

1.01  
Prejeto 21. 11. 1998

UDK 070.13:32.019.51"18/1962"

Andreas Schulz\*

## Vzpon tiska kot "četrte sile" Mediji, politika in javnost v obdobju množičnih komunikacij\*\*

### IZVLEČEK

Avtor predstavlja vlogo tiska kot četrte sile oziroma veje oblasti, za zakonodajno, izvršilno, sodno, njegov pomen in vzpon od prve polovice 19. stoletja do kubanske krize v začetku šestdesetih let tega stoletja. Predstavlja nastanek "komunikacijske družbe", ki je temeljila na hitrem in enakomernem širjenju novic, za kar je bila dana možnost tako iz tehnoloških razlogov (razvoj tiskarske tehnike) kot tudi političnih, namreč svobodni razvoj tiska in tiskarstva zlasti v obdobju liberalizma v drugi polovici 19. stoletja. Vzpon tiska je bil rezultat boja proti državnim oblastem v 19. stoletju. Svoboda tiska je postala sinonim za politično svobodo. Poleg tega pa so se časopisi zaradi razvoja tehnologije pocenili in postali množični. Šlo je za medijsko in komunikacijsko revolucijo v zadnji četrtini 19. stoletja. Časopisi so postali "mnenjske tovarne" in sredstvo politike za "vodenje ljudskega mnenja in ljudske volje". Avtor opozarja, da so medijske revolucije druge polovice 19. stoletja in tridesetih let 20. stoletja pokazale, da moramo zgodovino medijev jemati v prvi vrsti kot del politične zgodovine.

*Ključne besede: tisk, časopisje, javno mnenje, demokracija, liberalizem*

### ABSTRACT

#### THE RISE OF THE PRESS AS THE "FOURTH FORCE"

*(The media, politics and wider public in the time of the mass communications)*

The author presents the press as the fourth force or arm of government - after the legislative, executive and judiciary - and outlines the rise in its significance from the first half of the nineteenth century up to the Cuban crisis in the early 1960s. He expounds the emergence of a "mass-communication society" in the second half of the nineteenth century, which was based on a rapid and evenhanded dissemination of information, as a result of technological progress in printing techniques as well as favourable political circumstances during the liberalist period that allowed for the development of free press and printing. Press freedom became synonymous with political freedom. Technological progress made newspapers cheaper and available to the masses. What took place in the last quarter of the nineteenth century was, in fact, a mass-media revolution. Newspapers became the "factories of public opinion" and an instrument in the hands of politicians to "guide and control public opinion and will". According to the author, the mass-media revolution which took place in

\* dr., privatni docent za novejšo zgodovino na univerzi Johann Wolfgang Goethe, Frankfurt am Main, ZRN

\*\* Razširjeno nastopno predavanje dr. Andreasa Schulza kot privatnega docenta za novejšo zgodovino na Univerzi Johann Wolfgang Goethe, Frankfurt / Main dne 15. 7. 1998.

*the second half of the nineteenth century and in the first three decades of the twentieth, show that the history of media should be treated primarily as part of the history of politics.*

*Key words: press, newspapers, public opinion, democracy, liberalism*

Streli, ki so 16. marca 1914 do smrti pokosili založnika in glavnega urednika časopisa *Figaro*, Gastona Calmetta, so bili izstreljeni iz obupa. Ta obup se je porajal iz nekaj tednov trajajoče časopisne gonje, ki je vodil list proti francoskemu ministru za finance, Josephu Caillauxu. Atentatorka, madame Caillaux, je ravnala iz ranjenega čuta za čast. Zaman je poskušala pred javnostjo zadržati razkritje pisma iz privatnega življenja svojega moža, ki je oba spravljal v neprijeten položaj.<sup>1</sup>

Ozadje afere so bile gospodarske težave, iz katerih se *Figaro* ni izvlekel niti po Calmettovem prevzemu leta 1901. Založnik je verjel, da je jedro njegovega podjetja ogroženo od uvedbe dohodnine, ki jo je naznanil finančni minister Caillaux, (zato se je proti temu boril z vsemi novinarskimi sredstvi).

Tragedija Calmette-Caillaux, ki se je končala s pozornost zbujujočo oprostilno sodbo 28. julija 1914, je začasno porinila v ozadje celo mednarodno krizo.<sup>2</sup>

Ta tragedija je poučen primer konkurenčnega boja, ki se je na poročevalskem trgu razvijal z naraščajočo ostrino. Izpostavljeni elementi takega boja so bili aktualnost in ekskluzivnost poročil, širitev le-teh in sam način poročanja. Politika se je izvajala pred očmi naroda, lahko se reče pred "svetovno javnostjo", če človek razmišlja v sodobnih evrocentričnih dimenzijah. Publicistični eho strelav je odmeval istočasno in povsod, bralci *Frankfurter Zeitung* so o pariških dogodkih izvedeli le nekaj ur za francoskimi prebivalci. Od sredine 19. stoletja se je iz regionalno in socialno razdrobljene javnosti razvila nacionalna, v obrisih že kar evropska komunikacijska družba.

Za hitro in enakomerno širitev novic sta poskrbeli kooperacija nacionalnih telegrafskih družb in gosto prepredena prodajna mreža velikih dnevnih časopisov. Z izboljšano možnostjo izbire je rasla pripravljenost trga za nova pričevanja tiska. S tem povezana pridobitniška pričakovanja so rešila nastajajoče časopisne in knjižne založbe. Podiranje materialnih in ideoloških omejitev v načinu mišljenja ter pri svobodi tiska v liberalnem obdobju 60. in 70. let prejšnjega stoletja je pospešilo predvsem v zahodni in srednji Evropi komunikacijsko revolucijo. Znak za začetek je tvoril preklic "taxes on knowledge", "davčin na znanje" v obliki znamk, davkov na papir in drugih kavcij v Angliji med leti 1853-1861.<sup>3</sup> Zaradi prevelikega poudarka preprečevalnih in omejevalnih tendenc, ki so izhajale iz cenzure in raznih licenc, je bilo spregledano, v kakšni meri se v avtoritarnih in pol-ustavnih

<sup>1</sup> Prim. P. Houdyer: *L'Affaire Caillaux ... ainsi fini la Belle Époque*. Paris 1977; Ch. M. Chenu, *Le procès de Madame Caillaux*. Paris 1960.

<sup>2</sup> *Histoire de la presse française*. 5 knjig. Paris 1969-1976, izdala Claude Bellanger in Jacques Godechot, knj. 3: De 1871 à 1940. Paris 1972, str. 350 sl.

<sup>3</sup> Zur Abschaffung von advertisement-, stamp- und paper-duties, *Arthur Aspinall*, *Politics and the Press, 1780-1850*. London 1949, str. 369 sl.

državah srednje in vzhodne Evrope tisk lahko osvobodi določil oblasti.<sup>4</sup> V Angliji in Franciji sta se založniška in tiskarska obrt že od sredine prejšnjega stoletja razvijali skoraj neovirano.<sup>5</sup> Sila in ostrina napadov, katerim se je Joseph Caillaux leta 1914 videl izpostavljen, pojasnjujeta, katera dežela je v tem času dosegla politično poročanje, ki je bilo pod zaščito liberalnega prava.

Politična elita Francije je spremljala pravno afero Caillaux kot posledico liberalnega zakona o tisku iz leta 1881, ki je bil sprejet s parlamentarnim pregledovanjem.<sup>6</sup> Kritičen pogled na razvoj tiska okoli leta 1900 ni bil razširjen le v kulturno-kritičnih krogih politično intelektualne elite v Evropi. Že pičlo desetletje po naprednem slovesu od zakona o tisku je član senata Tretje Republike zaznal, da se vrši revolucija v odnosih med tiskom, družbo in politiko.<sup>7</sup> Pojavne oblike *presse de la démocratie*, v ozadju katerih se je odvijala in odražala medijska revolucija poznega 19. stoletja, niso več odgovarjale sodobnim predstavam o javnosti in javnih zadevah.

V zgodnjih časih je večjo pozornost pritegnil odnos do politike, medijev in javnosti. To je verjetno posledica t.i. "amerikanizacije" volilnih bojev ali bolj medijsko orientirano politično razpravljanje med strankami v demokratičnem sistemu. Na novo vzkliili interesi za medije so naleteli na mnogokrat diskutiran "kulturalističen" tendenčni obrat v zgodovinski znanosti, ki si sedaj prizadeva potrditi svoje teoretične premise na novih pojmihi.<sup>8</sup> Za zgodovino medijev, ki se je dolgo časa ukvarjala izključno z institucionalnim, tehničnim in ekonomskim razvojem medijev,<sup>9</sup> je lahko povezava s komunikologijo, ki je vezana le na delovanje medijev,<sup>10</sup> samo prednost. Naenkrat je opazna perspektivna in metodična širitev, ki pelje iz zgodovine posameznih medijev k zgodovini medijev in komunikacije. Politična zgodovina medijev lahko ponovno oživi. Ugotovitve starejših raziskav o tisku so koristne, čeprav ne odstranimo njihovih slabosti.<sup>11</sup> Z naraščajočim pomenom medijev od "prosvetljenstva" dalje, je bila le-temu podrejena točno določena, racionalna funkcija v javnosti in v procesu gradnje javno mnenjske podobe. To, v naše demokratično pravo in v osnovne pravne zakonitosti vpleteno (pred)razumevanje, je najprej določilo znanstvene temeljne

<sup>4</sup> Jürgen Müller: Die Dresdener Konferenz und die Wiederherstellung des Deutschen Bundes 1850/51. München 1996, str. XL, XLVIII; prim. Wolfram Siemann: "Deutschlands Ruhe, Sicherheit und Ordnung". Die Anfänge der politischen Polizei 1806-1866. Tübingen 1985, str. 242 sl.

<sup>5</sup> O širjenju angleškega tiska in založništva glej Alan J. Lee, The Origins of the Popular Press in England, 1855.

<sup>6</sup> Senat Narodne skupščine je izglasoval zakon s 444 za in 4 glasovi proti. Senat je nato potrdil še liberalni amandma. Jedro novega zakona o tisku je bil preklic kavcijskih obveznosti in praktično popoln udarec političnim prestopkom nad tiskom iz Code pénal; *Histoire générale*, knj. 3, glej str. 241 sl.

<sup>7</sup> *Histoire générale*, knj. 3, str. 245.

<sup>8</sup> Primerjaj Ute Daniel: "Kultur" und "Gesellschaft". Überlegungen zum Gegenstandsbereich der Sozialgeschichte, v: Geschichte und Gesellschaft 19, 1993, str. 69-99.

<sup>9</sup> Primer za to v večini prispevkov Michael North (izdal): Kommunikationsrevolutionen. Die neuen Medien des 16. und 19. Jahrhunderts. Köln m. dr. 1995.

<sup>10</sup> Dieter Prokop, Medien-Macht und Massen-Wirkung. Freiburg 1995.

<sup>11</sup> Temeljno za starejše raziskave o tisku Otto Groth: Die unerkannte Kulturmacht. Grundlegung der Zeitungswissenschaft. I-VII. Berlin 1960-1972; isti, Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik). 4 knjige. Mannheim m. dr. 1928-1930. Groth je podal celovito zgodovino in sistematiko časopisa. Kritično sta se proti izoliranemu proučevanju medija postavila Eberhard Naujoks: Pressepolitik und Geschichtswissenschaft, v: GWU 22, 1971, 7-22, in Winfried B. Lerg: Pressegeschichte oder Kommunikationsgeschichte?, v: Presse und Geschichte. Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung. München 1977, 9-25.

domneve, ki so se izjasnile v "prosvetljenjskih" zahtevah medijev. Razvoj teh domnev se meri, v odnosu do prvotne idealne funkcije, tako pozitivno kot negativno. Dejstvo je, da se je odnos do politike, medijev in javnosti od zadnje četrtine 19. stoletja temeljno spremenil.

Pri tem gre nenazadnje za to, da kratko orišemo položaj, ki je vodil do emancipacije in samopotrditve medijev. Cilj študije je, da sprejmemo revolucije v medijih 19. in 20. stoletja - se pravi pojav "množičnega tiska" v drugi polovici 19. stoletja in prodor "novih" medijev kot obvladujočih komunikacijskih sredstev od 30. let tega stoletja - kot izhodišče nove interpretacije mlajše zgodovine medijev.

---

## I.

---

Kot vodilni pojem evropskega "prosvetljenstva" pomeni "javnost" in "mnenje javnosti" svobodno, z objektivnim spoznanjem doseženo razpravljanje učene in izobražene publike. Njegov namen naj bi bil voditi k razumni skupni volji in k samoorganizaciji naroda.<sup>12</sup> Praktično se je izvršil ta proces poročanja - in s tem graditve odločnosti in volje - v predpisani obliki, to je v tiskanem pričevanju neke družbe, ki je bila zamišljena kot razširjen komunikacijski prostor. Za obstoj organske zveze med javno debato in politično publicistiko gre zahvala osnovnim prepričanjem liberalnih reformnih gibanj v Evropi, ki so bila naravnana proti avtoritarni državi. Zato je svoboda tiska od začetka veljala za nepogrešljivo in neprecenljivo določilo pri oblikovanju mnenja javnosti.<sup>13</sup> Tisk je bil medij, v katerem se je izražala politična volja naroda, *volonté générale*. Ta volja je morala temeljiti na resnici in morali, izraz le-te pa v svobodi izražanja ni smel biti oviran. Le omejena publiciteta, tako se glasi politično pojasnilo svobode tiska, zagotavlja soglasje med političnim delovanjem in javno moralo. V boju proti *Ancien Régime* naj bi bil preklic cenzure tiska centralni vzvod, s katerim bi si s prosto komunikacijo in svobodnim izrazom volje, se pravi s pravico naroda pri političnem sodelovanju, zgradili novo pot.

Konkretno se je pravilnost te politične strategije izkazala v julijskih dneh leta 1830, ko se je zrušilo bourbonsko gospostvo; artikulacija javnega mnenja je bila s pritiski na tisk nasilno zadušena. *Veličastni dnevi* niso le v Franciji povelečevali premoči *gens de lettres*, katerih boj za svobodo miselnosti je "julijski revoluciji" Karla X. zadal udarec.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> O zgodovini pojmov primerjaj *Wilhelm Bauer*: Die öffentliche Meinung und ihre geschichtlichen Grundlagen. Tübingen 1914; *Friedrich Lenz*: Werden und Wesen der öffentlichen Meinung. Ein Beitrag zur politischen Soziologie. München 1956, in na to navezujoč *Jürgen Habermas*: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. 4. izdaja. Neuwied 1969. Posebno Habermas je uporabljal kategorijo "javnosti" v smislu J. J. Rousseausjeve Družbene pogodbe.

<sup>13</sup> O razvoju svobode tiska glej: *Jürgen Wilke* (ur.): Pressefreiheit. Darmstadt 1984; *George Boyce*: The Fourth Estate. The reappraisal of a concept, v: Newspaper History. From the 17<sup>th</sup> century to the present day, (ur. James Curran in Pauline Wingate). London 1978, str. 19-40, in *Eckhart Hellmuth*: Zur Diskussion um Presse- und Meinungsfreiheit in England, Frankreich und Preußen im Zeitalter der Französischen Revolution, v: Grund- und Freiheitsrechte im Wandel von Gesellschaft und Geschichte, (ur. Günter Birtsch). Göttingen 1981, str. 205-227.

<sup>14</sup> *D. Rader*: The Journalists and the July Revolution in France. The Hague 1973; *Robert Darnton*: The Literary Underground of the Old Regime. Cambridge / Mass. 1982, in *William M. Reddy*:

Sledilo je slavljenje zmage nad Ancien Régime in utrdilo se je prepričanje o nepremagljivi moči javne in odkrite kritike. Iz kabinetov Ancien Régime je prišla ocena, da se opozicijski tisk, z *Journal des débats* in s *Constitutionnel* kot glavno ostjo, udejestvuje kot "instrument de désordre et de sédition" ter da s tem uničuje povezavo med ljudstvom in monarhijo.<sup>15</sup>

Počasi se je tudi v srednjo Evropo, kjer je še vladal vpliv Metternichovega represivnega sistema, prikradla in stopnjevala prevlada liberalnega mnenja. To so potrdili tudi neuspešni poskusi zveznih zakonov, ki so želeli uničiti "alternativno" pot vpliva tiska.<sup>16</sup> V letu pred revolucijo 1848 so nadzorne oblasti Nemške zveze naredile sliko spremenjenega položaja: "Današnja Nemčija v besedah svoboda tiska začuti poseben čar, vendar si ljudje zaradi delovanja in posledic teh dveh besed ne marajo delati utvar."<sup>17</sup> Poročila agentov, prispela v informacijsko agencijo Mainzer, so potrdila mnenje zvezne tiskovne komisije, "da je nemški tisk, kljub vsem omejitvam, pod katerimi vzdihuje, pridobil na moči tako zelo, da ga ne more zlomiti nobena sila več."<sup>18</sup> Ob vsem tem simboličnem pomenu so materialne izboljšave tiskovnega prava kot posledice revolucije 1848 komaj še prišle v poštev.<sup>19</sup> Leta 1848 priborjena svoboda tiska je bila predvsem trofeja, ki je utelešala zmago meščansko liberalne sposobnosti razumevanja politične javnosti nad fevdalnim razumevanjem oblasti.

Rezultat boja proti državnim oblastem je velika veljava tiska v 19. stoletju. Od leta 1848 je tisk veljal za vpeljevalca ukrepov za napredek in demokracijo. Svoboda tiska je praktično postala sinonim za politično sodelovanje. Politična reformna gibanja so združila moči v upanju in pričakovanju rešitve lastnih interesov. S tiskom se je začelo povezovati tudi delavsko gibanje. V svojem prvem naslovu je *Working Men's Association* leta 1836 preklical časopisne koleke, saj je trdno verjel, da bo v duhu "the spread of knowledge or the progress of truth" ("širitve znanja oziroma napredka resnice") tudi sam pripomogel k napredku "prosvetljske" misli.<sup>20</sup> V fazi nastajanja strank so časopisne redakcije kot *lieux de sociabilité*, kot kristalizacijske točke igrale podobno pomembno vlogo kot lokali, kjer so se dobivala in sestankovala posamezna meščanska društva. Novinarji so bili

Condottieri of the Pen: Journalists and the Public Sphere in Postrevolutionary France (1815-1850), v: *American Historical Review* 99, 1994, str. 1546-1570.

<sup>15</sup> Jules-Armand Duc de Polignac v poročilu kralju Karlu X., ki naj bi vodil vpeljavo julijskih predpisov; citirano po *Pierre Albert / Fernand Terrou: Histoire de la presse*. 3. izdaja, Paris 1979, str. 39.

<sup>16</sup> Zlata jama pričevanj, ki poskušajo dokazati te ocene je *H. Adler* (izd.): *Literarische Geheimberichte. Protokolle der Metterich-Agenten*. I., II., Köln 1977. O začetkih moderne, "pozitivne" politike tiska piše *Frank Thomas Hofer*: *Pressepolitik und Polizeistaat Metternichs. Die Überwachung von Presse und politischer Öffentlichkeit in Deutschland und den Nachbarstaaten durch das Mainzer Informationsbüro (1833-1848)*. München 1983, str. 142 sl, in splošno *Wolfram Siemann*: *Ideenschmuggel. Probleme der Meinungskontrolle und das Los deutscher Zensoren im 19. Jahrhundert*, v: *Historische Zeitschrift* 245, 1987, str. 71-106; *Andrea Hofmeister-Hunger*: *Pressepolitik und Staatsreform. Die Institutionalisierung staatlicher Öffentlichkeitsarbeit bei Karl August von Hardenberg (1792-1822)*. Göttingen 1994.

<sup>17</sup> *Protokolle der Deutschen Bundesversammlung 1847*, zvezek 32, str. 771.

<sup>18</sup> Citirano po *Hofer*, *Pressepolitik*, str. 179.

<sup>19</sup> O situaciji tiska 1848 primerjaj: *Ursula E. Koch*: *Macht und Ohnmacht der Presse um 1848: Frankreich und Deutschland im Vergleich*, v: *Europa 1848 - Revolution und Reform*, (ur. Dieter Dowe, Heinz-Gerhard Haupt in Dieter Langewiesche). Bonn 1998, str. 771-817.

<sup>20</sup> C. D. Collett, tajnik čartističnega gibanja, ki je izšlo iz londonskega delavskega združenja, citirano po Lee, *Origins*, str. 44.

kot izkušeni besedniki politične javnosti izvoljeni v nacionalne parlamente, društva pa so razširila svoje programe in volilne razglase na časopise, katerim so ti novinarji pripadali. Kot posebna funkcija povezave med ljudstvom in parlamentom je na pomenu pridobivalo nastajajoče poklicno novinarstvo. Zaradi negotovega materialnega položaja je le-ta moral svoje delo ponuditi večim časopisnim hišam, za kar pa so mu pogosto očitali podkupljivost.<sup>21</sup> Poklicni ideal političnega pisanja ni bila le neodvisnost v smislu politične nevezanosti, svobode. Njegova poklicna in osebna identiteta se kaže v podpori "pravilnim" pogledom, kateri temeljijo na svetovnih nazorih. "Resen strankarski človek", tako je označil novinarski klic poklicni etos svojega stanu, se izpove za določeno politično smer iz lastnega prepričanja. On ni ustrežljiv pisarček, ne služi določeni stranki temveč mnenju javnosti.<sup>22</sup> Mnogokrat citirani uvodnik znanega evropskega političnega dnevnika je leta 1852 odredil veroizpoved političnega žurnalizma: "The press/ is daily and forever appealing to the enlightened force of public opinion - anticipating if possible the march of events" (Dnevni /tisk/ predstavlja nenehni vpliv na vzvišeno moč javnega mnenja - in če je le možno, napoveduje potek dogodkov).<sup>23</sup>

Ta identifikacija politične javnosti, v kateri je do izraza prišel emancipacijski patos časnikarske snovalne generacije, je kmalu naletela na nasprotje z družbeno realnostjo. Še okoli leta 1830 se je tisk s polno pravico skliceval na dejstvo, da je del političnega protigibanja, ki je ukoreninjeno v meščansko-liberalnem *juste milieu* družbe. S ponosnim občutkom zaradi te enotnosti je Johann Georg Wirth leta 1829 govoril o tisku kot o "moči mnenja javnosti", katera "na tehtnici pretehta celo vso knežjo moč".<sup>24</sup> Predvidevati pa ni mogel rešitve funkcionalne zveze med politično javnostjo in politično publicistiko, ki bi se morala izvršiti v prihajajočih desetletjih.

---

## II.

---

Pojem javnosti, ki je prevladoval v drugi polovici 19. stoletja, je bil pojem izobrazbene in politične javnosti. Ta naj bi se s "prosvetljenostjo" in izobrazbo postopoma razširila in prešla v splošno "meščansko" javnost. V tej javnosti se ljudstvo oblikuje kot politična družba. "Politično življenje svobodnega ljudstva" se giblje v javnost, saj je to postalo kot neke vrste potreba, "kot potreba človeku po

---

<sup>21</sup> *Darnton*, *Underground*, str. 115 sl., in tudi *Reddy*, *Condottieri*, str. 1550 sl., zelo poudarjata to dilemo, časnikarske oportuniste imenujeta za prevladujoče tipe predvsem časa julijske monarhije. To mnenje je dvomljivo zato ker prevzema pretežno kritične, sodobne podobe, ki so bile merjene po socialnem tipu vzpona: primerjaj vplivno kritiko Balzacove *Monographie de la presse parisienne* (1843), ki opisuje nestalne in neznačajne, vendar tudi svojemu prepričanju zveste tipe, ki bodo kot liberalno stičišče napovedali prihodnost "rienologue" - je ter bodo duhoviti "en se rendant illisibe".

<sup>22</sup> *Requate*, *Journalismus*, str. 296.

<sup>23</sup> J. T. Delane, izdal *Times*, citirano po *George Boyce*: *The Fourth Estate: the reappraisal of a concept*, str. 19-41, tukaj 19; primerjaj *Edward Cook*: *Delane of the Times*. London 1916.

<sup>24</sup> *Johann Georg Wirth*: *Deutschlands Pflichten*, v: *Deutsche Tribune. Ein konstitutionelles Tagblatt*. 3. 2. 1832, št. 29, citirano po *Lucian Höllscher*: *Öffentlichkeit*, v: *Geschichtliche Grundbegriffe*, (ur. Otto Brunner, Werner Conze in Reinhart Koselleck), knj. 4, Stuttgart 1978, str. 413-469, cit. str. 456.

zraku", je Karl Theodor Welcker opisal to vizijo.<sup>25</sup> Prost pristop k javnosti pomeni tudi politično soudeležbo.

Družba iztekajočega se 19. stoletja je tem razvojnim modelom odgovarjala le v zunanem oziru. Z znanstveno in komunikacijsko revolucijo se je razširila v množično javnost. Ta javnost je bila pluralna in demokratična, nikakor pa ne politična in splošna. Njena socialna osnova se je precej razširila, krog bralno in diskusijsko

sposobne publike je bil sedaj praktično identičen z družbo, z nacijo samo.<sup>26</sup> Vendar je idealni podobi omikane *société des lettres*, kritični in "objektivni" pristojnosti univerzalne volje odgovarjala prav tako malo kot na začetku stoletja. Utopična pričakovanja niso izpolnila pričakovanega in to kaže tudi razvoj tiska samega. Po liberalni teoriji naj bi se razvil v ljudsko zastopništvo, v glas demokracije in nato deloval "kot nadzornik in posrednik med vladajočimi in tistimi, ki si pustijo vladati".<sup>27</sup> Dejansko pa so bile osebne in predvsem finančne povezave s parlamentarizmom in političnimi strankami druge polovice 19. stoletja vedno tesnejše. Oblikoval se je politično usmerjen in strankarski tisk, ki se je v prvi vrsti zasidral v lastnem socialnem okolju. Njegovo delovanje se je ogradilo in omejilo, kot na primer angleški *Times*, z lastnim, partikularnim getom.<sup>28</sup>

Popolnoma nov fenomen, ki je moral spremeniti odnose med politiko in javnostjo, so bili poceni množični časopisi, ki so se od zadnje četrtine 19. stoletja prodajali na ulicah evropskih glavnih mest in tudi v podeželskih poštah. S tem se je oblikovala publicistična moč, ki ni poznala ne geografskih ne socialnih meja, niti močnih strankarsko-političnih in kulturnih vezi. Njeni učinki so izredno koristili narodni ekonomiji. Posebna kvaliteta tega časopisnega tipa, ki je do danes v zmoto zapeljeval z označbo "poslovni tisk", je v njegovi silni razširjenosti. V Parizu so leta 1914 prodali štirje veliki časopisi dnevno pet milijonov izvodov v treh izdajah, številni provincialni listi pa so skupaj prišli do štirih milijonov. Ta tisk ni bil več osredotočen na partikularno politično javnost temveč na množice v glavnih mestih in na prebivalstvo podeželja.<sup>29</sup>

<sup>25</sup> Hölscher, Öffentlichkeit, str. 456 sl.

<sup>26</sup> Rolf Engelsing: Massenpublikum und Journalistentum im 19. Jahrhundert in Nordwestdeutschland. Berlin 1966, str. 117 sl.; primerjaj: isti, Alphabetentum und Lektüre. Zur Sozialgeschichte des Lesens in Deutschland zwischen feudaler und industrieller Gesellschaft. Stuttgart 1973, in pregledni prikaz Wolfgang von Ungern-Sternberg, Medien, v: Handbuch der Bildungsgeschichte. knj. 3, 1860-1870, str. 379-417.

<sup>27</sup> Carl Theodor Welcker: Die vollkommene und ganze Preßfreiheit (1830), v isti, Kampf und publizistische Libertät. Schriften und Aktivitäten zu Konzeption, Realisierung und erneuter Einbuße von Pressfreiheit 1830-1833, (ur. Heinz-Dietrich Fischer in Rainer Schöttle). Bochum 1981, citirano po Jürgen Wilke (izdal): Pressfreiheit: Darmstadt 1984, 26. O teoriji "četrtle sile" pišeta predvsem Boyce, Fourth Estate in Helmut, Diskussion, str. 208 sl. in str. 224 sl.

<sup>28</sup> O razvoju tiska v Nemčiji Otto Groth in Kurt Koszyk: Deutsche Presse im 19. Jahrhundert. Geschichte der deutschen Presse, 2. del, Berlin 1966; o nastanku strankarskega tiska predvsem Heinz-Dietrich Fischer: Handbuch der politischen Presse in Deutschland 1480-1980. Düsseldorf 1981, str. 186 sl.; o Britaniji obsežna študija Stephen Koss: The Rise and Fall of the Political Press in Britain. I., II., Chapel Hill / London, 1981/1984.

<sup>29</sup> Sistematična razlaga, ki smatra t.i. Penny-Press kot samostojen tip, še manjka. Raziskave o posameznih časopisnih tipih: F. Amaury: Histoire du plus grand quotidien de la Troisième République, *Le Petit Parisien*, 1876-1944. Paris 1972; Lord Burnham: Peterborough Court: Story of the *Daily Telegraph*. London 1955 in M. Edelman: *The Mirror - A Political History*. London 1966; D. Barth: Das Familienblatt - Ein Phänomen der Unterhaltungspresse des 19. Jahrhunderts. Beispiele zur Gründungs- und Verlagsgeschichte, v: Archiv zur Geschichte des Buchhandels 15, 1975, Sp. 121-316, in Hans-Wolfgang Wolter:, Generalanzeiger - das pragmatische Prinzip. Zur Entwicklungsgeschichte und

Nova časopisna podjetja, generalni tiskovni glasniki in družinski listi so bili titulirani za "mnenjske tovarne". Oblikovali so svetovno podobo množic.<sup>30</sup> Povezava med tiskovnim poročanjem in politično podobo pa se je delno izražala v želji po obvladanju trga. V tem smislu je bilo odločujoče tradicionalno razumevanje meščanskih častitljivih politikov, ki je izhajalo iz njim dobrobitnega poučevanja in s tem zapeljevanja nepoučenih množic. Na političnem trgu, ustvarjenem s splošno volilno pravico, je izkušnja tekmovanja pokazala potrebo po moderni volilni propagandi.<sup>31</sup> Prizadevanja po demokratični javnosti so pripeljala do tega, da so javne predstave in prodajni vidiki politike vedno bolj bili v oči. Ti so razpolagali s slabo razvitimi in na lokalna oporišča omejenimi organizacijskimi aparati. V želji po razširitvi svojih političnih programov so potrebovali publiciteto "masovnih medijev" ter časopisnih in plakatnih reklam. Prepričanju, da je tisk kot inštrument množičnih vplivov zelo pomemben, so se pridružili tudi mnogi založniki. Londonski kralj tiska Alfred Harmsworth je bil trdno prepričan, da bi razširitev volilne pravice odprla neslutene možnosti, ki bi vplivale na sestavo političnih razredov. S to analizo se je verjetno motil, vendar je zvenela tako prepričljivo, da mu politični veljaki dolgo želene nobilitacije leta 1905 niso mogli več braniti.<sup>32</sup> Rast vpliva in moči, ki so jo doživeli angleški tiskovni lordi, je imela drugačne vzroke. V državah zahodne in srednje Evrope, kjer je prišlo do reforme volilne pravice, je volilni politični razred začutil povečano zakonsko prisilo in naraščajočo potrebo množic po izražanju mnenj. Predstavniki demokratične javnosti pri svojem zastopanju ni več potreboval besedičenja in lažne samozavesti.<sup>33</sup> Nova meščanska javnost ni bila več razpravljalna elita lokalno omejenega veljaštva, prednost je bila dana parlamentu in tisku kot pristojnima organoma političnega razpravljanja. Politika se je morala obrniti na anonimno javnost in se postaviti na nove, demokratične temelje. Pod pogoji moderne volilne pravice so bili odnosi med politiko in javnostjo razosebljeni in "medializirani", pod vplivom medijev. Tisk in mediji so delovali kot samostojne vmesne oblasti, ki niso mogle biti politično izločene niti prirejene, saj so bile gospodarsko neodvisne formacije. Le-te niso več igrale tiste vloge, je tožil mladi Churchill, ki jim je bila določena na odru parlamentarne monarhije.<sup>34</sup>

Proces politične emancipacije tiska in gospodarske prilagoditve na strukturne spremembe v javnosti je spremenil domneve in ukrepe političnih delovanj. Osebnosti politične elite s poklicnim novinarstvom so morali okrepiti, komunikacijo med politiko in javnostjo pa na novo organizirati. Od 60. let 19. stoletja je v evropskih državah nastalo institucionalizirano področje državnega javnega dela, ki

Typologie des Pressewesens im späten 19. Jahrhundert. Bochum 1981; primerjaj še H.-D. Fischer: Handbuch der politischen Presse Deutschland 1480-1980; I. Rieger: Die wilhelminische Presse im Überblick 1888-1918; J. Kirchner: Das deutsche Zeitschriftenwesen, seine Geschichte und seine Probleme. 2. del. Wiesbaden 1962.

<sup>30</sup> Nakazano pri *Requate*.

<sup>31</sup> Primerjaj *Frank Möller*: Die sich selbst bewußte Massenbeeinflussung. Liberalismus und Propaganda, v: Propaganda in Deutschland. Zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert, izdala Gerald Diesner in Rainer Gries. Darmstadt 1996, str. 1-22.

<sup>32</sup> *Koss*, Rise and Fall, knj. 2: The Twentieth Century, str. 12.

<sup>33</sup> O teoriji in praksi monarhičnih samoprikazovanj in reprezentacij *Peter Burke*: Ludwig XIV. Die Inszenierung des Sonnenkönigs. Frankfurt / Main 1995 (v angl. 1992), str. 31 sl. in str. 169 sl.

<sup>34</sup> Winston Churchill: A Roving Commission, My Early Life. New York 1930, str. 357; citirano po *Ross*, Rise and Fall, knj. 2, str. 12.



je bilo sprva še nesistematizirano.<sup>35</sup> Njegove posamezne panoge, neuradni tiskovni biroji, uradni tiskovni oddelki, tiskovni referenti, tiskovni fondi in kontaktni ljudje so se počasi spoznavali, saj je bilo v njihovem interesu razviti trdne stične točke, s katerimi bi postavili temelje za ureditev pravil komunikacije.<sup>36</sup> Tiskovni referenti in kupljeni pisuni iz 50. let so še vedno delovali v defenzivni, skoraj subverzivni drži. Tako diskretno delo teh "tiskovnih lakajev" je bilo lahko prikriti, saj so pogosto uporabili neuničljivi pisarniški stil, ki je pripeljal do "kredita in moči".<sup>37</sup> Le redki specialisti za tisk so spoznali, da je treba tisk jemati kot samostojen in neodvisen faktor moči, ki ne sme slepiti ne "s črnim ne z belim, ne z napačnim ne s pravim".<sup>38</sup> Iz službenih navodil nemškega državnega kanclerja "K uporabi tiska" (izšla so leta 1893), je opaziti še vedno povsem instrumentalen odnos do medijske politike. Tako so uslužbenci tiskovnega biroja pruskega notranjega ministra, ki so imeli svoj vpliv razširjen na *Berliner Correspondenzen*, obdržali nalogo širjenja "uradnih in dejanskih poročil". Ta definicija je kazala relativno omejeno dojemanje medijske politike.<sup>39</sup>

Spoznanje, da se odnosi do medijev pod pogoji liberalne tiskovne zakonodaje ne dajo več poljubno prirediti, je precej pozno dozorelo tam kjer državno oblastna pravica za vzgojo javnega mnenja še ni bila načeta (kot na primer v Avstriji in Nemčiji). Julius Fröbel, ki je bil dolga leta v službi pri Bismarcku zvestem *Süd-deutschen Zeitung* v Münchnu, je kljub okorelosti države obdržal predstave, da je tiskovna politika vlade preizkušeno sredstvo "vodenja ljudskega mnenja in ljudske

<sup>35</sup> Pred skoraj tremi desetletji je *Eberhard Naujoks*: *Pressepolitik und Geschichtswissenschaft*, opozoril na tiskovno politiko kot na "dvomljivo stroko vladnega delovanja". Od takrat je izšlo veliko del o posameznih fazah državno javne politike, primerjaj npr. *Rudolf Stöber*: *Bismarcks geheime Presseorganisation von 1882*, v: *Historische Zeitschrift* 262, 1996, str. 423-453. Primanjkujejo še sistematični orisi tem, ki so vplivale na zgodovino medijev; primerjaj tudi *Ute Daniel/ Wollfram Siemann*: *Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789-1989*. Frankfurt / Main 1994, nato še *Wolfgang Piereth*: *Propaganda im 19. Jahrhundert. Die Anfänge aktiver staatlicher Pressepolitik in Deutschland (1800-1871)*, 21-44; in *Diesener / Gries* (izdala): *Propaganda*; prim. tudi starejša dela: *Walter Vogel*: *Die Organisation der amtlichen Presse- und Propagandapolitik des Deutschen Reiches von den Anfängen unter Bismarck bis zum Beginn des Jahres 1933*, v: *Zeitungswissenschaft* 16, 1941; o tiskovni politiki Napoleona III. *Irene Collins*: *The Government and the Newspaper Press in France, 1814-1881*. Oxford 1959, str. 108 sl.; *Irene Fischer-Frauentdienst*: *Bismarcks Pressepolitik*. Münster 1963, *Eberhard Naujoks*: *Bismarck und die Organisation der Regierungspresse*, v: *Historische Zeitschrift* 205, 1967, str. 46-80, in *Manfred Overesch*: *Presse zwischen Lenkung und Freiheit. Preußen und seine offiziöse Zeitung von der Revolution bis zur Reichsgründung (1848 bis 1871/72)*. Pullach 1974.

<sup>36</sup> S politično zgodovinsko raziskavo *Stephena Kossa* o angleškem tisku 19. in 20. stoletja lahko primerjamo druga dela (*Rise and Fall*) - v njih bomo spoznali odnos do politike in novinarstva v Franciji, Nemčiji in drugih evropskih državah. V temeljni študiji za nastanek modernega poklicnega novinarstva, ki jo je napisal *Jörg Requate*: *Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung Journalistenberufs im 19. Jahrhundert*. Göttingen 1995, so v središču pozornosti socialni in zgodovinski temelji profesionalizacije. Pomembno bazo za analizo odnosov med politiko in novinarstvom nudijo tudi dela *R. Bellet*: *Presse et Journalisme sous le second Empire*. Paris 1967, *Marc Marti*: *Journalistes parisiens et notoriété vers 1830-1870*, v: *Revue historique* 266, 1981, str. 31-74, *B. M. Palmer*: *Des Petits Journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne, 1863-1914*. Paris 1983, *Philip Elliot*: *Professional ideology and organisational change: the journalists since 1800*, v: *Boyce*, *Newspaper history*, str. 173-204.

<sup>37</sup> Fröbelov citat o "tiskovnih lakajih" iz 1878: *Naujoks*, *Offiziöse Presse*, str. 166; naslednji citat je iz tajne spomenice o "Organizaciji tiska v in za Bavarsko" iz leta 1852, citirano po *Piereth*, *Propaganda*, str. 36.

<sup>38</sup> Pisanje bavarskega notranjega ministra Neumayr-ja kralju Maximilianu II., 31. 05. 1859; citirano po *Piereth*, *Propaganda*, str. 37.

<sup>39</sup> Citat po *Peter Jungblut*: *Unter vier Reichskanzlern. Otto Hammann und die Pressepolitik der deutschen Reichsleitung*, v: *Daniel / Siemann*, *Propaganda*, str. 101-117, cit. str. 105, 107.

volje".<sup>40</sup> Vsa prizadevanja, da bi se dokopali do pol-uradnega tiska ali prikritih subvencij publicistične premoči v javnosti, so se ponesrečila. Prav tako se je ponesrečilo javno dajanje prednosti organom, zvestim vladi ali izraba uradnih monopolov poročanja.<sup>41</sup> Z gradnjo privatnih poročevalskih agencur in založniško

mrežo je izginila tudi poslednja ovira s strani države, ki je ovirala svobodno komuniciranje.<sup>42</sup>

Zaradi želje, da bi se državni ali strankarski politični vpliv dokopal do privatnih medijskih koncernov, so bili ti opazovani, njihova lastnina pa spoštovana kot neodvisen nosilec odločitev. Z odpravo državnega oglaševalskega monopola in časopisnih davkov so se zadržki za osnovanje založniških podjetij, tudi zaradi novega delniškega prava, odločilno zmanjšali. Zaradi tiskovnega prava liberalne dobe in zaradi neizčrpanega gospodarskega razvojnega potenciala, sta se tiskarska in založniška obrt od 60. let prejšnjega stoletja znatno širili.<sup>43</sup> Založniška politika se je orientirala na tržne možnosti. Obljubljala je, da bo pri visokih začetnih izgubah in znatnih investicijskih tveganjih krila 20% glede na vloženi kapital.<sup>44</sup> Lastnik založbe svoje vloge torej ni več definiral politično, njegov primarni cilj ni bil več priti med politične veljake in elito izobražencev. Uspeh pri osnovanju podjetja pa si je poskušal zagotoviti s tem, da je upošteval spremenjene znanstvene in informacijske potrebe ter potrebe za preživetje ljudskih množic.<sup>45</sup> Zgodnji primer, ki je navrgel za množičen tisk tipično podjetniško filozofijo, je bil osnovni opis iz leta 1854, ki se je pojavi v *Hannoverschen Couriers*: "V množici bralne publike, ki vsak dan narašča, se vedno glasneje in silneje izraža potreba, da bi v sedanjih časih, ki so tako polni dogodkov, imeli organ, ki bi bil nadstrankarski in ki bi v kratkih in poučnih potezah predstavljal dejstva."<sup>46</sup> Čeprav list iz svoje narodno liberalne države v prihodnosti ni delal skrivnosti, se je vodeči urednik proti temu zavaroval z organom, ki je bil označen kot "organ nepristranskih, dobrohotnih mož".

*Courier*-jeva politika podjetništva je prelomila z dvema praviloma političnega žurnalizma 19. stoletja. Nič več se ni označevala kot organ politične javnosti in je ločila tesne, funkcionalne strankarske vezi. "Zunanji dokaz duhovne neodvisnosti" naj bo "ekonomska /neodvisnost/" - tako je leta 1878 Julius Fröbel definiral no-

<sup>40</sup> Julius Fröbel: Die Gesichtspunkte und Aufgaben der Politik. Leipzig 1878, 435; citirano po Eberhard Naujoks: Die offiziöse Presse und die Gesellschaft (1848/1900), v: Presse und Geschichte. Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung. München 1977, str. 157-171, cit. str. 166.

<sup>41</sup> Primerjaj dunajski vladni časopis *Die Presse*. August Zang je z ministrovim prevrednotenjem izgubil velik del svojih naročnikov; Adam Wandruszka: Geschichte einer Zeitung. Das Schicksal der Presse und der Neuen Presse von 1848 bis zur Zweiten Republik. Wien 1958, str. 61 sl.

<sup>42</sup> G. Storey: Reuter's Century, 1851-1951. London 1951; J. L. Kieve: The Electric Telegraph. Newton Abbot 1973; Horst A. Wessel: Die Entwicklung des elektronischen Nachrichtenwesens in Deutschland und die rheinische Industrie. Wiesbaden 1983; Jorma Ahvenainen: The Role of the Telegraphs in the 19th Century Revolution of Communications, v: Kommunikationsrevolutionen. Die neuen Medien des 16. und 19. Jahrhunderts, ur. Michael North. Köln / Weimar 1995, str. 73-81; Heinz Dietrich Fischer (ur.): Deutsche Kommunikationskontrolle des 15.-20. Jahrhunderts. München 1982.

<sup>43</sup> Alan Lee: The structure, ownership and control of the press, 1855-1914, v: Boyce, Newspaper History, str. 117-130, posebno str. 119 sl.; isti, Origins, str. 274 sl.

<sup>44</sup> Lee, Structure, str. 120.

<sup>45</sup> Za začetnika *New Journalism* velja angleški tisk: Prim. J. Curran: Capitalism and control of the press 1800-1975, v: Mass Communication and Society, (ur. J. Curran, M. Gurevitch in J. Wodlocott); Elliott, Professional Ideology.

<sup>46</sup> Citat po Requate, Journalismus, str. 299.

tranja določila svobodnega tiska. Konkretno je bila založniška samostojnost lahko dosežena le s popolno novo orientacijo publicističnega in žurnalističnega dela. To so uspešno predstavljali vsakodnevni tisk, nedeljski časopisi in družinski časopisi. Ti produkti so utelesili spremenjeno kulturo znanja in vedenja novega časa. Oblikovani so bili na osnovi tržno-ekonomske analize potreb moderne množične javnosti. Povpraševanje je bilo po razumljivih političnih predstavitev, po gospodarskih, kulturnih, športnih<sup>47</sup> dogodkih ter zabavnih in lokalnih peripetijah, na kratko: *human interest story*. S tem pa ni prišlo do nazadovanja in propada političnega tiska, kot danes menijo mnogi kritiki nove kulture znanja.<sup>48</sup> Iz kulturno kritičnega stališča Maximiliana Hardna neznačajan "bizantinski" novi žurnalizem ni imel nobenega upanja za razvoj in obstoj. V upanju na uspeh politične neodvisnosti dnevnega časopisja z meščansko vzgojno zahtevo, je bil Harden grenko razočaran. Kot prosvetljen izobražen meščan in novinar je pogrešal star tip časopisa, ki "ne služi vsakemu gospodu Omnesu in ne podaja uvelih mnenj, temveč poskuša s pogumnim izrazom počasi oblikovati svoje osebno mnenje". On je novi princip Augusta Scherlsa (*Berliner Lokal-Anzeiger*, in ilustrirani *Woche*) "naša beraška čorba za množico" priznal, ni pa ga razumel.<sup>49</sup> Scherlov koncern je ravno zaradi tega pridobil na političnem vplivu. Stal je na trdnih tleh oglaševalske trgovine in bil je neodvisen od vladnih in strankarskih informacij. Bil je inštrument založnika, kateri mu je pustil svobodno odločitev, ko je šlo za vprašanje uravnavanja publicistične udarne moči.<sup>50</sup> Pri Hofeju so Scherlove tiskovne proizvode intenzivno preučevali, saj je bilo znano, da so razstavljeni v gostilnah in lokalih društev, da jih prodajajo na ulicah in železniških postajah in da so tako vsakemu, ki jih želi brati, dostopni. Tudi če je založnik strmел za dejstvom "ljudstvo v veri v cesarja", so se nanj in na njegovo podjetje zgrinjali mnogoteri strahovi.<sup>51</sup> V političnih vodilnih krogih je vladala skrb, da bi se iz založniškega konglomerata lahko po vzorcu na Scherl-Pressse razvil skoraj tako nevpliven komunikacijski monopol.

Verjetno so obstajala dejstva, ki so potrjevala, da so bile politične sistemske krize rešene s publicistično povzročenim zanosom javnosti. Dejansko pa so tiskovne kampanje in vojni pohod *Figara* v glavnem zgrešili svoje cilje. Tako se je poskus večine francoskega tiska leta 1914 ponesrečil, propadel je finančni minister Caillaux in njegov davčni načrt. Caillaux je moral končno odstopiti, vendar za to ni bilo krivo razkritje časopisov temveč dejanje njegove žene, s katerim je postal nepriljubljen. Pod vtisom take gonje se je utrdil mit o suvereni moči "četrtle sile". Ta mit se je pustil izkoristiti kot prodajni argument v konkurenčnem boju nasproti

<sup>47</sup> O publicistični tržni strategiji BZ am Mittag, ki je kot prvi nemški časopis od leta 1905 vseboval športno prilogo, primerjaj Fritz Wirth: *Sport und Massenpresse*, v: *Hundert Jahre Ullstein*, knj. 2, str. 343-367, cit. str. 348.

<sup>48</sup> Zelo vplivna je bila kritika sociologa *Maxa Ostrogorskega*: *Democracy and the organization of political parties*. knj. 2. London 1902. *Koss*, *Rise and Fall*; *Albert*, *Histoire*.

<sup>49</sup> Polemika o Scherlovem *Tag*, v: *Die Zukunft* iz 16. 2. 1901, str. 282 sl.; članek "Leichenparade"; 25. 2. 1905, str. 312 sl.; oba citata po B. *Uwe Weller*, Maximilian Harden und die *Zukunft*. Bremen 1970, str. 56 in str. 392, cit. str. 56.

<sup>50</sup> O uredniški praksi in gospodarskih osnovah novega novinarstva piše *Rudolf Stöber*: *Der Prototyp der deutschen Massenpresse. Der Berliner Lokal-Anzeiger und sein Blattmacher Hugo von Kupffer*, v: *Publizistik* 39, 1994, str. 315-331, posebnost str. 324 sl.

<sup>51</sup> Citat po *Hans Erman*: *August Scherl. Dämonie und Erfolg in wilhelminischer Zeit*. Berlin 1954, str. 285.

strankarskemu tisku. V nasprotju s tem se je množični tisk hranil z emancipacijsko tradicijo, ob tem pa se je skliceval na duhovno in ekonomsko neodvisnost. "*Matin* vidi vse, vse ve, vse pove" - tako je urednik ponujal odlike svojega množičnega lista, katerega je okrog leta 1914 v Franciji bralo okrog milijon bralcev. V publicistični samoreklami sta se povezali zahteva razsvetljenstva po resnici in močna samozavest uspešnega medijskega podjetja.<sup>52</sup> Taka reklama je bila koristna poslovnemu razvoju, saj se je po eni strani sklicevala na razsvetlensko tradicijo, po drugi strani pa se je lotila poskusa politične manipulacije s publicistične pozicije moči. Ko je šel *Matin* med afero Dreyfus svojo pot in se ga je prijel očitek izdaje le-tega, je morala založba računati na drastično znižanje naklade. Mnenje ljudstva je bilo negotovo, nejasno, s časopisnimi gonjami v vseh primerih kratkoročno vplivano, na koncu pa je bilo večinoma na strani zmagovalca. V primeru, če so založniki te izkušnje spregledali in so se politično izpostavili, so tvegali gospodarske izgube.

Izid medijske in komunikacijske revolucije zadnje četrtine 19. stoletja je bil vzpon množičnega tiska, ki se je politično, ekonomsko in duhovno emancipiral od države in družbe. Od države zato ker so odpadle pravne in materialne ovire, ki so tisk v mnogočem ovirale in v določeni meri nanj pritiskale. Od družbenih gibanj pa se je množičen tisk emancipiral kot njihov zaveznik, podpornik ter posrednik pri komuniciranju in posvetovanju s političnimi frakcijami. Kot fenomen *sui generis* je moderni množični tisk sledil primarno ekonomskim zakonom. Zaradi tega mu je bila pripisana eminentna politična učinkovitost. Vendar tisk ni bil industrijsko podjetje v običajnem smislu temveč družbena moč oz. politični faktor moči. Ta ugotovitev je veljala le za nekatere velike založniške koncerte, ki so izšli iz ustanovitvene mrzlice desetletij med 1860-1880. Boj za nadvlado, ki se je začel ob prelomu stoletja in ki je dosegel višek v 20. letih, so preživele le založbe, ki so povezovale velike tržne segmente in ki so imele točno določene politične smernice, katere so morale tudi predstavljati. Hkrati pa te založbe niso smele priznavati strankarskih pripadnosti. Po tem principu sta delovali liberalni skupini Ullstein in Mosse v Berlinu<sup>53</sup> ali konzervativni tiskovni koncern Lorda Beaverbrooka v Londonu.<sup>54</sup> Proces koncentracije je ustvaril suverene velike založnike, ki so se vedli kot poveljniki javnega mnenja. Konzervativni predsednik vlade Baldwin je leta 1931 o angleškem tisku dejal, da po prevzemu oblasti ne prevzame politične odgovornosti in to označil kot "posebno pravico počestnice".<sup>55</sup> S to ne povsem pravično primero je dal široko razširjenemu prepričanju izraz, da so mediji

<sup>52</sup> Maurice Bunau-Varilla (1856-1944) je leta 1886 pridobil *Matin* in ga spremenil v delniško družbo. Sam je napisal le malo političnih člankov, vendar je neprestano deloval v redakcijskem delu.; prim.: *Dictionnaire de Biographie Française*, knj. 7, Paris 1956, str. 669.

<sup>53</sup> O boju za nadvlado v Berlinu glej *Peter de Mendelssohn: Zeitungsstadt Berlin; Rainer Wagner: Berliner Morgenpost, v: Hundert Jahre Ullstein 1877-1977*, 4 knjige. Berlin 1977, prav tam, str. 9-47, in *Erich Wagner: BZ am Mittag* in *BZ*, v: isto, str. 47-87; splošno o razvoju strankarskega tiska *Fischer, Handbuch*, str. 230, str. 440 sl.

<sup>54</sup> A. J. P. Taylor: Beaverbrook. London 1972, str. 211 sl.

<sup>55</sup> Ta očitek, ki ga je Stanley Baldwin navrgel v svojem znamenitem govoru med volilnim bojem 17. 03. 1931 v Queens's Hallu, volilno okrožje St. George's, Westminster, je letel na konzervativna tiskovna lorda Rothermera in Beaverbrooka, ki nista finančno podprla formalnih kandidatov toryjev, temveč lastnega protikandidata; prim. Taylor, Beaverbrook, str. 290 sl; citat po Koss, Rise and Fall, knj. 2, str. 504; primerjaj tudi *Seymore-Ure*, Mass-Media.

prevzeli politično dediščino krone in parlamenta, pri čemer pa zakonska sestava ne igra določene vloge.

Razširjeno mnenje zgodovine medijev je, da naj bi iz medijskih koncernov medvojnega časa izšel destabilizacijski učinek na demokracije zahodne in srednje Evrope.<sup>56</sup> V finančni povezavi z veliko industrijo so si tiskovni veljaki na podlagi njihovih togo centraliziranih koncernov prizadevali za avtoritaren družbeni red. V zaklonišču liberalnega ustavnega reda je izraba moči medijev lahko dosegla najvišjo točko, pri čemer je bila zelo koristna neomejena svoboda tiska publicističnega boja proti parlamentarni demokraciji. Kontrola, ki jo je izvajal Alfred Hugenberg nad poročevalskim, oglaševalskim in časopisnim trgom, je veljala za dokaz, čeprav je bila tako jasna podreitev interesov koncerna političnim določilom prej izjema kot pravilo.<sup>57</sup> Tudi konzervativni angleški tisk s *Times*-om na čelu je podpihoval antiparlamentarizem, pri čemer je politiki nekonflikta (pomiritve) publicistično pripravil teren.<sup>58</sup> Mnenju o nesrečni vlogi tiska je Hermann Ullstein, ki je bil leta 1934 prisiljen v izgon, nasprotoval. Na primeru lastnega koncerna je dokazal, da moč organizacije ni enakopomenska z močjo mnenja. V "času bojov" zgodnjih 30. let so njegovi množični listi dan na dan poskušali demontirati idol množic, a kljub temu je bil Hitler izvoljen tudi od liberalnega bralstva.<sup>59</sup>

---

### III.

---

Zgodovinska raziskava medijev je bila osredotočena na tekmovanje za nadzor nad komunikacijskimi sredstvi in javno mnenjskimi raziskavami. Državna in strankarska politična propaganda sta se ob tem zdeli kot nadaljevanje politike tiska 19. stoletja z dodanimi modernimi tehnikami masovnih vplivov. Medtem ko sta v totalitarnih sistemih kot propagandistična ost prednjačila film in radio, so demokracije zamudile izrabo novih medijev v državne namene.<sup>60</sup> Tako je bilo z odpovedjo strokovnjakov, ki so se ukvarjali s *public relations* na javnih radijskih postajah, prepuščeno sovražnikom Weimarske republike področje propagande.<sup>61</sup> Ta teza je pokazala, da je možna organizacija komunikacijsko-politične mišljenjske ustanove od zgoraj in da je politično ravnanje lahko propagandistično izdelano. Temu sledi znanstvena argumentacija po tradicionalnih predstavah državne poli-

<sup>56</sup> *Mendelssohn, Zeitungsstadt; Bernd Söseman: Im Spiegel der Voß: der Kampf um die Republik, v: Hundert Jahre Ullstein, knj. 2, str. 217-265; o tem piše tudi Eberhard Kolb: Die Weimarer Republik. 2. izdaja. München 1988, str. 123.*

<sup>57</sup> *Dankwart Guratzsch: Macht durch Organisation. Die Grundlegung des Hugenberg'schen Presseimperiums. Düsseldorf 1974, str. 344 sl., in J. A. Leopold: Alfred Hugenberg. The Radical Nationalist Campaign against the Weimar Republic. New Haven / London 1977; Helmuth Bauer: Die Presse und die öffentliche Meinung. München 1965, str. 29.*

<sup>58</sup> *Taylor, Beaverbrook, str. 329 in str. 344 sl.; Koss, knj. 2, str. 506 in str. 553 sl.*

<sup>59</sup> *Hermann Ullstein.: The Rise and Fall of the House of Ullstein. New York 1943, 217; isti, Aus Ullsteins großer Zeit, v: Hundert Jahre Ullstein, knj. 1, str. 133-153.*

<sup>60</sup> Predvsem pomembna je interpretacija *Ute Daniel: Die Politik der Propaganda. Zur Praxis gouvernementaler Selbstrepräsentationen vom Kaiserreich bis zur Bundesrepublik, Propaganda, str. 44-83, posebno str. 58 sl., in Heinz-Dietrich Fischer (ur.): Deutsche Kommunikationskontrolle des 15. bis 20. Jahrhunderts. München 1982.*

<sup>61</sup> *Daniel, Propaganda, str. 63. Karl Christian Führer: Auf dem Weg zur "Massenkultur"? Kino und Rundfunk in der Weimarer Republik, v: HZ 262, 1996, 739-783, posebno str. 771 sl.; primerjaj tudi Winfried B. Lerg: Rundfunkpolitik in der Weimarer Republik. München 1980.*

tike medijev o javnosti, ki se pusti upravljati s pedagoškim pristopom. Dejansko pa je bilo usmerjanje javnega mnenja skozi vladno uradno poročevalsko mrežo že med 1. svetovno vojno spoznano za napačno obveščanje in zaradi tega diskreditirano. Ljudsko mnenje je državne tiskovne urade in njihovo osebje zaničevalo, zato je sledilo le še malo poskusov, da bi "razsvetljenski dejavnosti" "uradov, ki so poročanje ovirali" in žurnalistom v državnih službah pripisovali preveliko veljavo.<sup>62</sup>

Počasi je tudi svobodni tisk izgubil na informacijski vrednosti in verodostojnosti. Nacionalnim poklicno novinarskim zvezam, ki so bile osnovane kmalu po prelomu stoletja, ni uspelo, da bi se predstavile kot "zagovorniki javnosti" in kot enotno javno mnenje.<sup>63</sup> Pluralizacija in komercializacija mnenjskega trga sta nezadržno korakali naprej. S pospešenim prilagoditvenim procesom potrebam množic je bilo vodenje javnega mnenja vodečih tiskovnih organov in sloves novinarskih elit relativizirano. Nič ni govorilo v prid povečanju vpliva medijev v času visoke kvantitativnosti izdajanja informacij, mnenj in reklam. Gospodarski proces koncentracije je brez dvoma omejil izbor informacijskih virov na deželne regije oz. področja manjših mest. S tem pogosto povezana predstava, da je gospodovalni položaj posameznih publicističnih koncernov gradil informacijski monopol, je zmotna. Prenos znanja se izvršuje na mnogotere načine. Različna mnenja, podoba sveta in politične možnosti so odvisni od vnaprej določenih nastavitvev in predvsem od eksistencialnih izkušenj v vsakdanjem svetu.

Vendarle sta privatna koncentracija publicistične moči in propagandistična zloraba novega radijskega medija v Evropi in v ZDA ter skozi nacionalsocializem izsilili intenzivno diskusijo o odnosih z demokracijo in mediji.<sup>64</sup> Čeprav so bile nacionalne izkušnje drugačne od medijskih, so si bili njihovi zaključni sklepi podobni v pomembni skupni točki. Tako je bila v Angliji leta 1947 ustanovljena kraljeva komisija, ki je preiskovala tiskovne zadeve. Leta 1949 je podala zaključno poročilo. Menila je, da je politično poročanje v Evropi spregledalo "standarde", ki so veljali še v predvojnem času. To pa bi lahko ogrozilo demokracijo.<sup>65</sup> Obtožba je merila na to, da politični žurnalizem ni več zvest svoji nalogi, to je slediti razsvetljenstvu, ki je zvesto resnici.

Kaj je bilo s tem mišljeno? Kritika komisije je ciljala predvsem na temeljito, revolucionarno spremembo publicističnih predstavitev in oblik in vsebine. V vojnem času se je oblikoval nov stil, to je vojno poročanje. Vpeljala sta ga časopisa *Daily Express* in *Daily Mirror*. Priloga tega poročanja je bila stilirana s slikovitimi reportažami, vsebina je bila skrajšana, poudarek je bil na opisih v strastni, zanosni

<sup>62</sup> Hartwig Gebhardt: Organisierte Kommunikation als Herrschaftstechnik. Zur Entwicklungsgeschichte staatlicher Öffentlichkeitsarbeit, v: *Publizistik* 39, 1994, str. 175-190, cit. str. 178 sl.; za vojno propagando primerjaj Wilhelm Deist: *Militär und Innenpolitik im Weltkrieg 1914-1918*. Düsseldorf 1970.

<sup>63</sup> O poklicni zavezi *National Union of Journalists*, ki je zrasla iz razkola *National Association of Journalists* iz leta 1886, osnovana pa je bila leta 1907, piše C. J. Bundock: *The National Union of Journalists*.

<sup>64</sup> O diskusiji v ZDA piše Douglass Carter: *The Fourth Branch of Government*. Boston 1959, o ameriški politiki tiska v Nemčiji Harold Hurwitz: *Die Stunde Null der deutschen Presse. Die amerikanische Pressepolitik in Deutschland 1945-1949*. Köln 1972, str. 34 sl.

<sup>65</sup> O delovanju kraljeve komisije za tisk (1947-1949) primerjaj predvsem Koss, knj. 2, str. 632 sl.; Taylor, Beaverbrook, str. 584 sl., primerjaj še publikacijo parlamentarnih poslancev in izdajateljev *Spectator Willson Harris: The Daily Press*. London 1947 (prva izdaja 1943) in polemiko izdajatelja *Manchester Guardian* in *New Statesman*; Kingsley Martin: *The Press the Public Wants*. London 1947.

dikciji in na zahtevi po senzacionalnosti. Politični razred je obžaloval izgubo pobude po moči definicije in jezikovni ter pojmovni kompetenci, s tem pa privilegiranega pristopa k javnosti. Politični komunikacijski center, se pravi parlament, vlada in stranke, se je kot vir politične širitve poročevalstva prikazoval kot samozaložniški aparat, saj je s tem poskušal pridobiti na kvaliteti.

V tem kontekstu je opazna tudi oživljena diskusija o omejitvi svobode tiska z individualnim pravom, ki naj bi bila zagotovljena z javno-pravnim nadzorom.<sup>66</sup> Iz zahteve po ustavno-pravni "osnovni pravici", ki bi zagotovila potrebne informacije, je bilo izpeljano državno intervencijsko pravo. To je vpeljalo po letu 1945 v evropske države novo medijsko politiko, ki se je tikala radia in televizije. Politična ustanoviteljska generacija Zvezne republike Nemčije se je po prevzemu deželnih radijskih postaj držala tradicionalne politike medijev predvojnega časa, ki naj bi sedaj služila demokratično mišljenjski ustanovi.<sup>67</sup> S pluralistično sestavljenimi radijskimi odbori deželnih postaj se je med tem mnenjem in zahtevami zaveznikov po ustanovitvi "od države neodvisnega" radia v letih 1948/49 pojavil kompromis.<sup>68</sup> Ta rešitev je bila v nasprotju z nacionalno medijsko politiko zahodnevropskih zmagovalk, ki so pod vplivom socialne in politične polarizacije 20. in 30. let tega stoletja pretrgale s tradicijo in zavile na pot državnega socializma. Nova medijska politika je v prvi vrsti prizadela razvijajoč radijski medij, ki je bil od svojega začetka nadzorovan s strani države in naj bi deloval kot protiutež informacijskemu monopolu tiska. Tudi tiskovno pravo je bilo močnejše nadzorovano in podvrženo kritični diskusiji.<sup>69</sup> Pravne in administrativne omejitve so bile največkrat priznane z zgodovinskimi argumenti, saj izvirne misli svobode tiska vsebujejo moralno obveznost do "resnici zvestemu" obveščanju javnosti. Vse to pa zaradi namena po nepristranskih, svobodnih oblikah mišljenja.<sup>70</sup> Svarilo nekega britanskega kritika iz leta 1945 se glasi: "Newspapers, do not seek to fulfil the function of systematic truth-seeking that the early democrats accorded them. (Časopisi, ne poskušajte izpopolniti sistematične funkcije iskanja resnice, kateremu so se posvetili zgodnji demokrati)."<sup>71</sup>

Debata, vpeljana v 40. in 50. letih 20. stoletja kot funkcija medijev v demokratični družbi, je odražala globoko spremembo strukture. Njegovi izidi, ki naj bi bili tu kratko orisani v luči novejših raziskovalnih dognanj, opisujejo jedro tistega, kar je v splošni znanstveni jezikovni rabi združeno s pojmom "medijska družba".

1. S postopnim popuščanjem državnega radijskega monopola se je končalo obdobje evropske zgodovine medijev. Ta zgodovina je bila vtisnjena z instrumen-

<sup>66</sup> Začetke te diskusije predstavljajo prispevki Wilke (izdal), *Pressefreiheit*, str. 267 sl.; primerjaj *Martin Löffler: Presserecht*. München / Berlin 1955 *Dieter Stammer: Die Presse als soziale und verfassungsrechtliche Institution*. Berlin 1971; *Eugen Kogon: Vom Elend unserer Presse*, v: *Frankfurter Hefte* 3, 1948, str. 614 sl.

<sup>67</sup> *Norbert Frei: Hörfunk und Fernsehen*, v: *Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland*. I-IV, 2. izdaja, Frankfurt / Main 1989, knj. 4: Kultur, str. 417-464, str. 420 sl.

<sup>68</sup> *Hans Bausch: Rundfunkpolitik nach 1945*. I., II., München 1980, 1. del: 1945-1962, str. 33.

<sup>69</sup> *Histoire générale de la presse*, knj. 3, str. 56 sl. in str. 473 sl.; *R. Pinto: La liberté d'opinion et d'information*. Paris 1955.

<sup>70</sup> *Norbert Frei: "Was ist Wahrheit?" Der Versuch einer Bundespressegesetzgebung 1951/52*, v: *Idee und Wirklichkeit des Journalismus*. München 1988, (ur. Hans Wagner), str. 75-91; *T. Peterson: The social responsibility theory*, v: *Four theories of the press*. Urbana, III. 1963.

<sup>71</sup> *Kingsley Martin: Truth and the Public*. London 1945, str. 24; primerjaj diskusijo o izoblikovanju člena 5 osnovnega zakona parlamentarnega zbora, v izvlečkih pri *Klaus-Berto von Doemming: Rudolf Werner Füßlein in Werner Matz, Entstehungsgeschichte der Artikel des Grundgesetzes*, v: *Pressefreiheit*, str. 267-291, zlasti str. 274 sl.

talnim razumevanjem državne medijske politike in z emancipacijo ter samopotrjevanjem medijev. Obdobje evropske zgodovine medijev se je začelo s cenzuro in pritiskom. V srednjem, liberalnem obdobju se je z indirektnimi državnimi vplivi in propagando komaj izvršil vzpon neodvisnega tiska (od približno 1860). To obdobje se je končalo z ničnim poskusom utemeljiti centralni državni ali na primer strankarski monopol v novih medijih demokratične povojne Evrope. Počasi je v političnih strankah naraščal vpogled v nezmožnost kontrole obsežnih komunikacij. Strinjanje z odpovedjo pravnih in administrativnih posegov v ustavno pravno zajamčeno svobodo mnenja je temeljno spremenilo *odnos do politike in medijev*.<sup>72</sup> Do takrat je bila medijska politika določena s konfrontacijo in politično sliko posameznih taborov, po letu 1945 pa so se razvile osebne zveze med posameznimi politikami in novinarji, ki niso temeljili na transparentni in javnosti temveč na diskretnosti in ekskluzivnosti. K vsakodnevni rutini profesionalnih odnosov med poklicnimi politikami in poklicnimi novinarji je spadal "zaupljiv pogovor v ozadju". Ta je potekal z izvoljenimi novinarji in z možnostjo prepovedi objave neželenih informacij.<sup>73</sup> Mehanizem izbiranja in izključevanja je ustvaril specifično bližino in novo vzajemno odvisnost med politiko in novinarstvom.<sup>74</sup> Tako je bilo računati na lojalen odnos do vseh obravnavanih tem. Nek britanski poslanec je ob primerjavi poklicne prakse prvih let tega stoletja z novinarskim delom povojnega obdobja definiral to kot "deal" dveh enakopravnih partnerjev, pri čemer ena stran plača premijo za "informacijsko vrzel" druge. Politiki so bili za svoje diskretne indiskretnosti pogosteje honorirani s *personal publicity* in določeno podobo v javnosti kot pa z materialnimi sredstvi.<sup>75</sup>

2. Druga odločujoča prelomna točka v mlajši zgodovini medijev se dotika *odnosa do politike in javnosti*. Nove tehnične možnosti podajanja audio-vizualnih medijev so povišale efekt komunikacije.<sup>76</sup> *Medijska* javnost je kot posrednik in

<sup>72</sup> Tako imenovana televizijska sodba zveznega ustavnega sodišča (28. 2. 1961) in "Spiegel-Affäre" 1968 kažeta, da ta proces ni potekal brez ovir; prim. *Günter Zehmer* (ur.): *Der Fernsehstreit vor dem Bundesverfassungsgericht*. I., II. Karlsruhe 1965; *Frei*, Hörfunk und Fernsehen, interpretira zgodovino radia v ZRN v tradiciji državnih in strankarsko-političnih vplivov. Precenjuje delovanje radijskih družb, ki so bile oblikovane s strankarskimi nameni in so delovale kot naprave javnega prava. Po 5. 8. 1950, ko je bila ustanovljena skupnost radijskih postaj Nemčije, je bila očitna razlika med vzhodnim in južноеvropskim tipom državnih postaj. Za zgodovino radia primerjaj še *Bausch*, Rundfunkpolitik, I. del; o Adenauerjevih načrtih *Rolf Steininger*: Rundfunkpolitik im ersten Kabinett Adenauer, v: *Rundfunk und Politik 1923/1973*, (ur. R. Steiniger in Winfried B. Lerg, 341-385; za Anglijo *Assa Briggs* *The BBC. The first fifty years*. Oxford / New York 1985, str. 35 sl., in *Bernard Galtier*: *Les médias britanniques et la Guerre des Malouines: la crise de la B. B. C.*, v: *Le Quatrième Pouvoir en Grande-Bretagne depuis 1855*. Actes du Colloque du Centre d'Histoire des Civilisations de Langue Anglaise Université de Picardie, 30-31 Mars 1990. La Garenne-Colombes 1990, str. 109-125.

<sup>73</sup> O tem piše *Karl-Günther von Hase* (ur.): *Adenauer und die Presse*. Bonn 1988.

<sup>74</sup> O osnovanju in podlagi profesionalizacije predvsem *Requate*, Journalismus; *Koss*, Rise and Fall, knj. 2, str. 614 sl.; za Francijo *Martin*, Journalistes, in *Thomas Ferenczi*: *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIXème siècle*. Paris 1993.

<sup>75</sup> Članek je izšel aprila 1947 v *World's Press News*. Višek je dosegel v domnevi "that it was common practice /.../ to accept bribes in return for 'leaks' to the press"; glej *Koss*, Rise and Fall, knj. 2, str. 637.

<sup>76</sup> O elektronski medijski komunikaciji primerjaj *Tom Rosenstiel*: *Strange Bedfellows. How Television and the Presidential Candidates changed American Politics*, 1992. New York 1993; primerjaj *Ulrich Sarcinelli*: *Massenmedien und Politikvermittlung. Eine Problem- und Forschungsskizze*, v: *Medien und Politik*, (ur. Gerhard W. Wittkämper). Darmstadt 1992, str. 37-62; *Wolfgang Jäger*: *Fernsehen und Demokratie. Scheinplebiszitäre Tendenzen und Repräsentation in den USA, Großbritannien, Frankreich und Deutschland*. München 1992. Ena prvih empiričnih raziskav o delovanju



oblikovalec podobe pravzaprav začetnik političnega predstavnštva. Audio-vizualen medij potrebuje manj besedila, jezika, znakov in več elektronskih slik. Prepričati mora s svojo sliko in obliko. Ti vizualni zapisi zgodovinarjem predstavljajo izziv.<sup>77</sup> *Political marketing* se je počasi oblikoval kot samostojna obrt. Medijski svetovalci so nadomestili agit-propagandno osebje strank. Politični svetovalci in volilni štab ameriških predsedniških kandidatov so na začetku 70. let 20. stoletja zaposlovali približno tri ducate specialistov za medijski management, med drugim tudi *Public Relation Counselors, Marketing Researcher, Social Psychologists, Radio and TV Producer, Television in Speech Coach*.<sup>78</sup>

Medializacija in komercializacija politične komunikacije sta nase potegnili kulturno kritične komentarje. Obtoženi sta bili depolitizacije javnosti, češ da se ukvarjata z zabavlaškim novinarstvom in posebljanjem predstave politične vsebine.<sup>79</sup> Množična politična mobilizacija je bila vedno povezana z zabavo, v komunikaciji z določenimi političnimi cilji pa je bila posrednik vedno posamezna oseba oziroma več določenih oseb. Obe tendenci sta sestavna elementa procesa oblikovanja politične zavesti v zastopajočih demokracijah. V tej kritiki se kaže tudi komunikacijsko-teoretičen koncept, kateri predvideva kontrolirano moč (medijev) razumnega diskurza kot normativno idejo in terja racionalno ravnanje političnih akterjev.<sup>80</sup> Temu vzorcu nudijo izhodišče tudi konstruktivistične teorije. Zrcalno rešijo dozdeven racionalno komunikativen kontekst v "miselni zgradbi" predočenih resničnosti in oblikujejo nove socialne svetove.<sup>81</sup> V obeh dostavkih leži idealno razumevanje politike in javnosti. To je stara predstava o politično participirani javnosti, in je prisotna v permanentnem dialogu s političnimi ravnmi odločanja. To je komunikacijski model, ki izključuje obstoj pluralistične javnosti.

Nov problem se pojavi, če človek opazuje zgradbo resničnosti skozi medije kot konstruktiven, ne le kot funkcionalen fenomen komunikacije. Razpravljanje med mediji, politiko in javnostjo se potem zdi kot relativen stik, ki služi realni interpretaciji. Primer naj bo t.i. "televizijsko mnenje" zveznega ustavnega zakona iz 28. 02. 1961, ki izraža sledeče: "Radio je več kot 'medij' javno mnenjske podobe; je eminenten 'faktor' javno mnenjske podobe /.../".<sup>82</sup> Ta sodna ugotovitev je hotela utemeljiti sodbo, da je treba državne posege v svobodo radia preprečiti, saj bi bila v nasprotnem primeru to kršitev pravno jamčene svobode mnenja. Iz današnje perspektive bi o tem lahko mislili drugače. Zastrašujoča instrumentalizacija medijev ni nastopila z namenom državnega informacijskega monopola ali strankarsko-političnega oblikovanja mnenj. Zdi se, kot da bi politična prizadevanja

masovnega medija televizije: Kurt Lang: Zuschauerreaktionen bei den Kennedy-Nixon-Debatten, v: *Rundfunk & Fernsehen* 9, 1961, str. 162-287.

<sup>77</sup> Pionirska študija na tem področju je delo Marion G. Müller: Politische Bildstrategien am amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1828-1996. Berlin 1997. Ta razprava ne raziskuje le televizije temveč tudi volilni plakat in njegov jezikovni in vizualni pomen.

<sup>78</sup> Natančen seznam najdemo pri Robert Agranoff (ur.), *The New Style in Election Campaigns*. 2. izdaja. Boston 1975, str. 25.

<sup>79</sup> "Klasik", na katerega se ta kulturno kritičen žanr sklicuje je Neil Postman: *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. 3. izdaja. Frankfurt / Main 1985.

<sup>80</sup> Jürgen Habermas, *Kommunikationstheorie*.

<sup>81</sup> Peter L. Berger / Thomas Luckmann: *Die gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt / Main 1992 (v angleščini 1966), v naslonitvi na Alfred Schütz: *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. 6. izdaja. Frankfurt / Main 1993 (1. izd. 1932).

<sup>82</sup> Zehmer, *Fernsehstreit*, knj. 2, str. 331 sl.

po komunikaciji od preloma stoletja prehajala na medije. Dosegljivost in nagovor javnosti v obdobju množičnih medijev je brez precedensa. Ne da bi beseda tekla o poceni medijski polemiki, mora biti opazna tudi zveza med političnimi razpravljanji v *medijski* javnosti in upadajočo pripravljenostjo javnosti za direktno in osebno politično participacijo.

Zgodovina modernih medijev, ki je napisana šele v drobcih, bo v bodoče koncentrirana na dva vidika:

- prvič- na vprašanje, ki v tej razpravi ni bilo obravnavano, to je, kako so se naši življenjski vzorci spreminjali pod vplivom medijev in se spreminjajo še danes.

- drugič- na dejstvo, da je konstrukcija resničnosti skozi medije kot samostojen faktor posegla v delovanje družbenih akterjev in njihovo zaznavanje realnosti.

Da bi razumeli to tretjo plat zgodovinske "realnosti", se moramo oddaljiti od preprostih teorij množičnih vplivov. Te bi bil le refleks na zgodovinske napačne ocene političnega nosilca odločitev v občevanju z mediji. Nasproti časovno vzporedni eksistenci je realna interpretacija, ki gradi poseben komunikacijski stik v politiki, javnosti in medijih. Kako bi bil tak program realiziran in kako bi lahko zgodovinsko odločujoče dogodke in opcije delovanja interpretirali na novo s tem, da bi prišteli vse medijske perspektive. To bo pokazano v naslednjem poglavju na primeru matične dežele medijske demokracije.

#### IV.

Na 25. obletnico kubanske krize je oktobra 1987 prišlo do konference ameriških in sovjetskih zgodovinarjev z bivšimi ameriškimi in sovjetskimi nosilci oblasti.<sup>83</sup> O vzrokih in poteku konflikta so prevladovala različna mnenja, vendar so udeleženci soglašali v bistveni točki njihove analize. Obe jedrski velesili sta bili med krizo v negotovosti glede konkretnih namenov nasprotne strani. Prepričanje, da lahko nasprotnik napade prvi in nevednost, kako bi se izšli lastni vojaški ukrepi in posegi, sta stopnjevali vzajemen občutek ogroženosti. Ta pa bi lahko sprožil vojaški spopad. Vladal je "komunikacijski problem", kot je to situacijo okarakteriziral bivši obrambni minister Mc Namara.

V televizijskem nagovoru je ameriški predsednik 22. oktobra 1962 informiral svetovno javnost o atomskih raketah na Kubi in o ukrepih ZDA. Kennedyjev korak v javnost ni bil le na sovjetski strani doživet kot trenutek zaostritve krize. Zakaj je predsednik otežil tajna pogajanja s Sovjetsko zvezo, ki so takrat že stekla? Vsi udeleženci konference so neodvisno drug od drugega potrdili, da je hotel Kennedy s svojim govorom prehiteti pričakovano poročanje po medijih. V nekontroliranem, dramatičnem tveganju prehiteti medije se je štab predsednikovih svetovalcev odločil za ofenzivno komunikacijo.

Kot se je pokazalo, so bile vse bojzani glede medijev neosnovane. Glavni komentatorji dveh pomembnih dnevnih časopisov so zatajili svoje informacije.<sup>84</sup> V trinajstih kriznih dnevih se je poročevalstvo gibalo v okvirih uradnih inter-

<sup>83</sup> Tri konference v Hawk's Cay-u, Cambridge / Ma.-u in Moskvi so dokumentirane in komentirane v: *On the Brink. Americans and Soviet reexamine the Cuban Missil Crisis*, (ur. James Blight / David A. Welch). New York 1990.

<sup>84</sup> Dejstva, da je bila eskadrilja bombnikov ZDA na najvišji stopnji pripravljenosti, pred mediji niso mogli dolgo skrivati.

pretacij.<sup>85</sup> Kennedy in Hruščov, ki sta do tedaj televizijske medije spretno uporabljala kot instrument politične komunikacije, sta iz krize potegnili neposredne sklepe. Zanašala sta se na arhaična komunikacijska sredstva, nenazadnje na direktno linijo "rdečega telefona", ki je bila vzpostavljena kot preventivno sredstvo v obdobju krize.

Samostojne pristojnosti medijev, priskrbeti in interpretirati poročila, so pomemben faktor političnega procesa odločanja. Zgodovina medijev ne more biti več dolgo obravnavana le kot kulturni fenomen, kot sfera govorno-simboličnega sredstva med pošiljateljem in prejemnikom, kot "nauk komunikacije".<sup>86</sup> Tudi kulturna širitev<sup>87</sup> se je izkazala kot dvomljiva metoda dobička. Medtem ko z mediji prelaga tehtnost na raven pomembnosti, na diskurz v medijih in dozdevne miselne ustanove, zanemarija pomembnejše, politične dimenzije: medijske revolucije druge polovice 19. stoletja in 30. let 20. stoletja opozarjajo, da moramo zgodovino medijev jemati v prvi vrsti kot del politične zgodovine. Politični zgodovini, ki oblast razume tudi kot javen prikaz zahteve po izkazovanju moči, katere pogledi so se usmerili na oblike prikaza in medializacije moči, tretjič pa upošteva, da je politično delovanje pod vplivom interpretacije resničnosti skozi medije vedno spremenjeno.

*Prevedla Mojca Šorn*

---

Andreas Schulz

DER AUFSTIEG DER "VIERTEN GEWALT"

Z u s a m m e n f a s s u n g

---

Im Mittelpunkt der Studie steht die Entwicklung von Medienmacht in Europa von der Emanzipation der Presse im 19. Jahrhundert bis zur Kommunikationsrevolution der Gegenwart. Mit dem Entstehen der Massenpresse seit den 1860er Jahren entfernte sich das Medium immer weiter von seiner klassischen aufklärerischen Funktion. Das spezifische Prestige der Presse hatte ursprünglich darauf beruht, als kritische und kontrollierende Instanz der öffentlichen Meinung gegen den absolutistischen Obrigkeitsstaat Gehör verschafft und letztlich damit auch der Demokratisierung den Weg geebnet zu haben. Die von der liberalen Staatsrechtstheorie entwickelte Vorstellung von der demokratischen Funktion der "vierten Gewalt" hat tiefe Spuren im europäischen Verfassungsrecht und in der Praxis des politischen Umgangs mit den Medien hinterlassen. Dadurch ist auch in der historischen Forschung gelegentlich der Aufstieg der Presse und die Entwicklung der Medien allzusehr als eine erfolgreiche Emanzipations- und Modernisierungsgeschichte betrachtet worden.

Indem die Mediengeschichte positiv wie negativ zumeist an ihrem idealen aufklärerischen Anspruch gemessen wird, gerät die Tatsache aus dem Blick, daß sich das Verhältnis von Politik, Medien und Öffentlichkeit seit dem letzten Viertel des 19. Jahrhunderts grundlegend verändert hat. Im Zuge

---

<sup>85</sup> Primerjaj z *Michael R. Beschlos*; Powergame - Kennedy und Hruščov. Die Krisenjahre 1960 bis 1963. Düsseldorf 1991, str. 453 sl.; Iz perspektive udeležencev pišejo *On the Brink*; str. 21 sl.; *Robert Kennedy*: Dreizehn Tage. Die Verhinderung des Dritten Weltkrieges durch die Brüder Kennedy. Bern / München / Wien 1969, str. 120 sl.; *Chruschtschow erinnert sich*. Die authentischen Memoiren, ur. Strobe Talbott. Reinbek 1992 (v angleščini 1971); Pierre Salinger, With Kennedy. London 1967, str. 259 sl.

<sup>86</sup> To je bila v sredini 70. let tega stoletja vpričo organizacijsko utrjene znanosti o medijih upravičena terjatev; nekaj o tem *Lerg*, Pressegeschichte.

<sup>87</sup> Primerjaj z znanstvenimi članki, ki vpeljujejo diskurzivne strategije interakcij, samoupodobitev in masovne vplive kot novo predmetno področje razširjene znanosti komunikacije: *Barry R. Schlenker*: Impression Management: The Self-Concept, Social Identity and Interpersonal Relationships. Monterey 1980; *Astrid Schütz*: Die Wirkung unterschiedlicher Selbstdarstellungsstrategien. Jugendliche beurteilen die Auftritte von Spitzenpolitikern, v: *Publizistik* 39, 1994, str. 289-307.

der Liberalisierung der kontinentalen Kommunikationsstrukturen in Europa, die bis 1918 zur schrittweisen Durchsetzung institutioneller Garantien der Meinungs- und Pressefreiheit führte, vollzog sich ein bemerkenswerter Funktionswandel: die Entstehung einer autonomen, "unregulierten Medienmacht, einer gewissermaßen so nicht intendierten vierten Gewalt, der selbst kein kontrollierendes verfassungsrechtliches Gegengewicht gegenüberstand. Dieser säkulare Vorgang war an zwei historische Bedingungen geknüpft. Zum ersten beruhte die gewachsene Bedeutung der Medien in der pluralen Öffentlichkeit eines kommerzialisierten Meinungsmarktes auf ihren vor allem technisch immens gesteigerten Möglichkeiten, anschauliche Interpretationen von Wirklichkeit zu liefern. Von dieser spezifischen Informations- und Deutungskompetenz der Medien wurde das Handeln politischer Entscheidungsträger weit mehr beeinflusst als der Prozeß der öffentlichen Meinungsbildung selbst. Die zweite Voraussetzung für den Aufstieg der Medien bildet die voranschreitende Demokratisierung der politischen Ordnungen der europäischen Staatenwelt. Im Übergang von der partizipatorischen Teilöffentlichkeit des 19. Jahrhunderts zur konsumierenden Massenöffentlichkeit der Moderne wuchs in den entstehenden Demokratien der Zwang, Politik zu inszenieren und zu medialisieren. Demokratische Regierungen und Parteien benötigten zunehmend den Medienzugang als Vermittlungsebene zur politischen Öffentlichkeit, um ihre Botschaften wirksam zu verbreiten und Wählermassen zu mobilisieren. Dadurch wurden Politik und Medien immer enger vernetzt, bis hin zur wechselseitigen Abhängigkeit des politischen Führungspersonals von der Medienberichterstattung und des professionellen Journalisten vom Informationsfluß aus den politischen Entscheidungszentralen.

Unter den technischen Bedingungen des elektronischen Medienzeitalters verstärkte sich seit den 1930er Jahren die Tendenz zum political marketing durch öffentliche Selbstdarstellung. Damit veränderten sich auch die Beziehungen zwischen Politik und Öffentlichkeit. Die neuen audio-visuellen Medien erhöhten den massenwirksamen, emotionalen Effekt politischer Kommunikation. Zugleich wurde Politik immer weniger auf Parteiveranstaltungen und -versammlungen, durch Programme und Manifeste, durch Straßenpropaganda und Plakatwerbung vermittelt. Der politische Kommunikationsprozeß verlagerte sich aus dem öffentlichen Raum in die Medienöffentlichkeit, und die Weitergabe und Aufnahme politischer Inhalte wurde entsprechend kommerzialisiert und privatisiert. Kulturkritische Kommentare bis hinein in die wissenschaftliche Forschungsdiskussion beklagen deshalb gegenwärtig eine "Entpolitisierung der Öffentlichkeit" und eine zunehmende "Personalisierung von Politik" durch den Unterhaltungsjournalismus. Dieser Kritik liegt allerdings ein ideales, geradezu romantisches Verständnis von einer politisch partizipierenden Öffentlichkeit zugrunde, in der wenige aufgeklärte Meinungsführer in einem vernünftigen Diskurs mit der politischen Entscheidungsebene stehen - ein Kommunikationsmodell, das die Existenz einer pluralen und rezeptiven Massenöffentlichkeit theoretisch ausschließt. In der gesellschaftlichen Praxis herrscht jedoch ein eher loser Kommunikationszusammenhang zwischen Medien, Politik und Öffentlichkeit, in dem häufig wechselnde und konkurrierende, meist nur bedingt miteinander vermittelte Realitätsinterpretationen nebeneinander bestehen. Eine künftige Mediengeschichte sollte sich deshalb vor simplen funktionalistischen Massenmanipulationstheorien hüten. Vielmehr gilt es, den säkularen Entstehungsprozeß der modernen Mediengesellschaft nicht isoliert, sondern stets in engem Zusammenhang mit dem politischen Verhaltenswandel in den europäischen Demokratien zu betrachten.