

Slavko Splichal: *Datafication of Public Opinion and the Public Sphere, How Extraction Replaced Expression of Opinion*

ISBN-13: 978-1-83998-450-1 (Hbk),

ISBN-10: 1-83998-450-3 (Hbk),

ANTHEM PRESS, 2022, 182 stranice

Knjiga prof. dr. sc. Slavka Splichala, uglednog znanstvenika i profesora na Sveučilištu u Ljubljani te redovnog člana Slovenske akademije znanosti i umjetnosti naslovljena *Datafication of Public Opinion and the Public Sphere. How Extraction Replaced Expression of Opinion* objavljena je u nakladi Anthem Pressa 2022. godine. Riječ je o još jednom značajnom djelu koje uspješno integrira njegova područja znanstvenog interesa – javno mnijenje, javnu sferu, komunikacijsku teoriju, političku komunikaciju i istraživačke metode u području komunikacijskih znanosti. Knjiga je sadržajno podijeljena na pet poglavlja, a dodatne cjeline čine prolog, uvod, zaključak, popis literature te kazalo autora i ključnih pojmova. U prolo-

gu autor objašnjava kako je većina tema u knjizi predstavljena na njegovim seminarima i predavanjima, dok je posljednje poglavlje prethodno objavljeno, ali je ovdje nadopunjeno zahvaljujući sazrijevanju ideja.

U poglavlju *Introduction* autor objašnjava simboliku godine izdanja njegove knjige. Naime, 2022. je obilježena 100-ta obljetnica izdanja knjige Ferdinanda Tönniesa *Kritika javnog mnijenja*, kao i Lippmannove knjige *Javno mnijenje*. I dok je prvo djelo bilo prilično marginalizirano, navodi Splichal, Lippmann je višestruko spominjan u znanstvenoj zajednici. Istodobno, upozorava da je uspon istraživanja javnog mnijenja 1930-ih marginalizirao kritičko propitivanje javnosti i javnog mnijenja. Stoljeće

kasnije razvoj novih tehnologija pokazuje neraskidivu povezanost ljudskih aktivnosti te digitalne komunikacije i umrežavanja. Lakši pristup omogućava platformama u privatnom vlasništvu nadzor nad *online* komunikacijom, ali i *offline* ponašanjem. Autor u knjizi nastoji prikazati (re)konceptualizaciju javnosti u odnosu na tri kritička perioda proučavanja povijesti društvene komunikacije: 1) uspon javnog mnijenja povezan je s jačanjem glasa ljudi, 2) pad kritičko-epistemološkog koncepta i 3) konceptualna transformacija javnog (*publicness*) vođena s *big data* i algoritmima (usp. 2022: 2). Raspravljajući o javnosti autor ističe pet ključnih tema koje su u središtu njegova zanimanja: 1) povijesna transformacija od mišljenja do formiranja javnog mnijenja, 2) izvori i posljedice sličnosti uspona i pada konceptata javnog mnijenja i javne sfere, 3) pregled povijesne usvojenosti pojma javne sfere u društvenim znanostima, 4) utjecaj tehnološkog napretka na razvoj i konceptualizaciju te istraživanje javnosti i javne sfere, 5) konceptualizacija novog modela javnosti sačinjenog od šest temeljnih komponenti skrivenih iza akronima VARMIL (usp. 2022: 3). Ulazak u novo tisućljeće rezultirao je i pojavom društveno štetnih komunikacijskih formi kao što su govor mržnje, rasistički jezik, lažne vijesti i dezinformacije koje ozbiljno ugrožavaju princip javnosti

i slobode komunikacije. Upozorava se i na kontroverze koje su se pojavile uslijed definicije javnog mnijenja kod američkih teoretičara, koji su ovaj koncept nastojali marginalizirati ili ga proglasili bezvrijednim. Središte interesa društvenih istraživanja s javnog se mnijenja premjestilo na područje društvenih mreža i rudarenja mišljenja, budući da mnogi taj proces smatraju komplementarnim, ako ne i ključnim u analizi javnog mnijenja (usp. 2022: 4).

U prvom poglavlju *The Rise of Public Opinion as the Voice of the People* autor opisuje nekoliko ciklusa teorijskih promjena u razvoju koncepta javnog mnijenja nakon Francuske revolucije, a uoči Lippmannova kulturnog djela *Public Opinion*. Počevši od Machiavellija i ideje kolektivnoga javnog mnijenja do kasnog 18. stoljeća i kritičkog osvrta na javno mnijenje. Autor upozorava kako je u 19. i ranom 20. stoljeću pitanje javnosti (*publicness*) bilo u središtu filozofa i političkih teoretičara, da bi u 20. stoljeću postalo tradicionalna disciplina u Americi, što je rezultiralo i porastom interesa među psiholozima, ekonomistima i istraživačima tržišta (usp. str. 17). U kasnom 19. stoljeću javno mnijenje postaje ključni element za kontrolu moći. Nadalje, poglavlje analizira kako javno mnijenje vide Rousseau, ali i Kant koji je vjerovao u ideju publiciteta kao metodu prosvjetljenja (usp. 2022:

19-20). Splichal nadalje govori o sjemenu sumnje u javno mnijenje – kroz Hegelov koncept koji je javno mnijenje smatrao irelevantnim ili društveno štetnim (usp. str. 20), a razmatra i odnos subjektivnog i objektivnog u tome. Javno mnijenje ostaje važno političko-filozofsko pitanje u drugoj polovici 19. stoljeća i početkom 20. stoljeća. Spominje Tocquevilla i njegov koncept koji se zalaže za „tiranizirajuće snage javnog mnijenja“ (2022: 21). Nadalje, u poglavlju se govori o konceptualnim izazovima, kao i kontroverzama u sociologiji i političkim znanostima. Konačno, izum istraživanja javnog mnijenja (*opinion polls*) otvorio je debatu o ulozi javnog mnijenja čiji je status posve promijenjen u posljednjih 10 godina. Riječ je o jedinom trendu/izumu unutar društvenih znanosti koji se uspio komercijalizirati (usp. 2022: 29), a koji je usvojila politika, korporativni sektor i vlasti.

Quantification of Public Opinion and the Disempowerment of the Public naziv je drugog poglavlja u kojemu autor upozorava na nove termine u društvenim znanostima kao što su *datafikacija* i *dataism*. Rast i razvoj interneta doprinio je razvoju kvantifikacije, posebice u društvenim znanostima. Objašnjavajući specifičnosti kvantitativne paradigme koja je danas vođena *online* rudarenjem podataka (*data mining*), autor nadalje analizira kako kvantifikacija može

nadići zapreke kvalitativne analize. Kvantifikacija je doprinijela i stvaranju jaza između akademika i teoretičara u društvenim znanostima, kao i razlici između „kritičkog“ i „administrativnog“ društvenog istraživanja, upozorava Splichal (usp. 2022: 34). Digitalizacija društva povećala je datafikaciju podataka, a istodobno se smanjuju razlike među disciplinama. Danas je prikupljanje podataka automatiziran proces zahvaljujući algoritmima koji prate digitalni otisak korisnika putem kojeg se analizira sve i na taj se način stvara asimetrična transmisija između davatelja podataka i primatelja (usp. 2022: 38). Poglavlje raspravlja i o ulozi anketiranja – o operacionalizaciji, emanaciji i negaciji javnog mnijenja, dodajući kako su ankete nastojale osigurati zadovoljavajuću razinu empirijske vrijednosti koje druge metode nisu mogle. Splichal ističe i prokletstvo prijevoda stručnih izraza u znanosti što, prema njegovu mišljenju, doprinosi iskrivljavanju značenja. Kao primjer spominje njemački jezik i nedostatak izraza za *public opinion polls*. Slično su postupali i američki znanstvenici 1920-e izostavljanjem dijela sintagme, što je dovelo do napuštanja koncepta javnog mnijenja u sociologiji. Prekretnicu je označila Habermasova knjiga i njezin prijevod iz 1989. na engleski jezik, čime je u javni diskurs uveden novi pojam – javna sfera (*public sphere*). Na taj

je način Habermas nastojao ignorirati teoretičare kao što su Dewey, Tarde i Tönnies, a spominjući samo Millsa i Lippmanna.

U trećem poglavlju *Re-emergence of Publicness in the Public Sphere* Splichal istražuje i opisuje krah koncepta javnog mnijenja u društvenoj sferi. Uklanjanje pojma „javni“ iz sintagme javno mnijenje rezultiralo je usponom pojma publicitet u kontekstu persuzivne komunikacije i propagande, nastojeći ga izjednačiti s komercijalnim oglašavanjem. Autor ističe kako postoje čak tri različita pojma u engleskom jeziku – *publicness*, *public* i *the public sphere*, što je rezultiralo zbrkom kod brojnih autora zbog nedostatka konceptualne dimenzije (usp. 2022: 58). Odsutnost semantičkog ekvivalenta za njemačku riječ *Öffentlichkeit* rezultiralo je lošim interpretacijama i definicijama novotvorene javna sfera. Uslijedile su kritike na Habermasov račun – da je koncept javne sfere više usmjeren na ekonomske i društvene nejednakosti, nego na pitanja moći u digitalno doba (usp. 2022: 59–60). U nastavku autor pojašnjava povezanost njemačkog izraza *Öffentlichkeit* i *public sphere*. *Öffentlichkeit* je za njega 1) apstraktni koncept, 2) norma (organizacijski koncept), 3) metoda prosvjetljenja, 4) publika (velika, društvena) i 5) sfera javnosti (usp. 2022: 63). S druge strane, pod pojmom *publicness* (javnosti) podrazumijeva kompleksnu varija-

blu koja označava specifičan odnos među ljudima temeljen na transparentnosti i inkluziji (usp. str. 63). Nadalje, Splichal upozorava na kontroverze oko pojma javna sfera koje proizlaze iz nejasnoga ontološkog i epistemološkog statusa u društvenim znanostima uzorkovanog nejasnim prijevodom pojma *Öffentlichkeit*.

Datafication of the Public Sphere and Threats to Publicness naziv je četvrtog poglavlja koje kritički analizira odnos između privatne i javne sfere, što je povezano s osobnim pravima i slobodama. Integracija javno-privatne komunikacije po prvi je put pitanje odnosa privatnosti i javnosti manula iz konceptualne u materijalnu sferu, pokazujući njihovu povezanost u jedinstvenu tehnološku platformu. Kreiranje dezinformacija i lažnih vijesti doprinijelo je zagađenju digitalne sfere i narušilo liberalna gledišta o javnoj sferi s okrutnom stvarnošću u kojoj „transnacionalne korporacije koloniziraju javnu sferu umjesto da kreiraju novu s vlastitim principima i uvjetima pristupa“ (2022: 87). Nadalje, društvene mreže doprinijele su stvaranju digitalne virtualne sfere, koja ostvaruje doseg milijuna ljudi i brzu diseminaciju informacija. S druge strane, reduciranje javne sfere na *user-friendly* pitanja u digitalnom okruženju suzila su opseg koncepta, a granice privatnog i javnog postale su sve slabije. Rudarenje mišljenja (*opinion mining*) doprinosi istraži-

vanju povezanosti između pojedinaca i mišljenja, te onoga što smatraju ključnim/bitnim u privatnom i poslovnom životu. Algoritmi koji preporučuju konzumentima sadržaj na temelju njihovih preferencija postali su novi *gatekeeperi*, tj. novi urednici u medijima (usp. 2022: 91) koji stimuliraju korisničko iskustvo u *online* i *offline* okruženju. Splichal dodaje kako je razvoj i upotreba komunikacijske tehnologije danas važnija nego što je to bilo početkom 20. stoljeća (ne samo u smislu interneta i društvenih mreža), već i pada povjerenja u tradicionalne medije, političke stranke i institucije vlasti, što je osobito bilo izraženo tijekom Covid krize. Njegove kritike javnoj sferi uključuju: 1) univerzalne brige o tome da javnost ne može uvijek biti budna, 2) objektivna ograničenja javnosti od komercijalnih i političkih interesa, 3) porast dezinformacijskih kampanja koje potkopavaju povjerenje (usp. 2022: 100).

U petom poglavlju *Critical Epistemic Value of Publicness and Public-Worthiness* autor objašnjava kako je razvoj novih tehnologija utjecao na proizvodni proces vijesti, ali i njihovu konzumaciju. Društvena kriza i kriza medija iz 2020. imaju sličnosti s krizom iz 1920. godine. Velik udio u toj krizi odnosi se na digitizaciju masovne komunikacije i masovnog prikupljanja informacija ponajviše zbog prirode javnoga medijskog ser-

visa i koncepta javne sfere. Splichal podsjeća na neravnomjerni tretman javnoga medijskog servisa u odnosu na komercijalne emitere, ali i na njegovu stabilnu konzumaciju koja u *online* sferi zaostaje za društvenim mrežama u privatnom vlasništvu. Tako društveno komuniciranje vijesti postaje dominantno privatno s rastom komercijalnih aplikacija i društvenih medija. Istodobno, pada i povjerenje u medije i u vijesti na svim kanalima, stoga se autor zalaže za revitalizaciju javnoga medijskog servisa i regulaciju monopolnih praksi s ciljem eliminacije dominantno proizvodne logike i pasivnog promatranja recipijenata umjesto prihvaćanja njihove pozitivne uloge (usp. 2022: 116-117). Digitizacija i internetizacija omogućile su ulazak brojnih ne-medijskih aktera na novinarski teritorij. S jedne strane, to se može promatrati kao demokratizacija javne sfere, no s druge strane to je njezina instrumentalizacija, te reduciranje autonomije i ekonomske održivosti. Tehnološki, politički i ekonomski pritisci na medijske organizacije i pojedince, kao i negativni trendovi na tržištu rada, učinili su njihovu poziciju još ranjivijom (usp. 2022: 118). Iako je prisutan strah o potiskivanju uloge čovjeka uslijed razvoja umjetne inteligencije, Splichal ne vjeruje da će se to dogoditi u nekim profesijama, ali i dodaje da je realno očekivati automatizaciju kompleksnih zadataka. Istodobno, novi-

narstvo je vrlo ranjivo kada su u pitanju informacijsko-komunikacijske tehnologije glede javnosti, javnog mnijenja i javne sfere (usp. str. 119). Tu je i degradacija *online* diskursa s društveno štetnim komunikacijskim formama koje potkopavaju povjerenje u znanje autoriteta, ustanova, medija i novinarstva, budući da algoritmi zaobilaze princip javnosti u kreiranju vijesti. Nedostatak pouzdanih i kvalitetnih informacija za građane doprinosi stvaranju demokratskog deficita u društvu (usp. 2022: 120). Ideja javne vrijednosti koju zagovara Splichal ide dalje od pitanja vrijednosti vijesti jer traži promjene u društvenom okruženju u koje su uključeni algoritmi. Novi koncept javne vrijednosti (*public worthiness*) ima četiri komponente: 1) vrijednost vijesti (promatrana lokalno, regionalno, globalno), 2) popularnost (pažnja koju korisnici pridaju vijestima), 3) relevantnost (istinitost izvora vijesti, posebno važna u doba dezinformacija) te 4) posljedice (na pojedinca i društvo općenito) (usp. 2022: 125). Normativno-teorijski koncepti raspravljani u ovoj knjizi mogu doprinijeti boljem razumijevanju manipulacije i odnosa moći u *online* svijetu i društvu, posebno u vrijeme datafikacije i promatranja odnosa privatno-javno. Iako je razvoj interneta natjerao društvene i prirodne znanosti da razmisle o granicama disciplina za objekte koje dijele, Splichal smatra

da još nije pronađen zajednički jezik ili metode provedbe istraživanja. Konačno, autor objašnjava i koncept VARMIL-a kojeg čine sljedeće komponente: 1) strukturalni uvjeti javne sfere koji podrazumijevaju vidljivost (vanjske granice u odnosu na pluralnost uključenih i isključenih aktera) i javni pristup (osiguravanje pojedincima mogućnosti izražavanja javnog mnijenja), 2) komunikacijski postupci koji čine javnu sferu kao što su razina deliberativnog publiciteta (na primjeru rada društvene mreže Twitter i modela „*one size fits to all*“), posredovanje između regulatora i onih koji su regulirani te 3) funkcija javnog mnijenja (utjecaj na donošenje odluka, njihovo legitimiziranje) (usp. 2022: 133–135).

U završnom poglavlju *Conclusion* autor navodi da aktualna istraživanja javne sfere, koja su pokušala pokazati njezin diskontinuitet, nisu ponudila alternativu. S jedne strane, teorijski orijentirana istraživanja tražila su kompenzaciju u metodološki kvantitativnim istraživanjima. S druge strane, značajan dio empirijskih istraživanja javne sfere govori o teorijskim istraživanjima koji javnu sferu ograničavaju na masovne medije i javno-privatnu digitalnu komunikacijsku mrežu, posebice javni diskurs na društvenim mrežama (usp. 2022: 146). Ključno je pitanje, smatra Splichal, kako regulirati digitalne medije i platforme da oni re(kreiraju), insti-

tucionaliziraju i štite principe javnosti vodeći se Kantovim, Benthamovim i Marxovim teorijama. Zaključuje da kritička empirijska istraživanja javnosti traže kompleksniji pristup, što je jasno i izraženo u klasičnim sociološkim radovima. Istraživanja društvenih uvjeta koji omogućuju javnost, javnu sferu i javno mnijenje čine najvažniji aspekt istraživanja javnosti. Problem nije samo u proučavanju nuspojava digitalizacije koji su dopustili društvenim medijima okupaciju javne sfere, već je riječ o komunikacijskoj kulturi i edukaciji koja je ključna za stvaranje informiranog suda i donošenje odluka u današnjem svijetu (usp. Splichal, 2022: 150).

Knjiga Slavka Splichala *Datafication of Public Opinion and the Public*

Sphere. How Extraction Replaced Expression of Opinion kritički propituje brojne koncepte iz različitih aspekata: filozofskog, lingvističkog, komunikološkog, politološkog i sociološkog. Oslanjajući se na povijesnu perspektivu, autor nas podsjeća i uspoređuje ključne prekretnice iz društvenog i medijskog života, kao i njihove posljedice na razumijevanje javnog mnijenja i javne sfere. Knjiga će nesumnjivo biti vrijedan priručnik za studente medija, komunikologije i novinarstva, ali i svekoliku znanstveno-stručnu i opću javnost zainteresiranu za razumijevanje utjecaja novih tehnologija i s njima povezanih fenomena na distribuciju, oblikovanje i recepciju informacija i medijskog sadržaja u svakodnevnom okruženju.

Tanja Grmuša