УДК 32.019.5

316.77

321.7

Оригинални научни рад

*Живанка М. МИЛАДИНОВИЋ БОГАВАЦ**

Пословни и правни факултет, Универзитет Унион „Никола Тесла“, Београд

*Неђо С. ДАНИЛОВИЋ***

Пословни и правни факултет, Универзитет Унион „Никола Тесла“, Београд

УЛОГА СЛОБОДНИХ И НЕЗАВИСНИХ МЕДИЈА У ДЕМОКРАТСКОЈ ЛЕГИТИМИЗАЦИЈИ ДРУШТВА

Апстракт: Интернет представља велику револуцију у области медија. Не само да се преко њу могу пратити телевизијске емисије, филмови и драме, већ се путем камере, или чак обичног мобилног телефона, могу снимати догађаји и феномени, постављати за јавност од практично сваког посетиоца интернета. На тај начин се програм понуде несразмерно увећава, што подразумева и различите манипулације.

У савременом свету, и поред изузетног техничког напретка, јављања софистицираних програма на телевизијама и другим медијима, од научног до практично-едукативног, вероватно највећи проблем у овој области представља приватизација медија и концентрација власништва у уском кругу поседника капитала и мултинационалних компанија. Програм, наизглед разноврстан, лишава се критичке и често чак и информативно прецизне и јасне улоге, а преовлађује забава и скретање пажње са важних егзистенцијалних и политичких тема.

Кључне речи: слобода медија, право на информисање, демократско друштво, демократија, медијски утицај.

ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ И ТЕОРИЈСКО ОДРЕЂЕЊЕ СЛОБОДЕ МЕДИЈА

Развој медија је повезан са развојем грађанског друштва. Развој јавног мњења је у исто време повезан са настанком грађанског слоја, урбанизацијом, стварањем буржоаског слоја, пре свега од предузимљивих људи, трговаца, мануфактура, банкарства, смањењем улоге феудалаца, племића, руралних слојева. Кафане, ресторани, тржнице, сајмови, али када је у питању виши слој становништва, и салони, дворови су била места где се успостављало јавно мњење. Развој штампе је неизоставно везан за развој јавног мњења, штампа је у исто време представљала први медиј.

* доцент, zivankamiladinovic@gmail.com

** редовни професор, danilovic.nedjo@gmail.com

Филозоф Љубомир Тадић, анализирајући феномене јавног мњења, медијских слобода, долази до закључка да су углавном либерални мислиоци имали начелно позитиван став према јавном мњењу, а конзервативни врло уздржан, или чак негативан. Хегел је полазио од јавног мњења као формалне слободе сваког појединца да изражава и има сопствене судове, мњења и савете о општим пословима. С друге стране, како је то заправо привилегија и осталих, јавно мњење је скуп мноштва ставова појединаца у једном друштву. Хегел је и поред свега био врло уздржан, попут Хајдегера, о јавном мњењу, слободи штампе и плуралистичкој демократији, иако је живео у периоду када је она била у општој експанзији, нарочито у западноевропским земљама. Тадић, супротно многим уверењима, цитира Марксов однос према слободи штампе. Маркс је посебно критичан према цензури штампе у Прусији, и начелно показује разумевање за јавну дебату, размену мишљења у јавности, где је штампа изузетно значајна (према Тадић 1998: 72–83).

Конзервативни мислиоци углавном су свој уздржан или критички однос према јавном мњењу, слободи штампе, имали у томе, да она фаворизује просечност, површност, а не дубоке и неспорне истине и сазнања. Љубомир Тадић сматра да је једна од суштина демократског процеса могућност слободне јавне дебате, где се чињеницама изнетим преко медија, може доћи до рационалног опредељивања за једну или другу опцију, предлог. Тадић критикује Хобса, који није довољно разумео феномен реторике, или слободног јавног говора, који аргументима сучељених страна, даје могућност опредељивања јавног мњења. У том смислу и реторика и традиција реторике подразумева, поред доброг говорника и његову моралност, важно оруђе јавног мњења и квалитета слободе медија. Насупрот реторици, која подразумева размену и изношење аргумената, моралну чистоту у том процесу и тачност података изнешених у јавности, пропаганда представља једнострано изношење ставова, често претераних, или чак недовољно тачних, без уважавања ставова друге стране, или уопште могућности да друга страна може одговорити (Тадић 1998: 27).

Пропаганда је дакле везана за ауторитарна друштва, мада се у одређеном облику, али не и као доминантан вид комуницирања у јавности, може повремено појављивати и у, условно речено, демократским друштвима и друштвима са слободом медија. Међутим, у том случају она не може доминирати, и пре или касније биће препозната и критикована у друштву.

Пек Скот амерички психолог, указује да постоје тзв. „беле“ и „црне лажи“ и у јавном мњењу савременог друштва, попут америчког. „Беле лажи“ су по Скотовом мишљењу једнострано изнешете, извучене из контекста чињенице, које су тако постављене у медијској и јавној интерпретацији, да иако нису у суштини саме по себи нетачне, изазивају збуњеност и искривљене закључке аудиториа. Насупрот томе, тзв. „црне лажи“ су

апсолутно нетачне информације. Управо су „беле лажи“ по Скотовом мишљењу, чест облик медијске манипулације у савременим друштвима (Пек 1993: 49).

Јирген Хабермас, објашњавајући појмове јавно мњење, јавност, медији, указује да се сфера јавности разликује од сфере приватности, и да се јавно мњење најчешће примењује у сфери

„јавности која је добро обавештена или која негодује; значења која су повезана са речима публика, публицитет, публиковати још нису ни дотакнута. Субјект ове јавности је публика као носилац јавног мњења; на њену критичку функцију односи се публицитет – на пример јавност судских расправа. У области средстава масовних комуникација публицитет је несумњиво променио своје значење. Из функције јавног мњења он се претворио у атрибут онога ко јавно мњење према себи окреће: public relations? Активност која се однедавне зове ‘јавни рад’ усмерена је на успостављање такве publicity“ (Хабермас 2012: 54).

Хабермас подвлачи разлику између јавног и приватног, али даје и обележја, попут могућности да се у јавности и јавном мњењу, може доћи и до сурпостављања актуелној власти, без обзира што је власт сама по себи носилац, или би најчешће требало да буде носилац највећег удела у медијској сфери.

„Јавност се појављује као засебна сфера – приватном домену насупрот стоји јавни домен. Понекад се он појављује просто као сфера јавног мњења које се јавној власти директно супротставља. Већ према приликама у органе јавности убрајају се државни органи, али и средства која, као штампа, служе комуникацији у публици“ (2012: 54).

Хабермас даље наводи да се „смисао функције грађанске јавности кристалисао у термину јавно мњење“, и да се он артикулисао претежно крајем XVIII века (2012: 149).

Масовна производња, техничка достигнућа током XIX и посебно првих деценија XX века, убацују у борби за утицај и учешће у јавности, дотле непросвећене масе радништва и сељака, као и борбу жена за положај у друштву. Од просвећене публике која је била читалачка, спремна на тражење постепених промена у друштву и компромис, коју је чинио грађански слој и буржоазија, као конзумент медија до половине XIX века појављују се нови слојеви, дотле маргинализовани и ван читалачке публике, просвећености и конзумације медија – нижих чиновника, радништва па и сељака, уз постепено повећање улоге жена. С друге стране, штампа је све развијенија и масовнија, јављају се нови медији попут телеграфа, филма, телефона, радија. Политизација маса паралелно са либерализацијом права гласа, доводи и до појаве тоталитаризма, али и до развоја демократије у новим условима,

где медији имају изузетно важну улогу. Медији, пре свега штампани, нису више привилегија елитних слојева, већ масовно средство комуникације, што има последице у начину обраћања и комуникације, где се паралелно развија све више и пропаганда и медијска манипулација.

У биполарном свету након Другог светског рата, једна од позитивних тековина већине западноевропских држава је социјални елеменат државе, посебно развијен као контраст социјализму-комунизму. Медији, нарочито телевизија, која убрзано преузима примат у средствима информисања, постаје поприште плуралне демократије уз све недостатке у пракси који се на овом путу постављају. Међутим, након појаве неолиберализма, долази до приватизације медија који одлазе у руке поседника крупног капитала, раучунајући и мултинационалне компаније, паралелно са пратећим процесима слабљења улоге синдиката и ерозије позиције средње класе посебно у тзв. земљама у транзицији. У тим процесима медији све више подстичу култ забаве, а смањује се простор за озбиљну друштвену и политичку дебату о горућим проблемима друштава, што је планирани процес центара моћи, посебно глобалних.

У том правцу велики проблем друштава постаје све већа разлика између малог броја поседника енормног удела капитала, паралелно са тиме концентрација власништва медија у све ужем кругу, и с друге стране, криза средњег слоја и пауперизација значајног дела становништва. Појава интернета, раст могућности у *у tube* канала, фејсбука, твитера, смарт мобилних телефона и других алтернативних облика комуницирања и медија, је значајан фактор либерализације медијске комуникације, посебно у развијеним земљама, где велики део популације има могућности поседовања и коришћења ових нових комуниколошких достигнућа.

Слободи се приступа као речи која „изражава један од најосновнијих и истовремено најконтраверзнијих појмова људске мисли и праксе“ (*Поли-тичка енциклопедија* 1975: 978) и означава стање у којем субјект може да делује без присиле и забране.

Друштвена теорија најчешће разликује две врсте слободе: негативна, тј. „слобода од“ и позитивна, тј. „слобода за“ (*Правни лексикон* 2007: 1467). У првом контексту „слобода“ се поистовећује са аутономијом, тако да у овом смислу бити слободан значи бити независан од сваког спољашњег утицаја и присиле. Са друге стране, „слобода“ може значити и партиципацију, учествовање. Свођење проблема слободе на проблем појединачне индивидуалне слободе, садржи претпоставку да „у самом појму друштва не може бити садржана слобода, па је појединац мора изборити против друштва, а не и помоћу њега“ (Грић 1973).

У теорији је присутно етимолошко одређење „слободе“ као: „1) Могућност самосталног, независног деловања, могућност самоодређења човека,

стање супротно постојању присиле; 2) могућност несметаног рада у било којој области људске делатности; 3) стање супротно заточењу, затвору; 4) повластица“ (Анић 2000: 1072).

На основу изнетих етимолошких одређења термина „слобода“, закључе-мо да је реч о мултидисциплинарном појму, с обзиром на његов садржајни облик и улогу у друштву.

У дефинисању економске слободе полази се од претпоставке да је „она себи сврха, где се слобода практикује у организовању претежног дела економске активности“ односно „слободе у економским аранжманима“ на „слободном тржишту“ (Фридман 1992: 19–21).

Политичка слобода произилази из састава владајућих друштвено-економских односа, прати и кореспондира са владајућим друштвено-економским и политичким поретком. У саставу „компетитивног капитализма врста економске организације која економску слободу непосредно пружа, промиче и политичку слободу, одвајајући економску моћ од политике, и на тај начин омогућавајући једној да буде противтежа другој“ (према: Фридман 1992: 19–46).

У политичком контексту појам слободе се употребљава како би се акцентовала могућност избора која „јесте и мора бити подређена појединцу као његово право“ (Љубић 2011:1).

Слобода представља темељну вредност која је једна од најзначајнијих и највиших вредности поред једнакости, равноправности (националне, верске, етничке, расне, полне, старосне и др равноправности), демократије, поштовања права човека и владавине права (Даниловић–Даниловић 2018).

Управо из ове вредности коју подразумева „слобода“ деривирају сва људска права и темељне слободе, па тако и право на поједине слободе за физичка и правна лица у укупности друштвених односа.¹ Дакле, слобода као оваква вредност представља апсолутну категорију, за разлику од деривираних права и слобода које из ње произилазе, а које се састоје у субјективним правима, обавезама и одговорностима, које немају ово својство. Приказ овог диференцирања је између осталог дао и теоретичар Љубић, наглашавајући да:

„Слободу као апсолутну категорију поимам када је употребљавам као највишу вредност уставног поретка која је уз остале вредности темељ за тумачење устава, док је као неапсолутну категорију разматрам када се ради о различитим облицима права на слободу која су деривирана из слободе (као) и других вредности уставног поретка“ (Љубић 2011: 1).

1 Наведену тезу потврђује чињеница да је слобода као највиша вредност хрватског уставног поретка стављена на прво место. Видети чланак 3. Устава Републике Хрватске (Народне новине број 85/10.).

Слобода која се везује за медијско право представља његову суштину са којом морају да буду усаглашена сва остала права из ове области. У појмовнику за медије *Нови медији и друштвене мреже*, специјалиста за медије Станко Црнобрња, даје виђење појма медија:

„Појам медија односи се на оне канале или алате који су у стању да складиште, преносе и испоручују информације и податке. Често, ова реч је синоним за масовне медије, или информативне (news) медије, али може да се односи и на генерални појам о медијима који се користе за преносе и комуникацију било којих података, у било које сврхе“ (2014: 84).

У истом појмовнику за медије, под медијским образовањем се подразумева:

„У традиционалном смислу, односи се на процес путем кога појединац учи вештине и знања која су му неопходна да би стварао медијске текстове. У новије време, појам се односи и на стицање вештине помоћу које се, кроз интелектуалну активност, критички *конзумира* или, чак, деконструише одређен медијски текст“ (2014: 84).

Слобода медија као основно људско право представља главну платформу за обезбеђивање слободе изражавања и слободе информисања. У теорији је присутно становиште да садржину слободе медија чине три саставна дела слободе а то су: (1) право да се дистрибуирају информације без ограничења и цензуре, (2) право да се дође до информације без забрана и (3) права која се тичу самог јавног гласила и унутрашњих односа у медијима (Димитријевић 2011: 31).

СЛОБОДНИ И НЕЗАВИСНИ МЕДИЈИ КАО БИТАН ЕЛЕМЕНАТ ЦИВИЛНОГ ДРУШТВА

Слободни и независни медији јесу битан елемент цивилног друштва и имају важност у демократској легитимизацији сваког друштва, где имају истакнуту улогу у повезивању доносиоца одлука и грађана. Важан фактор демократије и показатељ успешности власти јесте могућност да власт припада свим грађанима, што значи да се они који врше функцију власти морају обраћати и уважавати интересе свих грађана. Према теорији демократије, медији функционишу као мост или спона између грађана и доносиоца одлука. Како су медији блиско повезани са политичким системом и јавном сфером, имају двоструку улогу у представљању и формирању политичког мишљења. Медији преносе информације грађанима, који их користе у правцу свог политичког опредељења на изборима, а са друге стране политичари се ослањају на медије како би представили ставове, анализирали јавно миљење и сарађивали са јавношћу.

Медији представљају фундаменталну везу између влада и друштава, тако што преносе информације, намере, бриге, приоритете и реакције на политичке одлуке. Тако медији врше утицај на државу и владу, тиме што будно прате политику, донете одлуке и последице њихове реализације, а истовремено држава утиче на медије јер они зависе од званичних информација и ставова. Цапарини примећује да теорије демократије сматрају да су медији четврта сила (грана власти), који делују као додатна провера три формална носиоца власти, законодавне, извршне и судске власти (Цапарини 2004: 17–18).

Медији омогућавају простор различитим ставовима и мишљењима, пружају информације јавности, које би требало да буду што непристрасније презентоване, како би јавно мњење могло да разуме и критички процени државну акцију, ставове опозиције, те да се да подстрек расправи у јавности када су у питању теме од јавног интереса (Цапарини 2004: 17–18).

На жалост, у стварности се ретко долази до овако квалитетне ситуације у медијима, али овакав модел је ипак достижан. У модерним државама и плуралистичком друштву политика је немогућа без масовних медија.

Утицај медија на политику је огроман, јер медији посредују између политичара, политичких странака и њихових идеја и јавности, дакле бирачког тела. С једне стране медији имају улогу прослеђивања информација од владе ка грађанима. С друге стране, медији би требало да прослеђују информације од политичких партија, укључујући и информације од стране опозиционих политичких партија и покрета, дакле, оних који нису на власти. Такође медији би требало да преносе податке и од интереса за различите слојеве становништва, мањинске заједнице, струковна удружења и занимања, владе имају могућности да утичу на рад медија, путем доношења закона у овој области, надзором и њиховим спровођењем, утицајем на расподелу реклама и дотација, што све заједно може угрозити и довести чак у питање независност медија. Велика опасност за позицију независности медија, представља данас крупан капитал у свету. Он може да утиче на власничку структуру медија, угрожава независност не само медијске ситуације у мањим земљама, већ и на њихову независну и суверену позицију као држава.

Политиколог Комнен Пјевац указује да нововековно, али и савремено грађанско друштво поштује приватност сваког појединца, а његова својина бива загарантована. С једне стране уколико појединац остаје само у сфери приватности и не учествује у друштвеном јавном животу, личност је лишена самопотврђивања. Пјевац цитира Хану Арент која наглашава да је приватна својина призната сваком појединцу у грађанском друштву, и да је то изузетно важан фактор (2006: 54). С друге стране, у савременом грађанском друштву средства масовних комуникација прелазе на глобални план у складу с општом функцијом државе и усмерења друштва у правцу економског

и политичког плурализма. Издавачке куће су усмерене на јавно мњење. Пјевац цитира Карла Бихера који објашњава функционисање савремених медија, издавачких кућа, журналистике. У унутрашњој организацији новинских предузећа, у прикупљању вести и њихово објављивање укључила се нова карика – редакција. То је за издавача новина значило да се од продаваца новости претворио у трговца јавним мњењем“ (2006: 54).

У том правцу је савремени економски систем повезан са политиком, јавним мњењем, где улога масовних медија има изузетан значај. Никос Пуланцас указује да су и у предкапитализму и у капитализму, привредни систем, стварање и прерасподела вишка вредности нису представљали аутономан и посебно не херметички затворен процес. Политика, држава, идеологија, а са њима и јавно мњење, утицај масовних медија, су међусобно повезани, како у либералној фази капитализма, тако и у монополистичкој, па и његовим потоњим фазама, све до данашњих дана (према: Пуланцас 1981: 13).

Када треба одредити појам речи „слобода“ онда би смо у низу дефиниција могли изнети ону коју је дао теоретичар права С. Перовић, наглашавајући:

„Слобода је природно право човека да својим вољним радњама врши избор садржине и начина своје делатности у различитим подручјима индивидуалног и заједничког живота, али тако да држећи се праведног закона и толеранције као израза културе разума, не вређа исту и једнаку слободу других“ (2009: 670).

Слобода изражавања је по правнику Данилу Николићу центар медијског права, она је „основни појам из кога се изводи целокупно медијско право“.

За медијско право Николић наводи да је широко постављено и још не-систематизовано. Основне вредности код одређења појма медијског права су по Николићу следеће:

„а) Израз медијско право означава нову, постепено грану правног система, као на међународном, тако и на регионалном и националном нивоу. На националном нивоу, ова грана права је и део важећег законодавства.

б) Под појмом ‘медијско право’ треба подразумевати међународне конвенције и повеле које одређују слободу изражавања, а које су ратификоване и постале део националног права, национални закони који регулишу област медија и подзаконски акти, као и прецеденти судске праксе. Ту спадају и општеприхваћена међународна правила из ове области, као и прецеденти судске праксе. Ту спадају и општеприхваћена међународна правила из ове области, као и правила такозвано ‘меко право’ које се односи на ову област“ (према Николић 2010: 24–25).

Српски филозоф Љубомир Тадић у свом делу *Наука о медијима*, у оквиру поглавља о савременим политичким идеологијама, посматра и њихов однос према јавном мњењу, слободи изражавања и слободи медија. Тако либерализам

највише од свих идеологија, макар начелно има афирмативан став према наведеним категоријама, односно слободи изражавања и слободи медија. Ту Тадић цитира Бендамена Констана једног од идеолога либерализма који се залагао за „слободу штампе као посредника између јавног мњења и успоста-вљене власти, настављајући:

„Констан је далековидо упозоравао да свако ограничавање слободе штампе намеће ономе ко то чини одговорност за све што новине пишу. Стога, цензура штампе наноси држави велику штету, тако да се ономе о чему новине могу погрешно обавестити даје више утицаја него истини. Зато је слобода обавештавања основни предуслов истинитости“ (Тадић 1996: 511–512).

Разматрајући однос других савремених идеологија према слободи штампе, јавном мњењу и слободи изражавања, Тадић закључује да конзервативне идеологије имају мање афирмативан однос према овим категоријама, а и да ту постоје варијације међу њима. Класични конзервативизам је мало наклоњен променама, па слобода изражавања и слобода штампе најблаже речено нису у његовим приоритетима, бар када је реч о теоретском развијању ове идеологије. Конзервативни национализам се условно залаже за слободу изражавања али у оквиру националне заједнице која му чини основ друштва.

Слично је са конзервативним либерализмом, док рецимо идеологија конзервативног технократизма подразумева уверење да ће технички напредак и ангажовање компетентних и образованих политичара само по себи представљати модернистички елеменат у друштву. С друге стране, конзервативни технократизам по питању јавног мњења и медијских слобода, полази од аполитизације друштва и ширих слојева, елита, технократска и политичка је привилегована, и она има могућност усмеравања друштвених токова, и не полази од потребе просвећивања, политизације друштва и развоја политичке културе широких слојева (према Тадић 1996: 534–535).

Конзервативни социјализам, пре свега крила социјалдемократије су наклоњеније од неких других струја конзервативизма слободном изражавању и слободи јавног мњења и медија. Хегел је у основи ближи конзервативизму него либерализму, а на јавно мњење гледа као на нешто „случајно, „произвољно, дакле на нешто што маса, „умишља“. Произвољност се састоји у томе да се „говори и пише што се хоће“. Хегел ниско оцењује и слободу штампе, као „задовољење оног боцкавог нагона да се каже своје мњење“ (Тадић 1998: 74). И Хајдегер има уздржан, чак негативан став према маси, јавном мњењу, а слободу штампе не поставља у вредоносном суду посебно високо (Тадић 1998: 76).

Најзад, тоталитарне идеологије фашизма и нацизма, апсолутно нису наклонене слободи изражавања и слободи медија. Такође, екстремни облици неокомунизма, (попут болшевизма) такође нису наклонени слободи медија. У социјалистичким земљама, бившег Источног блока, слобода изражавања и слобода медија су управо биле категорије због којих је овај систем био посебно погођен и на крају и доживео слом.

У целини посматрано, ни сви облици либерализма, укључујући и неолиберализам, не третирају у пракси на адекватан начин слободу медија. У неолиберализму влада доминација крупног капитала, савремених мултинационалних компанија, технократских и политичких елита, повезивање глобалног капитала и интереса глобалне елите, па се власништво над медијима централизује у малом кругу поседника.

Слобода медија остаје декларативна, али се путем развоја интернета и алтернативних медија она у пракси задржава на извесном нивоу и руши националне границе и препреке. Начелно, у савременим идеологијама, либерализам и идеологије изашле из њега имају позитиван однос према јавном мњењу, док то није случај, са конзервативним идеологијама. Међутим, у пракси, у савременом свету се често бришу стандардне поделе и типологизације идеологија на либералне и конзервативне, левицу и десницу. Неолиберализам у пракси фаворизује крупан капитал, мултинационалне компаније, глобализовану елиту, где у пракси слобода медија и изражавања девалвира, односно неолиберално прокламована права појединца се урушавају, често од њих остаје само љуштура, без квалитетне садржине.

Неке од савремених варијанти конзервативизма, борећи се за ограничавање свемоћи мултинационалних компанија и глобалистичке елите, у пракси се залажу за већу слободу медија, односно отварање алтернативних, када је значајан, или чак највећи део важних медија у државама, нарочито оним мањим, у рукама малог круга поседника, најчешће повезаних са глобалним центрима моћи. Љубомир Тадић у делу *Оiled о јавности*, са правом сматра да савремени медији често имају конзервативни карактер, односно подршку својим већим делом владајућим снагама – „У том случају медији су инструменти за пропагирање и легитимисање постојећег и у том смислу играју конформистичку и конзервативну функцију. У том случају публика се из активног чиниоца јавног мњења претвара у пасивну, рецептивну масу, која некритички прима информације“ (1998: 74–80).

Нека истраживања су, међутим, знатно релативизовала такво гледиште уколико су показала да су ставови према променама посебно отпорни онда када планиране промене нису у сагласности са општим диспозицијама да су интерперсонални односи веома значајни за формирање ставова, а тиме и јавног мњења као мњења групе. У том случају требало би да се ревидира и првобитна концепција да је појединац изоловани објект масовних комуникација.

Када је у питању пропаганда, која има за циљ једнострано информисање, навијачко и навођење у једном циљном правцу коришћењем масовних медија, током историје XX века њени ефекти су били видљиви, нарочито у тоталитарним друштвима, али и у рату. Ноам Чомски тврди да је вишемесечна кампања у САД под председником Вудроом Вилсоном, коју је водила државна администрација, успела да преобрати јавно мњење Америке, од пацифистичког и ненаклоњеног уласку у рат у Европи, до врло расположено за укључење у рат на страни Антанте.

„Становништво је било пацифистички расположено и није видело разлог да се умеша у европски рат. Вилсонова администрација је заправо била посвећена рату и морала је да предузме нешто у вези са тим. Установили су комисију за владину пропаганду, названу Крилова комисија, која је успела за шест месеци да претвори пацифистичку популацију у хистеричну, ратно хушачку популацију са жељом да уништи све немачко, раскине Немце на комаде, крене у рат и спасе свет. То је било велико достигнуће које је омогућило напредак. Управо у то време и после рата исте технике биле су коришћене за подјаривање хистерије о црвеној опасности, која је поприлично успела да уништи синдикате и уклони такве опасне проблеме као што су слобода штампе и слобода политичке мисли. Коришћена је веома снажна подршка медија и пословног естаблишмента који је заправо организовао и изнео велики део тог веома успешно обављеног посла“ (према Чомски 2009: 9).

Чомски указује да је заправо подлога става према јавности, коришћењем масовних медија слична и у либералној демократији, истина не баш на тај начин, као и у марксистичко-лењинистичким концепцијама. Полази се од тога да постоји здравомислећа елита, која мора да наметне путем медија своје ставове становништву. Тако он полази од Волтера Липмана, за кога каже да је „перјаница америчког новинарства, главни критичар за инострану и домаћу политику и, такође, главни теоретичар либералне демократије...“. Он види у неким његовим ставовима сличност са ставовима Џона Ђуија, који је полазио од ексклузивног права „интелигентних чланова заједнице“, заправо једног политичко-интелектуалног језгра, које је „способно да сагледа суштину проблематике“ и наметне потом ставове популацији преко медија, односно „заблуделом крду“, које треба усмеравати.

Јавно мњење које је усмеравано, треба у демократском америчком систему да се определи између два или више кандидата који су већ на неки начин фаворизовани, и завршетком изборног циклуса они, дакле бирачи и грађани, постају пасивни и усмеравани од машинерије за медије и вршење власти (Чомски 2009: 11–13). Чомски у алегоријској форми, која је на моменте и сатирична, критикује медијске манипулације елите на власти, односно елите која и поред демократског циклуса и плурализма, врши функцију управљања Америком, поседујући кључни утицај у медијима.

СЛОБОДА МЕДИЈА И АЛТЕРНАТИВНИ МЕДИЈИ

Дигитализација медија, која се институционално спроводи у земљама Европске уније, а захвата и значајан део света, представља важан процес везан за савремене медије. Дигитализација медија у ЕУ се спроводи пре свега у правно-регулативној сфери, а потом и у пракси.

С друге стране, у савременим медијима је видљив значајан утицај алтернативних медија, пре свега интернета, ју туба, фејсбука, твитера и др. Пошто потрошачи преузимају већу контролу над све бројнијим избором који нуде медији, данас се на сличан начин доводи у питање контрола тржишта од стране производјача. Људи се и изван граница ранијих друштвених веза међусобно повезују у нове мреже које нуди Интернет и стварају се нове, иако виртуелне, групе и друштвене заједнице. Предвиђања њихових реакција чине се сложенијим него у прошлости. Дистрибуциона мрежа постаје све сложенија, а избори шири, те и предвиђање понашања потрошача постаје све теже: чини се да се теорија хаоса ствара као последица тога.

Веб 2.0 је назив за теорију хаоса, коју ствара непредвидљиво ширење Интернета и нових информатичких технологија у комуникологији и медијима. О томе Ричард Рук наводи у делу *Европски медији у дигиталном добу*:

„Напуштајући медијске садржаје које нуде приватне и државне корпорације, Интернет отвара простор за брзо ширење садржаја које стварају потрошачи, у које спадају преузимања и видео, уметнички и сви други облици креативности, чак и игре. Паралелан развој технологије отвореног извора омогућава појединцима и потрошачима да јачају контролу и усредсређеност на сопствене потребе за садржајима и интересовањима, а не на оне које стварају велики актери старог радио-дифузног света и издаваштва. То води бескрајним иновацијама, које су самим тим хаотичне. Све то, свакако треба сагледавати заједно с начином на који нове компаније почињу да користе активности Веб 2.0 да би повећале прилив сопствених прихода од оглашавања“ (Рук 2011: 232).

ЗАКЉУЧАК

Реално је да медије у већини држи актуелна власт, укључујући и демократски уређена друштва. Са друге стране, пожељно би било да у демократским друштвима, опозиција има утицај у медијима, као и то да разне социјалне, етничке и религијске (уколико је друштво мултинационално и мултиконфесионално, па чак и ако има само мањине) имају утицај у медијима. Један део становништва је најчешће у свим друштвима аполитичан, али би било лоше да је то већи део популације. Медији могу имати важну улогу у смањењу напетости између власти и онима којима се влада.

Најзад, истраживања јавног мњења су потврдила да јавно мњење друштва реагује у периодима социјалног и економског просперитета и спољнополитичког мира, него у временима криза. У том смислу, јавно мњење је променљива величина која изискује перманентно преиспитивање.

Претећа је опасност да мали број веома богатих у неолибералном моделу економије, држи већу концентрацију медија у рукама. Националне границе се руше, мултинационалне компаније преузимају тржишта држава и постају све више власници медија. Мали је број оних који стварају изоловану апатридску алијансу која глобални интерес изједначава са личним и корпоративним интересом својих чланова.

„Све је присутнија опасност да се пропагирају прокренуте перспективе, замењујући комуникацију наметнутом сугестијом која фабрикује мишљења, идеје и ставове јавности. Као што пекари производе хлеб и кифле, оружари топове и ракете, сељаци пшеницу или малине, тако масмедјски центри организовано производе хипнотисане масе. Критички ум се маргинализује, образовање снижава, култура банализује, а пропаганда нових учења фаворизује као императивна формула...“ (Деспотовић–Јефтовић 2010: 182–183).

С друге стране, обликује се нова парадигма владавине која политичку демократију мења сфером медиократије. Док половина светске популације живи у беди, мали број људи концентрише енормна богатства, као и утицај у медијима. Примера ради:

„Разлика између богатих и сиромашних 1930. године, била је 3:1, 1950. чак 35:1; 1992. године 72:1, 1997. невероватних 727:1, а 2008. несхватљивих 1419:1. Имовина најбогатије тројке на свету (Бил Гејтс, Алавалид Бин Талал Бин Абдулалазиз ал Салу и Фили Ф. Аншуц) већа је него национални производ 26 најсиромашнијих држава на свету узетих заједно“ (Деспотовић–Јефтовић 2010: 149).

„Медиократија“ је кључно решење да би се све уочљивије незадовољство јавности прикрило и пажња усмерила ка другим проблемима.

ЛИТЕРАТУРА

- Анић 2000: Владимир Анић, *Рјечник хрватског језика*, треће проширено издање. Загреб: Нови Либер.
- Грић 1973: Данко Грић (ур.), *Енциклопедијски лексикон, Мозаик знања*. Т. 10, Филозофија. Београд: Интерпрес.
- Даниловић–Даниловић 2018: Неђо Даниловић – Александра Даниловић. *Остваривање концепција „правне државе“ и њеног вишег квалитета „владавине права“ у савременим државама. Право 2018*. Зборник радова. Ур. Борис Кривокапић, Драган Човић, Неђо Даниловић. Београд: Пословни и правни факултет, ICIM plus. Београд – Младеновац: Пословни и правни факултет.

- Деспотовић–Јефтовић 2010: Љубиша Деспотовић – Зоран Јефтовић. *Геополитика медија, Култура пописа*. Нови Сад: Графомаркетинг.
- Димитријевић–Вучковић 2011: Предраг Димитријевић – Јелена Вучковић. *Основи медијског права*. Ниш: Свен.
- Љубић 2011: Д Љубић, *Устави и појмови права, слободе, јемства, начела, моћности и забране*. Загреб: Хрватска правна ревија.
- Николић 2010: Данило Николић, *Медијско право*, Београд: Службени гласник.
- Пек 1993: Скот Пек. *Пут којим се ређе иде*. Београд: ЈРЈ Земун.
- Перовић 2009: Слободан Перовић. *Беседе са Койаоника*. Београд: Копаоничка школа природног права.
- Пјевац 2006: Комнен Пјевац. *Политичко јавно мњење и демократија*. Београд: Службени гласник.
- Политичка енциклопедија 1975: Политичка енциклопедија. Београд: Савремена администрација.
- Правни лексикон 2007: Правни лексикон. Загреб: Лексикографски завод Мирослав Крлежа.
- Пуланцас 1981: Никос Пуланцас. *Држава, власт, социјализам*. Загреб: Глобус.
- Тадић 1996: Љубомир Тадић. *Наука о политици*. Београд: БИГЗ.
- Тадић 1998: Љубомир Тадић. *Оглед о јавности*. ФПН. Београд: Чигоја штампа.
- Фридман 1992: Милтон Фридман, *Капитализам и слобода*. Загреб: Глобус.
- Хабермас 2012: Јирген Хабермас. *Јавно мњење – истраживање у области једне категорије грађанског друштва*. Нови Сад: Mediteran publishing.
- Цапарини 2004: Марина Цапарини. *Civil society and democratic oversight of the security sector: a preliminary investigation*. Geneva: Geneva centre for the democratic control of armed forces (dcaf) working paper – No. 132.
- Црнобрња 2014: Станко Црнобрња. *Нови медији и друштвене мреже*. Појмовник. Центар за медије и комуникације. Београд: Сингидунум.
- Чомски 2009: Ноам Чомски. *Контрола медија*. Рубикон. Нови Сад: Беокњига.

Živanka M. MILADINOVIĆ BOGAVAC

Neđo S. DANILOVIĆ

THE ROLE OF FREE AND INDEPENDENT MEDIA IN DEMOCRATIC LEGITIMIZATION OF SOCIETY

SUMMARY

Besides the already existing media types, the Internet is introducing a major revolution in the media field. TV shows, films and drama can be watched through the YouTube channels. Each user of Internet can create his own content that is available to millions of visitors, and which can be consumed free of charge. The situation is the same with posts on the Internet and social network ones. In this way, the offer program disproportionately increases, which implies different manipulations. However, in the modern world, despite the exceptional technical progress, the emergence of sophisticated programs on television and other media, from scientific to practical-educational, probably the largest problem in this field lies in the privatization of the media and the concentration of ownership in the narrow circle of capital owners and multinational companies.

The program, seemingly diversified, deprives critical and even informative precise and clear roles, and prevalent entertainment and attention, from important existential and political themes. At the global level, this process is certainly affected by concrete national states that are deprived of sovereignty and a serious media concept. We are facing the danger that the critical mind is marginalized, education lowered, culture banalized, and the propaganda of new understandings is imposed as the imperative.

Key words: freedom of the media, right to information, democratic society, democracy, media influence.