskovanje "javnega mnenja" lahko nastopa mnenje kot "javno mnenje" v treh pomenih:

1. kot mnenje, ki je javno izraženo;
2. kot mnenje, ki ga izraža javnost;
3. kot (vsako) individualno mnenje o "javnih zadevah".

Operacionalizacija "javnega mnenja" v empiričnem raziskovanju aktualizira tretji pomen ("javne zadeve") in se odpoveduje prvima dvema ter s tem dejansko negira temeljni cilj – generiranje modela "javnega mnenja". Predmet empiričnega raziskovanja niso javno izražena mnenja – še več, vprašancu v raziskavi je celo vedno zagotovljeno, da bo njegovo mnenje ostalo **anonimno**. Predmet raziskovanja tudi niso

mnenja javnosti v neoperacionalnem pomenu – torej v pomenu, ki bi predpostavljal kaj več kot polnoletnost in prištevnost vprašancev. Empirično raziskovanje javnega mnenja je popolnoma opustilo prizadevanja, da bi empirično zapopadlo fluidno in kompleksno javnost, in se odločilo za operacionalistično koncepcijo javnosti kot agregiranih posameznikov. Vendar pa je mogoče problematizirati tudi pojem "javnih zadev", na katerega se zvaja operacionalistično razumevanje javnega mnenja: Kot ugotavlja Bourdieu (1979, 124), empirične raziskave "javnega mnenja" predpostavljajo, da v družbi obstaja konsenz o tem, katera vprašanja so pomembna in jih je zato treba zastaviti vprašancem – dejansko pa takega konsenza ni, saj bi bil lahko le rezultat dejanskega javnega mnenja, ki pa – kot ugotavlja Bourdieu – preprosto ne obstaja oz. obstaja le kot "fantom", kot ga je poimenoval Walter Lippmann (1925).

Tudi manj kritične obravnave empiričnega raziskovanja javnega mnenja priznavajo, da obstajajo resne težave v konceptualizaciji javnega mnenja v empiričnem raziskovanju. Price (1992, 17-21) jih strnjeno povzema v naslednjih skupinah:

1. problem **odsotnosti (politične) kompetence** respondentov;
2. problem **pomanjkanja ustreznih resursov**, zlasti možnosti sodelovanja v javnem komuniciranju;
3. problem **tiranije večine** oz. večinskega mnenja kot "javnega mnenja";
4. **podvrženost prepričevalnemu komuniciranju** oz. propagandi, ki oblikuje mnenje ne na podlagi racionalne razprave, ampak s čustveno nasičenimi apeli;
5. **dominacija elit**, ki z manipulacijo množičnih medijev spretno oblikujejo mnenje pasivne večine.

V sodobnih družbah, za katere je značilna dezintegracija javnosti v klasičnem pomenu, je zato namesto o javnem mnenju smiselneje govoriti o nekakšni mnenjski ali – celo bolje – razpoloženjski "klimi", kjer dejansko ne gre več za oblikovanje mnenj, pač za oblikovanje in spreminjanje **stališč** v procesih, ki predvsem izvirajo iz človekove težnje po kognitivni konsistenci – na kratko, usklajevanju stališč in vedenjskih vzorcev v organiziranju lastnega "sveta". Namesto racionalnega diskurza stopajo v ospredje mehanizmi za zagotavljanje pozornosti in za doseganje interne in eksterne kognitivne konsistence – na primer selektivno zaznavanje in pomnjenje (vse tja do kolektivne izgube spomina), pristransko zaznavanje in problematizacija kredibilnosti "mnenjskih voditeljev" – oz. človekova težnja po izogibanju informacijam in mnenjem, ki bi lahko povzročali kognitivno disonanco (Festinger 1957). Od tod na drugi – medijski – strani potreba po ponudbi "simbolov identifikacije" (Lasswell 1981) oz. "socialnopsihološki kalkulaciji ponudb" (Habermas 1989, 239), s katerimi politični akterji prek medijev poskušajo postati privlačni za prebivalstvo, "ne da bi se hoteli podvreči racionalnim argumentom, ki bi lahko prebudili kritične zmogljivosti recipienta sporočila in spodbudili njegovo zavest" (Zolo 1992, 146). To je hkrati okvir, znotraj katerega se je empirično mnenjsko raziskovanje uveljavilo kot **institucio-nalni akter v politični sferi**. S tem bi se sicer lahko zmanjšala znanstvena relevantnost "javnega mnenja", na kar na primer opozarjajo v uvodu omenjeni predlogi, naj bi pojem javno mnenje izločili iz znanstvenih obravnav, toda ker se je hkrati prav gotovo povečala njegova politična relevantnost, javno mnenje tudi za znanstveno proučevanje ni izgubilo svojega smisla.

Globalizacija javnosti

Konflikt med kritično in manipulativno javnostjo se je pod vplivom razvoja informacijskih in telekomunikacijskih tehnologij globaliziral. Seveda ne mislimo, da so nove tehnologije same "proizvedle" globalizacijo, so pa nedvomno temeljni pogoj, da je do nje prišlo. Iz druge perspektive bi lahko rekli, da je globalizacija "naraven" rezultat kapitalistične ekonomije, ki je po svojem bistvu od vsega začetka globalna,

saj se je razvijala prav z družbeno in prostorsko (geografsko) integracijo produkcijskih in menjalnih procesov – lokalna je ostajala le konsumpcija. Proces diferenciacije odnosov med območjem javnega in območjem zasebnega v trikotniku država – ekonomija – civilna družba zaradi omejevanja državne politične in ekonomske suverenosti in nastajanja mednarodnih in transnacionalnih političnih in ekonomskih akterjev v obdobju "kibernetskega kapitalizma" tudi sam postaja globalen. Zolo (1992, 170) upravičeno poudarja, da so globalne spremembe privedle do novih "strukturnih sprememb javnosti", ki so celo pomembnejše od tistih, ki so (bile) predmet Habermasove klasične analize, saj mejijo na "antropološko mutacijo."

Tako na lokalni kot na globalni ravni ima konflikt med manipulativno in kritično javnostjo (publiciteto), med avtoritarnim (demonstrativnim) in emancipatoričnim (demokratičnim) potencialom komuniciranja izredno kompleksen značaj in prav zaradi svoje kompleksnosti preti z "radikalno disperzijo javne sfere" (Zolo 1992, 114), ki jo pospešujejo sami množični mediji, čeprav naj bi po drugi strani ravno nova telekomunikacijska tehnologija omogočala aktivizacijo publik. Ob "globalni državi" in "globalni ekonomiji" nastajajo tudi "globalni mediji", ki – podobno kot transnacionalne korporacije – povečujejo kompleksnost komunikacijskih procesov in sprožajo integracijske procese v funkcionalnem in prostorskem pomenu. Delovanje medijev pri tem pogosto poteka zunaj meja demokratične kontrole, kar razkriva utopičnost predstav o "teledemokraciji" in "tehnologijah svobode" (de Sola Pool 1983).

Vendar globalizacija konflikta ne razrešuje ne na lokalni ne na globalni ravni. Če je mogoče še na ravni držav jasno zaznati procese "refevdalizacije javnosti", je simetrija v trikotniku država – ekonomija – civilna družba popolnoma porušena na globalni ravni, kjer nastaja "globalna država" (javna oblast), ki jo oblikujejo politične elite in birokracije, in "globalna ekonomija" transnacionalnih korporacij. Ni dvoma, da v splošnih procesih globalizacije nastajajo tudi nove oblike "globalne civilne družbe", ki bi jim ustrezala "globalna javna sfera" z analognimi funkcijami za meddržavne odnose, kot jih ima javnost znotraj državne ureditve. Toda prav tako ni dvoma, da civilna družba in javnost pretežno ohranjata nacionalni značaj, in ga – v sicer specifičnih okoliščinah, kakršne so tiste v nekdanjih socialističnih državah – celo potencirata, in to tem bolj, čim bolj je funkcija javnosti zvedena na (nujno lokalno omejeno) konsumpcijo "javnega mnenja" oziroma je javnost vsakokrat vnovič ustvarjanja v aklamativne namene. Na svoj način to dokazujejo tudi mednarodne raziskave "javnega mnenja", kakršna je na primer Eurobarometer, ki – podobno kot prve raziskave med obema svetovnima vojnama – utrjujejo realne procese mnenjske (trans)nacionalizacije. Te raziskave so namenjene primerjavi "nacionalnih javnih mnenj", ne pa merjenju "svetovnega" (ali "evropskega") javnega mnenja, in je v njih agregiranje individualnih mnenj še vedno omejeno z državno ureditvijo.

Zaključek – ali pogled naprej

Poskus razčlenitve pomenske večplastnosti pojmov javnost in javno mnenje vsekakor razkriva (vsaj) njeno izrazito interdisciplinarno določenost, kar je za projekt ***Javnosti*** središčnega pomena. Hkrati naš poskus opozarja na pomen **globalnih** "strukturnih sprememb javnosti", torej na procese internacionalizacije oziroma nastajanja svetovnega ekonomskega in političnega **sistema**, ki vsaj potencialno vključuje tudi globalno javno sfero. Na obeh spoznanjih je utemeljena zahteva, da mora raziskovanje javnosti in javnega mnenja predvsem uveljavljati holistični in multidisciplinarni pristop v proučevanju te izjemno kompleksne, razčlenjene in disciplinarno raznovrstne problematike, pri tem pa ne zavračati empiričnih raziskav in statističnih tehnik. To naj bi bilo vsekakor tudi poglavitno vodilo Javnosti.

Reference:

Allport, Floyd H. 1937. Toward a Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1, 7-23.

Beaud, Paul. 1993. Commom Knowledge. *Reseaux. French Journal of Communication*, 1, 119-128.

Blumer, Herbert. 1967. The Mass, the Public, and Public Opinion. V B. Berelson in M. Janowitz (ur.), *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, 43-50. New York: The Free Press. (2. natis.)

Bourdieu, Pierre. 1979. Public Opinion Does Not Exist. V A. Mattelart in S. Siegelaub (ur.), *Communication and Class Struggle*, Vol. 1. New York: International General.

Calhoun, Craig. 1992. Introduction: Habermas and the Public Sphere. V C. Calhoun (ur.), *Habermas and the Public Sphere*, 1-48. Cambridge: MIT Press.

Dewey, John. 1947. *The Public and its Problems: An Essay in Political Inquiry.* Chicago: Gateway. (Prvi natis 1927.)

English, Horace B. in Ava Champney English. 1972. *Obuhvatni rečnik psiholoških i psihoanalitičkih pojmova.* Beograd: Savremena administracija.

Festinger, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance.* New York: Harper.

Gouldner, Alvin W. 1976. *The Dialectic of Ideology and Technology. The Origins, Grammar, and Future of Ideology.* New York: The Seabury Press.

Habermas, Jürgen. 1992a. Further Reflections on the Public Sphere. V C. Calhoun (ur.), *Habermas and the Public Sphere*, 421-480. Cambridge: MIT Press.

Habermas, Jürgen. 1992b. *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats.* Frankfurt: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen. 1989. *Strukturne spremembe javnosti.* Ljubljana: ŠKUC, Filozofska fakulteta. (Izvirnik 1962.)

Jakubowicz, Karol. V tisku. Civil Society, Independent Public Sphere and Information Society. V S. Splichal, A. Calabrese in C. Sparks (ur.), *Information Society and Civil Society.* West Lafayette: Purdue University Press.

Lasswell, Harold D. 1981. Nations and Classes: The Symbols of Identification. V M. Janowitz, P. Hirsch (ur.), *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, 17-28. New York: The Free Press. (3. natis.)

Lippmann, Walter. 1925. *The Phantom Public.* New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Luhmann, Niklas. 1971. Systemtheoretische Argumentation. V J. Habermas in N. Luhmann, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie.* Frankfurt: Suhrkamp.

Mills, C. Wright. 1956. *The Power Elite.* Oxford: Oxford University Press.

Negt, Oskar. 1980. Mass Media: Tools of Domination or Instruments of Emancipation? Aspects of the Frankfurt School's Communications Analysis. V K. Woodward (ur.), *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*, 65-87. London: Routledge & Kegan Paul.

Ozouf, Mona. 1987. Quelques remarques sur la notion d'opinion publique au XVIIIe siecle. *Reseaux*, 22, 79-103.

Park, Robert E. 1972. *The Crowd and the Public.* Chicago: University of Chicago Press. (Prvi natis 1904.)

Pool, Ithiel de Sola. 1983. *Technologies of Freedom.* Cambridge, Mass.: The Belknap Press.

Roach, Colleen. 1993. Reflections on Communication and Cultural Rights and the Rights of People. V S. Splichal in J. Wasko (ur.), *Communication and Democracy*, 169-186. Norwood, N.J.: Ablex.

Sennett, Richard. 1978. *The Fall of Public Man.* New York: Vintage Books.

Splichal, Slavko. 1987. "Public Opinion" and the Controversies in Communication Science. *Media, Culture and Society*, 2, 237-261.

Thompson, John B. 1990. *Ideology and Modern Culture.* Stanford: Stanford University Press.

Vreg, France. 1980. *Javno mnenje in samoupravna demokracija.* Maribor: Obzorja.

Warner, Michael. 1992. The Mass Public and the Mass Subject. V C. Calhoun (ur.), *Habermas and the Public Sphere*, 377-401. Cambridge: MIT Press.

Zolo, Danilo. 1992. *Democracy and Complexity. A Realist Approach.* University Park, Penn.: The Pennsylvania State University Press.

SLAVKO SPLICHAL

THE SPRING OF THE PUBLIC

ABSTRACT

The concepts of the public sphere, public, publicness, publicity, and public opinion are among the most controversial, ambiguous and opaque concepts in the social sciences. But in spite of the social, historical, and disciplinary variability of their meanings, these concepts have been used persistently since the 18th century. The attempt to unfold the diversity of their meanings is based upon the necessity to explore the central topics to be discussed in the journal ***Javnost/The Public***. Through critical interpretation of some fundamental contributions to the field, different conceptualizations are analyzed with the aim of identifying some persisting questions and concerns, relevant both to social research in general, and specifically to democratic theories. The text begins with the controversial notions of the fall vs. the rise of the public sphere, and the theoretical and empirical validity of the concepts related to it. Four of them are examined in more detail: (1) a/the public, in the sense of a specific social category (collectivity) that appears as a social (political) actor, or subject, specifically in relation to a given activity or project; (2) publicness, in the sense of a specific nature or character of an activity or social space; (3) the concept of the public sphere; (4) finally, the concept of public opinion, which is considered to correlate with the first three conceptual dimensions, and to add to them a fourth, that conceptualizes opinions. The sociological conception of the public is discussed, primarily in the perspective of a discursive model, where attention is directed towards different notions of rationality and the publicness of discourse. Three conceptual dimensions of publicness are debated: (a) general access to an issue, place, or message (**"of the public"**); (b) publicness in the sense of common or general, and thus public, interests (**"for the public"**); (c) publicness in the sense that something is created **by public** (e.g., public opinion). A short explication of the concept of the public sphere is based on Habermas' conceptualization. Finally, public opinion is discussed from two perspectives: that of a normative theory of democracy and the opposing one of "serialization of individuals", resulting from opinion polling. The concluding part of the article is devoted to the problems of a "second-generation" structural transformation of the public sphere, which is based on globalization of economy, polity, and culture.