
JAVNOST I IDEOLOŠKI EFEKTI MEDIJA

SNJEŽANA MILIVOJEVIĆ

I ISTRAŽIVANJE MEDIJSKIH EFEKATA: POTRAGA ZA PARADIGMOM

Istoriju medijskih istraživanja jasno su obeležile tri različite faze u shvatanju medijskih učinaka. U svakoj od njih dominantno teorijsko stanovište formulisano je u skladu sa vladajućim uverenjima o značaju komunikacije u društvu i prvenstveno se ticalo političkih efekata masovnih medija.

U vreme nastajanja savremenih medijskih studija vladala je koncepcija o 'svemoćnim medijima'. Na njeno formulisanje znatno su uticali teoretičari Frankfurtske škole koji su, u sudaru sa novom američkom sredinom i noseći traumatično iskustvo nacističke Nemačke iz koje su izbegli, zasnovali svoja istraživanja na hipotezi o direktnom i neposrednom uticaju medijskih poruka na svest publike.¹ Nalazi njihovih kritičkih promišljanja koincidirali su sa tada dominantnim pravcem u američkim istraživanjima, zasnovanim na pragmatičko-bihejviorističkim shvatanjima uticaja medija na stavove i ponašanje publike.² Ovo stanovište razvijano je, ug-

1 Dolazeći u Ameriku, teoretičari Frankfurtske škole doneli su sa sobom i pesimističko proročanstvo o masovnom društvu. Kako kaže Stjuart Hol, "ukratko, njihova poruka glasila je: 'to se može dogoditi i ovde.' Američka bihejvioristička nauka, koja je već uhvatila korak sa ranim verzijama kritike masovnog društva, počela je, međutim, da razvija odgovor na ovaj izazov i dvadesetak godina kasnije optimistično ga formulisala: 'pluralizam ovde radi'" (Hall, S. u Gurevitch, M. [et all.] [eds.] [1982], str. 58).

2 Koincidencija se odnosi, pre svega, na upozorenja na opasnosti od totalitarizma koje nosi masovno društvo i verovanje u snažnu persuazivnu moć medija. U vodeći pravac istraživanja masovne komunikacije asimilovane su ideje Čikaške škole ali bez njihove normativne i kritičke oštrice. One će kasnije biti reafirmisane u američkoj verziji kulturnih studija. Upoređi u Carey, J. u Curran, J. (et all.) (eds.) (1977), str. 410.

lavnom, u okviru Čikaške škole, tada na vrhuncu teorijskog uticaja. Tako su jedna kritički intonirana teorija utemeljena u marksizmu, s jedne strane, i kritička tradicija pragmatizma, sa druge, proizvele apsolutnu dominaciju uverenja o maksimalnim medijskim efektima.

Osporavanje ove vladajuće postavke počelo je već pre Drugog svetskog rata. Definitivno uobličavanje nove teorijske pozicije završeno je sredinom šezdesetih godina pojavom uticajne knjige Jozefa Klamera *The Effects of Mass Communication*.³ Klamera studija smatra se osnivačkim tekstom 'pojačavajuće doktrine' (Reinforcement Doctrine). Po ovoj doktrini, najvažniji medijski efekat je 'pojačavanje postojećih uverenja'. To je, po nivou uticaja, mnogo niže nego 'promena postojećih uverenja' koja nastupa kao posledica druga dva vida uticaja – ubeđivanja ili mobilizacije. "U publici izloženoj određenoj komunikaciji, pojačavanje, ili bar konzistentnost postojećih mnjenja, tipičan je dominantni medijski efekat; neznatne promene, kao u intenzitetu mnjenja, utvrđeno je, čine sledeći najčešći vid uticaja a konverzija je ustanovljena kao najređa."⁴ Takva medijska neefektivnost u menjanju stavova – što se u prethodnoj fazi smatralo glavnim vidom medijskog uticaja – izazvala je promenu u poimanju medijskih učinaka i postala osnov za minimalizaciju medijskih efekata.

Ubrzo je u potpunosti korigovano uverenje da su mediji moćan instrument uticaja na stavove i ponašanje publike. U najboljem slučaju njihov direktni uticaj je teško ustanoviti, a novi pristup tragao je samo za neposrednim, direktnim i merljivim medijskim učincima. Istraživanja su kasnije dopunjena proučavanjima selektivnih mehanizama i važnosti primarnih grupa za formiranje individualnih stavova. Publika se češće izlaže onim porukama koje želi da čuje ili vidi, one sa kojima se slaže pažljivije prati i pamti. Uticaj medija 'posredovan' je, a time i amortizovan, delovanjem primarnih grupa, koje se proglašavaju posebno značajnim za proces socijalizacije. Zbog svega toga, glavni zaključak o medijskom uticaju glasi: mediji mnogo više učvršćuju nego što menjaju postojeća mnjenja. Dakle, medijske poruke vrlo malo, ili čak ništa, ne mogu da izmene u kognitivnom polju pojedinca ali zato pomažu da se učvrste stavovi koji već postoje. Istovremeno sa utemeljenjem

152

3 Knjiga je objavljena 1960. i bila je prva obimna studija koja se u celosti bavila efektima. Pre toga istraživanja su uglavnom bila fokusirana na političke efekte medija i uticaj komunikacije u izbornom procesu. Uporedi: Schramm, W. (1960), Berelson, B. and Janowitz, M. (eds.) (1966).

Do 1971. obavljeno je oko 300 istraživanja o medijskim efektima. Tokom narednih deset godina nastalo je novih 2.500 radova. Tako je oko 90% istraživanja o efektima medija novijeg datuma (Hiebert, R.E., Ungurait, D.F. and Bohn, Th.W. [1988], str. 645).

4 Klapper, J. (1960), str. 15.

‘pojačavajuće doktrine’ – teorije kojom se u okviru funkcionalističkog pristupa definiše socijalno stabilizujuća uloga medija – ovom tvrdnjom zasnovano je i shvatanje o ‘minimalnim medijskim efektima’ (minimal effects model).

Početkom sedamdesetih godina s raznih strana počinju da stižu nagoveštaji da to baš i nije tako. Izuzetan porast troškova koje izdvajaju za reklamu podjednako i korporativni sektor i politički akteri pokazuje da se u persuazivnu moć medija veruje više nego što vladajuće teorijsko stanovište tvrdi. Istovremeno, mnogi teorijski nalazi ukazuju na potrebu da se vladajuće uverenje problematizuje ako već ne i ospori. Čak se i za čuveni Klaperov nalaz predlaže drugačije čitanje. To što mediji učvršćuju više nego što menjaju postojeće stavove ne treba smatrati dokazom njihovih minimalnih efekata već naprotiv: glavni medijski efekat je očuvanje statusa quo, a to se, pre svega, postiže učvršćivanjem uverenja i stavova koji su već dominantni.

Pojavom različitih varijanti kritičkog pristupa raste i empirijska evidencija u prilog drugačijem viđenju ‘pojačavajuće’ uloge medija. Novonastala istraživanja ukazuju kako mediji doprinose ‘kultivaciji percepcije’ u skladu sa vladajućim poretkom,⁵ da su moćan instrument socijalne kontrole i produkcije pristanka na postojeće uslove u društvu i da doprinose očuvanju hegemonije kao jedan od glavnih ‘ideoloških državnih aparata’.⁶ A sve to jesu elementi za tvrdnju o medijskoj

5 Džordž Gerbner je inicijator i rukovodilac višegodišnjeg istraživačkog projekta (Cultural Indicators Project) Pensilvanija univerziteta (Annenberg School of Communication) na osnovu koga je formulisana teorija o ‘kultivaciji percepcije’. Gotovo tri decenije, sada već veliki tim uglednih istraživača – Leri Gros (Larry Gross), Nensi Sinjoreli (Nency Signorielly) i Majkl Morgan (Michael Morgan) su među najistaknutijim članovima u timu – testirajući metod ‘kultivacijske analize’ i ‘kulturene indikatore’ znatno je doprineo usavršavanju metodologije istraživanja TV uticaja. Među najznačajnijim radovima: Gerbner, G. (1970); Gerbner, G., Gross, L. (1976); Gerbner, G. (ed.) (1977); Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. and Signorielli, N. “The Dynamics of the Cultivation Process”, u Bryant, J. and Zillman D. (eds) (1986).

6 Analiza ideologije inicijalno je povezana sa Altiserovim tumačenjem ideoloških državnih aparata. U kasnijim kritičkim revizijama ove rane studije smatraju se previše determinističkim, a na kasniji razvoj presudno je uticao koncept ‘hegemonije’, otkriven u novom čitanju Antonija Gramšija. Prema mišljenju Tonija Beneta (Tony Bennett) koncept je bio veoma značajan u produktivnom prevazilaženju opozicije kulturalizam-strukturalizam koja je jedno vreme dominirala teorijskom debatom. Ostao je jedan od najvažnijih u promišljanju medijskog značaja uprkos mnogim naknadnim reinterpetacijama. Uporediti u Gramsci, A. (1985); Bennett, T., Mercer, C. and Woollacott, J. (eds.) (1986); Turner, G. (1990).

moći. Pred teorijom se tako otvorio jedan sasvim drugačije formulisan problem: ne da li su mediji moćni ili ne već zašto su masovni mediji tako moćni branioci statusa quo, zašto učvršćuju uverenja koja su već dominantna i kakva je njihova uloga u iniciranju, ili čak indukovanju, stavova koje potom utvrđuju i ojačavaju?

Odgovori na ova pitanja počeli su da se naziru kada je inicirana debata o ulozi medija u socijalnoj konstrukciji realnosti. Definisanjem tvrdnje da realnost nije objektivno i prirodno data kao serija fakata već je posledica specifičnog načina konstrukcije/kreacije uloga medija pokazala se u novom svetlu. U tom procesu mediji nisu samo puki prenosioci stvarnosti koja izvan i mimo njih postoji već njeni medijatori, posrednici. Mediji su proizvođači poruka a to znači i kreatori smisla koji se događajima pripisuju. U ovakvom shvatanju uvrežena metafora o medijima kao ogledalu društva počela je da puca pod pritiskom onih delova stvarnosti koje veliko medijsko ogledalo nije odražavalo. I sama ideja o refleksiji, medijima koji samo 'odražavaju' stvarnost, dovedena je u sumnju. O 'zabludi transparentnosti' na kojoj počivaju sva medijska tumačenja, naročito televizije, u kojima se "realizam predstavlja kao neposredovana (unmediated) slika spoljne stvarnosti" nadahnuto piše Džon Fisk: "Ovo viđenje TV realizma često se izražava metaforama o transparentnosti ili refleksiji – televizija se smatra ili transparentnim prozorom u svet ili ogledalom koje nam samo nazad reflektuje našu vlastitu realnost. Zanimljivo je da obe ove metafore podrazumevaju komad stakla kao impersonalni, ne-kulturni medijum reprodukcije – ljudska ili kulturna delatnost u procesu je maskirana: to znači da je finalna reprezentacija naturalizovana, napravljena da izgleda kao rezultat prirodnog a ne kulturnog procesa, izvučena iz domena kulture i istorije i premeštena u oblast univerzalne istine."⁷ Ovom operacijom istovremeno se skriva da mediji ne 'reflektuju' već reprezentuju stvarnost koju u tom procesu i kreiraju.⁸

Izložena periodizacija otkriva da razlike u shvatanju medijskih učinaka koincidiraju sa tri faze u razvoju nauke o komunikaciji. Od zasnivanja akademske discipline, uočljivo se razlikuju periodi koji obuhvataju nastajanje, dominaciju i

⁷ Fiske, J. (1987), str. 21.

⁸ "Svaka komunikacija ima obe ove dimenzije – reprezentativnu i konstitutivnu. Štaviše, one nisu samo različite dimenzije koje se mogu ispravno razumeti izdvojeno jedna od druge. Svako reprezentovanje je simultano i konstituisanje. Mediji kao konstituenti kulturnog koda već formiraju reprezentante koji se odnose na originale izvan sebe samih, koji, navodno, pretihode simulaciji. Razumevanje medija iznad reprezentovanja zahteva priznanje konstitutivne uloge medija, ali, takođe, i da je reprezentativna uloga proizvedena kroz konstitutivnu" (Angus, I. u Angus, I. and Jhully, S. [eds.] [1989], str. 344).

osporavanje dominantne paradigme i na njoj zasnovanog vodećeg pravca u komunikologiji.⁹ Komunikologija, u najopštijem smislu kao akademska disciplina, datira tek iz četrdesetih godina dvadesetog veka. “Iako su intelektualci razmatrali komunikacijske teme i ranije, do četrdesetih godina nije postojalo ništa što nosi naziv ‘komunikacijska istraživanja’. Sam nastanak termina nagovestio je novu perspektivu o oblasti koja je do kraja decenije labavo povezivala skupinu sociologa, politikologa, psihologa i eksperata za javno mnjenje.”¹⁰ Prema uobičajenoj periodizaciji, to razdoblje se smatra prvom, ranom fazom komunikoloških istraživanja, druga faza traje od četrdesetih do kraja šezdesetih, a treća od početka sedamdesetih godina veka. One koincidiraju sa periodima nastajanja, dominacije i osporavanja dominantne paradigme i na njoj zasnovane ‘konvencionalne tradicije’ u medijskim studijama. Zbog dalekosežnosti i obima promena koje su nastupile između druge i treće faze, često se prve dve smatraju samo etapama u razvoju istog ‘vodećeg pravca’, a treća sasvim novim periodom u razvoju discipline.

155 Razlike među fazama ispoljavaju se u globalnom teorijskom stanovištu i, uz nužno pojednostavljivanje, očigledne su u sledećim domenima: opštoj teoriji o društvu, konceptualizaciji komunikacije, značaju masovnih medija, definisanju publike, medijskog ‘teksta’ i efekata. Proces naučnog etabliranja zahtevao je distanciranje u odnosu na rano, filozofsko i spekulativno usmerenje, veću okrenutost društvenim naukama i sofistifikaciju istraživačkih metoda. Dominirajuća teorijska ortodoksija, međutim, uvek je bila rezultanta teorijskih i opšte društvenih tokova koji su obeležili period. Iako su teorijska i metodološka razlikovanja bila najznačajnija, ona svakako ne mogu da se izoluju iz istorijskog i političkog konteksta svog nastanka.¹¹

9 Opširnije o značaju međuratnih intelektualnih i političkih stremljenja i njihovom uticaju na nastanak nauke o komunikaciji videti tekstove sa simpozijuma “Intellectual Roots of Communication Research” objavljene kao tematski blok u *Journal of Communication*, 46(3), str. 85-173.

10 Cmiel, K. (1996), str. 88.

11 “Teoretičari, naravno, reaguju na važeće teorije jezikom tekućih društvenih istraživanja, to jest, u okvirima pogleda na svet koji se smatra ‘normalnim’, koji postaje ili se nadmeće za ‘normalnost’. Reaguju, manje ili više eksplicitno, u svetlosti ili tami istorije – na nove značajne snage u svetu, društvenom, političkom i tehnološkom. Postoje, dakle, tri metateorijska reda uslova u kojima se formira svaka teorijska perspektiva: priroda prethodno važećih teorija... ‘normalni’ važeći sociološki pogled na svet... i postojeće socijalne, političke tehnološke okolnosti u svetu. Dominantna paradigma mora se razumeti kao presek svih ovih faktora” (Gitlin, T. [1978], str. 77).

U prvoj fazi to su teorije o masovnom društvu i bihejvioristički ‘pogled na svet’, ali i svetski rat i pojava totalitarnih režima. Pitanje medijskog uticaja je u centru istraživačkog interesovanja – kako mediji utiču na proizvodnju masovnih ponašanja, koja vrsta poruka najbolje proizvodi efekte, kako se pod uticajem medija menjaju vrednosti i tradicionalne strukture društva. Istraživanja su u znaku shvatanja o velikom, ali teško empirijski dokazivom, medijskom uticaju. Teorija maksimalnih efekata bazira se na teoriji o masovnom društvu, linearnom modelu komunikacije u kome mediji neposredno i direktno utiču na ponašanje pojedinaca i shvatanju publike kao pasivnog primaoca poruka. Pasivna publika i moćni mediji snažno su podstakli interes za istraživanje manipulacije sasvim u skladu sa normativnim i vidno ideologizovanim pretpostavkama dominirajućeg teorijskog okvira.

U drugoj fazi uspon društvenih nauka, ponajviše socijalne psihologije, i sofistika istraživačkih metoda (statistika, metode uzorkovanja, mnjenjska istraživanja) utiču na komunikacijska istraživanja koliko i iskustva hladnog rata i vera u integrativnu ulogu medija. Dominira teorija minimalnih efekata bazirana na pluralističkom shvatanju društva i funkcionalizmu kao njegovoj sociološkoj elaboraciji, linearnom shvatanju komunikacije, ali medijskom uticaju posredovanim primarnim grupama i selektivnim mehanizmima. Smatra se da su direktni efekti medija ograničeni i skromni a nauka kvantifikuje samo one neposredno merljive. Lako merljivi i vidljivi efekti su teško dokazivi i zato se medijski uticaj minimizira.

156

Treći, najburniji period, počinje osporavanjem apsolutnog primata dominantne paradigme. Odlikuje ga otvorenost za postmoderni diskurs i razne etnometodološke pristupe, ali i nova kritičnost prema posleratnoj idealizaciji stabilnog, pluralističkog, modernog društva. Ovoga puta u medijske studije vraćeno je interesovanje za društvene konflikte i ideološku prirodu medijske produkcije, ali u terminima jedne teorije kulture. Reformulacija klasičnih problema moći, uticaja, publike, medija izvršena je u okrilju teorijskog koda novog usmerenja. Kritičke studije doprinele su promeni osnovnih teorijskih postavki: kada se komunikacija posmatra kao proizvodnja značenja a ne ‘transport’ poruka, umesto društvenog konsenzusa pojavljuje se hegemonija, umesto primalaca medijskih poruka publika kao aktivni subjekt, umesto ‘objektivnih’ medijskih proizvoda društveno konstruisana značenja.

Drugačije poimanje komunikacije promenilo je i pogled na medijske učinke i nepovratno potisnulo istraživački pristup poznat kao ‘studije efekata’. Zato kratki hronološki prikaz koji sledi prati ovu nit i omogućava uvid koji je istovremeno i istorijski i strukturni: dok se vremenski posmatra pripremanje promena,

interno u svakom posmatranom segmentu, razmatraju se paralelni i ponekad kontradiktorni misaoni tokovi kroz koje se formuliše osnovna ideja.

I. Bihevioristički kod: teorija maksimalnih efekata

Teorija o maksimalnim efektima medija (omnipotentnim medijima) deo je intelektualne atmosfere koja je obeležila prve decenije dvadesetog veka. Masovni protesti, svetski rat, aktivizacija i kretanje masa na političkoj sceni, a pojava radija na medijskoj, uticali su na uglavnom nesporno akademsko stanovište o snažnom uticaju medija. Istovremeno, uspon socijalne psihologije, teorijsko interesovanje za istraživanje stavova i javnog mnjenja, uvele su socijalno-psihološke kategorije u istraživanje medija. Dramatično evropsko iskustvo sa fašizmom takođe je značajno doprinelo uobličavanju uverenja o moćnim i snažnim medijima. Značaj radija u usponu fašizma ostao je veoma dugo važna tema u komunikološkim raspravama. U međuratnom periodu prevladavalo je uverenje da je fašizam značio oslobađanje iracionalnih snaga u politici a da su propagandni mediji, posebno radio, u tome imali ključnu ulogu. U raspravama posleratnih teoretičara nije više bilo ovakve jednoglasnosti.¹²

157 Prema 'dominantnom istorijskom narativu' međuratni istraživači komunikacije imali su neodgovarajuću sliku i o socijalnoj formi i o procesu ko-

¹² Pristalice 'ograničenih medijskih efekata' uglavnom su osporavale "neopravdano veliki značaj pridavan radiju". Lazarsfeld je, na primer, smatrao da se može govoriti o monopolističkim efektima radija kao posebnoj vrsti efekata, ali da "je važno zapaziti njihovu singularnost i ograničenost na totalitarne režime jer oni nastupaju samo kada vlast monopoliše radio... Iz toga ne treba izvlačiti nikakve zaključke o efektima radija kao takvog. Često se zaboravlja da Hitler nije došao na vlast zahvaljujući radiju već skoro nasuprot njemu, jer je u vreme njegovog uspona na vlast radio bio pod kontrolom njegovih protivnika. Monopolistički efekti imaju, verovatno, manji socijalni značaj nego što se generalno pretpostavlja."

Ovu tvrdnju Maršal Mekluan (Marshall McLuhan) uzima za primer "bespomoćne nesvesti o prirodi i efektima radija" i ne smatra je "ličnim nedostatkom već univerzalno rasprostranjenom neprikladnošću". U konsekvantno tehnološko-determinističkom viđenju on tvrdi: "Samu svoju političku egzistenciju Hitler direktno duguje radiju i sistemu javnih govora. Ovo ne znači da su ovi mediji uspešno prenosili njegovu poruku nemačkom narodu. Njegove poruke bile su od malog značaja. Radio je obezbedio prvo masovno iskustvo elektronske implozije, suprotnost (reversal) ukupnom smeru i smislu pismene zapadne civilizacije" (McLuhan, M. [1964], str. 262).

munikacije.¹³ Njihovo viđenje obuhvatalo je atomizovanu masu miliona čitalaca, slušalaca i gledalaca filmova spremnih da prime ‘poruku’. Svaka ‘poruka’ bila je direktan i moćan stimulans na akciju koji izaziva momentalan i neposredan odgovor. “Mase bez konverzacije i poruke bez otpora”, kako sažeto formuliše Džon Duram Piters (John Durham Peters), formirale su viziju o masovnim medijima početkom veka. Snažni uticaj ‘teorije o masovnom društvu’ presudno se osetio u disciplini u nastajanju i potpuno obeležio njenu ranu fazu.¹⁴ Verovanje u direktan i neposredan uticaj medija podstaklo je u novoj akademskoj zajednici zabrinutost nad sudbinom liberalne demokratije. Totalitarne ideologije otkrile su negativnu stranu masovnih medija, pre svega radija, kao jednog od glavnih instrumenata ukidanja bliskosti, neposrednosti i mogući instrument masovne manipulacije.¹⁵ Istraživanja toga doba vidno je obojio strah od totalitarizma i ‘svemoćne’ propa-

13 Ovakav opis istorije istraživanja masovne komunikacije Elaja Kac (Elihu Katz) i Paul Lazarsfeld daju u knjizi *Personal influence* a ovaj “imidž međuratnih teoretičara zarobljenih u ‘teoriju o masovnom društvu’ postao je konvencionalna mudrost: u raznim verzijama pojavljuje se i u istorijama koje su i teorijski i politički sasvim udaljene od ‘tradicije efekata’” (Peters, J.D. [1996], str. 108).

14 Teorija o masovnom društvu, čiji su ‘termini uvek bili notorno neprecizni’, bila je, uprkos davnašnjim ‘pretečama’ veoma novog ‘porekla’, i veoma uticajna u formativnom periodu komunikacijskih studija, mada često u sasvim pojednostavljenoj interpretaciji. Toni Benet (Tony Bennet), međutim, tvrdi da je “upravo u krajnje simplifikovanoj i svedenoj formi kritika masovnog društva i uživala široku rasprostranjenost izvan uskih enklava akademije. Danijel Bel (Daniel Bell) je šezdesetih godina tvrdio da je, izuzimajući marksizam, teorija o masovnom društvu ‘verovatno danas najuticajnija teorija u zapadnom svetu’”. Citirano prema: Bennet, T. u Gurevitch, M. (et all.) (eds.) (1982), str. 37.

15 U nedavno objavljenoj studiji (“NBC Music Appreciation Hour”), napisanoj u vreme rada na Radio istraživačkom projektu krajem tridesetih godina, Teodor Adorno piše o ‘kultu iskrenosti’ u američkim medijima: “Kult iskrenosti je kulturna tiranija većine, perverzija demokratskog ideala jednakosti. Citira komentar Kantrila i Olporta po kojima je afektiranje neoprostiv greh na radiju, da bi ustvrdio da je poziv na iskrenost implicitna policijska akcija protiv devijantnog izraza... U kultu iskrenosti on je video klasičan ideološki trik fokusiranja na ličnost umesto na strukturu. Ono što je nazvao ‘pseudo-individualizam’ najbolje simbolizuje refren ‘samo za vas’... Radio iskrenost je strukturno neiskrena.” Citirano prema Peters, J.D. (1996), str. 118.

gande, zbog čega su kasnije često kritikovana kao 'spekulativna', 'nenaučna' i 'ideološka'.

Ovaj redukovani opis možda je samo homogenizujuća verzija prošlosti u kojoj su potisnuta ili zaboravljena sva moguća drugačija čitanja. Dž.D. Peters s razlogom opominje da su i ovu istoriju, kao i mnoge druge, najbolje formulisali protivnici i to naknadno a ne simultano: "Tek društvena nauka pedesetih ostavila nas je sa sigurno kompartmentalizovanim svetom komunikacije: ili mikro interaktivni razgovor među ljudima ili makro jednosmerni prenos poruka za mnoge."¹⁶ Ovaj dominantni diskurs, međutim, jeste svedočanstvo o 'vodećem pravcu u medijskim studijama', skupu nosećih ideja i standardne metodologije, na kojima je izrasla savremena nauka o komunikaciji. One su u narednim decenijama predodredile istraživački projekat komunikacije bez obzira na usmerenje: kulturne studije na tragu Rejmonda Vilijemsa ili empirijska istraživanja prema receptu Paula Lazarsfelda. Osnovni zadatak postao je razdvajanje masovnih medija i masovnog društva i traganje za mogućnostima suprotstavljanja masovnom propagandnom aparatu.

159 Konsenzus i 'kritičkih' i 'konzervativnih' istraživača o snažnom persuazivnom uticaju medija zasnivao se na nekoliko pretpostavki: "(1) nastanaku masovne publike u do tada nezamislivom obimu primerenom novim tehnologijama – rotaciona štampa, film i radio; (2) modernom, ali ne i neosporavanom, stanovištu da su urbanizacija i industrijalizacija kreirale društvo promenljivo, nestabilno, 'iskorenjeno', alijenirano i inherentno podložno manipulaciji; (3) viđenju urbanog čoveka kao relativno bespomoćne, lake mete masovne komunikacije pošto više nije ukorenjen u mrežu društvenih odnosa i zajedničkih, nasleđenih vrednosti koje su odlikovale stabilna, ruralna društva; (4) anegdotskoj, ali naizgled uverljivoj, evidenciji da su masovni mediji 'isprali mozak' ljudima tokom Prvog svetskog rata i podstakli uspon fašizma u Evropi u međuratnom periodu."¹⁷

Prema teoriji o masovnom društvu, negde u periodu kasnog industrijskog razvoja društvo je postalo 'masovno'. Pod uticajem industrijalizacije i urbanizacije razorene su tradicionalne forme društvene organizacije. To je rezultiralo poretkom u kome su atomizovani pojedinci, bez tradicionalnih veza i izolovani od izvora društvene podrške, prepušteni manipulaciji od strane moćnih elita koje kon-

¹⁶ Peters, J.D. (1996), str. 109.

¹⁷ Curran, J., Gurevitch, M. and Wollacott, J. u Gurevitch, M. (et all.) (eds.) (1982), str. II.

trolišu medije.¹⁸ Mediji su i instrument i promotor ove promene, i mada ove ideje datiraju s kraja devetnaestog veka, njihovim razvojem ona je snažno intenzivirana. U masovnom društvu kulturne okolnosti lako su omogućile da publika postane ‘masovna’. Vizija masovne publike nastala je specifičnim povezivanjem istraživačkih nalaza sociologa Čikaške škole, pre svega Herberta Blamera (Herbert Blumer), koji su jasno kontrastirali dva oblika društvene organizacije – ‘publiku’ i ‘javnost’ – sa idejama o masovnom društvu.¹⁹ Kritička recepcija njihovih ideja desila se, međutim, tek kasnije. U interpretaciji koju je preuzeo Rajt Mils (Wright Mills) kritička javnost postala je nezaobilazna u svim koncepcijama koje tragaju za subjektom sposobnim da se suprotstavi narastajućoj medijskoj manipulaciji.

U masovnom društvu mediji su neposredan i direktan uzročnik promena u ponašanju, a njihov uticaj i ubeđivačka moć su velike. Ova veza izražena je u terminima linearne uzročnosti koju afirmiše popularna ‘hipodermička teorija’ – ponekad formulisana i kao teorija ‘magičnog metka’. U hipodermičkom modelu, masovni mediji ‘ubrizgavaju’ ideje, stavove i dispozicije za delovanje pasivnim, atomizovanim, za manipulaciju izuzetno prijemčivim pojedincima. Svaka poruka ima za cilj da izazove promene u stavovima/ponašanju u skladu sa intencijama pošiljaoca. U svim verzijama S-R teorije koje su se pojavljivale sve do šezdesetih godina dvadesetog veka, komunikacija je jednostavan, linearni proces usmeren na pojedin-

160

18 U medijskim studijama toga doba bila je uticajnije ‘demokratska’ kritika masovnog društva koja se zasniva na “intelektualnoj odbrani demokratskih vrednosti od uspona elita sklonih totalnoj dominaciji”. Pored ove dvadesetovekovne verzije, drugi glavni intelektualni izvor teorije o masovnom društvu je devetnaestovekovna ‘aristokratska’ verzija ponikla na “intelektualnoj odbrani elitnih vrednosti od narastajuće masovne participacije”. Opširnije o dve verzije teorija o masovnom društvu videti u Kornhauser, W. (1959), str. 21-39.

19 U veoma razvijenoj koncepciji socijalnog života teoretičari sa Univerziteta u Čikagu predvođeni Robertom Parkom (Robert Park) razvijali su ideju o kritičkoj javnosti kao okosnici modernog javnog života. ‘Masovna publika’ nastala je kao posledica razočaranja (‘nestajuća javnost’ – Džon Džui; ‘fantomska javnost’ – Volter Lipman) činjenicom da su masovni mediji koji su i omogućili nastanak javnosti kasnije u masovnom društvu ugrozili samu mogućnost formiranja kritičkog javnog mnjenja.

Klasifikacija na publiku, gomilu/masu i javnost, koju je izvorno ponudio Robert Park, a razvijao Herbert Blamer, značajno je uticala na mnoge savremene koncepcije javnog mnjenja. Uporediti u Palmer, P.A. (1936); Park, R. (1972); Blumer, H. (1946); Đorđević, T. (1989).

ca.²⁰ Na prijemnom kraju linearnog uzročnog niza je individua, a promene u njenom ponašanju su vidljivo svedočanstvo medijskih efekata. Masovni mediji/masovna publika ne menjaju prirodu procesa, samo obezbeđuju omasovljavanje učinaka.

Dominantni teorijski interes usmeren je na istraživanje propagande. Ova direktna teorijska reakcija na masovnu manipulaciju tokom Prvog svetskog rata poprimila je razmere prave industrije.²¹ Propagandom se smatrala svaka poruka dizajnirana sa ciljem da promeni nečija stanovišta. Međuratno otkriće 'propagande', simbolično izraženo uspostavljanjem i obimnom produkcijom Instituta za analizu propagande, trajalo je do početka Drugog svetskog rata i aktivnog uključivanja mnogih teoretičara u veliku državno-propagandnu akciju borbe protiv fašizma.²² Umesto upozorenja na opasnost od manipulacije i 'svemoćne propagande', što se smatralo jednom od glavnih nasleđa Prvog svetskog rata, nacionalni interesi zahtevali su definisanje i vođenje 'propagande dobrih ciljeva'. Po završetku rata ni ranija stanovišta o propagandi ni njen konceptualni primat u istraživanjima nije mogao da se održi. Razlikovanje činjenica (informacija) od uverenja (propaganda) zahtevao je drugačija istraživanja, a novi teorijski idiom evoluirao je oko koncepta

20 U 'S-R modelu' (Stimulus-Response) komunikacija se shvata kao jednostavan, linearan, kauzalni proces u kom se porukama prenosi uticaj od pošiljaoca do primaoca, izazivajući efekte. Ovo viđenje datira još iz vremena kada su Šenon i Viver formulisali veoma uticajni model komunikacije, a masovnu recepciju doživelo je kroz znameniti Lernerov model masovne komunikacije ("ko kaže, šta, kome, kojim sredstvima i sa kakvim efektima"). Zbog svoje jednostavnosti model je imao mnogo varijacija ali je izazvao i mnogo kritika. U nekim verzijama S-R relacija je 'tehnicizirana' (model počinje izvorom i uključuje reakcije *Source-Reaction*) ili 'subjektivizirana' (*Sender-Receiver*).

21 Nakon što su ranih dvadesetih godina počela propagandna istraživanja, bibliografija o ovoj temi se samo za jednu deceniju popela na nekoliko hiljada naslova (Cmiel, K. [1986] str. 89).

22 Institut za analizu propagande (Institute for Propaganda Analysis) bio je aktivan svega nekoliko godina (1937-1942) ali je njegova ogromna produkcija bila veoma uticajna. Mesečni bilten, mnoge analize koje su radili i objavljivali tada najznačajniji društveni naučnici Kantril, Miler, Meksling Li, Lasvel postavili su postulate propagandne analize. Obimna dvotomna studija Harolda Lasvela (Harold Laswell) *Propaganda Technique in World War I* smatrala se najiscrpnijom studijom u oblasti, a sedam tehnika propagande definisanih u institutskim istraživanjima i danas se smatraju 'abecedom' propagandne analize. Uporediti u Jowett, G.S. (1987); Sprule, M. (1987).

'komunikacija'.²³ Harold Lasvel, jedan od doajena propagandnih istraživanja, sam je pozivima na naučno, kvantitativno, vrednosno-neutralno istraživanje efekata komunikacije inicirao 'studije efekata', koje su potpuno potisnule 'propagandnu analizu'. Društveni razlozi imali su i teorijske implikacije: naknadno se ispostavilo da su studije propagande imale 'ozbiljne teorijske greške', 'konceptualne nejasnoće' i da treba osporiti "raširenu i pomalo histeričnu ideju da je propaganda svemoćna".²⁴

Drugi značajan podsticaj komunikacijskim istraživanjima već je uveliko stizao iz privrede. Komercijalni interes velikih oglašivača, ali i radio industrije u nastajanju, snažno je obeležio istraživanja i odredio njihovu administrativnu prirodu. Striktno bihevioristički pristup je očuvan – 'efekti' masovnih medija leže na površini, treba ih razumeti kao kratkoročne promene u 'stavovima' i manifestnim 'ponašanjima'. Uticaj na ponašanje može se usavršavati, a istraživački nalazi mogu znatno doprineti uspehu tog procesa. Cilj istraživanja je generisanje teorijskih predviđanja o reakcijama publike koja, posledično, koincidiraju sa administrativnim stanovištem – pozicijom administratora koji zahvaljujući odgovarajućim informacijama može donositi odluke računajući sa očekivanim učincima.²⁵ Bihevioristički pristup je traganje za objašnjenjima masovnog ponašanja modelovao na posmatranju individualnog ponašanja, čime je izvršena svojevrsna 'psihologizacija' komunikacije – razmatranje procesa u individualnoj, umesto socijalne ravni, posledica je zanemarivanja značaja društvenog konteksta.

Socijalna perspektiva, značaj društvenih a ne samo individualnih razlika, počela je da se nazire kada su Elaja Kac i Paul Lazarsfeld nagovestili postojanje 'posredujućih elemenata' u medijskom dejstvu. Tod Gitlin tvrdi da su upravo oni i "zaokružili i doveli u centar pažnje linearni hipodermički model da bi ga detroni-

162

²³ Uporediti u Sproule, M. (1987), str. 60-78; Jowett, G. (1987), str. 70-87

²⁴ Tokom četrdesetih godina ispostavilo se da propagandna istraživanja počivaju na "ozbiljnim konceptualnim greškama" na šta su posebno upozoravali Lazarsfeld i Merton, i da se zbog preširoke definicija skoro sve vrste komunikacije mogu podvesti pod odrednicu 'propaganda'. Propagandna istraživanja kritikovana su zbog generisanja građanskog cinizma – preveliko interesovanje za manipulaciju i propagandu nije ostavljalo prostor za razlikovanje 'iskrene' komunikacije koja može doprineti izgradnji društvene lojalnosti. Javnost je učena i upozoravana da bude sumnjičava prema svakom obliku komunikacije. Ovo je, po kritičarima, bio politički problem od ogromnog značaja, mnogo važniji od bilo kojih intelektualnih nedostataka propagandne analize (Cmiel, K. [1996], str. 91-92).

²⁵ Gitlin, T. (1978), str. 79.

zovali teorijom o dvostepenom toku komunikacije.”²⁶ Zahtev da se posmatra socijalni milje u kom publika prima medijske poruke vodio je do ‘otkrića’ primarnih grupa.²⁷ Uvođenjem delova socijalnog okruženja nije se dogodilo i stvarno društveno kontekstuiranje procesa komunikacije. Društvene nejednakosti, stratifikacija izvedena iz odnosa moći, nisu uvedene u medijske studije – umesto njih iza dvostepenog toka komunikacije stajao je ‘lični uticaj’. I to je, međutim, znatno izmenilo budućnost komunikacijskih istraživanja. Pridavanjem značaja primarnim grupama postepeno je osporeno shvatanje o pasivnoj publici i o masovnom kontekstu povoljnom za manipulaciju.

Porast komercijalnih fondova namenjenih za tržišno orijentisana istraživanja vodio je u definitivni gubitak teorijskog interesa za kritička istraživanja propagande. Centar teorijskog uticaja preselio se sa Čikaškog na Kolumbija univerzitet, gde su već dominirala ‘administrativna’ istraživanja. Definitivno potiskivanje Čikaške škole sa centralne pozicije u američkim društvenim naukama desilo se tokom pedesetih i šezdesetih godina. Ovom smenom vodećih škola sama ideja značaja ‘normativne teorije’ dovedena je u pitanje u korist ‘radikalno empirijske’ perspektive razvijane na Kolumbija univerzitetu.²⁸ Promena nije donela samo izmenu istraživačkih prioriteta već je simbolično označila i nastanak nove nauke o ‘komunikaciji’. U skladu sa posleratnim optimizmom ponuđeno je ‘vrednosno neutralno’, ‘naučno utemeljeno’ razlikovanje komunikacije i propagande, to jest, slobodnog i totalitarnog društva.

163

²⁶ Ibid. str. 78.

²⁷ Teorija o dvostepenom toku (Two step flow of communication) uglavnom afirmiše značaj uticaja ‘vođa mnjenja’ i primarnih grupa, poštujući hijerarhiju zasnovanu na tradicionalno-porodično-profesionalnim odnosima, ali ne i značaj društvenih podela zasnovanih na odnosima moći. Zbog toga se ‘uticaj’ ispoljava kao lični, a ne društveni fenomen. Uporediti Katz, E. (1957).

²⁸ “Kakva je svrha teorija koje govore kako bi društvo trebalo da bude strukturirano – naročito ako je izvesno da je ‘realni svet’ znatno različit od idealnog, postuliranog normativnom teorijom? Zašto ne težiti da se razume stvarni svet, identifikuju njegovi problemi a onda traže pragmatična rešenja za njih? Lazarsfeld je preferirao mnogo direktniji i praktičniji vid uticaja na politiku, kao što potvrđuje njegova stabilna saradnja sa Frenkom Stentonom iz CBS-a (Columbia Broadsacting System) i njegova sposobnost da obezbedi istraživačke fondove od privatne industrije (Davis, D., u Swanson, D. and Nimmo, D. [eds.] [1990], str. 150).

2. Scijentistički kod: teorija minimalnih efekata

Kao direktna reakcija na snažnu ideologizaciju ranih medijskih istraživanja formulirano je stanovište kojim se medijski učinci, i uopšte medijska uloga, minimiziraju. Izvlačenje normativne supstance iz medijskih promišljanja obavljeno je scijentifikacijom medijskog diskursa što se odrazilo na promenu shvatanja o značaju medija i njihovih učinaka. Već ranije započeta osporavanja snažno su podstaknuta prevladavajućim duhom pedesetih godina veka. Nova ortodoksija formirala se već tokom prve posleratne decenije minimalizovanjem nekad nespornih medijskih efekata. Niti su mediji tako moćni, niti je njihov uticaj tako dokaziv i vidljiv, poručivali su teoretičari. Traumatična iskustva iz nedavne prošlosti zahtevala su sigurnost nove izvesnosti koju nudi 'društvena nauka' – objektivna, naučno zasnovana istraživački pristup i precizno definisani koncepti. Propaganda, eksplozivno emotivni termin, zamenjen je konceptom 'komunikacija', koji je ubrzo prerastao u termin disciplinarnog određenja.²⁹ Za takav ishod zalagali su se i najveći autoriteti u disciplini, kao Lazarsfeld i Merton, koji su tvrdili da je komunikacijsko istraživanje legalni sukcesor zastarelog istraživanja propagande. Propagandna istraživanja ostala su ograničena samo na uski krug 'ubeđivačke' komunikacije i pre svega usmerena na komercijalne i političke kampanje.

Prvi posleratni entuzijazam doneo je i drugačiji opšti teorijski pogled na svet. Počela je izgradnja novog, stabilnog društva zasnovanog na konsenzusu i povezanog društvenim normama a ne prinudom. Teorijsku elaboraciju ovo viđenje dobilo je u vladajućoj funkcionalističkoj sociologiji – 'teorija društvenog poretka a ne konflikata' – i 'pluralizmu', njenoj varijanti u političkim naukama. U stabilnom posleratnom razvoju istraživači su videli 'dobro društvo' u nastajanju, čvrstu, efikasnu demokratiju, bez velikih nejednakosti. Društvo je 'pluralističko', sastavljeno od mnoštva grupa i interesa koji se takmiče za uticaj od kojih nijedni nisu konstantno dominirajući. Zasnovano je na bazičnom, široko prihvaćenom konsenzusu, oslonjenom na društvene norme. Masovni mediji reflektuju ovaj normativni konsenzus i funkcionišu kao jedan od osnovnih integrativnih mehanizama. Obezbeđuju stabilnost pluralističkog društva tako što učvršćuju konsenzus koji već postoji, koji je formiran mimo njih, pa su zato njihovi efekti 'pozitivni' i 'bezopasni'.

Medijski 'efekti' iskazuju se empirijski kroz direktni uticaj na pojedince i registruju se u promenama ponašanja. "Promena izbora – između reklamira-

164

²⁹ Izvršnu analizu epistemoloških i ideoloških razloga zbog kojih je propaganda kao 'centralni termin društvene misli' tokom prve tri decenije veka zamenjena konceptom 'komunikacija' videti u Spourle, M. (1987), str. 60-78.

nih roba ili predsedničkih kandidata – smatrala se paradigmatiskim slučajem merljivog uticaja i efekata... Šire istorijske promene, pitanja socijalne i političke moći, socijalne strukture i ekonomskih odnosa bili su jednostavno odsutni, ne slučajno već zato što su teorijski bili izvan referentnog okvira. Pristup je, iako razvijan kao empirijski i naučni, bio postavljen na veoma određenom skupu političkih i ideoloških pretpostavki: ove pretpostavke, međutim, nisu testirane u okviru teorije, već su je uobličavale i utemeljivale kao skup neistraživanih postulata. Umesto pitanja ‘da li pluralizam radi’ i ‘kako pluralizam radi’ tvrdilo se ‘pluralizam radi’ i nastavljalo sa merenjem, preciznim i empirijskim, koliko uspešno. Mešavina proročanstva i nade, sa ogoljenim, čvrstim bihejviorističkim pozitivizmom, proizvela je snažnu teorijsku smesu koja je dugo vremena prolazila kao ‘čista nauka’.”³⁰

165 U Klaperovoj klasičnoj studiji “Efekti masovne komunikacije” masovni mediji su svedeni na poziciju sistema podrške koji deluje prvenstveno da pojača orijentacije koje su izvučene iz konkretnih društvenih iskustava. Ova pozicija, iako važna za razumevanje uloge medija u očuvanju hegemonističke kulturne svesti, nije dozvoljavala problematizovanje uloge medija u kultivisanju i formiranju konsenzusa. Godinama kasnije, Klaper je tvrdio da “pojačavanje i konverzija mogu, naravno, da se pojave samo kada postoji mnjenje koje se pojačava ili osporava”. O tome ima malo istraživanja ali “izgleda da su mediji vrlo uticajni u kreiranju mnjenja”, mada se taj uticaj uglavnom odnosi na mnjenja o novim temama: “U takvim situacijama publika nema postojeća mnjenja koja bi štitila svesnom ili nesvesnom igrom selektivnog izlaganja, percepcije i retencije. Njihove referentne grupe su, takođe, bez mnjenja, a vođe mnjenja nisu još spremne da deluju. Ukratko, faktori zbog kojih masovni mediji obično deluju kao ‘pojačavajući’ agensi su neoperativni, tako da su masovni mediji u stanju da deluju na publiku direktno.”³¹

Odbranu od medijskog uticaja predstavljali su selektivni mehanizmi i pre svega sigurnost ‘primarnih grupa’. Njihovo dejstvo objasnili su Kac i Lazarsfeld teorijom o dvostepenom toku komunikacije.³² Po njoj, vođe mnjenja su inicijalni

30 Hall, S., “The rediscovery of ‘ideology’: return of the repressed in media studies” u Gurevitch, M. (et all.) (eds) (1982), str. 59.

31 Citirano prema Gitlin, T. (1978), str. 84-85.

32 Zanimljivo je da su Kac i Lazarsfeld bili mnogo obazriviji u formulaciji teze o dvostepenom toku nego mnogi autori koji su je preuzimali kao nespornu i pokušavali da je eksperimentalno provere. Mnogi istraživači, međutim, tvrde da je hipoteza ostala nedokazana i da obilje kontradiktorne empirijske građe nikada nije moglo da se objasni ovom tezom. Videti na primer: Davis, D.K. u Swanson, D., Nimmo, D. (1990), str. 150-152.

‘primaoci’ poruke u očuvanom pravolinijskom S-R nizu kretanja od pošiljaoca do primaoca. Dvostepeni tok ukazao je na značaj ‘ličnog uticaja’ vođa mnjenja koji posreduju u masovnoj komunikaciji. Takođe, otkrio je društvo mnogo otpornije na medijski uticaj nego što su teorije o masovnom društvu tvrdile. Najznačajniju empirijsku potvrdu uverenju o minimalnim medijskim efektima obezbedila je serija istraživanja izbornog i političkog ponašanja.³³ Selektivni mehanizmi obezbeđuju pojedincima da unesu vlastita stanovišta u prijem medijskih poruka, da ‘selektuju’ koje poruke žele da prime i pamte zavisno od vlastitih iskustava. Budući da su ona različita i izbor medijskih sadržaja se razlikuje pa je akt prijema poruka ‘individualiziran’ čak i u masovnoj komunikaciji.³⁴

Glavna istraživačka preokupacija i dalje je uticaj medija. Administrativna ili servisna istraživanja, koncentrisana na publiku, imala su u podtekstu ideju da se sistemska stabilnost ostvaruje kroz zadovoljavanje potreba. Tragala su za receptima kako da mediji budu još efikasniji, kako da se ova obećavajuća tehnologija najbolje iskoristi za promociju uglavnom komercijalnih ciljeva.³⁵ Ova okrenutost efektima potpuno je potisnula razmatranje i problematizovanje uloge medija u širim društvenim procesima, ali je jedan od razloga što ih je medijski establišment rado prihvatio. Piter Golding i Grejem Mardok ovo “zanemarivanje teorije i nerazvijenost konceptualnog okvira” tumače kao generalno nasleđe pozitivističke i funkcionalističke orijentacije. Ono se ispoljava kao fascinacija istraživačkim metodama, zbog čega, prema rečima Karle Nordenstrenga, “disciplina razvija korektnost u

166

33 Ova serija istraživanja obavljenih od 1940. do 1944. predstavlja ujedno prva istraživanja izbornog uticaja medija. Rezultati su pokazivali da mediji uglavnom nemaju uticaj na konverziju izbornih opredeljenja i najznačajnije su uticali na formulisanje modela ‘minimalnih efekata’ (Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., and Gaudet, H. [1944]; Berelson, B., Lazarsfeld, P.F., McPhee, W.N. [1954]; Katz, E., Lazarsfeld, P.F. [1955]).

34 Na ovoj pretpostavci razvije se, nešto kasnije, uticajni pristup istraživanja publike koji njenu vezu sa medijima razmatra sa stanovišta ‘koristi i zadovoljstva’ (uses and gratifications). Videti u: Blumler, J., and Katz, E. (eds.) (1974); Rosengren, K.E., Wenner, L.A. and Palmgreen, P. (eds.) (1985).

35 Ovu ideju zastupao je Dalas Smajt, jedan od doajena kritičkih studija, tvrdeći da je ‘publika’ glavni medijski proizvod. Mediji kreiraju i održavaju potrošačke navike publike (audience commodity – publika kao roba) a njihov posao nije proizvodnja programa već isporučivanje publike velikim oglašivačima. O kritici političkih i ekonomskih odnosa u okviru kojih funkcionišu savremene medijske organizacije opširnije u Smythe, D. (1981).

tehničkim metodama na račun labavosti u konceptualnoj ravni”.³⁶ Sklonost empirijskim istraživanjima, međutim, ne znači da je “pristup ‘ateorijski’: naprotiv, empirijska komunikacijska istraživanja zasnovana su na određenim teorijskim modelima društva čak i kada ih ne problematizuju i jasno formulišu”.³⁷

Iako dokazi raspoloživi do kraja pedesetih godina, čak i izbalansirani nekim suprotstavljenim nalazima, ne daju opravdanja za presudu o ‘medijskoj impotenciji’, ona je postala opšte prihvaćena.³⁸ Novo stanovište dobilo je i naučnu verifikaciju kroz interpretaciju jednog od vodećih autoriteta u disciplini. U ovoj tradiciji i danas se citira čuvena formulacija Bernarda Berelsona – “neke vrste komunikacije o nekim temama, dovedenih do pažnje neke vrste ljudi, pod nekim uslovima, izazivaju neke vrste efekata”.³⁹ Njena neodređenost smatra se za dokaz vrhunskog akademskog opreza ali i za svedočanstvo o teškoćama u dokazivanju medijskog uticaja. Dakle, mediji ne utiču – vrlo malo menjaju a najviše učvršćuju uverenja koja već postoje. Sudbina, poreklo i struktura postojećih uverenja i način njihovog formiranja nisu ni domen interesovanja ni posledica ‘medijskog uticaja’.

Ukoliko je u drugoj fazi bilo kritičkog odnosa prema medijskom delovanju on se ticao ‘narkotizujuće’ disfunkcije medija. Po mišljenju Lazarsfelda i Mertona, poplava medijskih informacija u smislu motivisanja za akciju može pre da ‘narkotizuje’ nego da ‘energizuje’ publiku: “Zainteresovani i informisani građanin može sebi da čestita na velikom interesovanju i da zaboravi da vidi da je apstinirao od odluke i akcije. Ukratko, on ima drugostepeni kontakt sa svetom političke realnosti... Meša znanje o aktuelnim problemima sa delovanjem povodom njih. U ovom smislu, masovnu komunikaciju moguće je uvrstiti među najuticajnije i najznačajnije socijalne narkotike.”⁴⁰ Ne samo da su medijski efekti ‘ograničeni’ i da je

36 Golding. P., Murdock. G., (1978), str. 61

37 Često prihvaćena “navodna dihotomija između ‘visoko-teorijskog’ i ‘ateorijskog’ pristupa medijskim studijama predstavljena u dve suprotstavljene tradicije, marksizmu i liberalizmu, takođe je pomalo obmanjujuća”, jer “skriva veoma jasne teorijske osnove pristupa čak i kada se one ne formulišu” (Curran, J., Gurevich, M., Woollacott [1982], str. 15).

38 Ukazujući na ograničenja modela Gledis i Kurt Leng su tvrdili da “masovni mediji strukturiraju realnost koja je tako sveobuhvatna i nametljiva da je teško, čak nemoguće, izbeći njihovom uticaju”. Po mišljenju Oskara Gandija ovo je prvo ukazivanje na “agenda setting” ulogu masovnih medija deceniju pre nego što su je formulisali Mekkombs i Šou (Gandy, O.H. [1988] u *Mass Communication and Cultural Identity I*, str. 641).

39 Berelson, B., u Schramm, W. (1949), str. 500.

40 Citirano prema Morley, D., u Swanson, D., Nimmo, D. (1990), str. 124.

njihov uticaj posredovan već je i dejstvo poruka neefektivno: publika generalno pamti malo, ili čak uopšte ne pamti sadržaj medijskih poruka, a kad ga upamti “uglavnom ponese uverenje da se ništa specijalno nije dogodilo”.

Kako Hartman i Hasband primećuju, deo problema sa hipotezom o ‘medijskoj impotenciji’ jeste u tome što njena neodgovarajuća metodološka orijentacija predisponira na negativne zaključke: “Može biti da mediji imaju malo direktnog uticaja na stavove, kako se obično procenjuje među društvenim naučnicima, ali je verovatno da imaju druge značajne efekte. Izgleda da igraju glavnu ulogu u definisanju značajnih tema i okvira unutar kojih bi ih trebalo diskutovati.”⁴¹ Na sličan način Tod Gitlin “povezuje ovu patološku tendenciju sa uticajem Paula Lazarsfelda i njegovih saradnika i njihovom potragom za specifičnim, merljivim, kratkoročnim, individualnim, ‘efektima’ medijskog sadržaja na stavove i ponašanje. Ovakav pristup, skoro po definiciji, ograničava moć i značaj medija. Zbog konceptualnih i metodoloških ograničenja u demonstriranju ovako usko definisanih efekata saznali smo malo o efektima medijskih organizacija, struktura ili tehnologija na odnose među pojedincima, društvenim grupama ili nacijama. Budući da su istraživački naponi bili istorijski orijentisani na administrativne ciljeve korporacijske profitabilnosti ili birokratske efikasnosti, i budući da je metodologija prikupljanja podataka odražavala moć klijenata da pojačaju ili podstaknu saradnju, pojedinačni građanin/potrošač postao je relativno dobro poznat dok je elita moćnih otkrivena samo u najgrubljim crtama”.⁴²

168

U danima vrhunca dominantne paradigme pristup je i dvostruko internacionalizovan. U teorijama modernizacije linearno shvaćena komunikacija postala je glavni instrument transformacije ‘starih, tradicionalnih načina života’ u industrijalizovano, moderno, vesternizovano društvo. Teorije diseminacije i transfera znanja pretpostavljale su neproblematizovano, nesporno učešće komunikacije u promovisanju ekonomskog i odgovarajućeg političkog razvoja.⁴³ Druga vrsta internacionalizacije odnosila se na teorijski opštu prihvaćenost američke društvene nauke i “njen upad bez presedana u evropski, pa i svetski intelektualni život”. Kako

⁴¹ Hartman, Husband (1972), str. 439.

⁴² Gandy, O. (1988), str. 641.

⁴³ Rane developmentalističke teorije polagale su velike nade u moć znanja i komunikacije. Većinom su nekritički usvajale Lernerov pravolinijski razvojni model: pismenost-industrijalizacija-urbanizacija-razvoj i komunikaciju shvatale kao instrument ‘vesternizacije’ zemalja u razvoju. Sažet pregled shvatanja o odnosu komunikacije i razvoja uporediti u Pearce, W. B., Narula, U. (1986).

duhovito primećuje Džejsms Keri, ovaj svojevrsni intelektualni Maršalov plan nastupio je kao posledica ukupnih ekonomskih i kulturnih posleratnih prilika.⁴⁴

Uprkos mnogim razlikama između dve opisane faze, ključna promena u medijskim studijama desila se tek kasnije. Promene nisu nastupile pod pritiskom nagomilane empirijske evidencije već kao posledica mnogih paralelnih intelektualnih proboja kroz ‘referentni okvir’ dominantne paradigme. Nekonfliktna medijska scena, pasivni primaoci, ograničeno uticajne i profesionalno ‘neutralne’ poruke nisu izdržale pritisak ‘neispunjenih očekivanja’ od pluralizma u njegovim najboljim danima. Manipulativni publicitet, korporacijska kultura i ‘public relations’ nagovestili su epohu u kojoj dominacija i uticaj medija ne mogu da se objasne teorijskim tvrdnjama o ‘ograničenim efektima’. Smena je imala rezonancu i u širim tokovima u okviru društvenih nauka i porastu kritičnosti koji je obeležio burne šezdesete godine dvadesetog veka.

3. Kulturološki obrt: redefinicija efekata

169 Promene koje su uzdrmale primat dominantne paradigme, počev od kraja šezdesetih godina, mogu se uporediti sa dramatičnim promenama koje su u filozofiji nazvane lingvistički obrt.⁴⁵ Paradigmatska osporavanja znače da su u proces redefinisavanja uključeni oblast istraživanja, metodologija, teorijska osnova, pa čak i raniji istraživački rezultati. U svakoj od pobrojanih oblasti važeći postulati su predmet ozbiljnih osporavanja a proces redefinicije još traje.

Shvatanje medijskih učinaka nije ostalo ovim nedirnuto. Način postavljanja istraživačkih pitanja i metodi dolaska do odgovora u okviru novih pretpostavki radikalno su drugačiji. Pitanje medijskog uticaja nije više mikroskopski definisano. Medijski učinci ne iscrpljuju se samo u kratkoročnim, vidljivim i merljivim uticajima, ‘efektima’, već se ispoljavaju kroz dugoročni i stalno prisutni medijski rad u osmišljavanju realnosti. Mediji i njihovi sadržaji nisu ‘uzrok’, niti izazivaju ‘efekte’ neposredno vidljive u ponašanju pojedinaca. Oni “rade ideološki – promovišu i preferiraju izvesna značenja sveta, rasprostiru jedna značenja a ne druga i slu-

44 Carey, J. (1989), str. 410.

45 O kulturnim studijama kao istinski uticajnom pravcu govori se počev od kasnih šezdesetih godina jer se taj uticaj institucionalizuje i snažno oseća od osnivanja Centra za savremene kulturne studije na Univerzitetu u Birmingemu 1964. godine. Prodor ‘kritičko-kulturnog’ diskursa počeo je znatno ranije, već krajem pedesetih godina, ali kao marginalni impuls ograničenog obima. Teoretičari u ovoj tradiciji, ipak, to smatraju trenutkom nastanka ovog danas uticajnog pravca. Novopokrenuti *Journal of Cultural Studies* posvetio je prvi tematski broj (1998) četrdesetogodišnjici kulturnih studija.

že nekim društvenim interesima bolje nego drugim. Zbog raznih društvenih faktora, ovaj ideološki rad može biti manje ili više efektivan, ali je uvek tu i o njemu moramo misliti u terminima efektivnosti u okviru celine društva a ne o njihovom efektu na izolovane pojedince ili grupe. 'Efektivnost' je društveno-ideološki termin, 'efekat' individualno-bihejvioristički".⁴⁶

Iako po posledicama kulturne studije i teorija o maksimalnim medijskim efektima imaju izvesnih sličnosti, razlike među njima su velike. Proizlaze iz razlika u shvatanju društva, drugačijeg viđenja komunikacije, masovnih medija, publike, pa posledično i medijskog uticaja. Novi kritički pristup to demonstrira i drugačijim identifikovanjem istraživačkih prioriteta među kojima dominiraju sledeći:

1. "kako dominantne grupe u društvu ne samo da obezbeđuju kontrolu nad medijima nego uspevaju da za ovu hegemoniju dobiju dobrovoljni pristanak manjinskih grupa";

2. "kako procesi medijske produkcije i informativni, dramski i dokumentarni žanrovi sistematski pokrivaju nepravedne društvene odnose pod fasadom nepristrasnosti i ideološke neutralnosti";

3. "umesto pretpostavki o namernoj, zavereničkoj delatnosti kapetana kulturne industrije, u fokusu analize su logičke premise i organske veze između ekonomskih institucija razvijenog kapitalizma, političkog odlučivanja države i formiranja kulturne ideologije";

4. "konačno, budući da kritičke studije teže pravednijoj organizaciji medija, fokusirane su na forme demokratizacije komunikacije, veće poštovanje informacionih potreba manje moćnih, lakši pristup medijima, veće učešće u formulisanju medijske politike, stimulisanje alternativnih i decentralizovanih medijskih izraza i sl."⁴⁷

U okviru šire kritičke tradicije, kulturne studije se veoma jasno prepoznaju.⁴⁸ Usmerene su na "opšte relacije između socijalnog poretka društva i total-

46 Fiske, J. (1987), str. 20.

47 *New Perspectives on Media and Culture*, (1987), str. 3.

48 Uprkos širokom priznanju i velikom uticaju, kulturne studije nisu ni danas 'posebna i homogena formacija' sa prepoznatljivom 'teorijskom ortodoksijom i metodološkim postupcima'. Njihova internacionalizacija postavila je u novom svetlu i pitanje njihovog 'britanskog porekla'. Iako nema spora o britanskim izvorima i presudnom doprinosu britanskih teoretičara, smatra se da su one 'britanske' i u jednom značajnijem smislu jer su 'uskogrudo posvećene istraživanju specifičnih kulturnih formacija' i za razliku od 'kontinentalne semiologije nezaiteresovane za univerzalnija filozofska razmatranja' (Turner, G. [1990], str. 38-77). Ali osim značajnih

nosti simboličkih formi kroz koje se značenja ekspliciraju i izražavaju – ukratko kulture. Iako priznaju centralno mesto masovnih medija u rasprostiranju društvenih značenja, nužno ih situiraju u celinu kulture. Zato se bave i tradicionalnim formama simbolizacije sadržanim u umetnosti, literaturi, religiji, ali i svakodnevnim ekspresivnim formama kakve su razgovor, oblačenje, telesni jezik.”⁴⁹ Medijske artefakte posmatraju kao tekst, u analizi ‘iščitavaju’ slojeve društvenih značenja koje sadrže a onda ih ponovo ‘učitavaju’ u spoljne, socijalne odnose kroz koje su proizvedeni.

Smeštanje medijskih istraživanja u kontekst ‘kulturnog’ miljea oglašeno je i imenovanjem novog konceptualnog okvira. Rejmond Vilijems i Stjuart Hol su smatrali da su “studije komunikacije duboko i katastrofalno deformisane kada su samouvereno nazvane ‘masovne komunikacije’” zbog čega je i za naziv novoosnovanog Centra i teorijskog pravca odabran koncept ‘kultura’ a ne ‘komunikacija’.⁵⁰ Analitička upotrebljivost koncepta ‘masovna komunikacija’ dovedena je u pitanje zbog semantičkog opterećenja koje je ostavila funkcionalističko-bihejvioristička prošlost i koga se nije moguće osloboditi. ‘Kultura’ je odabrana jer obezbeđuje probijanje “supstancijalne i metodološke izolacije u koju je disciplina gurnuta imenovanjem ‘masovna komunikacija’”.

171

“Iako ‘kultura’ na prvi pogled izgleda kao ‘zajednički predmet istraživanja’ koji može doprineti daljoj eroziji neproduktivne podele na ‘konvencionalnu’ i ‘kritičku’ tradiciju, razlike između dve tradicije ostaju impresivne... Za kulturne studije ‘kultura’ nije samo ograničeni objekt komunikacijskog istraživanja. Njih zanima kontradiktorni i kontinuirani *socijalni proces* kulturne produkcije, cirkulacije i potrošnje, a ne ‘kultura’ definisana kao manje-više statičan, objektiviziran set ideja, uverenja i ponašanja. ... To podrazumeva i sasvim drugačiji skup radnih principa: kulturne studije tragaju za istorijskim i određenim značenjima a ne za generalnim oblicima ponašanja, orijentisane su na proces ne na rezultate, interpretativne su a ne eksplanatorne. I najvažnije, ono što fundamentalno razdvaja dve tradicije jeste njihovo drugačije samokonceptualizovanje kao intelektualnog diskursa: naučne ambicije jedne druga će uvek odbacivati.”⁵¹

formativnih uticaja – pre svega strukturalizma i nekih struja evropskog marksizma – danas se u samom centru teorijske debate snažno osećaju uticaji iz veoma različitih kulturnih tradicija, naročito Australije, Evrope i SAD.

49 Golding, P., Murdock, G. (1978), str. 68.

50 Carey, J. (1989), str. 40-42.

51 Ang, I. (1990), str. 240.

Džejs Keri smatra da je značaj ove operacije menjanja teorijskog okvira dalekosežan jer afirmiše različito intelektualno nasleđe koje se vezuje za istraživanja u ove dve oblasti. Još važnije, polazi od dve različite metafore komunikacije: prva je transmisio ili transportno viđenje komunikacije kao "procesa transmisije poruka na daljinu sa ciljem kontrole. Arhetipski slučaj je ubeđivanje, promena stavova, izmene ponašanja, socijalizacija kroz transmisiju informacija, uticaj. Druga je ritualno viđenje komunikacije kao procesa kojim se zajednička kultura kreira, modifikuje i menja... Ovo gledište nije usmereno na rasprostiranje poruka u prostoru već na održanje društva u vremenu; ne na čin slanja informacija i uticaja već na kreaciju, reprezentaciju i uzdizanje zajedničkih čak i iluzornih verovanja. Ako je transmisio stanovište usmereno na prostiranje poruka kroz geografiju radi proširivanja kontrole, ritualno stanovište usmereno je na svetu ceremoniju zajedništva koja ljude okuplja u zajednici i prijateljstvu".⁵²

Povratak ideologije

'Velika potraga za paradigmom' počela je najpre promenama u viđenju društva.⁵³ Porast kritičnosti, revolucije neostvarenih očekivanja, društveni konflikti i novi pokreti obesnažili su harmoničnu sliku o pluralističkom društvu zasnovanom na društvenom konsenzusu i 'difuznom' modelu moći. Nova kritička perspektiva ukazala je na neodrživost 'pluralističke' koncepcije o 'jednakoj' distribuciji društvene moći i slobodnim medijima kao svima dostupnoj i otvorenoj društvenoj areni. Klasno, kompleksno društvo kasne moderne počiva na nejednakostima koje su posledica društvenih a ne individualnih razlika: mediji jesu deo socijalne arene ali nisu ni svima ni pod jednakim uslovima dostupni. Njihova sposobnost da definišu događaje na određeni način područje je stalnih društvenih sukoba. Različiti akteri pretenduju da njihova viđenja stvarnosti postanu dominantna pa je taj sukob u domenu simboličkog ujedno i ideološki.

Prvi pomak ka formulisanju novog pristupa povezan je zato sa 'povratkom ideologije u medijske studije'. Uvođenjem ideologije u analizu, pacifikovano, beskonfliktno, tehnicizirano polje medijske komunikacije pokazalo se kao poprište

⁵² Carey, J. (1989), str. 42.

⁵³ Barnett Piers smatra da su komunikologiju odredila tri formativna globalna teorijska pravca: funkcionalizam, strukturalizam i neo-marksizam. Sva tri od njih ima ograničenja koja su sedamdesetih godina i dovela do 'velikog lova za paradigmom'. Zajednička odlika svih jeste vidljiva fasciniranost zapadnog čoveka konceptom moći, koja je i rezultirala dominacijom istraživanja efekata u sve tri tradicije. Pearce, B., u Benson, T.W. (1985), str. 274.

konflikta: razlike među ljudima, i to socijalne a ne psihološke, postale su ključ za razumevanje sukoba koji se u komunikaciji vodi svakodnevno. Taj sukob izrasta na pokušajima da se ovlada stvarnošću i da se to ovladavanje obavi u domenu simboličkog. Ovladavanje simboličkim potencijalima društva jeste ovladavanje kreativnom društvenom snagom, energijom promene i mogućnostima očuvanja postojećeg. Ideološka priroda medijske produkcije pokazala se u samom centru medijske delatnosti i za analizu otvorila čitav niz simboličkih formi u kojima se poredak izražava i očuvava.

Ponovnim otkrićem ideologije u medijskim analizama razvio se interes za ideološku strukturu vesti i, još opštije, medijski tretman eksplicitno 'kontroverznih' tema, kao što su industrijski sukobi ili rasni odnosi. Većina ovih istraživanja zasnivala se na dve zajedničke premise: prvo, da je domen eksplicitno političke komunikacije oblast u koju je interesovanje za reprodukciju ideologije (i pretpostavljenu konsekvencu održavanja socijalnog poretka, to jest hegemonije) najproduktivnije smešteno, i, drugo (delom upisano u teorijski model ideologije na kome se zasniva prva premisa), da ideološki efekat medija može, u stvari, biti dedukovan iz analize tekstualne strukture poruka koje emituju.⁵⁴ To je značilo da je medijska publika bila mahom odsutna iz ovog analitičkog okvira i da je moć medija nad njihovim 'konzumentima' uzimana kao nesporna.

173

Obe ove premise kasnije su kritikovane i znatno izmenjene u okviru teorijskog unapređivanja pristupa. U prvom slučaju, naraslo je uvažavanje političke važnosti domena kulturne produkcije, mahom pod uticajem afirmacije bogatih iskustava supkulturnih, etničkih, rodnih ili političkih manjinskih grupa. Istraživanje ideološke strukture 'zabavnih' medija, popularne literature i muzike do tada nije smatrano vrednim sistematskog akademskog interesovanja. U drugom slučaju, uvažena je komplikovanost procesa 'repcije', ponajpre otkrićem složenog i višeznačnog procesa dekodiranja poruka. Prvi put u analizi kulture velika pažnja posvećena je kompleksnoj i kontradiktornoj prirodi procesa kulturne potrošnje – medijskih produkata ali i popularne kulture uopšte.⁵⁵

54 Abercrombie, N. (1996), str. 150

55 Značajan podsticaj istraživanju publike bilo je formulisanje 'enkodiranje-dekodiranje' modela medijske recepcije inicirano istoimenim esejom Stjuarta Hoola iz 1973. Ovaj model, koji se ponekad naziva i model 'preferiranog čitanja', preuzeli su autori veoma raznovrsnih interesovanja – na primer Dejvid Morli u istraživanju publike večernjeg političkog TV magazina ili Doroti Hobson u analizi recepcije sapunskih opera. Njihovi zaključci su, međutim, bili različiti i znatno su doprineli kasnijoj raznovrsnosti studija publike. Uporediti: Moores, Sh. (1993), Ang, I. (1991).

Sledeći važan prodor u razumevanju ideološkog rada medija vezan je, dakle, za otkriće i politički značaj ‘popularnog’. Od sredine sedamdesetih godina istraživanja se pre svega bave ispitivanjem političkog i ideološkog značaja medijskih produkata izvan klasičnog domena ‘vesti’. Istraživanje vesti, kao i eksplicitno političkih medijskih poruka, pokazalo se, čini samo deo ukupnog, politički značajnog medijskog polja.⁵⁶ Otklon ka širem području zabavnih i dramskih sadržaja, razvio je interes, pre svega u TV istraživanjima, za popularne ‘magazine’, programe koji “istovremeno ignorišu i transcendiraju političko”.⁵⁷ Iako nisu eksplicitno politički, ovi programi su veoma uvučeni u transmisiju izrazito definisanog skupa političkih vrednosti, upravo zbog njihovog ‘opštepoznato’, zdravorazumskog stila prezentacije. Pokazalo se kako je artikulirano i prikazano kao ‘prirodno’ ono što je u stvari bilo nužno društveno konstruisano i parcijalna sadržina zdravorazumskog znanja. Ovako konstruisane, iako naizgled ‘prirodne’ i ‘normalne’, definicije zdravorazumskog potom funkcionišu kao implicitna merila prema kojima se mere sva politička pitanja. “Proces konstrukcije zdravorazumskog je, dakle, najznačajniji ideološki i politički proces, u kome su popularni medijski programi angažovani dok prevode egzotični svet politike u svakodnevne termine, i tako konstruišu za svoju publiku veoma preciznu perspektivu i odnos prema svetu politike.”⁵⁸ Medijske poruke koje se definišu kao nepolitičke su, u stvari, centralne za razumevanje savremene političke kulture. Ovi popularni medijski sadržaji zapravo garantuju trajnost i prihvatljivost preovlađujućeg ‘smisla stvarnosti’. Njihovom analizom pripremljen je teren za kasnije razmatranje hegemonije, koja je u okviru medijskih studija naj-

174

56 Veoma značajna istraživanja informativnih programa u više navrata obavila je izuzetno aktivna istraživačka ekipa Univerziteta u Glazgovu (Glasgow University Media Group). Ova istraživanja, pre svega usmerena na dokazivanje ‘pristrasnosti’ informativnih sadržaja BBC-a, postavila su standarde u analizi ‘političkih’ programa i veoma uticala na javnu debatu o kvalitetu BBC produkcije. Nalazi su objavljeni u seriji uticajnih studija *Bad news* (1976), *More bad news* (1980) i *Really bad news* (1982).

57 Inicijalni projekat ove vrste bilo je istraživanje publike *Nationwide*, rano večernjeg BBC magazinskog programa, obavljeno 1975-1977. godine. Rezultati ovog istraživanja unapredili su razumevanje političkog uticaja eksplicitno ‘nepolitičkih’ TV programa. Studija Dejvida Morlija (*The Nationwide Audience*) znatno je doprinela i korigovanju ranijih uverenja o značaju socijalne, naročito klasne uslovljenosti publike. Uporediti: Morley, D. (1980).

58 Morley, D. u Swanson, D.L., Nimmo, D. (1990), str. 128.

značajnije područje ideološkog delovanja medija. Ideologija je, u stvari, postala najvažnija konceptualna kategorija kulturnih studija.⁵⁹

Aktivna publika

Druga značajna teorijska ‘revizija’ važna za budućnost kulturnih studija tiče se razumevanja publike. Verovanje da mediji manje-više direktno utiču na nju, pa je i medijske efekte moguće iščitati iz strukture poruka kojima se publika izlaže, provlačilo se kroz ukupnu dotadašnju ‘tradiciju efekata’. Od ranih ‘hipodermičkih’ teorija, čak i u kritičkoj verziji Frankfurtske škole, preko dvostepenog toka komunikacije i posredujućeg uticaja primarnih grupa i vođa mnjenja do individualizovanih varijacija medijskog ‘izbora’ u okviru ‘koristi i zadovoljstva’ pristupa centralno mesto za razumevanje uticaja bio je ‘medijski tekst’.

U pominjanom uticajnom eseju, Stjuart Hol radikalno redefiniše ovo stanovište. On priznaje strukturišuću moć teksta i kada ispituje značaj semantičkog fiksiranja (‘semantic closure’) priznaje uticaj medija u konstruisanju preferiranog značenja poruke. Istovremeno, međutim, uviđa mogućnost da publika može da dekodira svaku poruku na drugačiji način od onog koji je autor ‘učitao’. Reafirmišući nalaze Roberta Parkina u domenu političke sociologije, formulisao je ovu slobodu na način koji izbegava psihologistički pristup karakterističan u istraživačkoj tradiciji ‘koristi i zadovoljstva’ u kojoj je akcenat na slučajnim i nepredvidivim individualnim razlikama u reakcijama publike. Umesto ‘ličnih razlika’ uvodi u analizu socijalnu uslovljenost kulturnih kodova koje članovi različitih grupa koriste u čitanju medijskih tekstova. Model ‘preferiranog čitanja’ postulira da su čitaoci, naravno, angažovani u produktivnom poslu tumačenja poruka, ali pod određenim uslovima. Ovi ‘određeni’ uslovi obezbeđeni su i tekstom, i proizvodnom situacijom, i odlikama publike. Osmišljavanje se za publiku dešava u okvirima različitih kodnih sistema koje i ona sama gradi čime je poimanje medijskog uticaja postavljeno na nove osnove. Otvorena je mogućnost da se razlika u enkodiranju i dekodiranju izvuče iz horizonta pojedinačnosti i postavi na nivo strukturnih pretpostavki različitih čitanja. ‘Dominantni’, ‘pregovarački’ i ‘opozicioni’ kod koincidira sa grupnim vrednostima koje se u društvu razlikuju. U njihovim okvirima postoji i velika mogućnost pojedinačnih razlikovanja.

Depersonalizovano telo primalaca poruka koje se drži na okupu samo pod dejstvom medijskog centra, ispostavilo se, ima i neke značajnije razloge za me-

59 Džejms Keri tvrdi da bi se “britanske studije kulture mogle savim lako, i u stvari veoma tačno, opisati kao ideološke studije jer na mnoštvo kompleksnih načina asimiluju kulturu u ideologiju” (Carey, J. [1989], str. 97).

đusobno 'prepoznavanje'. Veoma uticajno istraživanje publike TV serije "Dalas" pokazalo je, na primer, kako publika traga za zadovoljstvom gledajući popularne programe.⁶⁰ Često otpisivani kao bezvredni, pa i emotivno nestimulativni, produkti masovne kulture su u drugačijem istraživanju publike otkrili sasvim nove dimenzije njihove recepcije. Umesto trivijalne, beskonfliktne potrošnje ne-radnog vremena, domen 'popularnog' je otkriven kao prostor omoćavanja alternativnih, marginalnih aktera, isključenih iz raspolaganja društvenim simboličkim resursima. Na ovoj premisi razvilo se veoma produktivno promišljanje subverzivnog potencijala popularnih medijskih programa – sapunskih opera, dnevnih serijala, kvizova i sl.

U isto vreme dok su istraživački nalazi sve više potvrđivali da se 'televizija gleda po satu a ne po izboru' kulturne studije postavljale su pitanja o poreklu i značaju ovog novog društvenog rituala. Jedno veoma prepoznatljivo istraživačko usmerenje razvilo se iz ukazivanja na značaj domaćeg ambijenta medijske recepcije. Masovni mediji, a pre svih televizija, predominantno su kućni, familijarni mediji. Pošto se čitanja medijskih tekstova obavljaju u ovom okruženju, to je upravo domaći prostor mesto na kome nastaju značenja medijskih poruka. To istovremeno znači da 'jedinica konzumiranja' nije pojedinačni gledalac nego 'porodica' ili 'domaćinstvo' a da se socijalni procesi u okviru kojih se obavlja gledanje televizije mogu razumeti samo analizom ovog miljea.⁶¹

176

Svi ovi uvidi, čak i kada su međusobno kontradiktorni, demonstrirali su skromnost ranijih analitičkih okvira i metodoloških postupaka za istraživanje publike i nepovratno menjali dotada dominantne predstave o medijskoj/masovnoj publici.

Uloga medija

Stalnim interesovanjem za medije, kulturne studije su, u stvari, potvrđivale da se hegemonijski proces reprodukuje i medijskim delovanjem i interpretativnim postupcima publike. Pomeranje prvobitnog teorijskog fokusa sa 'medijskog teksta' na ispitivanje medijskog doprinosa u 'konstrukciji svakodnevnog života' označilo je

60 Istraživanje publike TV serije *Dalas* svetski popularne ranih osamdesetih godina, zasnovano na 'samoobjašnjenju' gledateljki, smatra se za jedan od prvih i najuticajnijih projekata koji uvode etnometodologiju u medijske studije. Na osnovu ličnih svedočenja gledateljki, Ian Ang je, analizom zadovoljstva u gledanju sapunskih opera, ukazala na moguće strategije kritičkih pa i subverzivnih čitanja popularnih medijskih tekstova (Ang, I. [1986]).

61 Uporediti na primer: Morley, D. (1986); Silerstone, R. (1994).

‘politiku signifikacije’ kao glavno područje analize. Tragalo se za objašnjenjima kako “prevlađujuća distribucija bogatstva i moći i dominantni principi kontrole oblikuju strukturu simboličkih aranžmana, kako ulaze u naše iskustvo kao interpretativne procedure i obezbeđuju uslove njihovog očuvanja ili promene”.⁶² Masovni mediji, ustanovljeno je, proizvode čudnu robu. “Na jednom nivou oni su roba i usluge kao i sve druge: konzerve voća, automobili ili osiguranje. Ali oni su i nešto više. Obezbeđujući izveštaje o savremenom svetu i slike ‘dobrog života’, mediji igraju vodeću ulogu u oblikovanju društvenog konsenzusa, i upravo ovaj ‘specijalni odnos’ između ekonomske i kulturne moći pitanje njihove kontrole učinio je stalnim fokusom akademskog i političkog interesovanja.”⁶³

U savremenim demokratskim društvima medijske organizacije uživaju značajnu autonomiju i od vlasti i od velikih korporacija. Iako uživaju profesionalnu autonomiju, medijski profesionalci, ipak, prostiru interpretativne okvire koji su u saglasnosti sa dominantnim kulturnim modelima. Da li oni to zaista rade kao ‘pasivni prenosnici poruka’? Da li mediji samo “*reflektuju* višeznačnu realnost, što je moguće istinitije i objektivnije, oslobođeni pristrasnosti, naročito pristrasnosti profesionalaca koji prate i izveštavaju o spoljnom svetu”?⁶⁴ Ideološki rad medija nije, dakle, samo funkcija ‘spoljne’ kontrole nad njima kako su tvrdile rane kritičke, uglavnom determinističke interpretacije.

U demokratskim društvima, i što su ona više demokratska tim više, uspeh ovog poduhvata zavisi i od načina na koji ga medijski profesionalci omogućavaju baveći se poslom proizvodnje poruka. U procesu profesionalne socijalizacije oni interiorizuju norme koje standardizuju način na koji se simbolički obrađuje realnost. Kulturne studije otvaraju pitanje medijske profesionalizacije kao značajno za savremenu komunikaciju upravo propitivanjem ‘neutralnosti’ ovih standarda. Rutinizacija neočekivanog, standardizovanje načina na koji se značenja novog i nepoznatog prevode u poznato i prihvatljivo, jeste društveni posao od prvorazrednog

62 Golding, P., Murdock, G. (1978), str. 74.

63 Murdock, G. (1982), str. 118.

64 “Svakako najuticajnija iz serije ‘pasivni prenosnik’ teorija je ona koja koristi metaforu o ogledalu da opiše ulogu medija u društvu. Ideja da su ‘mediji ogledalo društva’ ima različite izvore. Sa jedne strane ona je refleks neutralne pozicije implicirane u konceptima objektivnosti i neutralnosti utkanih u dominantnu profesionalnu ideologiju. Istovremeno, zasnovana je u pluralističkom shvatanju društva, prema kom mediji obezbeđuju forum u kome kompetitivna politička i društvena stanovišta paradiraju tragajući za javnom podrškom” (Curran, M., Gurevitch, M., Woollacott, J. [1982], str. 21-22).

značaja.⁶⁵ To je profesionalni poduhvat kojim se obavlja proces svakodnevne konstrukcije 'realnog'.

Medijske studije rođene su na popularnoj pretpostavci da film i radio imaju ogromnu moć da ubede glasače, oblikuju svest i direktno utiču na javno mnjenje. Kada je pedestih godina počelo napuštanje ove pozicije, to je branjeno istraživačkim nalazima koji pokazuju da su mediji, uzeti izolovano, retko jedini uzročnik promena u ponašanju ili stavovima publike. U konvencionalnim studijama je iz toga zaključeno da su mediji definitivno nekako uticajni, ali da su njihovi efekti umnogome odraz odnosa u širem socio-kulturnom okruženju. Nespremni za radikalniju promenu perspektive, istraživači u ovoj tradiciji nisu otvorili mogućnost analize obrnutog procesa – doprinosa medija proizvodnji dominantnog 'pogleda na svet'. Početni teorijski radikalizam kulturnih studija uglavnom je reakcija na ovo ne-ideološko, neproblemsko čitanje 'kulture'. Prema nekim kritičarima, međutim, to je 'kulturne studije' definitivno zarobilo u diskursu 'moćna ideologija' jer su već ranije postojeće ideje o 'moćnim medijima' samo dopunjene perspektivom 'moćna kultura'.⁶⁶

U kasnijim verzijama, stanovišta o načinu uticaja masovnih medija su veoma razvijena, često i izmenjena. Teorijska i metodološka sofistifikacija 'kulturnih studija', ali i evolucija unutar 'konvencionalnih studija', doprinele su mnogo rafiniranijem poimanju aktivnosti publike u čitanju i tumačenju medijskih poruka. Pokušaji da se ove dve istraživačke tradicije razmatraju kao komplementarne a ne konfrontirane danas su svedočanostvo o sazrevanju discipline koja sem eklektičkog kompiliranja istraživačkih nalaza i vlastito nasleđe izlaže stalnoj redefiniciji.⁶⁷ Dijalog koji se decenijama vodi između administrativnog i kritičkog pristupa uneo je trajnu dinamiku u definisanje disciplinarnih temelja. U njegovom centru uvek je bilo pitanje medijskog uticaja i mogućnosti suprotstavljanja njihovom manipulativnom, unifikujućem dejstvu.

178

65 Gej Takman je pokazala kako 'rutinizacija neočekivanog' zahvaljujući prirodi medijskih standarda inherentno vodi u favorizovanje statusa quo, (Tuchman, G. [1976]).

66 *New Perspectives on Media and Culture* (1987), str. 1.

67 Među najvećim zagovornicima 'novog revizionizma' je Džejms Karan, jedan od pionira britanskih kritičkih studija, koji smatra da međusobni uticaji dve tradicije danas unose potpuno novi 'ferment' u disciplinu. Njegova zalaganja često ne nailaze na podršku među vodećim predstavnicima u kulturnim studijama. Ien Ang, na primer, smatra da ovakve pokušaje treba primiti krajnje oprezno jer su razlike između dve tradicije fundamentalne i nepremostive. Videti Curran, J. (1990), str. 135-164; Ang, I. (1990), str. 239-260.

II JAVNA SFERA, MEDIJI I JAVNOST

U savremenim koncepcijama o javnom mnjenju moguće je identifikovati tragove dve misaone tradicije – liberalno-demokratske i utilitarno-demokratske. Dve filozofske tradicije su na različitim, često i protivrečnim, stanovištima zasnovale promišljanje javnog života. U svakoj od njih nastao je i odgovarajući model javnog mnjenja – u okviru prve, klasični, ‘diskurzivni’ a u okviru druge, većinski, ‘agregativni’ model.¹ Ova podela olakšava sistematizaciju ogromnog broja već na prvi pogled veoma različitih mnjenjskih koncepcija.² Tokom duge istorijske koegzistencije, različita nasleđa harmonizovana su u raznim oblicima, pa se i bazični modeli pojavljuju u nizu varijeteta. Globalne filozofske i teorijske razlike rezultirale su, ipak, drugačijim analitičkim okvirima i veoma jasnim konceptualnim razlikama. Pošto su oba pristupa u važnim aspektima politički semantizovana, i praktične implikacije su im drugačije.

Istorijski starija, liberalno-demokratska koncepcija zaokružena je na teorijskim premisama i normativnim projekcijama filozofije prosvetiteljstva. Rezultirala je iz nastojanja, tokom sedamnaestog i naročito osamnaestog veka, da se locira subjekt osporavanja apsolutističkog autoriteta i od tada neprekidno snagom normativnog ideala služi kao kriterijum za vrednovanje snage javnog mnjenja. Potencira kritički, emancipatorski, libertetski potencijal javnosti. Ima istorijski primat, neke zagovornike ovog pravca smatraju prvacima u upotrebi termina, pa se zato ponekad naziva ‘tradicionalnim’ modelom javnog mnjenja.³ Najuticajniji

1 Ovu distinkciju razvija Vinsent Prajs, uvažavajući razlike u načinu na koji je ideja ‘javnog mnjenja’ uticala na formulisanje demokratskih modela društva tokom osamnaestog i devetnaestog veka. Opširnije o razlici između dva modela u Price, V. (1992), str. 8-15.

2 Nepostojanje teorijskog konsenzusa o ‘javnom mnjenju’ opšte je prihvaćeno stanovište među istraživačima. U čuvenoj enciklopedijskoj odrednici u *International Encyclopedia of the Social Sciences* citira se više od pedeset definicija koje je prikupio Harvud Čajlds.

Šezdesetih godina se čak smatralo da bi trebalo prestati sa upotrebom ovog nepreciznog i ambivalentnog termina ali, kako konstatuje Emil Dovifat, ‘koncept jednostavno odbija da umre’. Citirano prema Noelle-Neumann, E. (1984), str. 58-59.

3 Francuski mislioci se najčešće smatraju autorima i popularizatorima termina javno mnjenje. Elizabet Noel-Nojman smatra da je termin prvi upotrebio Ruso pre sredine osamnaestog veka, takođe i Mona Ozuf koja, ipak, upozorava da je “prva atribucija rizičan posao” (Ozouf, M. [1988], str. 2). Habermas navodi Luja Sebastijana Mersijeja kao čoveka “koji je prvi izvuкао strogi pojam javnog mnjenja” (Habermas, J. [1969], str. 124).

i teorijski najsofisticiraniji model u okviru ove tradicije razvio je Jirgen Habermas.⁴

Počev od kasnog osamnaestog, a naročito početkom devetnaestog veka, na tragu filozofskog utilitarizma, formira se drugačije, utilitarno-demokratsko shvatanje javnog mnjenja. U ovoj tradiciji potencira se konformišući, ograničavajući, stabilizujući karakter javnog mnjenja. Javnost se izjednačava sa celokupnom glasačkom populacijom, što olakšava njeno identifikovanje i izučavanje. Ovo shvatanje presudno je uticalo na razvoj dvadesetovekovnih koncepcija a pre svega na procvat istraživačkih tehnika i empirijskih istraživanja javnog mnjenja. Jedan od zanimljivijih modela u okviru ove tradicije, zasnovan na teoriji o spirali tišine, razvila je Elizabet Noel Nojman.⁵

Diskurzivni i agregativni model javnog mnjenja razlikuju se u tri glavne dimenzije: prvo, u definisanju subjekta javnog mnjenja ('javnost' kao poseban oblik grupisanja ili 'javnost' kao ukupna populacija); drugo, u određenju karaktera javnog mnjenja (najistinitije, najkvalitetnije mišljenje o problemu ili najrasprostranjenije, opšte prihvaćeno mišljenje); treće, u viđenju uloge i značaja javnog mnjenja u političkom životu (kritička, kontrolna ili legislativna, stabilizujuća funkcija):

(1) Početna razlika tiče se fiksiranja sociološkog referenta, filozofski tematizovanog subjekta otpora i kritike. U prvom modelu javnost je definisana kao posebna socijalna grupa koja formira i politički saopštava svoje mnjenje. Prema drugom, socijalni referent ne postoji kao definisana, čak ni fluidno diferencirana grupa: u pitanju je javno izraženo mnjenje ukupne populacije. U liberalnoj tradiciji insistira se na javno formiranom mnjenju a u utilitarnoj na javno izraženom mnjenju.

(2) Različito viđenje prirode javnog mnjenja proizlazi iz razlike u definisanju 'opšteg dobra'. Liberalni mislioci smatraju javno mnjenje oblikom realizovanja 'opšte volje', koja se ispoljava kroz kontinuirano učešće u javnom rezonovanju i ravnopravnoj debati. U kasnijoj formulaciji smatra se da javno mnjenje nastaje maksimiziranjem pojedinačnih individualnih volja, to jest iskazivanjem kroz 'vladavinu većine'. Ideja o najispravnijem, najkvalitetnijem mnjenju koje sledi iz 'javne upotrebe uma' i odmeravanja argumenata, u okviru utilitarne tradicije zame-

180

4 Osnovne odlike modela Habermas je razvio u svojoj habilitacijskoj tezi iz 1962. koja je kod nas objavljena 1969. godine pod nazivom *Javno mnjenje*.

5 E. Noel-Nojman je godinama u istraživanjima Instituta za demoskopiju u Majncu testirala hipotezu o "spirali tišine" na kojoj je i zasnovala svoju teoriju o javnom mnjenju (Noelle-Neumann, E. [1984]).

njena je viđenjem javnog mnjenja kao izraza najrasprostranjenije, najprihvaćenije ideje. Takvo mnjenje ne proizlazi nužno iz žive javne debate i aktivnog političkog učešća kao najboljeg mehanizma određivanja opšteg dobra: opšta volja počiva na mišljenju većine koje se izražava u redovnim izbornim procedurama.

(3) Ključna razlika odnosi se na viđenje uloge i funkcija javnog mnjenja. Dok diskurzivni model potencira emancipatorsku, libertetsku, kritičku ulogu, u agregativnom modelu dominira integrativna, legislativna, stabilizujuća funkcija. U okviru ove tradicije, javnom mnjenju se pripisuje mnogo formalnija uloga u legislativnim i izbornim terminima. Ono je jedan od instrumenata harmonizovanja individualnih aspiracija, pojedinačnih i konfliktnih interesa, pa je i jedan od zbirnih pokazatelja opšteg interesa u skladu sa vladavinom većine. Potenciranje konformišuće prirode i integrativne uloge javnog mnjenja približava ovo stanovište tradicionalističkim i konzervativnim viđenjima političkog života koja minimiziraju značaj javnog mnjenja.

181 Javno mnjenje je u obe tradicije utemeljeno na ideji 'javnosti'. "Javnost je jedan od onih revolucionarnih koncepata kasnog osamnaestog i ranog devetnaestog veka koji su skovani kao borbeni instrumenti političke propagande u filozofiji prosvetiteljstva... Javnost je socijalni medijum u kome politička vlast mora ne samo da se legitimizuje već takođe – i ovo je specifična odlika modernog sveta tek od osamnaestog veka – u njemu prvenstveno mora i da se formira."⁶ Uprkos jasnom političkom smislu, međutim, semantički opseg pojma 'javnost' nije najpreciznije određen i često izaziva nedoumice.

Semantička evolucija upućuje na najstariju upotrebu termina da označi suprotnost između javnog i privatnog, sa jedne, i javnog i tajnog, sa druge strane. U političkom smislu, javno kao suprotno tajnom označava opšte dostupno, otvoreno, svima pristupačno. Javno kao suprotnost privatnom označava opšte dobro, opštu zainteresovanost, opštu volju. Oba ova značenja su se probila i očuvala u savremenoj koncepciji 'javne sfere' za koju se u našem jeziku češće koristi termin 'javnost'. U ovom, najopštijem smislu, termin označava socijalni prostor, domen društvene organizacije od opšteg značaja i dostupnosti.⁷

U drugom smislu 'javnost' označava oblik socijalnog grupisanja, kolektivitet koji je vaninstitucionalan ali prepoznatljiv. Razlikuje se od gomile, mase ili

6 Holscher, L., citirano prema Peters, J.D. (1993), str. 543.

7 U većini jezika noseći koncept je upravo javna sfera/javni prostor (Public sphere/Espace Public/Offentlichkeit), dok se u našem jeziku i u ovom smislu češće govori o 'javnosti' – izneti u javnost, na primer. O etimološkim korenima naših konceptualnih rešenja videti Tadić, Lj. (1989), str. 13-25.

publike iako svi ovi oblici predstavljaju “prolazne forme socijalne organizacije”.⁸ U ranijim istraživanjima, a pre svega zbog uticaja teorija o masovnom društvu, posebno je bilo važno razlikovanje javnosti od mase i gomile. Javnost se, prema ovim shvaćanjima, formira kao reakcija na ‘problem’ i odlikuju je suprotstavljanje i racionalna diskusija dok gomila nastaje kao odgovor na zajedničku emociju.

U trećem smislu javnost označava svojevrsni ‘medij’ posredovanja javnih delatnosti. Kao politički princip otvorenosti/publiciteta odnosi se na transparentnost političkog života koja znači da su političke funkcije javne, načini i procedure njihovog obavljanja utvrđeni a posledice vidljive, zbog čega su i mogući pozivi na odgovornost. Sva ova značenja se u našem jeziku prepliću i daju ‘javnosti’ smisao koji se oseća u svakoj od pomenutih upotreba. U odgovarajućem stepenu svako od njih utiče i na određenje ‘javnog mnjenja’.⁹

8 Konceptija ‘javnosti’ kao prolaznog oblika grupisanja i jednog od mehanizama socijalne adaptacije na promene, različitog u odnosu na gomilu, masu ili publiku, uglavnom potiče iz ranih istraživanja Roberta Parka (Park, R. [1904/1972]) i kasnije dorade od strane Herberta Blamera (Blumer, H. [1946]). Znatna uticaj na razvoj koncepta imale su i teorijske rasprave između Voltera Lipmana (Lippman, W. [1920], [1925]), čije studije *Public Opinion* i *The Phantom Public* među prvima razmatraju ‘nekompetentnost javnog mnjenja’ i Džona Djujia (Dewey, J. [1927]), *The Public and Its Problems* koji zastupa stanovište da je problem javnog mnjenja neadekvatnost ‘metoda javne komunikacije’ u savremenom društvu. Ove rasprave su već tokom prvih decenija veka (1920–1930) nagovestile osnovu trajnih suprotstavljanja stanovišta o prirodi modernog javnog života.

U našoj literaturi, stanovište o javnosti kao posebnom subjektu i javnom mnjenju kao posebnom ‘nadindividualnom’ fenomenu a ne prostom zbiru pojedinačnih mišljenja najdoslednije zastupa Toma Đorđević: Đorđević, T. (1975).

9 Semantički opseg termina ‘javnost’ razlikuje se u različitim jezicima i često je predmet teorijskih neslaganja. U našem jeziku, na primer, najmanje je korišćen termin javna sfera iako je u anglo-američkoj ili nemačkoj tradiciji upravo to centralni pojam u čitavoj debati o javnom životu.

Terminološke razlike imaju i značajnu konceptualnu dimenziju: “Termin [Offentlichkeit] može biti duboko problematičan ako o njemu mislimo kao o egzotičnom ili teškom novom konceptu iz kritičke teorije. ‘Offentlichkeit’ kombinuje dva najordinarnija i fundamentalna politička termina anglo-američke tradicije: (1) ‘publicitet’ u smislu otvorenosti i pristupa i (2) ‘javnost’ kao suvereni skup građana. Habermas teži da ozbiljno uzme ključni politički koncept prosvetiteljskog porekla: on retrievala ne inovira. Prevod je nenamerno kreirao novi koncept ‘javna sfera’

Iako od devetnaestog veka teorija reprezentativne demokratije zado-
bija sve veću podršku, u proceni kompetencija javnog mnjenja nema teorijske jed-
noglasnosti. “Pristalice liberalnih i demokratskih reformi smatrali su ga za ‘glas
prosvetene srednje klase, branu od zloupotrebe vlasti i nosioca progressa’, dok su
ga, naprotiv, konzervativniji kritičari shvatali kao potencijalno opasno, plitko i
prolazno, mahom neobavešteno, zbog čega ga je, kao političku silu, nužno prak-
tično ograničavati.”¹⁰ Bez obzira na politički pristup, ‘nova sila’ postala je neizbe-
žna odrednica političkog života: postoji veza između onih koji vladaju i raspolože-
nja javnosti jer bez javnosti oni ne mogu da opstanu. Na toj povezanosti razvija se
intenzivna javna komunikacija. Ona ispunjava javnu sferu, društvenu scenu na
kojoj funkcioniše javnost i na kojoj se formira javno mnjenje. Postaje glavni in-
strument kojim se javna vlast poziva na odgovornost i polaže račune svom adresa-
tu: javnosti. Kritički publicitet unosi kriterijum transparentnosti i otvorenosti u
proces vršenja vlasti i ističe značaj negovanja odnosa sa javnošću. Za vlast postaje
glavni motiv zbog koga teži da dominira u javnoj sferi – da kontroliše medije i ma-
nipuliše javnošću.

183 Formiranje javnog mnjenja, bilo shvaćenog kao kolektivnog, nadin-
dividualnog kvaliteta, ili kao pukog zbira pojedinačnih mnjenja, zahteva javno re-
zonovanje i pretpostavlja slobodnu štampu kao ključnu instituciju javne sfere.
Formativna uloga štampe u konstituisanju javnosti često je istraživan i dobro do-
kumentovan proces. Ujedno to je i jedan od razloga zbog kojih se sloboda štampe
smatra konstitutivnim principom zapadnih demokratija. “Poklič za slobodu
štampe (je) razlikovno organizaciono načelo modernog evropskog i severnoame-
ričkog sveta, a teorija i praksa javnog artikulisanja mnjenja kroz komunikacione
medije nisu samoniklo nastale ni u jednoj drugoj civilizaciji... Čini se jasnim da
je pokret za ‘slobodu štampe’ bio najjači u zapadnoj Evropi, gde su se feudalne

povezan sa Jirgenom Habermasom. To što je Habermas poznat u nemač-
kom govornom području kao uvoznik angloameričke misli, a u anglo-
američkom svetu kao nerazumljivi nemački filozof istovremeno svedoči o
rasponu njegovog kompleksnog dostignuća i o nepredvidivostima među-
kulturalne recepcije” (Peters, J.D. [1993], str. 543-544).

10 Jedna od najranijih i najobuhvatnijih studija o poreklu i istoriji koncep-
ta javnog mnjenja, uključujući i njegov značaj u političkoj teoriji, jeste
esej P.A. Palmera objavljen u Wittke, C. (ed.) (1936), str. 230-257.

11 Na ovu činjenicu ukazuje Ferdinand Tonijes u jednoj od najranijih i naj-
uticajnijih evropskih studija o javnom mnjenju objavljenoj 1922. Citira-
no prema: Kin, Dž. (1995), str. 14.

komponente *corpus politicum* tek postepeno i nevoljko odricale svoje borbe protiv graditelja države.”¹¹ Važnost štampe za sudbinu liberalne, građanske javnosti pokazala se i kasnije – promene u medijima uticale su i na prirodu javne komunikacije kroz koju se formira javnost. U komunikaciji posredovanoj elektronskim medijima drugačije se uspostavljaju odnosi u javnoj sferi a menja se i karakter javnosti. Elektronski mediji formiraju drugačiju političku ‘publiku’ i različit ambijent za recepciju poruka.

Tradicionalno, mnjenjske teorije reflektuju razlike između mase, gomile i javnosti ali se mnogo ređe bave odnosima i razlikovanjem javnosti i publike. Ali, ako u masovnom društvu i javnost i publika imaju odlike mase, u drugačijem kulturnom kontekstu i one funkcionišu drugačije. Medijska publika nije ‘masovna’ publika i ona se drugačije pozicionira i u odnosu na javnost i u odnosu na masu.¹² Nove dimenzije medijacije, njen značaj za uspostavljanje relacija između javne i privatne sfere a posebno domaći ambijent recepcije poruka postaju zato sve značajniji predmet novijih medijskih i mnjenjskih studija. Razmravljeni monolit masovno društvo/kultura/mediji i novi kontekst postmodernog (informatičkog) društva/popularna kultura/elektronski mediji zahteva da se pitanje značaja medijske publike u javnom životu postavi na drugačiji način.

Fragmentarnost publika koincidira sa fragmentarnošću javne sfere: njena mozaičnost je posledica prodora različitih grupa i svetova u javni domen. Karakter javne sfere promenjen je koliko i priroda subjekata koji se u njoj oglašavaju. To rezultira višeglasjem, različitim diskursima koji izlaskom u javnost polažu pravo na opštost. Ali, dnevno funkcionisanje društva, svakodnevni život, ne zahteva ‘proveru univerzalnosti’ svakog od njih i tek krizne situacije otkrivaju koliko je ova multidiskurzivnost važna za opstanak složene socijalne strukture. U autokratskim društvima to je očigledno: ne postoji emancipovana, razvijena javna sfera pa ne postoje ni uslovi za medijsku autonomiju. Medijska raznovrsnost, bez institucionalnih garancija zaštite, ne znači i medijski pluralizam. Upravo zato opstaje veliki značaj centralnih medija, posebno televizije, čak i kada raste broj medija koji nisu pod kontrolom vlasti. Pošto se raspršena društvena energija najjednostavnije mobilise medijski, mediji postaju važan instrument političke homogenizacije. Čak se i razne specijalizovane ‘publike’, aktivne na posebnim scenama,

184

12 U jednom radikalnom odbacivanju kritike masovne kulture Rejmond Vilijems piše da u stvari “mase ne postoje, postoje samo načini posmatranja ljudi kao masa” (Williams, R. [1966], str. 289).

relativno jednostavno prenesu na političku scenu iako na njoj uglavnom deluju ob-sceno.¹³

Ali kao posledica sve veće medijske ponude i krize modela javne radio-difuzne službe i u demokratskim društvima fragmentacija publike znatno menja prirodu javne sfere.¹⁴ “Implicitna pretpostavka fragmentacijske teze je da se ljudi koncentrišu na pojedine medije i kanale i zanemaruju druge tako da nema, ili ima sasvim malo, publike koja se preklapa. Kao posledica, različiti delovi društva biraju različite informativne tokove, poglede na svet i vrednosne sisteme. Zajednička osnova iskustva za sve članove društva nestaje dok se javna sfera razlaže na više fragmentarnih javnosti, čak ezoteričnih krugova.”¹⁵ Gubitak ove osnove zajedništva je u centru debate o sudbini javnog radio-difuznog servisa koji je tokom druge polovine dvadesetog veka odlučujuće uticao na medijsku politiku evropskih društava. Ona je formulisana na pretpostavci ‘integrisane’ publike i zajedničkog kulturnog i socijalnog okruženja. Tokom poslednje dve decenije dvadesetog veka sa pojavom mnogih komercijalnih elektronskih medija preovlađujući model publike postaje ‘fragmentarni’ što je po mnogim braniocima modela javne službe ugrozilo samu prirodu zajedništva. Intenzivne promene medijske regulative u demokratskim društvima zato tragaju za medijskom politikom koja će omogućiti da mediji očuvaju ulogu javnog foruma.¹⁶

185

13 Gubitak izvorne scene menja prirodu ispoljavanja, pa i artikulacije iskustva koja tako dobijaju dimenziju ‘deplasiranosti’. Na jednu dimenziju ove pojave ukazuje Žan Bodrijar: “Sve što izgubi svoju scenu postaje samim tim ob-sceno. Tišina masa je u izvesnom smislu, takođe, obscena. Mase su napravljene ovim nepotrebnim hiperinformacijama koje ih, tvrdi se, prosvetljuju, dok je sve što rade u stvari zatvaranje prostora reprezentativnog i anularanja sebe u tihoj ekvivalenciji” (Baudrillard, J. [1986], str. 56).

Ob-scenost dobija i drugačiji vid kada se publike uvežbavane u posebnim domenima oglase na scenama svakodnevnog života. To su potvrdila u dramatičnom obliku iskustva sasvim posebnih publika, fudbalskih navijača, na primer, koje su prerasle u paravojne formacije – oglašavajući se dominantnim ‘patriotskim’ idiomom oni su se pripremali za oružano učešće u ratovima tokom raspada Jugoslavije. Uporediti: Čolović, I. u Popov, N. (1996), str. 419-444.

14 Mediji su danas institucija koja odlučujuće definiše javnu sferu. W. Schulz smatra da bi pored dva preovlađujuća modela javne sfere ‘diskurzivnog’ i ‘liberalnog’ klasifikaciju trebalo obogatiti posebnom vrstom koju zove ‘medijski konstruisana javna sfera’ (Schulz, W, [1997], str. 57-69).

15 Ibid, str. 62.

16 Na IV Evropskoj ministarskoj konferenciji održanoj u Pragu 1994. u Rezoluciji No. 1. kao prva dva zahteva javnom radio-difuznom servisu navode se: (1) obezbeđivanje zajedničkog referentnog okvira za sve članove javnosti kao faktora socijalne kohezije i integracije; (2) obezbeđivanje foruma za javnu debatu.

I. Javna sfera: osporeni prostor

Javna sfera je već trideset godina nezaobilazan koncept u društvenim naukama.¹⁷ Prema izvornom modelu 'buržoaska javna sfera' situirana je između privatne sfere (ekonomija i porodica) i sfere javne vlasti i u njoj se građani okupljaju radi kritičkog, racionalnog rezonovanja o javnim poslovima. "Građanska javnost se najpre može shvatiti kao sfera privatnih ljudi koji okupljeni čine publiku; njima je potrebna javnost regulisana propisima vlasti i od početka usmerena protiv same javne vlasti da bi sa ovom prečistili račune o opštim pravilima opštenja, u principijelno privatizovanoj, ali javno relevantnoj, sferi robnog prometa i društvenog rada. Medijum ovog političkog obračuna je specifičan i istorijski bez presedana: javno rezonovanje."¹⁸ Već u sedamnaestom veku formira se niz društvenih institucija koje će olakšati pristup javnosti i omogućiti da se tokom osamnaestog veka, iz buržoazije u usponu, formira kritička javnost. Ali, uprkos ideji o opštoj dostupnosti na kojoj je utemeljen, model liberalne građanske javne sfere klasno je zasnovan i isključiv.¹⁹ Druge, alternativne javnosti i sfere ne-dominantnog diskursa u izvornom modelu se ne razmatraju.

17 Najveći značaj za savremenu konceptualizaciju 'javne sfere' svakako ima Jürgen Habermas. Od pojave njegove uticajne studije o "strukturnoj transformaciji javne sfere" ovaj koncept je u centru teorijske debate. Zanimljivo je da ovaj rad dugo nije bio preveden na engleski jezik ali se njegov uticaj jako osećao i u anglo-američkoj akademskoj sredini. Nakon pojave knjige na ovom jeziku, krajem osamdesetih, ova debata je iznova intenzivirana. Kako primećuje Kreg Kalhun, "bila bi najlepša ironija kada bi nova recepcija knjige pokazala da je Habermas pogrešio, otkrivajući da ciniizam i iscrpljivanje utopijskih energija nisu dostigle tačku na kojoj je kritika ideologije nemoćna... (Uticaj knjige potvrđuje) da je oporavak i širenje normativne ideje publiciteta veoma visoko na 'dnevnom redu'" (Calhoun, C. [1992], str 42).

Pomenuti zbornik jedan je od najboljih pregleda savremenih rasprava o javnoj sferi. Videti i temat "The Phantom Public Sphere", u *Social text* 25/26.

18 Habermas, J. (1969), str. 38.

19 Klasna priroda buržoaske javnosti je njena važna odlika, ali "Habermas ne tvrdi da je ono što je javnu sferu učinilo buržoaskom bila samo klasna kompozicija njenih članova. Pre je to bilo *društvo*, koje je bilo buržoasko i onda je proizvelo izvesnu formu javne sfere. Nova socijalnost, zajedno sa racionalno-kritičkim diskursom koji je narastao u salonima (kafanama i drugim mestima) zavisila je od uspona nacionalnih i teritorijalnih država na bazi rano kapitalističke komercijalne ekonomije. Ovaj proces vodio je do ideje društva odvojenog od vladara (ili države) i do privatnog doma odvojenog do javnog" (Calhoun, C. [1992], str. 7).

Za komunikacijski relevantno promišljanje javne sfere tri najznačajnije dimenzije su njena egalitarna, racionalna i suverena priroda.²⁰ Egalitarnost znači da je pristup javnoj sferi dostupan praktično neograničenom broju ljudi. Habermasovom terminologijom “javna sfera stoji i pada sa principom opšte dostupnosti”. Ovakva otvorenost znači da na javnoj sceni mogu da se iskažu i stupe u kompeticiju mnoga društvena iskustva. Racionalnost se odnosi na kvalitet javne debate koja je vitalni segment javne sfere. Jedino u racionalnoj debati mogu da se odmere argumenti i da se pripreme racionalne javne odluke. Mnoštvo viđenja je važno da bi građani mogli da odluče o racionalnim okvirima za definisanje i rešavanje javnih problema. Suverenost javne sfere odnosi se na obezbeđenje uslova za sistematsku i kritičku kontrolu vlasti. U ovakvoj javnoj sferi formira se ‘javno mnjenje’ koje i legitimise i kontroliše vlast čime se konstitucionalna država normativno zasniva.

187 Građanska javna sfera, dakle, predstavlja javni domen, pored domena javne vlasti, u kome se politički izražavaju ‘građani okupljeni u publiku’. U naponskom polju, zoni sukoba između privatnog domena i javne vlasti, smešta se ovaj ‘javni forum’ u kome se razrešavaju konflikti i definišu ‘teme’ od opšteg značaja. Javna sfera je svojevrsni ‘diskurzivni’ prostor u kome društvo promišlja normativne standarde i čak razvija nove okvire za izražavanje i evaluaciju zajedničke stvarnosti. U tom prostoru društveni akteri se osposobljavaju da mobilišu društvene resurse za postizanje određenih rešenja i tako se ‘osposobljavaju’ za socijalnu akciju.²¹ Ovaj idealno-tipski model funkcioniše kao normativni ideal i tokom čitavog dvadesetog veka, iako se, u istom periodu, poimanje i javnosti i javnog mnjenja znatno menja. Naraslo uvažavanje javnog mnjenja, delimično i kao posledica sve veće brojnosti i uticaja, podstaklo je pokušaje da se javnost empirijski ustanovi i njena volja izmeri. Tako je iz domena filozofskih rasprava javnost prešla u društveno-naučne rasprave, u kojima je izjednačena sa ‘ukupnom populacijom’. Paradoksalno, njeno ‘omasovljavanje’ rezultiralo je njenim obesnaživanjem. Zato Habermasova analiza završava upozorenjima o podrivanju osnova jav-

²⁰ Uporediti: Verstraeten, H. (1996), str. 346-349.

²¹ U veoma zanimljivoj analizi diskurzivnog karaktera javne sfere, Žerar Hauser, posebno ističe značaj retorike: “Katalizatorska aktivnost u transformaciji društva pripada društvenom diskursu, a najznačajniji resurs za diskurzivno prodiranje u javnu svest o ‘svemu što jeste’ i ‘što bi moglo biti’ jesu simboli. Ukratko, samo-produkcija društva, kao istorijski locirani oblik aktivnosti, neraskidivo je povezana sa njegovom retorikom” (Hauser, G. [1988], str. 10-17).

ne sfere i njenoj degradaciji. Proces počinje refeudalizacijom društva i ukidanjem pretpostavki za funkcionisanje liberalne političke javnosti. U razvijenom savremenom društvu izgubljena je 'institucionalna baza' javne sfere koja bi po funkcijama odgovarala onoj iz doba rano liberalne države, ali obimom bila primerena savremenom društvu.

Habermasov projekat je istovremeno istraživanje normativnog ideala i stvarne istorije. U osnovi mu je "nastojanje da spasi nešto od trajne normativne vrednosti. To 'nešto' je institucionalna lokacija praktičnog rezonovanja o javnim poslovima i njoj pridruženi validni, ali često varljivi zahtevi formalne demokratije. Zbog toga javna sfera primerena demokratskom poretku zavisi istovremeno i od kvaliteta diskursa i od kvantiteta participacije".²² Tu su, ujedno, i razlozi zbog kojih mnogi teoretičari pokušavaju da rekonceptualizuju 'javnu sferu'.²³ Većina smatra da koncept ima upotrebnu vrednost, i analitičku i normativnu, koja nadilazi istorijski horizont 'buržoaskog društva'. Njegova eksplanatorna moć, međutim, zavisi od nekoliko faktora, nedovoljno uvaženih u izvornoj verziji ili naročito aktuelizovanih kasnijim razvojem. Najvažniji se odnose na tri problemska kruga: prvo, utvrđivanje granica između javne i privatne sfere; drugo, menjanje strukture javne sfere; i, treće, ulogu elektronskih medija i nemogućnosti dalje evolucije sfere mišljene po meri govorne, 'licem u lice', komunikacije. Sve ove kritike u središtu imaju odnos masovnih medija i promena u javnoj sferi na isti način kao što su i u izvornom modelu promene u "strukturi javnosti nepobitno utvrđivane na promeni njene najeminentnije institucije, štampe".²⁴

188

22 Calhoun, C. (1992), str. 1.

23 Prvu i najraniju 'dopunu' ponuđenog modela uradili su Oskar Negt i Aleksandar Kluge razmatranjem 'proleterske javnosti' kao diskurzivne sfere isključene iz dominantne, buržoaske javnosti. Mnoga kasnija razmatranja su takođe problematizovala isključivanje (žena, alternativnih pokreta, dece) iz javnosti ali ne potencirajući njen klasni karakter. Najčešće su ove kritike dolazile od feminističkih teoretičarki, a Habermas je ovu vrstu kritike, prema vlastitom priznanju, najviše uvažavao priznajući da je isključivanje žena imalo 'strukturni značaj' za funkcionisanje javne sfere u patrijarhalnom buržoaskom društvu. Druga vrsta kritičke evaluacije polazi od pretpostavke zastarelosti koncepta i njegove neadekvatnosti za tumačenje odnosa u savremenom društvu. Sistematizovan odgovor na glavne vidove savremenih kritika objedinjen je u nedavno objavljenoj studiji: Habermas, J. (1997).

24 Habermas, J. (1969), str. 229.

Deo 'retoričke snage' Habermasove studije, kako ispravno primećuje Džon Tomson, nesumnjivo leži u veštini kojom se istorijska analiza povezuje sa normativnom kritikom.²⁵ Ali, upravo zbog toga istorijski nalazi, empirijska evidencija o analiziranim procesima, koji su u nesaglasnosti sa teorijskim uopštavanjima dovede u sumnju uverljivost izvedenih zaključaka. Teškoće u empirijskom zasnivanju, smatra se, čine analitički koncept previše normativnim. Izložena analiza "zasnovana je na kontrastiranju zlatnog doba koje nije nikada postojalo i jednako neodgovarajuće predstave sadašnjosti kao distopije".²⁶ Kreg Kalhun još polemičnije formuliše ovu tvrdnju: "Habermas sudi o osamnaestom veku prema Loku i Kantu, devetnaestom prema Milu i Marksu, a dvadesetom veku prema tipičnom TV gledaocu iz predgrađa. Istovremeno, tretman ranijih perioda ne uključuje 'jeftine strahote', grozne zločine, skandalozne događaje, i druge nipošto racionalno-kritičke odlike štampe ili demagogiju putujućih oratora i samo u prolazu primećuje vezu između gomile i političkog diskursa. Rezultat je, možda, preceñivanje značaja kasnije degradacije javne sfere."²⁷

189 I Piter Dalgren smatra da takve kritike imaju osnova: "Ideal buržoaske javne sfere, sa salonima i literarnim pamfletima, zadržan je kao model, vizija, u isto vreme dok njene istorijske manifestacije pokazuju nedostatke i zahtevaju prevazilaženje. Tako je devastirajuća kritika obojena romantičnim kvalitetima koji naginju istovremeno nostalgiji i sveopštem pesimizmu."²⁸

Najčešće kritikovano mesto analize je potpuno zanemarivanje 'strukturnog značaja' patrijarhalnog karaktera javne sfere: "I u buržoaskom društvu i u klasičnoj antici, javna racionalnost bila je utemeljena u klasnim privilegijama i neupitnoj muškoj dominaciji familijom. Obe su obezbedile onaj neizbežni uslov za racionalni diskurs: dokolicu slobodnu od vremenski zahtevnog rada u domaćinstvu i radnom mestu i slobodu da se vlastito 'slobodno vreme' koristi bez kontrole ili dozvole drugog. Patrijarhalna podređenost žena i privatna svojina bili su, dakle, nužni uslovi i granice post-Prosvetiteljskog razvoja javnog racionaliteta u buržoaskom društvu."²⁹ To je polazište mnogih feminističkih kritika čiju je jednu veoma razvijenu varijantu formulisala Nensi Frejzer (Nancy Fraser).³⁰ Pozivajući se na nalaze

25 Thomson, J. u *The Polity reader in Cultural theory* (1994), str. 91.

26 Curran, J. u Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.) (1991), str. 46.

27 Calhoun, C. (1992), str. 8.

28 Dahlgren, P., u Dahlgren, P., Sparks, C. (1991), str. 7.

29 Gouldner, A.W. (1976), str. 98.

30 Fraser, N. u *Social Text* (1990), str. 63.

‘revizionističke istorije’ ona je obrazložila kako je buržoaska javna sfera zahtevala brojna ‘značajna isključivanja’ iz javnosti. Revizionistička istorija, prema njenom mišljenju, niti ‘podriva’ niti ‘optužuje’ koncept javne sfere već dovodi u pitanje četiri pretpostavke na kojima počiva buržoasko maskulinistička javna sfera: pretpostavku da društvena jednakost nije nužan uslov političke demokratije; da je jedinstvena, sveobuhvatna javna sfera pogodnija od neksusa mnogobrojnih javnosti; da bi diskurs u javnoj sferi trebalo ograničiti na deliberaciju o javnom dobru jer je pojava ‘privatnih interesa’ nepoželjna i da funkcionišuća demokratska javna sfera zahteva oštro razdvajanje između civilnog društva i države. Nensi Frejzer tvrdi da je buržoaska javna sfera počivala na seriji ‘značajnih isključivanja’, a da je način selekcije javnih interesa uglavnom bio osnova za isključivanje žena. Odnos između privatnog i javnog jedan je od konstitutivnih elemenata javne sfere. Kako se definiše krug pojava koje imaju javnu relevantnost i pobuđuju javnu pažnju? Pod sloganom ‘privatno je političko’ feministički pokret je skrenuo pažnju na javnu relevantnost čitavih domena privatnog života koji su u postupku privatizacije depolitizovani i socijalno obeznačeni. Problemi incesta, zloupotrebe dece, bračnog silovanja, kućnog rada isključenog iz institucionalne ekonomije, izvučeni su iz domena privatne i stavljeni u fokus javne pažnje.³¹

“Retorika domaće privatnosti teži da isključi neke interese i teme iz javne debate tako što ih personalizuje i/ili familijarizuje: tretira ih kao privatno-domaća ili lično-familijarna pitanja u suprotnosti sa javnim, političkim pitanjima. Retorika ekonomske privatnosti, naprotiv, teži da isključi neke interese iz javne debate tako što ih ekonomizuje: ova pitanja tretiraju se kao impersonalni tržišni imperativi ili kao ‘privatni’ vlasnički prerogativi ili kao tehnički problemi menadžera i planera, sve u kontradikciji sa javnim, političkim pitanjima. U oba slučaja rezultat je ‘getoizacija’ izvesnih tema u specijalizovane diskurzivne arene u kojima su zaklonjeni od generalne javne debate i osporavanja.”³²

190

31 Na ostvarivanju nekih od pobrojanih interesa i zaštiti ili institucionalizaciji prava na njihovo ostvarivanje izrasli su mnogi pokreti, asocijacije i građanske inicijative. “Jedna od značajnih odlika ovih pokreta je da mnogi od njih povezuju iskustva svakodnevnog života, često ona iz privatne sfere porodice i susedstva, sa normativnom vizijom prevednom u političku akciju. Glavni doprinos njihovom uspehu dala je kompjuterska i komunikacijska tehnologija dostupna po pristupačnim cenama.” (Curran, J. u Dahlgren, P., Sparks, C. [eds.] [1991], str. 13-14).

32 Fraser, N. (1990), str. 73.

Druga dimenzija ovog potiskivanja jeste sprečavanje normalne socijalizacije iskustva. Teme ne prelaze prag javnosti, ostaju ispod nivoa vidljivosti i izvan komunikacije. Iskustva ostaju fragmentarna, nesistematizovana i duboko potisnuta u zonu privatnog, intimnog. Skrivanje od javnosti, potiskivanje relevantnih domena života u privatnu sferu vodi povremeno čak i u 'tiraniju intimnosti'.³³ Zadržavanje ovih iskustava u intimnoj zoni istovremeno psihološki obezbeđuje očuvanje patrijarhalnog obrasca: već isključene žene interiorizuju poziciju žrtve-krivca što dodatno otežava mogućnost da se okolnosti promene. Takvom raspodelom uloga obezbeđuje se, i u privatnoj sferi, očuvanje modela muške dominacije koji je već uspostavljen u javnoj.³⁴ "Sve dok je građanska uloga definisana da obuhvata smrtonosno vojnikanje a isključuje životonosno podizanje dece, sve dok je povezana sa muški-dominantnim oblicima dijaloga... ostaje nesposobna da istinski uključi žene."³⁵

191 Tako restriktivan odnos prema 'privatnim', 'posebnim' interesima onemogućio je da se mnogi društveni pokreti i razni oblici samoorganizovanja interesno diferenciranih delova društva pokažu u javnosti. Realne socijalne razlike ne dozvoljavaju jednak pristup javnoj sferi, niti su resursi u njoj podjednako dostupni. To smanjuje mogućnost mobilizacije opšte javnosti oko ovakvih posebnih interesa. Nisu manjinske grupe (etničke, kulturne, političke manjine) manje sposobne da se koriste javnim resursima u komunikaciji već one često ne žele da ih koriste: ponekad odustaju od upotrebe konvencionalnih simbola/jezika zato što svoje različitosti žele i da drugačije posreduju i odbijaju da svoja iskustva smeste u opšte, ne-

33 Inspirativnu studiju o 'tiraniji intimnosti' i promenama u životu savremenog društva koje karakteriše 'pad javnog čoveka' videti u: Senett, R. (1974), str. 337.

34 Lisbet Van Zonen govori o istom procesu kada analizira TV diskurs i tvrdi da informativni program favorizuje mušku, patrijarhalnu verziju javnog govora. Njegova veća relevantnost za muški nego ženski pol proizlazi iz strukturne preferencije za patrijarhalno ustrojstvo i očuvanje ove vrste dominacije kao pretpostavke socijalnog poretka. (Van Zoonen, L. [1994], str. 49-62).

35 Fraser, N., citirano prema Peters, J. D. (1993), str. 554. Ovo stanovište Nensi Frejzer je, uprkos veoma značajnom 'demistifikujućem doprinosu' kritikovano kao 'esencijalističko', u izvesnim aspektima označeno kao veoma blisko 'maternalističkom feminizmu', koji insistiranjem na 'gajenju dece' kao tipično ženskoj socijalnoj ulozi 'pogrešno razume kako bi feminizam trebalo da se odnosi prema distinkciji privatno-javno'. Uporedi Hermes, J. u Corner, J. (et all.) (1997), str. 65-96.

problematične, konvencionalne obrasce. Iskustvo feminističkog, ali i drugih pokreta, ovdje je posebno značajno jer pokazuje kako nemogućnost da se komunicira po standardima 'javne sfere' ostavlja iskustva u zoni privatnog. Kako navodi Džozan Landes, predrevolucionarna literarna javnost francuskih salona zauvek je ostala zarobljenik frivolnog, trivijalnog govora (ogovaranja) i istorijski specifičan vid 'ženske' javne sfere koja nije zadovoljila uslove racionalnog, kritičkog, politički delatnog javnog rezonovanja, što je rezultiralo isključivanjem žena iz političkog života. Habermas koncipira model javne sfere u kojoj regulativni ideal racionaliteta duguje mnogo ideologiji racionalnosti čiju muškost ne prepoznaje. Isključivanje žena ima za javnu sferu konstitutivni značaj: ono je na rodno-specifičan način povezano sa idejom privatne sfere koja je ženama, navodno, mnogo primerenija zbog njihovog frivolnog i partikularističkog diskursa.³⁶

Struktura javne sfere

Sledeći problemski krug odnosi se na postojanje jedne javnosti, jedne zajedničke, opšte javne sfere. U kompleksnom društvu, raznovrsni identiteti zahtevaju razuđenu javnu sferu ili čak njihov pluralizam. Postoje mnogi mediji, mnogi prostori, mnoge sfere u kojima specifične problemske oblasti komuniciraju i malo je verovatno da one još mogu biti iskazane u okviru jedne, opšte, univerzalne sfere kakvu postulira klasični model. Ovu poziciju zastupa Džon Kin razvijajući ideju o postojanju mikro, mezo i makro sfera. "Javne sfere nisu *per definitionem* povezane sa onom zonom društvenog života koja je uklještena između sveta moći i novca (država/ekonomija) i pretpolitičkih grupnih asocijacija civilnog društva. Teorija 'javne sfere' se, i kod Habermasa i kod pristalica modela javne službe, temelji na jednoj neadekvatnoj geografiji. Javne sfere se mogu razvijati, i razvijaju se u okviru raznih oblasti civilnog društva i državnih ustanova, pa i unutar navodno neprijateljske teritorije potrošačkih tržišta, kao i unutar sveta moći koji leži van domašaja nacionalnih država, onog hobsovskog sveta kojim po običaju gospodare tajni sporazumi, prilagođena diplomatija, poslovne transakcije, rat i glasine o ratu."³⁷ Nensi Frejzer takođe smatra, da preferencija jedne sfere, umesto raznovrsnih sfera, blokira njenu mogućnost za dalju strukturnu transformaciju.³⁸ U ovim kriti-

192

³⁶ Landes, J. (1988).

³⁷ Kin, Dž. u Pavlović, V. (ur.) (1995), str. 387.

³⁸ "Smatram da u stratifikovanim društvima, aranžmani koji omogućavaju sukobljavanje pluralizma kompetitivnih publika bolje promovišu ideal participativne jednakosti nego jedinstvena, sveobuhvatna, objedinjujuća javnost. ... Nije moguće spasiti specijalne diskurzivne arene od efekata

kama čita se osporavanje jedinstvenog, univerzalnog, velikog narativa koji odgovara istorijski lociranom 'subjektu' opštedruštvene emancipacije. Narativa koji u neutralnom, objektivnom, nevidljivoj 'mi' subsumira raznovrsne i mnogostruke društvene identitete. Nova javna scena je pre mozaik različitih javnih sfera koje odgovaraju mnogim javnim govorima nego jedinstven diskurzivni prostor.

Ovo, međutim, nije odlika samo savremenog društva. Čak i u vreme nastajanja liberalne javnosti, kako pokazuje Džon Tomson, postojale su različite, alternativne pa i opozicione javnosti. Njihov značaj je od skora u novim istorijskim istraživanjima uvažen više nego što 'oficijelna' tišina nagoveštava. "Kao što se nastajuća buržoaska javna sfera definisala u opoziciji prema tradicionalnom autoritetu apsolutističke vlasti, takođe se konfrontirala sa usponom narodnih pokreta koje je težila da obuhvati. Buržoaska javna sfera bila je od početka ukorenjena u polju konfliktnih društvenih odnosa koji su oblikovali njeno formiranje i razvoj."³⁹ Habermas je bio svestan njihovog postojanja i, istina, precizno je u uvodu svoje studije naglasio da će se baviti samo 'liberalnim modelom buržoaske javne sfere' i ostaviti po strani 'varijantu' modela koju naziva 'plebejska javna sfera'. Kritike su međutim upućene na činjenicu da je šematski način tretiranja narodnih, društvenih i političkih pokreta uticao i na neodgovarajuće viđenje rano modernog perioda. Ovi pokreti koji su kombinovali kulturne, društvene i neformalne funkcije da bi obezbedili značajan prostor za diskusiju, nisu samo varijanta liberalnog modela. Feminističke teoretičarke su, takođe, pokazale postojanje alternativnih, paralelnih sfera, što znači da su one trajna odlika javnog domena. Njihovo neuvažavanje pretvorilo je model u unifikujuću normu koja ne ostavlja prostor za mišljenje i uvažavanja različitih sfera.

Strukturne odlike savremene javne sfere menjaju se i sa promenom odnosa između države i društva. U savremenim uslovima sve je veći značaj jednog socijalizovanog domena u kome se teško čuva apsolutna dihotomija. Intervencija države u 'društvo' je nužna (što strategije države blagostanja i visokog nivoa socijalne zaštite i potvrđuju) i zbog zaštite manjinskih grupa čija prava moraju dobiti pozitivnu zaštitu na kolektivnom nivou. Ova nova socijabilnost znači i svojevrsnu socijalizaciju javne sfere o kojoj Džon Duram Peters govori kao o refeudalizaciji ali ne sa negativnim predznakom koji joj je ranije pripisivao Habermas.

društvene nejednakosti; gde politička nejednakost opstaje, deliberativni procesi u javnoj sferi teže da funkcionišu na prednost dominantnih grupa i na uštrb podređenih" (Fraser, N. [1990], str. 66).

39 Thomson, J. (1994) u *The Polity Reader in Cultural Theory*, str. 92.

Refeudalizacija nije proces poništavanja funkcionalne diferencijacije između sfera, već korenita izmena odnosa relevantnosti među sferama, kao što se to jednom već dogodilo u modernom društvu u odnosu na antičku demokratiju polisa.⁴⁰ Socijalizovana javna sfera definiše zone autonomije na drugim područjima u odnosu na javnu sferu rano modernog društva: kao što se ranije privatna sfera dekomponovala na privatnu i intimnu, sada su mnogi segmenti privatnosti, čak i intimnog života, dobili epitet javnog. Za razliku od klasičnog pristupa, Nensi Frejzer ističe značaj ove intervencije: mnoga manjinska prava su iz mraka intime, privatnosti u smislu pojedinačnosti, dobila javni status ('od opšteg interesa') pri čemu je socijalizovana javna sfera omogućila prostor u kome se i ovakve javnosti oglašavaju.

Uloga elektronskih medija

Uvažavanje novijih istorijskih istraživanja najviše se odrazilo na promenu shvatanja o ulozi štampe u funkcionisanju moderne javne sfere. Džejms Karan pokazuje kako je razumevanje ove uloge utemeljeno na tumačenju razvoja rane britanske štampe, koje se potom ustalilo kao model za razumevanje ukupne istorije medija, iako je reč o jednoj neodgovarajućoj, oficijelnoj – 'vigovskoj' – interpretaciji procesa. Osnova ove interpretacije jeste tvrdnja da je "nezavisna štampa nastala kao rezultat evolucije kapitalističkog tržišta i ukidanja državne kontrole štampe. Nova generacija slobodne štampe postala je 'veliki organ javnog razuma'. Ona je omočila narod, delovala kao kontrola vlasti i obezbedila nepristrasne informacije, omogućavajući narastajućem biračkom telu da odgovorno participira u napredujućoj britanskoj demokratiji".⁴¹ Ovu interpretaciju danas umnogome osporavaju i nalazi liberalno revizionističkih i radikalnih istoričara. Slična nastojanja dolaze i od pojedinih istraživača francuske istorije: "Darntonova analiza osamnaestovekovnog francuskog novinarstva osporava racionalnu predstavu javnog diskursa. On tvrdi da većina političke literature koja je kružila predrevolucionarnom Francuskom nije bila visokoumna liberalna filozofija već potpuno senzacionalistička, na javne ličnosti orijentisana, moralna kritika (politikopornografija) koja se bavila temama seksualne deprivacije i korupcije."⁴²

194

40 O ukupnosti odnosa između javne i privatne sfere u antičkoj grčkoj i njihovoj kasnijoj evoluciji u liberalno-demokratskom društvu opširnije u: Arendt, H. (1959).

41 Curran, J. u Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.) (1991), str. 41-42.

42 Price, V. (1992), str. 10.

195 Ali ako je shvatanje istorije štampe problematično, tretman elektronskih medija je potpuno nedogovarajući.⁴³ Njihova manipulativna moć, smatra se, proizlazi iz neposrednog, direktnog uticaja koji imaju na već omasovljenu, depersonalizovanu ‘masu’ primalaca koja više nije aktivni učesnik u komunikaciji. Takođe, ideal ‘komunikacije okrenute uzajamnom razumevanju’, Habermasov veliki projekat odbrane racionalnog javnog govora, modelovan je bazično po pravilima interpersonalne, ‘licem u lice’ komunikacije. Tomson pokazuje kako Habermasova nesklonost novim, posebno elektronskim medijima, proizlazi iz njegovog shvatanja javne debate kao ‘esencijalno dijaloškog koncepta’. “Nećemo stići do zadovoljavajućeg razumevanja prirode javnog života u modernom svetu ako ostanemo vezani za koncept javnosti koji je esencijalno dijaloškog karaktera, i koji nas obavezuje da interpretiramo novu narastajuću ulogu medijske komunikacije kao istorijski sunovrat uzvišenosti. Trebalo bi da umesto toga prepoznamo da je od njihovog nastanka razvoj komunikacijskih medija – počev od štampe, ali uključujući i novije oblike elektronskih medija – kreirao novi oblik javnosti koji je nemoguće akomodirati u klasični model. Sa razvojem medija, fenomen javnosti postao je nezavisan od deljenja zajedničke lokacije. Postao je de-spacijalizovan i ne-dijaloški, i povezan sa posebnom vrstom vizibiliteta koji se proizvodi i ostvaruje kroz medije.”⁴⁴ U tim novonastalim uslovima izmenjena je i priroda procesa osmišljavanja koji se dešavaju u svakodnevnom životu i kada jesu medijski inicirani.

Za ovo istraživanje značajno je da se javna sfera misli kao socijalni prostor pluralizovan i otvoren za različite subjekte. Njene granice su pod stalnom redefinicijom, a njene institucije, naročito mediji, pod jednakim uslovima, otvoreni

43 Džejms Karan opširno razmatra istoriju britanske radio-difuzije i tvrdi da je neophodno drugačije viđenje njene uloge. “Ako je Habermasova analiza rane štampe pod znakom pitanja, karakterizacija modernih medija je potpuno neodgovarajuća. U stvari, njegova koncepcija racionalne debate mnogo je bliža praksi britanskog javnog radio-difuznog servisa (Public Service Broadcasting) sa ideologijom nepristrasnog profesionalizma, pažljivim balansiranjem suprotstavljenih stanovišta i diskusija u studiju nego polemičkoj, frakcijskoj londonskoj štampi osamnaestog veka koja funkcioniše u svetu finansijske pomoći tajnih službi, opozicione pomoći i raširenog podmićivanja novinara” (Curran, J. u Dahlgren, P., Sparks, C. [eds.] [1991], str. 42-43).

44 Na ovu odliku analize upućuje većina istraživača. “Habermasov preferirani model komunikacije je konverzacija bliskih i jednakih u svetu života. On čak i literaturu najviše voli kada je konverzaciona u tonu” (Peters, J.D. [1993], str. 564).

i javno dostupni. Karakter javne sfere, razvijenost njenih institucija i dostupnost resursa direktno utiču na mogućnost učešća u opšte društvenoj diskurzivnoj aktivnosti. Normativna dimenzija ovog stanovišta određuje bazični zahtev demokratskog medijskog sistema kao otvorenost za predstavljanje svih značajnih interesa u društvu. Ona bi trebalo da omogući njihovu participaciju u javnom domenu, osposobi ih da doprinose javnoj debati i imaju uticaja na formiranje javne politike. “Mediji bi trebalo da pomognu funkcionisanje i drugih reprezentativnih organizacija, izlože njihov interni proces javnoj skrutinizaciji i delovanju javnog mnjenja...” Takvi mediji moraju biti utemeljeni na novim “alternativnim odgovorima na staro pitanje kako konstruisati medijski sistem koji u potpunosti omogućava da se različiti interesi predstave u javnom domenu. Cilj tih nastojanja je da rekreiraju medije kao javnu sferu u formi koja je relativno autonomna i od vlasti i od tržišta”.⁴⁵

2. Omasovljena javnost

Najznačajnija razlika dve razmatrane tradicije tiče se načina na koji reflektuju ‘javnost’ kao subjekt, kao sociološki referent javnog mnjenja.⁴⁶ Diskurzivni model potencira libertetsku vrednost misleće, kritičke, rezonujuće publike privatnika o javnim temama, dok se u agregativnom modelu akcentuje maksimalističko poimanje javnosti kao ukupne populacije. U liberalno-demokratskoj tradiciji velike su poteškoće vezane za operacionalizaciju pojma, za precizno definisanje tog kritičkog subjekta. Granice javnosti teško je odrediti, pa tokom dvadesetog veka preovladava uverenje da javnost jedino ima smisla istraživati kao mišljenje ukupne populacije.⁴⁷

Naizgled potpunu suprotstavljenost dva stanovišta, međutim, koriguje istraživačka evidencija. Nalazi mnogih empirijskih istraživanja pokazuju postojanje jedne politički permanentno aktivne ‘grupe’ koja se jasno može identifikovati u

196

45 Curran, J. u Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.) (1991), str. 52.

46 Pojedini teoretičari tvrde da su “usred krize apsolutizma, francuska kruna i njeni protivnici zajednički izmislili i apelovali na pricip legitimnosti iznad postojećeg sistema da bi pojačali svoje zahteve. U stvari, predrevolucionarni konflikti mogu se posmatrati i kao serija sukoba oko fiksiranja sociološkog referenta koncepta u prilog jedne ili druge suprotstavljene grupe” (Baker, K.M. [1990], str. 186).

47 Ovakvo stanovište zastupao je Floyd Olport (Floyd Allport) koji je u prvom broju vodećeg časopisa u disciplini, *Public Opinion Quarterly*, tvrdio da je svaki koncept javnosti koji nije totalno inkluzivan – koji ne uključuje svakog pojedinca jedne populacije – previše neodređen. “Mnjenja su reakcije pojedinaca, njih je nemoguće pripisati javnostima a da ne postanu neodređena i neuhvatljiva za istraživanje” (Allport, F.H. [1937], str. 9).

ukupnoj populaciji. Broj ovih aktivnih pojedinaca trajno zainteresovanih za rezonovanje o javnim problemima kreće se oko deset procenata opšte, ukupne javnosti. Ono što se u ovom teorijskom okviru imenuje kao 'aktivna javnost' koincidira sa liberalnim shvatanjem 'kritičke' javnosti.⁴⁸ Ta aktivna, rezonujuća javnost, rasplinjava se u ukupnoj populaciji jer je u odnosu na 'zlatno doba' građanske javnosti omasovljena i izmenjena.

Na ovaj problem ukazivali su još liberalni mislioci u devetnaestom veku: "Ključni problem s kojim su se suočili bio je kako očuvati vrline javnog života dok je javnost narasla u veličini i promenila se u kompoziciji. Ovakva demokratizacija javne sfere bila je neizbežan rezultat tenzije između originalnih klasnih ograničenja i principijelne otvorenosti. Izborna reforma bila je tema devetnaestog veka: ne više princip publiciteta samog po sebi, kao što je bio slučaj u osamnaestom veku, već uvećana javnost (omasovljena). Kako se to događalo javnost je počela da se doživljava kao pretnja, naročito kada se smatralo da podrazumeva pritisak ka konformizmu više nego kritički diskurs. Tu se nazire inicijalni teorijski odgovor liberalizma na strukturne transformacije javne sfere."⁴⁹

197 Omasovljena javnost ne samo da gubi svoje konture već nasuprot omasovljavanju ostaje bez svoje kritičke, političke funkcije. Njen sumrak je česta tema analiza koje u 'masovnoj' javnosti vide samo još jedan aspekt 'masifikacije društva'.⁵⁰ To što kritičari kasno modernog društva, međutim, retko ukazuju da omasovljavanje ne znači nužno istorijski kraj javnosti. Umesto ograničene, liberalne, buržoaske javnosti osamnaestog veka ona je evoluirala u opštu, omasovljenu, građansku javnost dvadesetog veka. U njoj se ponovo na ambivalentan način ukrštaju kritičke pretenzije sa manipulisanim masovnim mišljenjem. Dok se postavlja kao brana autokratskim namerama vlasti, istovremeno postoji i kao masovna politička publika. Ova ambivalentnost koja se od nastanka ukršta u samoj suštini javnosti i danas je čini podložnom manipulaciji.

48 U empirijskim istraživanjima uglavnom se ispostavilo da od ukupne populacije oko sedamdeset procenata čini glasačku javnost (oni koji redovno izlaze na izbore), oko polovina njih je zainteresovana za razne društvene probleme i kvalifikuje se kao 'zainteresovana' ili 'pobuđena' javnost, a oko petnaest procenata glasačke javnosti može se smatrati aktivnom ili 'elitnom' javnošću. Opširnije u Price, V. (1992), str. 35-43.

49 Calhoun, C. (1992), str. 20.

50 Verovatno dve najuticajnije knjige iz ove serije veoma su rano objavljene i na našem jeziku: Risman, D. (1965) *Usamljena gomila*, Beograd: Nolit; C.R. Mills (1964) *Elita vlasti*, Beograd: Kultura.

Pod snažnim uticajem teorija o masovnom društvu sudbina javnosti uglavnom se razmatra sa stanovišta njenog 'svođenja' na masu. U ovim analizama potpuno se zanemaruje značaj fragmentacije te masovne publike kao simultani fenomen. Ulazak manjinskih delova populacije u sastav javnosti rasplinjava njene konture i menja njenu prirodu. Ali, nove tehnologije donose i nove mogućnosti komuniciranja. Javnost TV epohe drugačija je od javnosti epohe štampe: priroda 'javnog' života mnogostruko se menja. Mnogi događaji postaju 'javni' (u smislu dostupnosti) i dobijaju značaj (u smislu relevantnosti) zahvaljujući novim mogućnostima medijacije. Nove prostorno-vremenske koordinate menjaju i karakter privatnog, svakodnevnog života: TV konstituše specifičnu formu 'mobilne privatizacije' koja unosi promene i u organizaciju javnog života.⁵¹ Publika novih medija se kulturno i socijalno ispoljava u komunikaciji koja je posredovana na radikalno drugačiji način nego u devetnaestom veku.⁵² Simbolički potencijal medija moguće je i subverzivno koristiti a javnost se i za to osposobljava na autonomnoj medijskoj sceni. Umesto amorfne, kulturno inferiorne i intelektualno nemoćne publike, medijska publika se strukturira iz različito profiliranih grupa koje učitavaju različite smislove u opšte dostupne medijske poruke. U mozaičnom, fragmentarnom tkivu postmodernog okruženja publika funkcioniše kao višeznačan i kompleksan fenomen koji na sceni koegzistira sa mnogim pokretima, interesnim grupama, zainteresovanim javnostima.

198

U savremenim demokratskim društvima javnost je, po istorijski stečenom pravu, 'kontrahent' vlasti – njen primalac, ali i partner. Svojim oglašavanjem direktno utiče na stabilizovanje ili porast konfliktности u društvu. Politička komunikacija u kojoj učestvuje javnost dešava se u polju civilnog društva, drugačijem od onog u kom se strukturirala liberalna buržoaska javnost. Omasovljavanje javnosti je proces koji koincidira sa emancipacijom civilnog, a ne klasnog – građanskog društva kao osnove za regrutovanje javnosti. Kao što je nekada klasna ulaznica garantovala ostvarivost zahteva javnosti, ali je i isključivala mnoge iz javnog domena, danas

51 Formiranje mobilne privatizacije Rejmond Vilijems je smatrao najznačajnijim učinkom televizije koji nju najviše razlikuje od ostalih medija. Videti: Williams, R. (1974).

52 "Dakle, termin 'masovno' ne bi trebalo shvatati u uskim kvantitativnim terminima; značajan momenat u masovnoj komunikaciji nije da izvesan broj ili proporcija pojedinaca prima produkte već da su produkti u principu dostupni pluralizmu primalaca. Štaviše, termin 'masovni' je neodgovarajući kada sugerise da je publika inertna, nediferencirana skupina" (Thompson, J. [1990], str. 24).

je civilno društvo osnova na kojoj se uzdiže javna sfera i baza za regrutovanje javnosti. Njega čine “one dobrovoljne asocijacije i koalicije odvojene od države i ekonomije koje obezbeđuju komunikativne dimenzije sveta-života. Sastavljeno je od onih manje-više spontanih koalicija, organizacija i pokreta koji respondiraju na rezonancu što su je društveni problemi dobili u privatnoj sferi i koji ih kondenzuju i pojačavaju u pravcu javne sfere. Javna sfera se može zasnovati samo u civilnom društvu, onom koje je ostavilo za sobom klasne barijere i jedan vek stare okove socijalne stratifikacije i eksploatacije.”⁵³

U nedemokratskim društvima u kojima se i javni i privatni domen organizuju iz jednog centra, javnost ima prvenstveno ‘reprezentativnu’ a ne kritičku ulogu. Javnost služi za reprezentovanje nosilaca vlasti i njihovo predstavljanje – ona je medijum u kome se prikazuje vladarska pompa a ne prostor otvorenog pristupa za javnu participaciju.⁵⁴ Vlast se obraća direktno masi i politička retorika, ikonografija i svi politički rituali prilagođeni su ovakvoj komunikaciji: masovni mitinzi, aklamacija, izvikivanje imena vođa. Javnost, dakle, nije ni potrebna ni moguća: na javnoj sceni samo institucionalizovani politički akteri mogu da se obraćaju masi.

U jednoj novijoj analizi Jürgen Habermas tvrdi da je upravo na osnovu teorije komunikacije moguće razgraničiti totalitarnu mobilizaciju masa od demokratskih pokreta koji nastaju u civilnom društvu: “Komunikativna moć konstituiše se samo u javnoj sferi gde se intersubjektivni odnosi konstituišu na bazi recipročnog uvažavanja i praktikovanja komunikativnih sloboda, spontanog pozicioniranja ‘za i protiv’ u odnosu na nastajuće teme, informacije i stanovišta. Tek kada se ove individualizirane forme nedirnute intersubjektivnosti oštete, masa izolovanih pojedinaца međusobno ‘napuštenih’ mogu se mobilisati i indoktrinirati od strane populističkih lidera i navesti na masovne akcije.”⁵⁵ O ovoj vrsti masovne mobilizacije pi-

53 J. Habermas u razgovoru sa Carleheden, M., Gabriels, R. (1996), str. 7.

54 U ovom smislu direktno nastavlja tradiciju srednjovekovnog reprezentativnog publiciteta u kome “nema reference na otvorene socijalne prostore u kojima građani (ideja potpuno izgubljena od vremena Augustina verovatno do Rusoa) učestvuju u politici kroz diskusiju. Reč je u stvari o slavi vlasti kreiranoj ličnim prisustvom feudalnog gospodara i dostojanstvenika... U suprotnosti sa buržoaskom javnom sferom, srednjovekovna javna sfera podrazumevala je prikazivanje prestiža ne kritiku, spektakl ne debatu i pojavljivanje pred narodom a ne u ime naroda” (Peters, J.D. [1997], str. 5-16).

Zanimljive aspekte navedene relacije uporediti u tematskom broju “Public Opinion and Political Representation” časopisa *The Public* vol. IV (1997), 2.

55 J. Habermas u razgovoru sa Carleheden, M., Gabriels, R. (1996), str. 8.

sala je Hana Arent, misleći na forme kolektivnih pokreta kakve poznajemo iz masovnih protesta i demonstracija prve polovine veka. Ali u "posttotalitarnoj eri Berlusconiya, imidž masa u pokretu povlači se pred pojavom elektronski povezanih gledalaca; čak i 1989. one mase koje su protestovale pred zgradama vlada i partijskim sedištima pretvorene su u učesnike u direktnom prenosu. Na ovaj način, imidž totalitarne države je možda iščezao ali ono što ostaje jeste destruktivni potencijal ovog novog tipa masifikacije. U medijskoj javnosti još postoje strukture koje blokiraju horizontalnu razmenu spontanijih reakcija, to jest praktikovanje komunikativnih sloboda, koje privatizovane i atomizovane gledaocima čine podložnim za depolitizovanu kolektivizaciju njihove percepcije stvarnosti. Od ovakog formiranja javnog života koji služi kao forum za populističku legitimaciju razlikuje se liberalna javnost, opremljena autoritetom javnosti koja rezonuje o problemu. Kada javnost postane aktivna ona ne maršira već nudi spektakl anarhično oslobođenih komunikativnih sloboda."⁵⁶

3. Protivrečnosti javnog mnjenja

Javnost u sebi sadrži protivrečnost koja se ispoljava u njenoj ambivalentnoj ulozi. Još od nastanka u ovom pojmu sadržana je i kritička i legislativna funkcija publike koja javno rezonuje.⁵⁷ Odnos između ove dve uloge različito se tematizuje i razrešava, pa se, prema tome, i različito akcentuje uloga javnosti u političkom životu. Insistiranje na kritičkoj ulozi proizašlo je iz opšteg miljea prosvetiteljstva: javnost koja rezonuje kritički unosi demokratski potencijal i racionalnost u javnu sferu. Kasnija promišljanja sve više potenciraju stabilizujuću funkciju javnog mišljenja i njen značaj za očuvanje poretka.⁵⁸ Dijalektički naboj koji postojanje obe komponente unosi u strukturu i funkcionisanje javnosti ogleđa se u medijski relevantnim

200

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ "Pomoću ovog učenja o dvostrukom autoritetu javnog mnjenja i vladara, ratio i voluntas, interpretiraju fiziokrati položaj publike koja politički rezonuje ne izlazeći iz okvira postojećeg poretka. Dok su engleski savremenici shvatali *public spirit* kao instancu koja može zakonodavce prisiliti na zakonitost, u Francuskoj se izolovanje društva od države nastavlja još i u tome što u glavama ovih intelektualaca kritička funkcija javnog mnjenja (*opinion publique*) ostaje strogo odvojena od zakonodavne" (Habermas, J. [1969], str. 125).

⁵⁸ Značajni mislioci liberalizma ukazivali su na ovu konformišuću snagu javnog mnjenja i zato uglavnom imali ambivalentan stav. Upozorenjima na opasnost od 'tiranije većine' naročito su J.S. Mill i A. Tokvil uticali na kasnija razmatranja 'konzervativne' prirode javnog mnjenja.

mnjenjskim teorijama. Zavisno od oblika komuniciranja, javnost se definiše ili kao spontano formirani subjekt ili kao izmanipulisana grupa koja služi za naknadnu legitimaciju autoriteta.

Kritička funkcija javnosti je srž tradicionalnog, diskurzivnog modela. Od nastanka ideje 'liberalne građanske javnosti' ona je konceptualizovana kao publika privatnih građana koja rezonuje o javnim pitanjima. Javnost signalizira problematične situacije, razmatra mogućnosti razrešavanja i vrši pritisak na javnu vlast da se to i dogodi. Kritičnost je strukturno omogućena socijalnom pozicijom javnosti: ona učestvuje u procesu odlučivanja izvan polja vršenja vlasti. Kritika je posledica političkog punoletstva građana, garancija da se njihova prava mogu praktikovati. Proces konstituisanja rano modernih apsolutističkih država u kasno moderne konstitucionalne demokratije okončan je uspostavom vladavine prava: proterivanjem arbitrarne moći države iz javnog domena i njenom obavezom da prihvati javnu evaluaciju i kritiku.⁵⁹

201 Tokom devetnaestog veka sve veći uticaj javnog mišljenja na legislativni proces reafirmiše razmatranje stabilizirajuće funkcije javnosti.⁶⁰ O njoj se govori s optimizmom ili ne, zavisno od generalnog teorijskog okvira – zavisno od toga da li je u pitanju kritika masovnog društva ili odbrana stabilizujućeg potencijala demokratskih institucija. Javno mnjenjski kapacitet za stabilizovanje političkog života zasnovan je na sposobnosti harmonizacije konflikata i njihove pacifikacije u polju jednog konstitucionalnog konsenzusa. Taj domen odnosi se na bazične, nesporne aranžmane o zajedništvu. Energija javnosti koja podržava ovako iznetu i uvaženu volju dodatno stabilizuje poredak.

Oba aspekta delovanja javnosti podjednako su značajna za funkcionisanje demokratskog poretka. Kritička uloga nužna je za aktivno uključivanje u politički proces. Stabilizujuća funkcija, kroz katarzično rešavanje konfliktnih situacija značajan je stabilizujući faktor poretka. Javnost je tako i medij javnog učešća populacije u javnom životu, i element njihove kontrole. Ta kontrola dešava se kroz

59 Keane, J. (1992), str. 22.

60 Fiziokrati su za apsolutizam dopunjen kritički delatnom javnošću; Ruso hoće demokratiju bez javne diskusije – a obe strane pretenduju na isti naziv: *opinion publique*. Zato se značenje ovog termina u Francuskoj pre revolucije polarizuje na jedan specifičan način. Međutim, revolucija spaja ove dve odvojene funkcije javnog mnjenja – kritiku i legislativu. Ustav iz 1791. ukršta princip narodnog suvereniteta sa principom parlamentarne pravne države, koja pravno obezbeđuje politički delatnu javnost (Habermas, J. [1969], str. 129).

kanalisanje energije masa koja se ne izliva eksplozivno već kontrolisano. Vidovi javnog osporavanja vlasti (građanska neposlušnost, vanparlamentarni protesti, različiti vidovi spontanih građanskih inicijativa itd.) jesu legitimne i prihvatljive forme delovanja javnosti. U meri u kojoj su socijalno regulisane procedure njihovog ispoljavanja, socijalna energija se u javnu sferu izliva spontano i unosi dinamizam koji je prihvatljiv za poredak. Neobuzdano i nekanalisan izlivanje energije dešava se u slučajevima izlaska gomile, aktiviranja masa koje ni na koji način nije moguće kanalisati i usmeravati. Manipulisanje javnosti za vlast zato ima dva cilja: to je aktiviranje kontrolnog mehanizma – održavanje populacije u energetske 'pasivnom' stanju i paralisanje njene kritičke uloge. Oba se postižu blokiranjem kritičkog potencijala javnosti. Ovu blokadu olakšavaju i neke osobine javnog mnjenja, pre svih njegova konformistička priroda i podložnost uticajima elita u procesu njegovog formiranja.

Konformizam i sistemska stabilnost

Inherentni konformizam javnog mnjenja je osnova na kojoj se njegova sistemski stabilizujuća funkcija razmatra kao 'prirodna'. Taj ogranak u mnjenjskoj tradiciji danas najjasnije zastupa Elizabet Noel-Nojman u svojoj teoriji o 'spiralni tišine'. Teoretičarka izrazito konzervativne orijentacije za svoj uzor bira stanovišta liberalnih mislilaca kada oni upozoravaju na negativne posledice vladavine većine.⁶¹ To-

202

61 Elizabet Noel Nojman (Elizabet Noelle-Neumann), poznata nemačka istraživačica i teoretičarka javnog mnjenja, tokom Drugog svetskog rata radila je u Gebelsovom Ministarstvu propagande, i u to vreme je, kao studentkinja, obavila specijalizaciju u Americi o 'tehnikama istraživanja javnog mnjenja'. U tezi je tvrdila da je američka javnost naklonjena Nemačkoj, ne-naklonjena Jevrejima, Italijanima i drugim rasnim grupama, ali da 'liberalni' mediji agresivnom antinemačkom propagandom destimulišu mnoge Amerikance da iznose svoja pozitivna mišljenja prema Nemačkoj. Još tada je formulisala osnovnu ideju o 'liberalnim' medijima čijem uticaju se javnost ne suprotstavlja upravo zbog konformizma, koju je kasnije razvila u okviru teorije o 'spiralni tišine'. U onome što se savremenom terminologijom naziva njenim 'konzervativizmom' postoji podudarnost sa stavovima i analitičkim modelima koje je postavila u ranim tekstovima iz doba Hitlerove ere koji su uglavnom nastavili da utiču na njena kasnija razmišljanja.

Ovaj aspekt njene delatnosti postao je predmet rasprava nakon teksta Lea Bogarta iz 1991. kojim ju je on optužio za tiho saučesništvo u holokaustu, što je ona odbacila. Izvrsnu analizu međuzavisnosti socijalnog konteksta i ideja Elizabet Noel Nojman videti u Simpson, C. (1996), str. 149-173.

kvilov stav “u strahu od izolacije pridružili su se masama čak i kada se nisu slagali sa njima” njen je istraživački moto. Zakon koji je Džon Lok formulisao kao ‘zakon mnjenja i reputacije’ ona koristi da objasni način na koji ljudi “teže da odbace nova mišljenja i ne prihvate istinu iz samo jednog razloga – jer su novi”. Konformizam je ključ njenog pristupa: “javno mnjenje čine mišljenja o kontroverznoj temi koja se pojedinci usuđuju da iznesu u javnosti bez straha od izolacije”.⁶² Šta ova definicija znači sa stanovišta praktikovanje demokratije? “Ovo javno mnjenje definitivno nije izvor mudrosti koja popravlja vlast svojom kritikom. Moramo odustatu od ovog ideala, čak i ako mnogi politički naučnici, sociolozi i psiholozi još veličaju ‘kritičko javno mnjenje’ ili javno mnjenje odano javnom dobru. Ta vrsta javnog mnjenja je invencija. Nije ga moguće otkriti empirijskim metodama ili posmatranjem.”⁶³

203 Konformizam se razmatra dvostruko: kao utočište u sigurnosti većinskog mišljenja i kao bekstvo od odgovornosti za sopstvenu različitost. U oba slučaja motivisan je ‘strahom od izolacije’ zbog koga pojedinac izbegava svako konfrontiranje sa zajednicom i teži da svoja mišljenja koja su različita od dominantnih zadrži za sebe. Kada oseti da mišljenja koja i sam deli dobijaju na ‘snazi’, sve ih glasnije i otvorenije zastupa u javnosti; kada oseti da su njegova stanovišta manjinska, sve ređe ih izgovara glasno. Tako se formira izvesna ‘klima mnjenja’ koju pripadnici društva nepogrešivo osećaju. U njoj se aktivira mehanizam ‘spirale tišine’ na kome počiva formiranje javnog mnjenja. Njegova unificirajuća snaga deluje koheziono, donosi neophodnu integraciju i sprečava da se društvo raspadne prema ‘personalnim preferencama njegovih članova’. “Nije uopšte ispravno prezirati ovo javno mnjenje; ono je sve samo ne bezvredno. Ono etablira konsenzus i odlučujuće doprinosi društvenoj koheziji. Svojom snagom da formira saglasnost čini da ga osete čak i vladaoci, i povezuje vlast i potčinjene prema principu: sve vlade počivaju na mnjenju.”⁶⁴

Ideja o ‘spirali tišine’ evocira jednu stariju ideju Flojda Olporta da se “nečije ponašanje, podrška ili osporavanje neke odluke mogu znatno izmeniti ukoliko je svestan, ili čak zamišlja, da drugi reaguju na sličan način.”⁶⁵ Međutim, procena reakcija drugih nije uvek ispravna, kako nagoveštava nedavno inovirani kon-

62 Noelle-Neumann, E. (1984), str.63.

63 Noelle-Neumann, E. (1979), str. 150.

64 Ibid., str. 151.

65 Allport, F.H. (1937), str. 18.

cept 'ignorisanja većine'.⁶⁶ Termin označava "situaciju u kojoj ljudi operišu u 'pogrešnom' društvenom svetu, ili bar veoma drugačijem od onog koji percipiraju navodno objektivni društveni naučnici", zahvaljujući "pogrešnom čitanju 'većinske' pozicije".⁶⁷ "Ovo nije neznanje u uobičajenom smislu: naprotiv, to je znanje o drugima koje se pogrešno smatra korektnim. Odnosi se na zajedničke kognitivne obrasce, to jest socijalno prihvaćene, ali pogrešne propozicije o društvenom svetu".⁶⁸ Iz socijalne perspektive, 'ignorisanje većine' čine ispravne percepcije pogrešnih ili neodgovarajućih informacija.⁶⁹ Zbog toga se u socijalnoj perspektivi ono pokazuje ne kao problem individualne, kognitivne ili motivacione baze, već kao socijalni fenomen: pogrešna percepcija odnosa većinskog i manjinskih mnjenja može nastupiti usled neodgovarajuće medijske prezentacije i neadekvatno predstavljene 'mnjenjske klime'.

Inicirana spontanost

Odnos između spontano i institucionalno formiranih mnjenja u jednoj zajednici može biti višestruk.⁷⁰ Budući da se javnost oglašava u problematičnim prilikama i da je javno mnjenje kritička forma rezonovanja, kritika je uglavnom okrenuta prema javnoj vlasti. Zbog toga spontano začete struje mnjenja uvek predstavljaju činjenicu prema kojoj se institucionalno favorizovana mnjenja moraju od-

204

66 'Ignorisanje većine' ('pluralistic ignorance') termin je Flojda Olporta iz dvadesetih godina. On ga je definisao u psihološkim okvirima kao "iluziju, nezasnovanu i pogrešnu impresiju o tome kako drugi ljudi misle i osećaju o raznim problemima". Novije razrade, međutim, nude inspirativno redefinisavanje koncepta u sociološkom ključu. Uporediti: Shamir, J., Shamir, M. (1997), str. 227-260.

67 Shamir, J., Shamir, M. (1997), str. 227-228.

68 O'Gorman, citirano prema Shamir, J., Shamir, M. (1997), str. 229.

69 Na ovoj osnovi mnogi autori ističu značaj medija u formiranju preovlađujućih uverenja kod publike. Na sličnim pretpostavkama razvio se čitav 'agenda setting' pristup medijima. Uporediti na primer: Iyengar, S., Kinder, D. (1987).

70 Toma Đorđević precizira tri nivoa razlikovanja javnog mnjenja formiranog spontano ili pretežno institucionalno: "u karakteru komunikacije čiji se posredstvom obavljaju dva toka", "u strukturi javnog mnjenja" i "u nivou moći kojom predodređuju ponašanje subjekata političke prakse". Uporedi: Đorđević, T. (1975), str. 224.

brane i svoje stavove.⁷¹ Institucionalni uticaji su zato efikasniji kada se začnu pre spontanih, pa zato oficijelni komunikatori teže da preko medija utiču na prvo definisanje problema. Marginalizuju ili prećutkuju drugačija stanovišta i tako ukidaju preduslove za samostalno formiranje mišljenja. Ukoliko se ona, ipak, formiraju, mediji teže ili da ih rekuperiraju ili da ih modifikuju, najčešće samo izuzetno da ih ospore. U stvari, oba postupka jesu osporavanje ali u manje ultimativnoj formi.

Medijski posredovana mnjenja uglavnom se lakše prihvataju ali i lakše menjaju. Ona nisu nužno integrisana u stavove pojedinca. To uostalom potvrđuju česte promene mnjenja u dramatičnim zaokretima prema važnim događajima. U silovitoj operaciji favorizovanja, potpunog isključivanja alternativnih stanovišta, smeštanjem u odgovarajući ‘predtekst’ obezbeđuje im se prihvatljivost. Celina interpretativnog okvira, nepromenjeni važni reperi – vođa, nacija, partija i slično – obezbeđuju da publika prihvata mnjenja i kada se dramatično promene. U razvijenim medijskim i demokratskim sredinama kontinuitet dominantnih mnjenja se obezbeđuje stalnom fragmentacijom, insistiranjem na pojedinačnom i novom, a očuvanjem generalnih okvira. Zato se u demokratskim društvima čuva kontinuitet, a istovremeno stalno dešava ‘novo’, dok se u nedemokratskim društvima stalne promene dešavaju uz privid postojanosti, principijelnosti i istrajnosti. Te promene publika uglavnom prihvata aklamacijom i naknadno legitimise. U rudimentarnom vidu postoji javnost, skromna, odabrana, reprezentativna, koja se više-manje ritualno iskazuje i oglašava u aktu prijema političkih poruka.

Dok se formira javno mnjenje mogućnost nosilaca vlasti da utiču na njegov tok je višestruka. Oni to najčešće rade medijski – definisanjem ‘agende’, ili inicijalnim reagovanjem na ‘situacije’. Kao deo svakodnevnih saznanja, onih koja koriste u neposrednoj orijentaciji u svakodnevi, javno mnjenje afirmise

71 Mnjenja i stavovi nisu identični i razlikuju se konceptualno na najmanje tri načina: prvo, mnjenja se smatraju vidljivim, verbalnim odgovorima na problem, dok su stavovi predispozicije ili tendencije. Drugo, iako oba pretpostavljaju prihvatanje ili neprihvatanje, stavovi se više odnose na afekat (fundamentalno dopadanje ili nedopadanje), a mnjenja mnogo više na kognicije (na primer, svesnu odluku da se podrži ili suprotstavi izvesnoj politici). Treće, i možda najznačajnije, stav je tradicionalno konceptualizovan kao globalna, trajna orijentacija ka generalnoj klasi pojava, dok je mnjenje više situaciono, odnosi se na poseban problem u određenom setingu. Uporedi: Price, V. (1992), str. 46-49.

afektivni, voljni i motivacioni odnos prema stvarnosti. Saznanja su laička, opšte poznata, zdravorazumska i u njihovom formiranju masovni mediji imaju dominantnu ulogu. Mediji prvi prevode daleko i udaljeno u svakodnevno i poznato. U slučaju konfliktnih situacija aktiviraju već postojeće interpretativne okvire i, sa produbljivanjem krize, simbole s jakim emotivnim nabojem. Već postojeći interpretativni obrasci čine prve selektivne filtere kroz koje informacije relevantne za problem moraju da prođu. One obezbeđuju 'prepoznavanje' i transfer emocija pa zato 'upravljanje događajima' i zavisi od ishoda sukoba oko izbora okvira interpretacije. Na toj osnovi uspostavljena identifikacija snažno stimuliše kasnije ponašanje.

Načini uticaja su različiti u slučajevima kada su spontana mnjenja već dobila podršku. U demokratskim sredinama ona se često uvažavaju jer je nepopularno i politički necelishodno suprotstavljati im se. Važnost njihovog obuzdavanja pre svega je briga vlasti u nedemokratskim društvima. Strategije ignorisanja i potiskivanja koje razvijaju mnogobrojne su, a jedna od posebno uspešnih je fabrikovanje glasina. Njima se postiže obezvređivanje istinskog alternativnog rešenja za problem, izjednačavanje raznih alternativa dovodenjem svih u isti nivo, pa i privid spontanosti budući da u nedemokratskim društvima većina 'rešenja' nikada nije spontano inicirana. Glasine obično postoje u uslovima u kojima sva moguća rešenja pre izađu u javnost od onog 'pravog', u uslovima u kojima se o problemu pre razgovara na svakom drugom mestu nego na za to predviđenom. Glasine se formiraju i kolaju onim polujavnim prostorom, javnim delom privatizovane političke sfere. Glasine kolaju po 'čaršiji', svojevrsnoj verziji 'grada', suprotstavljenoj odgovarajućoj verziji 'dvora'.

206

Fabrikovanje glasina ima važnu ulogu u političkoj komunikaciji nedemokratskog društva. Veliki broj glasina rasipa socijalnu energiju jer se nijedna od mnjenjskih struja ne konstituiše kao dominirajuća. Potom, sve alternative za rešavanje konflikta stavljaju se u istu ravan bez obzira na socijalni značaj i snagu koju imaju u odnosu na problem. Istinska alternativa tako se marginalizuje i trivijalizuje jer se dovodi ne u ravan suprotstavljanja problemu već u horizont mnogobrojnih, malo mogućih rešenja. Van komunikacije obično ostaje samo rešenje koje se kasnije ispostavi kao najverovatnije. Najmoćniji učesnici u komunikaciji dvostruko apstiniraju iz nje: rešenje za koje se zalažu je 'iznad' ostalih time što u toj raspravi ne učestvuju, i razmrvljenu i nekompetentnu javnost potom jednostavnije mobiliju i usmeravaju prema rešenju koje se naknadno pojavi kao 'realno' i prihvatljivo. Glasine su značajne u nedemokratskom kontekstu i zato što su način za proveru naklonosti 'javnosti' u sistemima koji ne neguju javnu komunikaciju, i u kojima javnost

nije politički značajna. Njoj se nosioci vlasti niti obraćaju niti pred njom podnose račune: odgovornost su uzurpirali oni koji ne moraju da daju odgovor.⁷²

LITERATURA

- Abercrombie, N. (1996) *Television and Society*, Cambridge: Polity Press.
- Allport, F. H. (1937) "Toward a Science of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, 1, 7-23.
- Ang, I. (1986) *Watching Dallas*, London: Methuen.
- Ang, I. (1990) "Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System", *European Journal of Communication*, 5 (2/3), 239-260.
- Ang, I. (1991) *Desperately Seeking the Audience*, London: Routledge.
- Angus, I., Jhally, S. (eds.) (1989) *Cultural Politics in Contemporary America*, New York: Routledge.
- Arendt, H. (1959) *The human condition*, Chicago: University of Chicago Press.
- Baker, K. M. (1990) *Inventing the French Revolution*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Jean Baudrillard: Selected Writings*, (1986) Poster, M. (ed.) Stanford: Stanford University Press.
- Benson, T. W. (ed.) (1985) *Speech Communication in the 20th Century*, Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Bennett, T., Mercer, C. & Woollacott, J. (eds.) (1986) *Popular Culture and Social Relations*, Milton Keynes: Open University Press.
- Berelson, B. (1950) "Democratic Theory and Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. & McPhee, W. (1954) *Voting*, Chicago: University of Chicago Press.

72 "Da bi se ispravno razumelo, značenje termina *odgovornost* mora se istovremeno shvatiti snažno, simbolično i primitivno: moć pripada onome koji daje i kome se ne može uzvratiti. Dati, i to učiniti na način da nikakvo uzvraćanje nije moguće, znači prekinuti razmenu u ime nečijeg ličnog dobra i uspostaviti monopol: socijalni proces je izvan balansa. Uzvratiti, nasuprot, znači prekinuti ovakav odnos moći i restaurisati, na osnovu antagonističkog reciprociteta, krug simboličke razmene" (Baudrillard, J. u Poster, M. [ed.] [1986], str. 208).

- Berelson, B., Janowitz, M. (eds.) (1966) *Reader in Public Opinion and Communication*, New York: Free Press.
- Blumer, H. (1948) "Public Opinion and Public Opinion Polling", *American Sociological Review*, 13, 542-554.
- Blumler, J., Katz, E. (ed.) (1974) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications research*, Beverly Hills: Sage.
- Blumer, H. (1946) "Collective Behavior", Lee, A. M. (ed.) *New Outlines of the Principles of Sociology*, New York: Barnes and Noble.
- Bogardus, E. S. (1951) *The Making of Public Opinion*, New York: Association Press.
- Bryant, J., Zillman, D. (eds.) (1986) *Perspectives on Media Effects*, Hillside: Lawrence Erlbaum.
- Calhoun, C. (ed.) (1992) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT Press.
- Carey, J. (1983) "The Origins of the Radical Discourse on Cultural Studies in the United States", *Journal of Communication*, 33 (3), 311-313.
- Carey, J. W. (1985) "Overcoming Resistance to Cultural Studies".
- Carey, J. W. (1989) *Communication as Culture*, London: Unwin Hyman.
- Carleheden, M. and Gabriels, R. (1996) "An Interview with Jurgen Habermas", *Theory, Culture and Society*, 13 (3), 1-17.
- Chaffee, S. H., Hochheimer, J. L. (1982) "The Beginnings of Communication Research in the United States: Origins of the 'Limited Effects' Model", Rogers, E., Balle, F. (eds.) *The Media Revolution in America and Western Europe*, Norwood: Ablex.
- Cmiel, K. (1996) "On Cynicism, Evil and the Discovery of Communication in the 1940s", *Journal of Communication*, 46 (3), 88-107.
- Corner, J., Schlesinger, P., Silvestone, R. (eds.) (1997) *International Communication Research*, London: Routledge.
- Curran, J. (1991) "Mass Media and Democracy: A Reappraisal", Curran, J., Gurevitch, M. (eds.) *Mass Media and Society*, London: Arnold.
- Curran, J. (1991) "Rethinking the Media as a Public Sphere", Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.) *Communication and Citizenship*, London: Routledge.
- Curran, J., Seaton, J. (1991) *Power Without Responsibility*, London: Routledge.
- Curran, J. (1990) "The 'New Revisionism' in Mass Communication Research: A Reappraisal", *European Journal of Communication*, 5 (2/3), 135-64.

- Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.) (1977) *Mass Communication and Society*, London: Arnold.
- Curran, J., Gurevitch, M. (eds.) (1991) *Mass Media and Society*, London: Arnold.
- Dahlgren, P. (1987) "Information and Ideology in the Public Sphere", Slack, J., Fejes, F. (eds.) *The Ideology of the Information Age*, Norwood: Ablex.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere*, London: Sage.
- Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.) (1991) *Journalism and the Public Sphere*, London: Routledge.
- Dewey, J. (1927) *The Public and Its Problems*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Dewey, J. (1957) *Human Nature and Conduct*, New York: The Modern Library.
- Doob, L. W. (1948) *Public Opinion and Propaganda*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Dorđević, T. (1975) *Političko javno mnjenje*, Novi Sad: Radivoj Ćirpanov.
- Fiske, J. (1987) *Television Culture*, London: Routledge.
- Fraser, N. (1985) "What's So Critical about Critical Theory? The Case of Habermas and Gender", *New German Critique*, 35, 97-131.
- Fraser, N., (1990) "Rethinking the Public Sphere", *Social Text*, 25/26, 56-81.
- Garnham, N. (1986) "The Media and the Public Sphere", Golding, P., Murdock, G. & Schlesinger, P. (eds.) *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*, Leicester: Leicester University Press.
- Gerbner, G. (1970) "Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama", *Annals of the American Association of Political and Social Science*, 338, 69-81.
- Gerbner, G., Gross, L. (1976) "Living With Television: The Violence Profile", *Journal of Communication*, 26 (2), 173-199.
- Gerbner, G. (ed.) (1977) *Mass Media Policies in Changing Cultures*, New York: Wiley.
- Gitlin, T. (1978) "Media Sociology: The Dominant Paradigm", *Theory and Society*, 6, 205-253.
- Gitlin, T. (1979) "News as Ideology and Contested Area: Toward a Theory of Hegemony, Crisis and Opposition", *Socialist Review*, 9 (7), 11-55.

- Glasgow Media Group (1976) *Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Glasgow Media Group (1980) *More Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Glasgow Media Group (1982) *Really Bad News*, London: Writers and Readers.
- Gouldner, A.W. (1976) *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origins, Grammar and Future of Ideology*, New York: Seabury Press.
- Golding, P., Murdock, G. (1978) "Theories of Communication and Theories of Society", *Communication Research*, 5 (3), 339-356.
- Gramsci, A. (1971) *Selections from Prison Notebooks*, London: Lawrence and Wishart.
- Gramsci, A. (1985) *Selections from Cultural Writings*, London: Lawrence and Wishart.
- Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. & Woollacott, J. (eds.) (1982) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Habermas, J. (1969) *Javno mnenje*, Beograd: Kultura.
- Habermas, J. (1977) "Hannah Arendt's Communications Concept of Power", *Social Research*, 44 (1), 3-24.
- Habermas, J. (1995) *The Theory of Communicative Action, V. 1*, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1995) *The Theory of Communicative Action, V. 2*, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1997) *Between Facts and Norms*, Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (1977) "Culture, the Media and the Ideological Effect", Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.) *Mass Communication and Society*, London: Arnold.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. & Willis, P. (eds.) (1981) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- Halloran, J. (1977) "Mass Media Effects: A Sociological Approach", *Mass Communication and Society, Block 3*, Milton Keynes: Open University Press.
- Hartman, P., Husband, C. (1972) "The mass media and racial conflict".
- Hiebert, R.E., Ungurait, D.F., Bohn, Th.W. (1988) *Mass Media*, New York: Longman.
- Iyengar, S., Kinder, D. (1987) *News That Matters: Television and Public Opinion*, Chicago: University of Chicago Press.

- Jowett, G. S. (1987) "Propaganda and Communication: The Re-emergence of a research Tradition", *Journal of Communication*, 37 (1), 70-87.
- Keane, J. (1988) *Democracy and Civil Society*, London: Verso.
- Keane, J. (1988) "Despotism and Democracy: The Origins and Development of the Distinction between Civil Society and the State 1750-1850", Keane, J. (ed.) *Civil Society and the State*, London: Verso.
- Katz, E. (1957) "The two-step flow of mass communication", *Public Opinion Quarterly*, 21, 61-78.
- Kin, Dž. (1995) *Mediji i demokratija*, Beograd: Filip Višnjić.
- Klapper, J. (1960) *The Effects of Mass Communication*, New York: Free Press.
- Kornhauser, W. (1959) *The Politics of Mass Society*, New York: Free Press.
- Landes, J. B. (1988) *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution*, Ithaca: Cornell University Press.
- Lasswell, H. (1941) *Democracy through Public Opinion*, Menasha: George Banta.
- Lasswell, H. (1971) *Propaganda Technique in World War I*, Cambridge: MIT Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944) *The People's Choice*, New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. (1957) "Public Opinion and the Classical Tradition", *Public Opinion Quarterly*, 21, 39-53.
- Lippmann, W. (1925) *The Phantom Public*, New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Lippmann, W. (1965) *Public Opinion*, New York: Free Press.
- Mass Communication and Cultural Identity I-II*, (1988) Barcelona: XVI Kongres IAMCR, zbornik saopštenja.
- Mccombs, M., Shaw, D. L. (1972) "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Mills, C.W. (1956) *The Power Elite*, Oxford: Oxford University Press.
- McQuail, D. (ed.) *Sociology of mass communication*, London: Penguin.
- Negt, O., Kluge, A. (1990) "Selections from The Proleteriat Public Sphere", *Social Text*, 25/26, 24-33.
- Noelle-Neumann, E. (1973) "Return to the Concept of Powerful Mass Media", *Studies of Broadcasting*, 9 (1), 66-112.
- Moore, S. (1993) *Interpreting Audiences*, London: Sage.

- Morley, D. (1980) *The "Nationwide" Audience*, London: British Film Institute.
- Morley, D. (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge.
- New Perspectives on Media and Culture*, (1987) Communication.
- Noelle-Neumann, E. (1979) "Public Opinion and the Classical Tradition", *Public Opinion Quarterly*, 43 (2), 143-156.
- Noelle-Neumann, E. (1984) *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*, Chicago: University of Chicago Press.
- Ozouf, M. (1988) "'Public Opinion' at the End of the Old Regime", *Journal of Modern History*, 60, 1-21.
- Palmer, P. A. (1936) "Public Opinion in Political Theory", Wittke, C. (ur.) *Essays in History and Political Theory: In Honour of Charles Howard McIlwain*, Cambridge: Harvard University Press.
- Park, R. (1972) *The Crowd and the Public and Other Essays*, Chicago: University of Chicago Press.
- Pavlović, V. (ur.) (1995) *Potisnuto civilno društvo*, Beograd: Eko centar.
- Pearce, W. B., Narula, U. (1986) *Development as Communication*, Southern Illinois University Press: Carbondale.
- Peters, J.D. (1977) "Realism in Social Representation and the Fate of the Public", *Javnost/The Public*, Vol. IV (2), 5-16.
- Peters, J.D., (1993) "Distrust of representation: Habermas on the public sphere", *Media, Culture and Society*, 15 (4), 541-571.
- Peters, J.D. (1996) "The Uncanniness of Mass Communication in Interwar Social Thought", *Journal of Communication*, 46 (3), 108-123.
- Polity Reader in Cultural Theory*, (1994) Cambridge: Polity Press.
- Popov, N. (ur.) (1996) *Srpska strana rata*, Beograd: Republika.
- Price, V. (1988) "On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis in Public Opinion Research", *Communication Research*, 15, 659-679.
- Price, V. (1992) *Public Opinion*, London: Sage.
- Rosengren, K. E., Wenner, L.A. & Palmgreen, P. (eds.) (1985) *Media Gratifications Research*, Beverly Hills: Sage.
- Schramm, W. (1960) (ed.) *Mass Communication*, Urbana: University of Illinois Press.
- Schulz, W. (1997) "Changes of the Mass Media and the Public Sphere", *Javnost/The Public*, Vol. IV (2), 5-16.
- Sennett, R. (1986) *The Fall of Public Man*, London: Faber & Faber.

- Shamir J., Shamir M. (1997) "Pluralistic Ignorance across Issues and over Time", *Public Opinion Quarterly*, 61, 227-260.
- Silverstone, R. (1993) "Television, Ontological Security and the Transitional Object", *Media, Culture and Society*, 15 (4), 573-598.
- Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*, London: Routledge.
- Simpson, C. (1986) "Elisabeth Noelle-Neumann's 'Spirale of Silence' and the Historical Context of Communication Theory", *Journal of Communication*, 46 (3), 149-173.
- Smythe, D. (1981) *Dependency Road*, Norwood: Ablex.
- Sproule, M. (1987) "Progressive propaganda critics and the maic bullet myth", *Critical Studies in Mass Communication*, 6, 225-246.
- Splichal, S. (1987) "'Public Opinion' and the Controversies in the Communication Science", *Media, Culture and Society*, 9, 237-261.
- Swanson, D.L., Nimmo, D. (1990) *New Directions in Political Communication*, Newbury Park: Sage.
- Tadić, Lj. (1987) *Ogled o javnosti*, Nikšić: Univerzitetska riječ.
- The Phantom Public Sphere*. (1990), *Social text* 25/26.
- Thompson, J. (1990) *Ideology and Modern Culture*, Cambridge: Polity Press.
- van Zoonen, L. (1994) *Feminist Media Studies*, London: Sage.
- Tuchman, G. (1976) "Telling Stories", *Journal of Communication*, 26 (4), 93-97.
- Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press.
- Turner, G. (1990) *British Cultural Studies*, London: Routledge.
- Verstraeten, H. (1996) "The Media and the Transformation of the Public Sphere", *European Journal of Communication*, 11 (3), 347-371.
- Williams, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*, London: Fontana.
- Williams, R. (1966) *Culture and Society*, London: Penguin.