

## ДРУШТВЕНА УЛОГА МЕДИЈА - КОНТРОЛА ДРУШТВЕНЕ РЕАЛНОСТИ

**Abstract:** *Through analysis of the nature and character of media practice, the paper shows that the media are basic political instrument of manipulative social control of the democratic order. Control of social reality as a fundamental social role of the media stems from the manipulative power of the media that is based in the strategies of production and control of the symbolic potential of the society. Through the production and control of the symbolic potential of the society, the media transform symbolic power in social action or absence of social action through homogenization and activate individuals and social groups in public opinion or their dispersion and breaking off in the public. Development of manipulation, control, oppression, domination and hegemony, the media becomes a product of instrumentalist mind which contributing "colonization of the lifeworld" and the development of modern society which on a rational way becoming totalitarian.*

**Key words:** *democracy, propaganda, construction of reality, representation, manipulation, communication, discourse, particular perception, public opinion, public, overproduction of information, rationalization, instrumentalization, control, totalitarian society.*

**Анстракт:** *Кроз анализу природе и карактера медијске праксе, рад показује да су медији основни политички инструмент манипулативне социјалне контроле демократског поретка. Контрола друштвене стварности као фундаментална друштвена улога медија извире из манипулативне моћи медија која почива у стратегијама производње и контроле симболичких потенцијала друштва. Кроз производњу и контролу симболичких потенцијала друштва, медији преводe симболичку моћ у друштвену акцију или у одсуство друштвене акције кроз хомогенизовање и активирање појединаца и друштвених група у јавно мњење или њихово хетерогенизовање и констернирање у јавност. Развојем манипулације, контроле, репресије, доминације и хегемоније, медији постају продукт инструменталистичког ума чиме доприносе „колонизацији свијета живота“ и развоју савременог друштва које на рационалан начин постаје тоталитарно.*

---

\* Виши асистент на социолошкој групи предмета на Факултету политичких наука Универзитета у Бањој Луци.

**Кључне ријечи:** демократија, пропаганда, конструкција стварности, репрезентација, манипулација, комуникација, дискурс, партикуларна перцепција, јавно мњење, јавност, хиперпродукција информација, рационализација, инструментализација, контрола, тоталитарно друштво.

„Не би било немогуће – када би се само довољно дуго понављало, уз одговарајуће психолошко убеђивање људи – доказати да је квадрат, у ствари, округао. Ту се ради о најобичнијим речима, а речи је могуће обликовати све док оне не сакрију право значење неке замисли.“<sup>1</sup>

### Увод: друштвена улога медија

Историја демократије је историја пропаганде.<sup>2</sup> За разлику од *тоталитарних* режима у *демократском* поретку начелно није могуће користити силу, због чега логика социјалне контроле у оваквим друштвима (углавном) и не почива на сили већ на техникама произвођења пристанка.<sup>3</sup> Пропаганда као *нова умјетност демократије* (Липман) представља „процес генерисања тачно одређених реакција публике које посљедично коинцидирају са административним становиштем – позицијом администратора који захваљујући одговарајућим информацијама може доносити одлуке рачунајући на очекиване учинке.“ Намећући људима идеолошке потребе (потребе безбједности, здравља, спорта, забаве, информисања, популарне науке и културе) које врше децентрирање објекта и инверзију фокуса пажње, пропаганда омогућава преусмјеравање друштвене енергије најширих слојева друштва као легитимацијске основе сваког демократског поретка са кључних питања, проблема и процеса на друштвене значајности. На тај начин медији обављају своју фундаменталну друштвену улогу - обезбјеђујући социјалну искљученост најширих друштвених слојева у процесу конституисања друштвеног консензуса (народ умјесто учесника постаје посматрач), омогућавају елити да полаже право на општост.<sup>4</sup>

Концепт владавине у савременом друштву реализује се кроз консензус, односно кроз структуру пристанка оних којима се влада, чиме се сам појам владања еуфемизира у концепт управљања. Због тога што нису засноване на монополу легитимне физичке принуде у циљу очувања поретка, стратегије управљања као стратегије овладавања и контроле симболичким потенцијали-

<sup>1</sup> Барсаман, Д., Чомски, Н., *Пропаганда и јавно мњење*, Рубикон, Нови Сад, 2006, стр. 168.

<sup>2</sup> О пропаганди као окосници демократије детаљније видјети: Чомски, Н., *Контрола медија. Спектакуларна достигнућа пропаганде*, Рубикон/Беокиња, Нови Сад/Београд, 2009.

<sup>3</sup> О произвођењу пристанка као инструменту медијске социјалне контроле детаљније видјети: Herman, E., Chomsky, N., *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York, Pantheon, 1988.

<sup>4</sup> Видјети: Чомски, Н., *Контрола медија. Спектакуларна достигнућа пропаганде*, Рубикон/Беокиња, Нови Сад/Београд, 2009, стр.11/16.

ма друштва, подложне су непрекидном ревидирању одакле производи потреба њиховог непрестаног стицања, допуњавања и репродуковања.<sup>5</sup> Символичка моћ као моћ дискурзивног осмишљавања стварности, показује се као способност наметања одређеног начина на који перципирамо реалност тј. такве перцепције која ће омогућити да подређене групе својевољно прихвате економску и политичку доминацију елите, односно политичке и културне вриједности доминантне групе. Отуда произилази значај идеологије као механизма одржавања постојеће констелације моћи, кроз представљање постојећих друштвених односа као природног поретка ствари.<sup>6</sup> Осмишљавање стварности путем репрезентације стварности (наметања неког модела конструкције стварности као јединог релевантног начина доживљавања стварности), означава да се борба око дистрибуције практичне друштвене моћи сада конвертује у борбу око канала симболичке моћи и уопштено категорије симболичког капитала. На тај начин симболички потенцијали друштва постају неодвојиви од друштвене структуре и феномена друштвене моћи, одакле слиједи да разумијевање политичке моћи постаје неодвојиво од процеса производње значења, социјалног искуства, друштвене конструкције субјекта и идентитета.<sup>7</sup> Отуда проистиче велика друштвена (првенствено политичка и економска) моћ медија с обзиром на улогу коју медији имају у систему производње и репродукције симболичког капитала: „Улога медија у произвођењу друштвеног консензуса састоји се у томе што медији теже да репродукују дефиниције које стварају центри моћи у институционалном друштвеном поретку.“<sup>8</sup> На тај начин медији дјелују перманентно идеолошки, будући да теже да одрже доминантни систем вриједности. Своју идеолошку функцију медији врше процесом произвођења значења, односно процесом кодирања<sup>9</sup>, којим се, путем репрезентације стварности, врши осмишљавање стварности. Масовни медији репрезентују стварност, а репрезентација ствара значење. То је процес означавајуће праксе, тј. процес производње значења кроз процес интерпретације као инструмента осмишљавања стварности. За разлику од рефлектовања које представља одражавање стварности, репрезентовање представља кориговање стварности у рефлексији, тј. активан процес апстраховања, селекције, приказивања, структурисања и обликовања преношеног значења. На тај начин медији умјесто да рефлектују стварност са њеним значењима, активно раде на томе да стварност добије значење.<sup>10</sup>

<sup>5</sup> Миливојевић, С., *Јавност и идеолошки ефекти медија*, Р.Е.Ч. Часопис за књижевност, културу и друштвена питања, Број 64/10, 2001.

<sup>6</sup> Видјети: Лоример, Р., *Масовне комуникације*, Београд, Клио, 1998, стр. 237.

<sup>7</sup> Опширније видјети: Hall, S., *Representation*, London, Sage and Open University, 1998.

<sup>8</sup> Hall, S., *Representation*, London, Sage and Open University, 1998, p. 58.

<sup>9</sup> Видјети: Hall, S., *Encoding/Decoding*, <http://books.google.com/books?id=UV3Nlo4BqllC&pg>

<sup>10</sup> Видјети: Бригс, А., Кобли, П., *Увод у студије медија*, Београд, Клио, 2005.

### Манипулативна моћ медија

Медији у масовном друштву постају непосредан и кључан агенс друштвеног живота који на одлучујући начин структурира и моделује животе појединаца. Улога медија у савременом друштву јесте да доврше разарање традиционалних форми друштвене организације (које је започело индустријализацијом и урбанизацијом) и да продукују јавност, јавно мњење, публику, тржиште и остале социјалне конструкте као референтне, доминантне и једино валидне форме друштвености. У том процесу социјалне конструкције нове друштвености медији имају улогу социјализатора који треба да допринесе упоједињавању (атомизацији) појединаца и њиховом социјалном изоловању. У стању социјалне изолације еманциповани и упоједињени појединци (еманциповани од традиције и тиме изузети из њене интегративне и кохезивне снаге, без традиционалних веза и традиционалних образаца друштвености) постају доступни манипулацији оних елита које контролишу медије и тако напоскон потпуно функционализовани према њиховим интересима.

Манипулативна моћ медија произилази како из саме природе комуникације којом медији у савременом друштву суверено владају и над којом имају апсолутни монопол, тако и из логике саме медијске комуникације.

Манипулативна моћ медија произилази из саме природе комуникације у том смислу што темељна могућност комуникације уопште произилази из универзалног семиотичког и дискурзивног поретка језика. У односу на ентропију као предсемиотичко и преддискурзивно стање перменентне неструктурираности, сама могућност комуникације произилази из регулативног процеса дискурзивног структурирања или кодирања којим се утврђују систем значења симбола и правила њиховог комбиновања. Процес кодирања или дискурзивизације тако означава апстраховање стварног стања ствари и редуковање мноштва појединачних и непоновљивих садржаја изворне стварности на универзалну и хијерархизовану структуру: дискурс треба разумијевати као насиље које чинимо над стварима, као праксу коју им намећемо, у којој догађаји дискурса налазе принцип њихове регуларности.<sup>11</sup> На тај начин сама јединица значења или симбол већ представља структуру или код - апстраховану и супституирану стварност. Будући да поредак значења или дискурс<sup>12</sup> као регулисани скуп кодова или симбола, тј. систем који структурира начин на који перципирамо реалност, произилази из међуодноса симбола и правила њиховог важења, успостављање смисла као констелације постаје дискурзивно-семиотички процес – релациони процес конструисања вјештачке структуре према моделу ентропије збиље.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Видјети: Фуко, М., *Поредак дискурса*, Карпос, Лозница, 2007, стр. 40.

<sup>12</sup> О дискурсу као поретку значења погледати: Фуко, М., *Археологија знања*, Плато, Београд, 1998, стр. 88.

<sup>13</sup> У том смислу опширније видјети: Еко, У., *Култура, информација, комуникација*, Нолит,

Манипулативна моћ медија произилази из логике саме медијске комуникације у том смислу што медијски однос представља једносмјеран друштвени однос чиме је јавност унапријед омасовљена, деперсонализована и пасивизирана те тиме редукована на публику.<sup>14</sup> Конструирајући референтну (дискурзивну) стварност која ступа на мјесто референцијалне друштвене стварности, медији производе и социјалну условљеност – културну позадину која нуди сасвим одређене интерпретативне моделе који су неопходни херменеутички оквир за коначно и правилно разумијевање емитованог смисла.<sup>15</sup> Интернализујући образац за разумијевање накнадно емитованог смисла, медији врше кодирање медијске комуникације чиме обављају перманентну идеолошку активност управљања механизмима унутрашње контроле процеса разумијевања и мотивације. Спољашња социјална контрола на тај начин постаје потпуно непотребна јер је образац контроле разумјевања и мотивације а тиме и друштвеног дјеловања претходно интернализован.

Иако, према дефиницији, јавна сфера представља социјално конструисан простор ситуиран између приватне сфере (породице и економије) и сфере јавне власти (политичке сфере); процесом медијације медији бришу границе, повезују ове сфере и премошћују њихову сингуларност на такав начин да укидају сваку аутономију предпостављених друштвених сегмената.<sup>16</sup> Иако манифестно јавност није институционално организована, она је перманентно институционално формирана – њу формирају медији који су институционално и интенционално организовани па тако јавност постаје репрезент институционалних позиција моћи.<sup>17</sup> Јавна сфера на тај начин постаје идеолошко-хегемонистички концепт који обухвата сав онај друштвени простор који је изложен утицају медија као инструмента политичке и економске хомогенизације: то је простор настао медијском конструкцијом стварности, простор који подлијеже владавини условљених интерпретативних модела и медијацији смисла те који као такав представља мобилизаторски потенцијал *par excellence* – сферу дисперзне друштвене енергије, актера и ресурса који према потреби могу бити мобилизовани или пасивизовани медијским путем на одређену социјалну акцију или на одсуство социјалне акције.<sup>18</sup>

---

Београд, 1973; Сосир, Ф., *Опита лингвистика*, Нолит, Београд, 1989; Хјелмслев, *Пролегомена теорији језика*, Загреб, 1980; Барт, Р., *Структуралистичка дјелатност*, у Бекер, М., *Савремене књижевне теорије*, Матица Хрватска, Загреб, 1999.

<sup>14</sup> О медијској комуникацији као једносмјерном процесу видјети: Кунцзик, М., Зипфел, А., *Увод у знаост о медијима и комунологију*, Фридрих Еберт Штифтунг, Загреб, 2006, стр. 19/20.

<sup>15</sup> О дискурзивном обликовању стварности путем медија видјети: Келнер, Д., *Медијска култура*, Клио, Београд, 2004.

<sup>16</sup> Видјети: Хабермас, Ј., *Јавно мњење*, Култура, Београд, 1969.

<sup>17</sup> Исто.

<sup>18</sup> О медијима као конструкторима смисла, стварности и интерпретативних модела детаљније видјети: Стрит, Џ., *Масовни медији, политика и демократија*, Факултет политичких наука, Загреб, 2003.

### Конструкција партикуларне перцепције

Можда најбољи примјер који илуструје архитектонику медијске контроле јавности јесте стара персијска прича под називом „Слон у тами“. У њој се говори о томе како је неколицини људи којима су очи повезане, речено да додирује слона и само на основу додира одгонетне шта би то могло бити. Један додирне уво и каже „лепеза“ други додирне реп и каже „о па то је конопац“, слједећи дирне ногу и каже „стуб“ и тако даље. Поука приче јесте у томе да људи дају погрешне одговоре јер немају способност посматрања цјелине.<sup>19</sup> Архитектура моћи савремене владавине почива на таквом обрасцу и техници управљања у коме ће сила моћи да се осјети али не и да се види. Сила остаје јака само у тами, кад је изложена свијетлу дана, она почиње испаравати.<sup>20</sup> Потребно је да се јавност држи у мраку, да се води рачуна о њеној искључености, да се контролише њена партикуларна перцепција и закупа пажња, јер тиме носиоци моћи стичу прилику самосталног, ничим спутаног и контролисаног креирања и спровођења политике.

Било да производе нова увјерења или појачавају постојећа<sup>21</sup>, контролу друштвене реалности као своју основну друштвену улогу медији остварују производњом и контролом партикуларне перцепције јавности. Производња и контрола партикуларне перцепције јавности означава особену култивацију перцепције грађана у складу са владајућим поретком, која представља моћан инструмент социјалне контроле који продукује пристанак на постојеће услове у друштву и тиме доприноси очувању хегемоније као један од главних идеолошких државних апарата.<sup>22</sup>

Култивација перцепције јавности састоји се у дискурзивној конструкцији перцептивног поља грађана која ће резултирати прилагођавањем њихове сфере интересовања унапријед интересно одређеном и пред-постављеном дискурзивном простору медија. Медији форсирајући тачно одређене садржаје дискурзивно организују и дефинишу опажајно поље јавности (оно што се уопште може конституисати као предмет дигиталног искуства) тако што код грађана производе и развијају сасвим одређену, ограничену и усмјерену сензибилност која је потпуно неодвојива од дискурзивног простора медија које је формира,

<sup>19</sup> Барсамиан, Д., Чомски, Н., *Пропаганда и јавно мњење*, Рубикон, Нови Сад, 2006, стр. 34/36.

<sup>20</sup> *Исто*, стр. 15.

<sup>21</sup> Произвођење нових увјерења као основну функцију медија нарочито елаборира „Теорија о максималним ефектима медија“. Појачавање постојећих увјерења као основну функцију медија нарочито елаборира „Теорија појачавајуће доктрине“. О овим теоријама опширније видјети: Миливојевић, С., *Јавност и идеолошки ефекти медија*, Р.Е.Ч. Часопис за књижевност, културу и друштвена питања, Број 64/10, 2001.

<sup>22</sup> Миливојевић, С., *Јавност и идеолошки ефекти медија*, Р.Е.Ч. Часопис за књижевност, културу и друштвена питања, Број 64/10, 2001.

тј. сензибилност која је редукована само на тачно одређено поље промовисаног друштвеног догађања и има тачно одређене услове важења.<sup>23</sup> Када се опажајно поље јавности организује и усмјерена сензибилност произведе, перцепција грађана је уједначена, структурисана и моделована на такав начин да је сфера њихових интересовања сада искључиво и неодвојиво везана за дискурзивну стварност коју производе медији, што значи да је сама могућност њихове перцептивне осјетљивости редукована на узак оквир медијски програмираних питања (тј. редукована је на дискурзивно поље медија). Медијско социјализирање као процес дискурзивног успостављања констелације смисла кроз изградњу партикуларне перцепције јавности која интенционално корелира искључиво референтној стварности медија, показује да друштвена стварност сада егзистира искључиво као хиперреалност – тј. као посљедица медијације медија. Хиперреалност као синоним доба догађаја без посљедица означава да збиља преживљава једино као формална категорија. Медији преображавају збиљу у симулацију без упоришта: збиљско постаје оно што је могуће репродуковати. Разлика између збиље и репрезентације нестаје и оставља нас у хиперреалности која је увијек и једино симулакрум.<sup>24</sup> Хиперреалност као медијски конструисана дискурзивна стварност не постоји изван самог процеса репрезентације као дискурзивног конструисања, него опстоји искључиво циркуларно унутар пред-постављеног дискурзивног поља и то тако што произвођачи медијских догађаја истовремено производе смисао који се трансцендентно тим догађајима приписује.<sup>25</sup> Унутар тако произведене хиперреалности, медији кодирају

<sup>23</sup> Приликом истраживања јавног мњења није довољно само питати зашто популација конзумира одређене медијске садржаје; много је важније поставити питање зашто медији емитују управо такве садржаје које емитују а не неке другачије. Одговор на то питање би се састојао од 4 елемента. Прво, маса је склона успостављању емоционалних а не рационалних односа а и када успоставља интелектуалне и рационалне односе, такви односи немају аналитички потенцијал, интензитет и дубину – по обиму су јакно уски а по интензитету ниски. Друго, медији савременог друштва по карактеру су масовни, што значи да маса представља њихову циљну групу. Стога, да би очували тачно одређену усмјереност пажње масе као крајњег конзумента услуга, медији у савременом друштву као масовни медији, морају емитовати „потентне емоционалне симплификације (Чомски) – дакле, упрошћене садржаје високог емоционалног и естетичког интензитета. Треће, масовни медији у савременом друштву представљају основни агенс социјализације. То значи да кроз процесе социјализације и интернализације – дакле, кроз промовисање пожељног обрасца друштвеног одношења, промовисање популарних облика друштвеног дјеловања, промовисања популарних личности као основних модела идентификације те интернализацију калкулабилних и пожељних културних вриједности - медији конструишу савремени идентитет. Четврто, савремено друштво је програмирано друштво (Турен, Манхајм), што значи да се друштвени односи не успостављају спонтано и непосредно, него су руковођени, планирани и контролисани из центра тј. са позиција моћи и посредовани категоријама новца, моћи, утицаја и популарности. На тај начин се проблеми моћи као основне противрјечности друштвене структуре транспонују са економског на друштвено-организациони план: они више не почивају у економији него у организовању социо-културних услова друштвеног живота посредством система информисања и образовања.

<sup>24</sup> Видјети: Бодријар, Ж., *Симулација и збиља*, Загреб, 2001.

<sup>25</sup> Медијска порука не преноси смисао него га ствара, јер унутар циркуларно успостављене дискурзивне стварности медија само извјештавање о догађају већ јесте догађај и то прије и више

перцепцију на такав начин да се виртуелно опажа као стварно, односно конструишу симулацијски перцептивни ситем у коме се анулира разлика између илузије и стварног. Преовлађујући утисак да је виртуелно заправо стварно, основна је полуга моћи умјетничког диживљаја,<sup>26</sup> јер на нивоу неуролошког нема разлике између симулације и стварности: „Симулација неког чина је, у мозгу, исто што и његово извођење [...] осим што је стварно извођење на неки начин блокирано“.<sup>27</sup> Могућност анулирања разлике у перцепцији стварног и виртуелног долази отуда што се емоционални садржаји као окосница виртуелне стварности преносе *можданим ниским путем* тј. системом неуронских кола који дјелује аутоматски испод аналитичког прага свијести.<sup>28</sup> Арטיפицијелно дјелује као природно: осјећај стварности илузије хвата у замку зато што мозак реагује на илузију и имагинарне сценарије на исти начин као и на стварне, због чега имагинарно има биолошке посљедице.<sup>29</sup> Како колективно невјесно као дубинска психичка структура представља заједничку и истовјетну емоционалну основу мноштва појединаца (Јунг) организовање и координирање мноштва појединаца на заједничку и усаглашену друштвену реакцију постаје могуће произвођењем психологије гомиле (Ле Бон) путем поништавања виших као индивидуалних слојева личности кроз активацију заједничке структуре као истовјетне емоционалне основе (Фројд). То се постиже механизмом *неуронске конвергенције* као процесом покретања истовјетног низа асоцијација који ће резултовати по смислу уједначеном реакцијом мноштва. Виртуелна стварност кореографише истовјетну игру у свим посматрачима на тај начин што конзументи емитованих порука заједно учествују у неутронској марионетској представи тако да све што се деси у мозгу једног, дешава се редом и у мозговима осталих.<sup>30</sup> *Неурони огледала* пресликавају истовјетну информацију од онога што управо видимо на наше *моторне неуроне* и тако омогућава учествовање у радњама друге особе као да и сами изводимо исте.<sup>31</sup> На тај начин се остварује неуролошки, емоционални и мотивацијски синхронизитет, што напосљетку

---

него догађај о коме се наводно извјештава. О медијима и медијским порукама као креаторима смисла видјети: Милојевић, А., *Медиј је порука, СМ - Часопис за управљање комуницирањем*, Број 2, Година 2, 2007, стр. 95/118.

<sup>26</sup> Големан, Д., *Социјална интелигенција. Нова наука о људским односима*, Геопоетика, Београд, 2007, стр. 29.

<sup>27</sup> *Исто*, стр. 48.

<sup>28</sup> *Исто*, стр. 26.

<sup>29</sup> Наиме, што је неки догађај упечатљивији то више пажње мозак ставља у погон. Два чиниоца која појачавају реакцију мозга на сваку виртуелну стварност јесу *сензорна гласност* и *емоционално јаки тренуци*. Ови елементи изазивају надражај таквог интензитета да производе биолошке посљедице – понашање као као психо-биолошку реакцију. Опширније видјети: Големан, Д., *Социјална интелигенција. Нова наука о људским односима*, Геопоетика, Београд, 2007, стр. 26/67.

<sup>30</sup> Големан, Д., *Социјална интелигенција. Нова наука о људским односима*, Геопоетика, Београд, 2007, стр. 29

<sup>31</sup> *Исто*, стр. 48



кулминира координираном друштвеном акцијом или одсуством друштвене реакције као основном политичком функцијом процеса конструисања референтне друштвене стварности.

Политичка функција конструисања референтне друштвене стварности медија састоји се у произвођењу партикуларне перцепције грађана која резултује њиховом активацијом у јавно мњење или констернирањем у јавност. Активација у јавно мњење наступа кроз социјално интегрисућу и хомогенизујућу функцију медија, јер организована и колективна друштвена акција произилази као резултат повезивања појединаца око заједничке вриједности. Констернирање у јавност или пак произвођење одсуства друштвене акције, наступа кроз социјално дезинтегрисућу функцију медија, јер производећи стање социјалног аутизма медији обликују социјално изоловане појединце који управо због социјалне искључености нису способни за координирану друштвену акцију.

Табела 1. Друштвена улога медија

<b>ДРУШТВЕНО СТАЊЕ КОЈЕ СЕ ЖЕЛИ ПРОИЗВЕСТИ</b>	<b>ФУНКЦИЈА МЕДИЈА</b>	<b>АКЦЕПТО- ВАНА ВРИЈЕД- НОСТ</b>	<b>КАТЕГО- РИЈА НА КОЈУ СЕ ДЈЕЛУЈЕ</b>	<b>ПРИМЈЕР ИНСТРУ- МЕНТА СОЦИЈАЛНЕ КОНТРОЛЕ</b>
Социјални активизам	Интегри- шућа	Колекти- визам	Појединац	Говор мржње, страх од тероризма и сл.
Социјални пасивизам	Дезинтегри- шућа	Индивидуа- лизам	Друштвена група	Секулари- зација, либерализам, лична права и слободе и сл.

Дакле, зависно од политичке потребе, партикуларна перцепција грађана се може колективизацијом свијести (путем произвођења заједничке потребе, заједничког интереса, заједничке вриједности, заједничке опасности, заједничког непријатеља итд.) хомогенизовати и усмјерити у јавно мњење – дакле организовану друштвену реакцију. Такође, партикуларна перцепција грађана се може индивидуализацијом свијести (наглашавањем индивидуалних потреба, интереса и вриједности) хетерогенизовати и распршити у јавност – дакле у одсуство друштвене акције. На тај начин се контролисана (партикуларна) перцепција грађана директно преводи у друштвену акцију или у одсуство друштвене акције.

### Хиперпродукција информација као инструмент социјалне контроле

Производњу и контролу партикуларне перцепције јавности као своју латентну функцију, медији врше путем хиперпродукције информација. Хиперпродукцију информација као инструмент социјалне контроле прво су учили британски обавјештајци у Другом свјетском рату као принцип „превише информација смета а не користи“. Овај феномен, кодног назива *феномен расплаканог вука*<sup>32</sup> указао је на вишак информација као на основни разлог промашаја у раду обавјештајних служби: „У савременим друштвеним околностима, у којима постоји толико извора информација на сваком углу, главни проблем није недостатак информација, него засипање информацијама од којих обичан грађанин или привредни субјект, једноставно не може више ништа да види. Засипањем информацијама постиже се ентропијски ефект у самом процесу обавештавања, тј. долази до *обавештајног слепила*.“<sup>33</sup>

Ентропијски ефект у самом процесу информисања настаје као последица деконтекстуализације информација усљед производње све веће количине информација и све веће брзине у преносу информација.<sup>34</sup> Како је дискурзивна стварност медија еманципована од референцијалне друштвене стварности (Бодријар), тако процес информисања постаје саморефлексиван и самореферцијалан – информације о догађајима нису информације о збиљским догађајима као таквим него интерпретације збиљских догађаја које су дате кроз интерпретацију неких претходних информација. Информације које информишу већ представљају интерпретације претходних информација и то интерпретације унутар егзистирајућег и чврсто етаблираног медијског дискурса. То нарушава изворну кохеренцију стварности о којој се извјештава јер само увлачење збиљског догађаја у медијски дискурс значи филтрирање збиље према начелима медијског субјекта, те отуда сама информација чим је конституисана већ је нетачна јер одражава (репрезентује) својства медијског субјекта а не догађаја на који се номинално односи. На тај се начин, процес медијског информисања онтолошки разоткрива као субјективна конструкција (конструкт медијског система) која

<sup>32</sup> Детаљније видјети: Фатић, А., *Истине и заблуде о ефектима обавештајног рада*, Ревија за безбедност, Број 9, Београд, 2008, стр. 31.

<sup>33</sup> Фатић, А., *Модалитети обавештајног рада*, Ревија за безбедност, Број 3, Београд, 2007, стр. 18.

<sup>34</sup> Гранично убрзање глобалних информација јесте први потез информатичког рата – стварање нове логистике кибернетичке контроле знања кроз изградњу јединственог тржишта као војне стратешке димензије у области „трансфера информација“. Информатички рат кроз свеопшту генерализацију протока информација успоставља глобалну контролу која не смјера више злочину против материје, уводу у метафизички рат између стварног и могућег (Атомска бомба); нити пак кибернетској контроли политике (Информатичка бомба), већ потпуном укинућу самог начела сваког индивидуализованог облика живота (Демографска бомба). Видјети: Вилирио, П., *Информатичка бомба*, Светови, Нови Сад, 2000, стр. 123 и даље.

нема никакве везе са објектом, него са самом логиком интерпретације догађаја као контекстом – непосредним односом између интерпретација у коме је заснован сам субјект информисања за разлику од посредног и номиналног односа према објекту информисања. Отуда, процес информисања постаје семиотички процес деконтекстуализације информација: информације се односе искључиво на друге информације а овакве информације „слободне од свог контекста“ егзистирају као систем неповезаних порука који је изгубио своје значењско заље и постао инструмент разарања смисла и редукције свих значења на плитки једнодимензионални хиперпростор.<sup>35</sup>

За разлику од преиндустријског и индустријског друштва у којима влада информатичка оскудица и гдје прибављање потребних информација представља основ политичке моћи; у информатичком друштву као друштву хиперпродукције информација, политичка моћ се састоји не у прибављању него у дистрибуцији информација.<sup>36</sup> Због тога, у савременом друштву основна функција хиперпродукције информација на колективној равни постаје социјална контрола друштвеног дјеловања друштвених група и јавности кроз дистрибуцију информација, а на индивидуалној равни основна функција хиперпродукције информација постаје социјална контрола појединаца и њиховог друштвеног дјеловања кроз прогресивно умањење аналитичких способности јединке.

Будући да је савремено друштво масовно и информатичко, отуда произилази да се оно заснива на масовним техникама социјалне контроле информација као основних производних снага.<sup>37</sup> С обзиром да у информатичком друштву, због информатичке револуције, директна контрола информација није могућа,<sup>38</sup> пракса социјалне контроле у савременом друштву се успоставља посредно и манипулативно кроз феномен „зависне партиципације“ (Турен) као пракса друштвене контроле кроз дистрибуцију информација. Уколико посједовање информација омогућава одлучивање, онда форма „зависне партиципације“ као савремене алијенације, пружа могућност адекватне социјалне контроле у епоси савремености, јер непосједовање потпуних информација истовремено значи социјалну искљученост и начелну немогућност партиципирања у систему одлучивања.<sup>39</sup> Будући да хиперпродукција информација има такве

<sup>35</sup> Келнер, Д., *Медијска култура*, Клио, Београд, 2004, стр. 391.

<sup>36</sup> Упоредити: Витковић, Б., *Информацијско преоптерећење: концептуални оквир структуре истраживања*, СМ - Часопис за управљање комуницирањем, Број 4, Година 2, 2007, стр. 25.

<sup>37</sup> О масовном друштву као друштву масовних техника социјалне контроле видјети: Манхајм, К., *Дијагноза нашег времена*, Mediterran Publishing, 2009, стр. 18 и даље.

<sup>38</sup> Френсис Фукујама у дјелу *Наша постхумана будућност*, говорећи о значају науке за одвијање универзалне повијести те повезаности политике и технике, наводи да је настанак персоналног рачунара и других облика јефтине информатичке технологије изазвао слом тоталитарних империја (при том мисли на Совјетски Савез), јер тоталитарна владавина зависи од способности режима да одржи монопол над информацијама. Видјети: Фукујама, Ф., *Наша постхумана будућност*, ЦИД, Подгорица, 2004, стр. 9/14.

<sup>39</sup> Видјети: Турен, А., *Постиндустријско друштво*, Глобус, Загреб, 1980.

техничке могућности које осигуравају да људи током информисања добију оне информације које се од њих очекује да посједују а не оне које би они сами хтјели имати, онда се путем информација може контролисати смјер дјеловања појединаца и друштвених група као и његове резултујуће последице, јер људи поступају у складу са добијеним информацијама због чега резултати њиховог дјеловања постају предвиђени и планирани а друштвени односи програмирани.<sup>40</sup> Програмирано друштво није друштво експлоатације већ друштво алијенације. За разлику од индустријског друштва кога карактерише експлоатација која изражава економски однос, програмирано друштво карактерише алијенација која изражава друштвени однос.<sup>41</sup> За разлику од индустријског друштва у коме је поредак моћи био структуриран и репродукован кроз организацију рада у производњи (капитал-однос), у програмираном друштву поредак моћи је заснован на управљању производним и информационим апаратом, односно контроли над социо-културним начином организације друштвеног живота.<sup>42</sup> Отуда се у циљу масовне социјалне контроле производи „вишак“ информација, ставова и погледа којима се преко масовних медија „затрпава“ јавност и тиме иста онемогућава у организовању и дјелању: јавност не стиже ништа да провјери, да сазна, да се оријентише, да изрази своје ставове, да искористи канале јавног мњења и тиме адекватно и правовремено реагује. На тај начин, центри моћи и власти користе овакву могућност дезинформисања јавног мњења чиме га по потреби чине проактивним или констернираним. Елита, вршећи овакав суштински утицај на јавно мњење, на његово формирање и обликовање, те усмјеравајући га према својим интересима и мотивима, задржава компаративну предност као предност у правовременом посједовању информација, чиме одржава клас(ич)ни образац моћи: на једној страни елите и центри моћи увијек имају „праву информацију у правом тренутку“ док на другој страни маса увијек и стално изнова не може да доспије до корисних информација у одговарајућем тренутку, а и када дође до информација (уколико уопште и дође) те информације су неповратно застарјеле па је и акција масе - акција са суштинским закашњењем.

На индивидуалној равни основна функција хиперпродукције информација јесте социјална контрола појединаца и њиховог друштвеног дјеловања кроз прогресивно умањење аналитичких способности јединке<sup>43</sup> са

<sup>40</sup> У том смислу се о савременом друштву може говорити као о планираном и програмираном друштву. Видјети: Манхајм, К., *Дијагноза нашег времена*, Mediterran Publishing, 2009, стр. 18 и даље. Такође и : Турен, А., *Социологија друштвених покрета*, Радничка штампа, Београд, 1983, стр. 12/57.

<sup>41</sup> Турен, А., *Социологија друштвених покрета*, Радничка штампа, Београд, 1983, стр. 33.

<sup>42</sup> Турен, А., *Социологија друштвених покрета*, Радничка штампа, Београд, 1983, стр. 36.

<sup>43</sup> Како истиче Постман, филозофске мисли се не могу преносити димним сигналимa, па тако ни телевизија не може бити медиј аналитичког мишљења. О критици информатичког преоптерећења савременог друштва детаљније видјети: Постман, Н., *Amusing Ourselves to Death*, 1985; *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, 1993.

тенденцијом коначне редукције друштвеног дјелања (*action*) на друштвено понашање (*behavior*).<sup>44</sup> Брзина и количина информација којима су просјечни грађани савременог друштва свакодневно и непрестано изложени, производе такву акумулацију утисака који се унутар постојеће искуствене структуре (свијести) не могу операционализовати. Повећани притисак разноликих искуствених садржаја који се унутар постојећег искуственог оквира не могу типизирати (Шиц), изазивајући осјећај збуњености, дезорганизованости и контрадикторности; доводи до преоптерећења нервног система који на овај појачани притисак реагује као на облик угрожености и то блокадом аналитичке функције мозга што у потпуности умањује објашњавалачки досег свијести. Услјед превеликог обима, броја и интензитета надражаја, наступа социјална дисфункционалност појединаца као коначна посљедица/функција хиперпродукције информација: да би се заштитио од психо-патолошког стања нервни систем појединаца реагује искључењем основне функције свијести изазивајући тако као нежељену посљедицу социо-патолошко стање: стање пасивности, апатије, безвољности, губитка иницијативе, стање у коме људи постају пријемчљиви за било који облик манипулације и подобни за било који облик манипулативног понашања.

### Закључак: постиндустријско као тоталитарно друштво

Постиндустријско друштво, одређено процесом рационализације (који је материјализован у форми непрекидног револуционирања информативне технологије као централне производне снаге), не може избјећи опасност ентропије рационалности. Рационализовању као проширењу друштвених подручја која подлијежу мјерилима рационалног одлучивања<sup>45</sup> припадају и медији са својом манифестном функцијом информисања путем које се индиректно остварује и њихова латентна функција - производња истовјетне структуре разумијевања и осјећања припадника истог културног контекста која путем продукције истовјетног система вриједности и мотивације омогућава једнообразно дјеловање према императивима владајућег тоталитарног концепта. Структуришући савремени идентитет кроз обликовање мишљења и дјеловања те преузимајући улоге које су традиционално приписиване митовима и ритуалима (интегрисање појединаца у друштвени поредак, величање доминантних вриједности, постављање интерпретативних модела и сл.), медији разрјешавају друштвене противрјечности на исти начин на који је Клод Леви Строс описао функције традиционалног мита: они стварају митологију која идеализује

<sup>44</sup> Док друштвено дјелање представља свјесну, самосталну, интенционалну, и одговорну радњу, друштвено понашање представља изнуђену биолошко-психолошку реакцију на неки надражај из кога је искључена свијест. У том смислу погледати: Хабермас, Ј., *Објективистичке и субјективистичке поставке теорија друштвених наука*, у Спасић, И. *Интерпретативна социологија*, ЗУНС, Београд, 1998, стр. 176/177.

<sup>45</sup> Хабермас, Ј., *Техника и знаност као идеологија*, Школска књига, Загреб, 1986, стр. 53.

савремене вриједности и институције, славећи тако етаблирани начин живота.<sup>46</sup> Вршећи производњу интерпретативних модела, медији производе шаблонске садржаје редуковане на идеално-типски модел публике, који као такви имају моћ дисперзије до најширег аудиторijума. Путем моћи, новца, ефикасности, популарности и утицаја, односно популаризацијом вриједности *система* које структурирају укупна вриједносна мјерила јавности; медији производе масовни идентитет као идеолошки израз савременог друштва. Кроз умањење аутономије појединаца у односу на колективитете, субординирање приватног у корист јавног, кроз деприватизацију слободног времена и деперсонализацију личности, медији намећу инструменталну рационалност као императив свеукупног друштвеног одношења, чиме трајно аналирају простор у коме је почивао еманципаторски потенцијал личности. На тај начин доприносећи пенетрацији инструменталног дјелања из *система* у *свијет живота*, медији заправо доприносе општој тенденцији рационализације као *колонијације свијета живота* (Хабермас), чиме се потенцијално еманципативна моћ медија трансформише у фактор друштвеног отуђења.

Како је то примјетио Хабермас, рационализацијом се не остварује *рационалност* као таква, него се у име рационалности намеће одређена форма политичке владавине која цјелокупност друштвених интереса изузима од рефлексije и умне реконструкције.<sup>47</sup> Отуда, појам техничког ума већ је и сам идеологија,<sup>48</sup> из чега консеквентно слиједи да је и сам појам медијског ума већ циничан,<sup>49</sup> односно да је медијски дискурс и сам већ хегемонистички. Одређени циљеви и интереси неког система хегемоније нису тек накнадно и споља наметнути концепту информисања - они улазе у конструкцију саме дискурзивне стварности медија.<sup>50</sup> Доминантни хегемонистички концепт бива репродукован кроз системе образовања и информисања – дакле, подређивањем индивидуа под политичке, економске и културне обрасце организовања социо-културног живота<sup>51</sup> који производе послушног грађанина путем различитих техника: конструкцијом перформативног идентитета, продукцијом калкулабилног система вриједности, идентификацијом са друштвено пожељним типом личности и социјализацијом према начелима устаљене организације друштва, интернализацијом конфликта, деперсонализацијом личности, деприватизацијом слободног времена и сл.

<sup>46</sup> Детаљније видјети: Келнер, Д., *Медијска култура*, Клио, Београд, 2004, стр. 392.

<sup>47</sup> Хабермас, Ј., *Исто*, стр. 54.

<sup>48</sup> *Исто*.

<sup>49</sup> Видјети: Слотердијк, П., *Критика циничног ума*, Глобус, Загреб, 1992.

<sup>50</sup> Медијски учинак се испољава кроз конструисање трајног и дугорочног интерпретативног модела унутар пројекта осмишљавања реалности. Медијација смисла тако дјелује идеолошки – промовише извјесан дискурс као поредак значења који конституише појам здраворазумског као најзначајнију идеолошку и политичку категорију будући да сам појам здраворазумског већ искључује аналитички потенцијал перцепције.

<sup>51</sup> Видјети: Турен, А., *Социологија друштвених покрета*, Радничка штампа, Београд, 1983, стр. 36.

Конструкцијом *перформативног идентитета*<sup>52</sup> као стратегијом *отвореног друштва* израђује се *отвореност* као брисани простор савременог друштва у коме идентитет настаје као резултат пројекција моћи самог система. Моћ пројектује идентитет тако што га уписује у претходно обрисан простор – простор друштвене интеракције еманциповане од континуитета, смисла и личности. Као такав, перформативни тип идентитета већ јесте уграђен у саму срж логике доминације.<sup>53</sup> Продукцијом калкулабилног система вриједности друштвену афирмацију задобијају процеси стандардизације, формализације, квантификације и конвертибилности чиме се култура као референтни оквир процеса идентификације индиректно ставља у службу ауторитета.<sup>54</sup> Идентификацијом са друштвено пожељним типом личности и социјализацијом према начелима устаљене организације друштва врши се конформистичка стандардизација у репродукцији базичних образаца искуства и дјеловања чиме се ствара темељ временског и просторног трајања одређеног социо-културног поретка.<sup>55</sup> Интернализацијом конфликта врши се појачана социјална интеграција и кохезија социјално депривираних слојева као носилаца негативне друштвене енергије и најшире легитимацијске основе сваког политичког поретка. Социјално депривирани слојеви због своје социјалне маргинализованости и социјалне искључености не партиципирају у систему на афирмативан начин, те је стога, са становишта функционалног очувања система, неопходно њихову по систем негативну друштвену енергију сублимирати и трансформисати, те је тако на посредан начин контролисати. То се постиже вриједносном идентификацијом појединачних ауторитета са неком системском или колективном вриједношћу (државом, нацијом, културом, историјом, слободом и сл.), односно носилаца ауторитета са самим системом, чиме се потенцијална негативна друштвена акција превентивно сузбија јер је већ унапријед идентификована и интерпретирана као напад на сам систем и колективитет. Тим путем се врши децентрирање објекта и инверзија фокуса негативне друштвене енергије маргинализованих појединца, друштвених група и слојева – због вриједносне идентификације појединачних носилаца ауторитета са колективном вриједношћу (која је по

<sup>52</sup> Појам перформативности овдје употребљавамо у значењу које му је дао Лиотар – мјерљива ефикасност са становишта неког система у смислу input/output. Видјети: Лиотар, Ж.Ф., *Постмодерно стање, Извјештај о знању*, Ибис графика, 2005, стр. 12. У том смислу појам *перформативног идентитета* треба да означи економски прагматизовани тип идентитета који је на ефикасан начин укључен у репродукцију тржишта као окоснице савременог економског система.

<sup>53</sup> Опширније видјети: Ђукић, Н., Шијаковић, И., *Социјална контрола идентитета*, Оригинални научни рад, УДК 316.32:323.1, „Политеиа“, Научни часопис Факултета политичких наука у Бањој Луци за друштвена питања, Година I, број 1, Факултет политичких наука, Бања Лука, 2011., стр. 107/120.

<sup>54</sup> Опширније видјети: Ричер, Ж., *Мекдоналдизација друштва. Истраживање мијењајућег карактера савременог друштвеног живота*, Наклада Јасенски и Турк, Загреб, 1999.

<sup>55</sup> Опширније видјети: Ђукић, Н., Шијаковић, И., *Социјализација као механизам социјалне контроле*, Оригинални научни рад, УДК: 316.614.2, „Социолошки годишњак“, Часопис социолошког друштва Републике Српске, број 6, Пале, 2011, стр. 23/39.

правилу фундаментална, предпостављена и стога неупитна), социјално искључени и депривирани слојеви постају онемогућени у проналажењу спољашњих (системских и друштвених) разлога негативности свога положаја и почињу сами себе окривљавати за властиту социјалну депривираност. На тај начин се у циљу очувања социјалног мира, механизмом интернализације конфликта, постојећи конфликт, настајућа конфликтна ситуација, растућа социјална напетост или пак негативна друштвена енергија, преусмјерава са врха система на дно система и тако преноси са друштвене на индивидуално-психолошку раван. Деперсонализацијом личности и деприватизацијом слободног времена укида се моћ трансцендирања и трансформације постојећих односа доминације. Наиме, за разлику од прединдустријског друштва у коме се рад прилагођава обичајима и традицији, због чега је рад неефикасан али сврховит; у индустријском као и у постиндустријском друштву, због развијене подјеле рада долази до обрнутог процеса – вријеме, традиција, обичаји и сл. се прилагођавају раду, због чега рад постаје ефикасан али отуђен. Због тога се сврховитост рада тражи ван рада, одакле произилази еманципаторски и трансформаторски потенцијал слободног времена као подручја циљева и сврха (*свијета живота*). Међутим, како начин употребе слободног времена директно зависи од положаја у процесу производње, отуђен положај маса у процесу производње узрокује отуђен начин кориштења слободног времена у виду масовне појаве, за разлику од привилегованог положаја елите у процесу производње, који омогућује елитама кориштење слободног времена у виду доколице за уживање у благодатима друштвено-привилегованог положаја.<sup>56</sup> На тај се начин економска констелација моћи у радном времену на релацији најамни рад-капитал, кроз медије као фактор социо-културне организације друштвеног живота конвертује и у слободно вријеме, чиме се личност деперсонализује а слободно вријеме деприватизује тј. укључује у директну репродукцију друштвеног односа доминације.

Контрола, репресија, доминација и хегемонија као продукти инструменталистичког ума постају тако интринсична и ендогена својства саме свијести становништва савременог друштва које на рационалан начин постаје тоталитарно.

## Литература

- Барсамиан, Д., Чомски, Н., *Пропаганда и јавно мњење*, Рубикон, Нови Сад, 2006.
- Бале, Ф., *Моћ медија*, Клио, Београд, 1997.
- Бодријар, Ж., *Симулација и збиља*, Загреб, 2001.
- Бодријар, Ж., *Симулакруми и симулација*, Светови, Нови Сад, 1991.
- Бригс, А., Колби, П., *Увод у студије медија*, Клио, Београд, 2005.

<sup>56</sup> Опширније видјети: Милошевић, Б., *Умеће рада*, Прометеј, Нови Сад, 2004, стр. 75. и даље.



- Бретон, Ф., *Изманипулисана реч*, Клио, Београд, 2000.
- Бригс, А., Берк, П., *Друштвена историја медија*, Београд, Клио, 2006.
- Витковић, Б., *Информацијско преоптерећење: концептуални оквир структуре истраживања*, СМ - Часопис за управљање комуницирањем, Број 4, Година 2, 2007.
- Вирилио, П., *Информатичка бомба*, Светови, Нови Сад, 2000.
- Влајки, Е., *Игре друштвеног комуницирања*, Младост, Београд, 1984.
- Влајки, Е., *Увод у комуницирање постмодернизма*, ФПДН, Бања Лука, 2007.
- Вуксановић, Д., *Филозофија медија: онтологија, естетика, критика*, Чигоја штампа, Београд, 2007.
- Големан, Д., *Социјална интелигенција. Нова наука о људским односима*, Геопоетика, Београд, 2007.
- Ђукић, Н., Шијаковић, И., *Социјална контрола идентитета*, Оригинални научни рад, УДК 316.32:323.1, „Политеиа“, Научни часопис Факултета политичких наука у Бањој Луци за друштвена питања, Година I, број 1, Факултет политичких наука, Бања Лука, 2011.
- Ђукић, Н., Шијаковић, И., *Социјализација као механизам социјалне контроле*, Оригинални научни рад, УДК: 316.614.2, „Социолошки годишњак“, Часопис социолошког друштва Републике Српске, број 6, Пале, 2011.
- Ериксен, Т.Х., *Тиранија тренутка: брзо и споро време у информационом друштву*, Библиотека XX век, Београд, 2003.
- Еко, У., *Култура, информација, комуникација*, Нолит, Београд, 1973.
- Кастелс, М., *Информацијско доба: економија, друштво и култура*, Голден маркетинг, Загреб, 2000.
- Кастелс, М., *Интернет Галаксија – размишљање о интернету, пословању и друштву*, Наклада Јасенски и Турк, Загреб, 2003.
- Кин, Ц., *Медији и демократија*, Филип Вишњић, Београд, 1995.
- Коковић, Д., *Друштво и медијски изазови: увод у социологију масовних комуникација*, Филозофски факултет, Нови Сад, 2007.
- Келнер, Д., *Медијска култура*, Клио, Београд, 2004.
- Кунцзик, М., Зипфел, А., *Увод у знаност о медијима и комунологију*, Фридрих Еберт Штифтунг, Загреб, 2006.
- Лакроа, М., *Идеологија новог доба*, Клио, Београд, 2001.
- Ле Коадик, И.Ф., *Наука о информацијама*, Клио, Београд, 2005.
- Лемиш, Д., *Деца и телевизија*, Клио, Београд, 2008.
- Лоример, Р., *Масовне комуникације*, Клио, Београд, 1998.
- Лиотар, Ж.Ф., *Постмодерно стање, Извјештај о знању*, Ибис графика, 2005.
- Манхајм, К., *Дијагноза нашег времена*, Mediterran Publishing, 2009.

- Маркузе, Х., Човјек једне димензије, Веселин Маслеша, Сарајево, 1968.
- Милошевић, Б., *Умеће рада*, Прометеј, Нови Сад, 2004.
- Миливојевић, С., *Јавност и идеолошки ефекти медија*, Р.Е.Ч. Часопис за књижевност, културу и друштвена питања, Број 64/10, 2001.
- Милојевић, А., *Медиј је порука, СМ - Часопис за управљање комуницирањем*, Број 2, Година 2, 2007.
- Мек Квејл, Д., *Увод у социологију масовних комуникација*, Глас, Београд, 1976.
- Мек Квејл, Д., *Социологија масовних медија*, Глас, Београд, 1976.
- Меклуан, М., *Познавање опитила човекових продужетака*, Просвета, Београд, 1971.
- Norris, P. A., *Virtuous Circle: Political Communication in Post-Industrial Democracies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.
- Постман, Н., *Amusing Ourselves to Death*, 1985.
- Постман, Н., *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, 1993.
- Прајс, С., *Изучавање медија*, Клио, Београд, 2011.
- Радојковић, М., *Савремени информационо-комуникациони системи*, ЗУНС, Београд, 1984.
- Радојковић, М., Ђорђевић, Т., *Основи комуникологије*, Чигоја штампа, Београд, 2005.
- Радојковић, М., Стојковић, Б., *Информационо-комуникациони системи*, Клио, Београд, 2004.
- Ремондино, Е., *Телевизија иде у рат*, Клио, Београд, 2002.
- Рицер, Ж., *Мекдоналдизација друштва. Истраживање мијењајућег карактера савременог друштвеног живота*, Наклада Јасенски и Турк, Загреб, 1999.
- Спасић, И. *Интерпретативна социологија*, ЗУНС, Београд, 1998.