

Mediji kao instrument moći i/ili sredstvo kontrole vlasti i moći

Sažetak



U ovom tekstu bavim se pitanjem koliko su mediji sa jedne strane instrument i izvor moći, a sa druge strane sredstvo i mehanizam ograničavanja vlasti i moći. Brojni teoretičari moći ukazali su na dimenzije uveravanja, ubeđivanje, indoktrinacije, medijska manipulacije i propagande kao procesa sticanja ili ispoljavanja moći. Mediji igraju ključnu ulogu u ovim procesima. Od prvobitne uloge medija da se predstave program i kandidati i da se informišu građani, danas se pomeraju granice pa se sve više govori o „upravljanju ustiscima“, „konstrukciji stvarnosti“ i „proizvodnji pristanka“, skretanju ili odvratanju pažnje od pojedinih važnih pitanja (spinovanje). Mediji su bili i ostali značajano sredstvo u kreiranju značenja. Danas nije važno samo pitanje dostupnosti i širenja informacija, već i njihova interpretacija. Mediji su osnov kritike i kontrole vlasti, ali uvek i važna tačka oslonca svake vlasti. Mediji mogu biti i partneri u oblikovanju javnog dobra, sredstvo demokratizacije, ali istovremeno i propagande i manipulacije. Novinari su, sa jedne strane, „nadzorno telo“, „čuvari“ (*watchdog*), a sa druge strane, oni su u funkciji promocije, reklame i afirmisanja određenih političkih aktera. Od profesionalizma i etike novinarskog poziva zavisi na koju stranu će ovaj poziv prevagnuti. Mediji teško mogu delovati izvan sfere politike, a politika sve teže može delovati bez medijskog posredovanja. I političari idu tamo gde su mediji i mediji idu tamo gde su političari. Političari koriste medije a mediji političare. I jedni i drugi na putu do većine sve češće podilaze najnižim ukusima. Mediji imaju sve veću moć a sve manju odgovornost. Ako smo svesni svega ovoga, onda ćemo lakše i opreznije da koristimo mogućnosti kao konzumenti, kupci, potrošači i građani. Birači, naizgled, sve drže u svojim rukama, ali su izgubili moć. Građanima i braćima se stvara privid moći, dok se njihova uloga i moć smanjuje.

Ključne reči



mediji, moć, javnost, proizvodnja pristanka, kreiranje značenja, politika, demokratija

* Autor je redovni profesor Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, E-mail: slavisa.orlovic@fpn.bg.ac.rs

1. Mediji kao izvor i instrument moći

Moć je određena vrsta večne opsesije ljudi uključenih u polje politike. Jedni su opsjednuti načinom kako moć dosegnuti, steći i širiti, a za druge je važno kako moć obuzdati, ograničiti i postaviti u određene okvire i pravne norme. Čitava politička delatnost razapeta je između tajnosti i javnosti. Ovo naročito važi za pitanja vlasti i moći. Moć je oduvek obavijena mističnošću i velom tajne. Od najstarijih verovanja uvreženo je mišljenje da moć ima božansko poreklo. Iz tog razloga, moć obično prate magijska svojstva, nevidljivost, nedokučivost i nedodirljivost, ali i razne svetkovine i rituali. Manifestacioni oblici moći su komandovanje, nasilje, zastrašivanje, ubeđivanje, uveravanje, privlačenje, harizma, ugled, prestiž, glamur, slava. Jedno od nastojanja onih koji imaju vlast ili moć je da se nametne određena slika sveta, određena predstava, i da se svet prilagodi toj slici. Franc Nojman, naglašava da „...politika – a time i istorija nije puka borba grupa moći za moć, nego pokušaj da se svijet oformi prema određenoj slici, da mu se nametne vlastita namera *politika isto tako* i borba ideja i borba za moć” (Nojman, 1974:71). Za Karela Kosika, politika je „igra za moć i igra sa moći” (Kosik, 1983:10, prema Čupić, 1990:40). Strah je esencijalno vezivno tkivo vladara i podanika (Đulijano Ferero). Ljudi na vlasti su u strahu od podvlašćenih i od njihovog mnjenja.

Šta je zajednički imenitelj različitim shvatanjima i određenjima moći? Za Maksa Vebera je moć „nametanje volje” (Veber, 1976(II): 31), za Franca Nojmana „pokušaj da se svet oformi prema određenoj slici, da mu se nametne vlastita namera”, odnosno „uveravanje” (Nojman, 1974:71), za Bertranda Rasela moć je „proizvodnja nameranih posledica (*effects*)” i „uticaj na mišljenje” preko propagande u u najširem smislu (Rasel, 1938:23), za Džona Keneta Galbrajta moć se postiže menjanjem verovanja onima koji se žele potčiniti i čin potčinjavanja ostaje nevidljiv, odnosno to je “spособnost uveravanja (ili razuveravanja) ili sposobnost pobuđivanja ili poticanja verovanja” (Galbrajt, 1987: 12). Za Roberta Dala (prvo lice moći) je

spособnost da se drugi privole da kod donošenja odluka imaju suprotne preference od početnih (Dal,1961), za Pitera Bakraka i Mortona Baraca (drugo lice moći) odnosi se na sposobnost da se onemogućí donošenje odluka, na osnovu mogućnosti da se kontroliše politički dnevni red (agenda) i koja pitanja će biti razmatrana. Bakrak i Barac prave razliku između sociološkog pristupa, po kojem je moć uvek centralizovana (elitistički pristup), dok je kod politikologa moć u velikoj meri podeljena (pluralistički pristup) (Bakrak i Barac, 2006:57-58). Za Stivena Luksa (treće lice moći) moć je kontrola mišljenja i sposobnost da se utiče na druge određujući šta će i o čemu će da misle (ubeđivanje, indoktrinacija, medijska manipulacija, propaganda) (Luks, 2006:69-119). Džozef Naj smatra da je za potrebe politike korisno ako tri lica moći (Roberta Dala, Pitera Bakraka i Mortona Baraca, kao i Stivena Liksa) sagledamo obrnutim redosledom: "Donosilac politike treba da razmotri oblikovanje preferencija i uokviravanje dnevnog reda kao resursa za uobličavanje sredine pre nego što posegne za prvim ili komandnim licem moći" (Naj, 2012:37). Za Naj je pored „tvrde moći" (*hard power*, koja se ispoljava kroz prisilu - vojnu i ekonomsku moć) i „meke moći" (*soft power*, koja podrazumeva uveravanje i pobuđivanje privlačnosti, potrebno kombinovati ove dve moći kroz „pametnu moć" (*smart power*). Pametna moć, po Naj, je sposobnost da se resursi tvrde i meke moći ukrštaju u delotvorne strategije (Naj, 2013:42). Poput bilo kog oblika moći, i meka moć se može upotrebiti za dobre ili loše ciljeve (Naj, 2012:107). Kako smatra Naj, „izvrtnje umova nije nužno bolje od uvrtnja ruku" (Naj, 2012:107). Reč je o etičkim sudovima koji se odnose na nameru, sredstva i posledice.

Za većinu navedenih središnjih pitanja moći važni su mediji da bi se proizvela željena posledica, kako bi se građani uverili ili razuverili, ubeđili ili privoleli, indoktrinirali ili izmanipulisali. Kako je politika nastojanje da se predvidi i utiče na budućnost, moć zavisi od sredstava kojima se može uticati na ishod. Na osnovu resursa moć se konverzuje u željeni ishod i dovodi do promene u ponašanju onoga nad kojim se moć vrši. Mediji su danas prisutni u svim fazama i nivoima političkog procesa i u sve tri dimenzije politike: Tri dimenzije politike su: procesna (*politics*), sadržajna (*policy*) i institucionalna (*polity*). Kako navodi Frank Eser, „u poređenju sa proizvodnom s tranom politike, ova prezentaciona strana više se bavi pojedincima nego kolektivima, više kratkoročnim nego dugoročnim efektima, više onom što se odvija na otvorenoj pozornici nego onim što se događa iza kulisa, više strategijom nego konkretnom politikom, višeodređivanjem prioriteta nego objektivnim potrebama, i više dobijanjem podrške nego pronalaženjem kompromisa." (Eser, 2013:205).

1.1. Proizvodnja pristanka

Bertrand de Žuvenel (Bertrand de Jouvenel) smatra da „onaj ko zna tajnu podaništva, zna i pravu prirodu političke moći" (Jouvenel 1948:27,

prema Matić i Podunavac, 1994:132). Za Rusoa „najjači nije nikada dovoljno jak da uvek bude gospodar, ako ne pretvori svoju snagu u pravo, a poslušnost u dužnost” (Ruso, 1993:30). Klasična liberalno demokratska tradicija ukazala je na značaj i važnost pristanka za legitimnu demokratsku vladavinu. Po Džonu Loku (u *Drugoj raspravi o vladi*), nema vladanja bez pristanka (*government by consent*). Kada narod u jednoj složenoj zajednici ne može sam da vlada, niko ne može vladati bez pristanka onih nad kojima se vlada. Radi se o tome da većina, naročito kada su u pitanju porezi, mora da izrazi svoj pristanak: „Istina je da vlade ne mogu da se održe bez velikog troška i da je prikladno da svako ko uživa svoj deo zaštite treba da plati od svog imetka svoj udeo radi njenog održavanja. Ali to mora da bude sa njegovom vlastitom saglasnošću, tj. sa saglasnošću većine, koju daje ili ona sama ili njeni predstavnici koje je izabrala” (Lok, 1978:81). Danas se pristanak može proizvesti. Tome je doprinela „maki-javelizacija političke komunikacije” (Lou, 2013:61).

Od prvobitne uloge medija da se predstave program i kandidati i da se informišu građani, danas se pomeraju granice pa se sve više govori o „konstrukciji stvarnosti” i „proizvodnji pristanka”. Politika prati stvarnost, ali i stvarnost može biti konstruisana. Ponekad se čini da imamo dve vrste stvarnosti „pravu” i „virtuelnu”. Političari, ako ne mogu da menjaju stvarnost, menjaju percepciju stvarnosti. U očima publike, građana i šire javnosti, politika se neretko svodi na formiranje predstave, proizvodnju pristanka, kreiranja utisaka i građenja imidža. Mediji učestvuju u procesu upravljanja percepcijama politike. Otuda je nezamislivo da se politika vodi bez uzimanja u obzir zahteve, potrebe i reakcije javnosti. U odnosu na ove obzire može se vrednovati i politika i njen oblikovanje, sprovođenje i ishodi. Zato je neophodno da se politika vodi u skladu sa javnim mnjenjem. Danas je prisutno nastojanje da se više upravlja utiscima nego državom. Upravljanje utiscima, između ostalog, ima za cilj da proizvede pristanak. To se, između ostalog, postiže i skretanjem ili odvlačanjem pažnje oko pojedinih pitanja (spinovanje).

1.2. Kreiranje značenja

Politika je, između ostalog, i borba oko značenja. Mediji učestvuju u procesu upravljanja percepcijama politike (Lou, 2013: 40). Po Manuelu Kastelsu, presudan i stabilan izvor moći u savremenom društvu predstavlja kreiranje značenja. Mediji su bili i ostali značajano sredstvo u kreiranju značenja. Danas nije važno samo pitanje dostupnosti i širenja informacija, već i njihova interpretacija. Sistem zasnovan na prisili ne može dugo da opstane. Na jednoj strani je mučenje tela (gola moć, *naked power*), a na drugoj strani je oblikovanje uma. Utoliko je važnija borba oko kreiranja značenja. Ovaj proces odvija se putem komunikacije koja je „proces razmene značenja razmenom informacija” (Kastels, 2018:24). U borbi oko značenja, građani (birači) moraju izgrađivati filtere pomoću

kojih obrađuju obilje informacija, kako bi bolje razumeli težinu događaja, njihovog značaja i značenja. Bez tog selekcijskog mehanizma gubi se suština. Mešaju se bitno i nebitno, forma i sadržaj, istina i laž. Danas postaje umetnost „čitanje između redova” i otkrivanje „šta je pesnik htelo da kaže”. Mediji ne samo da reflektuju stvarnost, već je i konstruišu. Često se mešaju dve realnosti: medijska (virtuelna) i društvena. To je najbolje ilustrirao grafit iz studentskog protesta u Srbiji 1996.: „Voleo bih da živim u Srbiji iz Drugog dnevnika RTS-a”. Činjenice su svakako važne, no sve važnije postaju interpretacije činjenica, a samim tim dobijaju na značaju i tumači (politički komentatori i analitičari). Osim kreatora politike, postaju značajni i važni njihovi promotori, interpretatori, zagovornici i glasnogovornici. Oni koji uvode nove trendove u političku debatu (*trendseteri*, *opinionmakeri*). Medijima su potrebni ljudi koji su umešni da ubeđuju svojom rečitošću. Na scenu stupaju javni intelektualci, politički analitičari i komentatori. Intelektualci učestvuju u proizvodnji odgovarajućih značenja, doprinose proizvodnji pristanka, na političke mere i sisteme uverenja vladajućih elita. Pogledi na svet nastaju, bivaju preuzimani i postaju dominantni.

1.3. Internet i transformacija moći

Internet i na njemu zasnovani društveni mediji dovode do značajne transformacije moći. Manuel Kastel svoju analizu bazira na teoriji moći predstavljenoj u svojoj knjizi *Moć komunikacija*. Transformacija odnosa moći u sadejstvu je sa transformacijom komunikacije. Društvene institucije kreiraju oni koji poseduju moć i to u skladu sa vlastitim vrednostima i interesima. Postojeći sistemi moći dovedeni su u pitanje pluralizacijom medija i demonopolizovanim komunikacionim kanalima koje je omogućio razvoj interneta i društvenih medija (mreža). Oni su doneli dve velike prednosti: 1. Oni su besplatni, i 2. Oni su teže kontrolisani. Mreže moći su povezane, bilo da je reč o globalnim finansijskim ili multimedijalnim mrežama. Te mreže finansija i medija zavise i od drugih mreža moći kao što su političke mreže, mreže kulturne produkcije, vojne i bezbednosne mreže, globalne kriminalne mreže, ali i mreže proizvodnje i primene nauke, tehnologije i upravljanja znanjem. Između ovih mreža nema spajanja, ali ima partnerstva, konkurencije i savezništva. Po Manuelu Kastelsu, „sve one imaju jedan zajednički interes: kontrolu nad kapacitetom za definisanje pravila i normi društva posredstvom političkog sistema koji prvenstveno odgovara njihovim interesima i vrednostima. Zbog toga ključnu ulogu u ukupnom umrežavanju moći ima mreža moći izgrađena oko države i političkog sistema.” (Kastels, 2018:26). U umreženom društvu, po Kastelsu, moć imaju *programeri* koji mogu da kodiraju svaku od ovih mreža od kojih zavise životi ljudi (vlada, parlament, vojni i bezbednosni establišment, finansije, mediji, naučne i tehnološke institucije, itd.); i *skretničari*, koji „upravljaju vezama između različitih mreža (medijski

moguli koji su ušli u političku klasu, finansijske elite koje finansiraju političke elite, političke elite koje spasavaju finansijske institucije, medijske korporacije povezane s finansijskim korporacijama, akademske institucije koje finansira krupni biznis, itd.)” (Kastels, 2018:26-27). U skladu sa svojom analizom, ako se moć reprodukuje i sprovodi u skladu sa programiranjem i prespajanjem mreža, kontra moć nastaje reprogramiranjem mreža oko drugačijih interesa i vrednosti artikulisanjem i preusmeravanjem mreža u pravcu otpora i društvenih promena.

2. Mediji kao sredstvo kontrole i ograničavanja vlasti i moći

Javnost, javna kritika i kontrola vlasti su jedna od brojnih načina, instrumenta i mehanizama kontrole vlasti i moći. Političari imaju odgovornost za izgovorenu reč. Oni koji vladaju ljudima žele „skršiti njihov otpor” (Kanteti, 1986:173), ali postoji i druga sklonost – „opiranje da se nad nama vlada” (Mil, 1989:49). Kontrola vlasti je elementarno pravo građana u čije ime se vlada. Ona se ne svodi na aktivnost od izbora do izbora. Reč je o stalnom angažmanu u javnom polju, kritikom, upitanošću i protestom. Po Galbrajtu, „u modernom društvu postoji veća ili manja ravnoteža između onih koji koriste moć i onih koji joj se odupiru” (Galbrajt, 1987:72). Spoznajući i imajući u vidu kvarljivu prirodu vlasti i moći, tragalo za načinima njihovog ograničavanja i kontrole (obuzdavanja ili (za)ustavljanja. Jedan od važnih momenata je transfer vlasti sa ličnosti na instituciju. U istoriji ljudskog društva i u istoriji političkih ideja evidentirano je više načina kontrole i ograničavanja vlasti: pravom (zakonima), odnosno, „vladavina zakona a ne ljudi”, podelom vlasti (na zakonodavnu, izvršnu i sudsku), jer „samo moć može ograničiti moć” (Monteskje), javnom kontrolom (građani i politička javnost), pravima i slobodama građana nezavisno od vlasti. Postoji više različitih načina kontrole i ograničavanja vlasti i moći: Ustav, pravo, vladavina prava i konstitucionalizam; Ljudska prava i slobode; Odgovornost i smenljivost vlasti; Podela vlasti (horizontalna i vertikalna); Kontrola vlasti (interna); Javnost, javna kritika i kontrola; Vremensko ograničenje vlasti (ograničenje dužine mandata i broja mandata); Opozicija; Socijalni nivo (pluralizam, interesne grupe, poliarhija); Moralna ograničenja – etički principi; Nezavisna tela (eksterna kontrola vlade); Spoljnji činioci; Građanska neposlušnost i otpor (Orlović, 2019:104-117). Kako je govorio Kampanela, „jezici prethode mačevima”. Neretko, u političkoj borbi umesto razmene argumenata, razmenjuju se optužbe, uvrede i klevete. Umesto snage argumenata na delu stupaju argumenti snage. Odgovornost političara za ono što izgovore ili kako postupaju je utoliko veća jer se njihove izjave, postupci i konfrontacije direktno manifestuju na njihove sledbenike.

2.1. Javna kritika i kontrola vlasti

Slobodne i kritičke javnosti nema bez medija koji su slobodni, nezavisni ili bar autonomni u svojoj uređivačkoj politici. To nije ni lako, ni jednostavno, a pre svega zavisi od vlasničke strukture medija, ali i od oglašivača od čijeg novca može zavisiti i uređivačka politika. O značaju medija za demokratiju slikovito govori izjava Tomasa Džefersona (Džeferson, 1787): „Kada bih morao da odlučim da li je bolje imati vladu bez novina, ili novine bez vlade, ni trenutak ne bih oklevao da odaberem ovo drugo” (Kin, 1995:11). Karl Fridrih smatra da, iako su američki „očevo osnivači”, među kojima i Džeferson, verovali u slobodu štampe, ova tvrdnja je ipak „sumnjiva” (Fridrih, 1996:127). U vreme kada je ova tvrdnja izrečena, mediji su prevashodno, bili sredstvo demokratizacije. Danas, mediji su sredstvo, ali ne i garant slobodne i kritičke javnosti. Politika je postala vidljivija, ali samo onoliko koliko donosioci odluka žele da ona to bude, ili koliko se građani izbore za to. Izabrani predstavnici moraju biti odgovorni onima koji su ih izabrali, moraju biti sprečeni da postanu korumpirani i da zloupotrebe vlast (Lou, 2013, 52). Mediji su uvek važna tačka oslonca svake vlasti, ali i osnov kritike vlasti, kao i partneri i akteri u oblikovanju javnog dobra. Ako su pod kontrolom države, mediji su neretko u funkciji propagande, PR-a vlade i kontrole javnog diskursa. To se odnosi i na javne servise. Najbolji primer bio je sukob direktora BBC-ja (*British Broadcasting Corporation*) i vlade u Britaniji oko oružja za masovno uništenje kao povoda za bombardovanje Iraka. Kao ishod tog sukoba, direktor BBC-ja podneo je ostavku. To je, potencijalno očekivani ishod realnog odnosa moći vlade i javnog servisa, pa makar i jednog od najmoćnijih kao što je BBC.

Slučaj: BBC

U sudaru sa postojećim vlastima mediji i istina najčešće trpe posledice. Upečatljiv i paradigmatičan primer je sukob između jednog od najmoćnijih javnih servisa na svetu – BBC-ja i Britanske Vlade 2004. godine oko tumečenja da li je u Iraku bilo oružja za masovno uništenje što je korišćeno kao „*casus belli*” – povod za bombardovanje Iraka. Britanska vlada otkrila je da je ekspert za naoružanje dr David Kelly bio glavni izvor informacija za ovu tvrdnju. David Kelly pronađen je mrtav u jednom parku u Londonu. Sudija, Lord Brajan Haton, koji je imenovan da vodi istragu o okolnostima smrti Dejvida Kelija, savetnika britanske vlade, u svom izveštaju optužuje BBC da je kriv za materijalne greške koje su se potkrale u Giliganovom izveštaju, pa i za tragičan kraj naučnika. BBC je reagovao munjevitom i radikalno: ostavke su podneli Greg Dajk, bivši generalni direktor i glavni urednik, i Gven Dejvis, predsednik Upravnog odbora korporacije. BBC je napustio i novinar Endrju Giligan. Ako se ovo desilo, verovatno najuglednijoj državnoj radiotelevizijskoj kući na svetu,

kakva je poruka drugim medijima. Kritičari su uporno tražili odgovore na pitanje kako to da nije nađeno oružje za masovno uništenje, glavni razlog ratnog pohoda na Irak. Na sudu javnog mnjenja BBC je definitivno izašao kao pobednik, kao nacionalna institucija koja uživa izuzetno veliko poverenje javnosti. Cena toga je bila i ostavke vrha ove medijske kuće.

Sa druge strane, ako mediji nisu pod kontrolom države, oni se akteri civilnog društva (Hicks, Alexander M., Janosky, Thomas, and Schwartz Mildred A. 2005: 23). Dobra vladavina je danas razapeta između kreiranja publiciteta i zadržavanja elementarnog stepena diskrecije, između interne i eksterne komunikacije.

2.2. Novinari kao čuvari (*watchdog*) ili vratari (*gatekeepers*)

Unutar medija, važnu ulogu imaju novinari i novinarski poziv. Novinari su u simbiozi sa političarima i u nekoj vrsti međuzavisnosti. Oni su razapeti između dve uloge. Sa jedne strane, novinari su „nadzorno telo“, „čuvari“ (*watchdog*), a sa druge strane, oni su u funkciji promocije, reklame i afirmisanja određenih političkih aktera. Od profesionalizma i etike novinarskog poziva zavisi na koju stranu će ovaj poziv prevagnuti. Na principima objektivnosti, novinari treba da budu u službi javnosti kao njihovi zaštitnici, jer **novinarstvo** je po svojoj prirodi „profesija sumnje“ (Lou, 2013:19). Međutim, dešava se da novinari budi više u službi vlasti i da imaju direktne kanale u vrhu iz kojih dobijaju informacije („dojava novinarstvo“) ili u službi vlasnika kapitala, kada podležu slabostima mita i korupcije („koverta novinarstva“). Neretko imamo senzacionalističko novinarstvo i podilaženja publici željenoj zabave. Hrabri i autonomni novinari uvek mogu da otkriju neki svoj „Votergejt“. U odnosu prema vlastima moguće je kritičko, ali i udvoričko, podaničko i „voajersko novinarstvo“ (slučaj „Monika Levinski“). Ljudi koji dobijaju ekskluzivne intervjuje su ljudi koji pišu uglavnom lepe stvari i afirmativne tekstove. Posredujući između donosioca odluka i građana, novinari su kao „vratari“ (engl. *gatekeepers*), koji koji omogućavaju da određene informacije prođu a druge da se zaustavljaju.

Odnosi sa javnošću i odnosi sa medijima, prevashodno zavise od odnosa (i veza) sa novinarima. Ti odnosi su jako osetljivi i zahtevaju temeljan pristup. Svaki medij, kao i svaki novinar, ima neki svoj interes poput ekskluzivnih informacija, specijalnih vesti, ekskluzivnih intervjuja, prvih i pravih vesti, snimaka i slika. Novinari se nalaze između političara i građana-birača. Kada političari skrenu s puta, kada zaborave na data obećanja ili naprave neku grešku, tu su opozicija i novinari da ih upozore i podsete. Izabrani predstavnici moraju biti odgovorni onima koji su ih izabrali, moraju biti sprečeni da postanu korumpirani i sprečeni da zloupotrebe vlast. Novinari se fokusiraju „pre na osobe nego na situacije“ (Lou, 2013:77).

3. Političari i mediji u borbi za većinu

Kao posledica naglašene uloge medija, predstavnička demokratija doživljava promenu. Sa jedne strane raste značaj i uticaj medija. Sa druge strane, u mnogim zapadnim demokratijama beleži se smanjenje poverenja u političke partije, parlament i druge institucije. Smanjuje se izlaznost na izbore i članstvo u političkim partijama. Demokratski građani sve više se tretiraju kao „potrošačka publika”. Da bi se građani na izborima opredelili razložno, potrebno je da budu pouzdano i tačno obavesteni i informisani (Eser i Mates, 2013:234). Savremena politika traži publicitet. Demokratija i politika pretpostavljaju borbu za većinu. Mediji i politika međusobno utiču jedno na drugo. I političari i mediji učestvuju u borbi za većinu. I političari i mediji idu tamo gde je većina. Političari se bore za glasove, a mediji za konzumente medijskih sadržaja. Uspeh u politici meri se brojem osvojenih glasova. Uspeh medija meri se tiražima, piplmetrima ili lajkovima kao univerzalnim merilom uspeha (Sarcinelli, 2011:165). Građani su zagledani u televiziju a televizija u piplmetre. Nezavisno od toga da li je u pitanju javni servis, televizije sa nacionalnom frekvencijom ili komercijalne televizije. Novine, prevashodno interesuju tiraži. Tiraži i piplmetri postaju univerzalno merilo uspeha medija (Sarcinelli, 2011:165). Mediji teško mogu delovati izvan sfere politike, a politika sve teže može delovati bez medijskog posredovanja. I političari idu tamo gde su mediji i mediji idu tamo gde su političari. Političari koriste medije a mediji političare. I jedni i drugi na putu do većine sve češće podilaze najnižim ukusima. Političari su zagledani u rejting agencije, pa makar im pružala lažnu, ili ulepšanu sliku. Između medija i političara postoji razlika u dinamici prebrojavanja. Kako primećuje Đovani Sartori, „Političari idu u lov na glasove jednom u četiri godine. Televizija prebrojava svoje glasove svakoga dana” (Sartori, 203:172). Međutim, danas, ni političari ne čekaju izbore da bi merili procenite svoje popularnosti. Neretko agencije za istraživanje javnog mnjenja služe za kreiranje mnjenja i proizvodnje efekta pobednika. Prestavljanje rezultata tih istraživanja (realnih ili fingiranih) takođe je u funkciji podizanja rejtinga političara i političkih partija. Kada nekog političara (ili partiju) napusti televizija i birači ga zaboravljaju. Gubitnici optužuju televiziju, a pobednici joj se ne zahvaljuju.

Međutim, danas, ni političari ne čekaju izbore da bi prebrojavali procenite svoje popularnosti. Prestavljanje rezultata istraživanja javnog mnjenja (realnih ili fingiranih) takođe je u funkciji podizanja rejtinga političara i političkih partija. U poslednje vreme, političari se mere i po kvotama u kladionici. Kada nekog političara (ili partiju) napusti televizija i birači ga zaboravljaju. Gubitnici optužuju televiziju, a pobednici joj se ne zahvaljuju. U politici mediji mobilisu (*“mobilization”*), mediji ubeđuju (*“persuasion”*) i oni koji kontrolišu medije uglavnom i pobeđuju.

3.1. Mediji i demokratija

Mediji su osnov kritike i kontrole vlasti, ali uvek i važna tačka oslonca svake vlasti. Mediji mogu biti i partneri u oblikovanju javnog dobra, sredstvo demokratizacije, ali istovremeno i propagande i manipulacije. Proširivanje mogućnosti učešća građana u javnoj sferi može voditi i u medijski populizam koji nije zamena za direktnu demokratiju, već je samo njen privid. Demokratija je nesavršen proces, kao i sve ljudske aktivnosti nesavršen, ali njegova snaga leži u pretpostavci da su ljudi najbolji krojači svoje sudbine. Kako ističe Rasel Dalton, „uspeh demokratije meri se učešćem javnosti u ovom procesu, poštovanjem građanskih prava i reakcijom sistema na zahteve naroda” (Dalton, 2002:2). Političkim akterima u značajnoj meri pravila ponašanja diktiraju mediji. Demokratija zavisi od medijske infrastrukture, a politička komunikacija je preduslov za demokratiju. Porast uloge medija proizilazio je iz potrebe za što većom transparentnošću u skladu sa interesima i zahtevima javnosti. Kreatori politike bili su prinuđeni da budu senzibilni za mišljenje javnosti. Pristup medija je vremenom olakšan, ali publika postaje fragmentiranija. Sve je više medija, ali je sve manje onih koji se masovno gledaju, slušaju i čitaju. Ranije je publika bila fokusirana na retke medije, danas su brojni mediji u lovu na istu publiku. Lokalni mediji imaju samo lokalnu publiku, globalni mediji imaju globalnu publiku. Sa jedne strane, svedoci smo života u otvorenom društvu u kojem svako ima onoliko informacija koliko želi, ali sa druge strane, institucije masovne komunikacije kontrolisanije su od strane vlasnika, i mediji postaju izvor i instrument moći.

Umesto trasiranja puta demokratiji, ovladavanjem medija, primenjuju se veštine manipulacije i obmane, čime se podriva demokratija (Lou, 2013:100). Medijalizovana i pi-ar -izovana (PR – *public relation*, odnosi sa javnošću) politika je igra obmane. Kako primećuje Đovani Sartori, „Publika koju je odgajila televizija jeste, u svim aspektima, visokodezinformisana i loše informisana publika. Tačno je da televizija doseže veoma široku publiku, ali njene poruke i njen *newscasting* (emisije vesti) pružaju površinu, ne suštinu informacije” (Sartori, 2003:171). Razvojem elektronskih medija, pre svega televizije, biračko telo je postalo sofisticiranije (Dalton, 2002:18). Političke veštine i resursi publike su se promenili. Televizija jeostala glavni izvor informacija. Uprkos nekim kritikama (zabava, negativni sadržaji), TV pomaže boljem razumevanju politike, omogućava uvid u skupštinske rasprave, a samim tim i pomaže diskurzivnot i deliberativnost politike. Tendencije koje unapređuju tehnike i tehnologije vođenja kampanja, kao i tehnologije vladanja, ostavljaju i brojna pitanja i proizvode određene negativne posledice. Politika mediokratije, e-demokratije i NET-okratije više se bavi formom nego sadržajem. Opasnost, koja se krije u ukusu koji nameću mediji jeste latentni populizam kao mera ukusa masovne publike. Komercijalizacija politike, ima tendenciju da naglasi formu, a da politiku isprazni od sadržaja. Filtriranje sadržaja i bitka za vrednosti ostaju u senci populizma i borbe za

većinu. Demokratija se vraća na prethodna pitanja (Aleksisa de Tokvila i Džona Stjuarta Mila) o tiraniji većine i tiraniji javnog mnjenja. U makijavelističkim smislu, po kojem „cilj opravdava sredstvo“, ili „cilj određuje sredstvo“, medijski magnati i medijski gurui se ponašaju da je dozvoljeno sve što donosi novac i glasove. Danas nije lako utvrditi granice između informisanja i dezinformisanja, između obaveštavanja i propagande, između odnosa sa javnošću i manipulacije, između istine i laži. Politička posledica dezinformisanja je ta da mediji omogućavaju i olakšavaju uspostavljanje diktatura bez otpora kao meku moć (*soft power*) (Orlović, 2021:69-88). Autoritarni režimi i vlastodršci imaju sve veće mogućnosti da kontrolišu i guše medije. Mi živimo u nametnutoj slici društva. Sve više se govori o manje važnim stvarima a sve manje o mnogo važnijim temama. Mediji imaju sve veću moć a sve manju odgovornost. Ako smo svesni svega ovoga, onda ćemo lakše i opreznije da koristimo mogućnosti kao konzumenti, kupci, potrošači, građani, birači, aktivisti, u svetu koji se svodi na „like“ (svidanja) i „lies“ (laži). Birači, naizgled sve drže u svojim rukama, ali su izgubili moć. Biračima se stvara privid moći, dok se njihova uloga i moć smanjuje.

Media as an instrument of power and/or a means of controlling power and authority

Abstract



In this text, I deal with the question of how much the media, on the one hand, are an instrument and a source of power, and on the other hand, a means and mechanism of limiting power and authority. Numerous theorists of power have pointed to the dimensions of persuasion, indoctrination, media manipulation and propaganda as processes of acquiring or manifesting power. The media play a key role in these processes. From the original role of the media to present the program and candidates and to inform the citizens, today the boundaries are shifting, so there is more and more talk about “managing the press”, “constructing reality” and “producing consent”, diverting or distracting from important issues (spinning). The media has been and remains a significant tool in creating meaning. Today, it is not only the question of availability and dissemination of information that is important, but also their interpretation. The media are the basis of criticism and control of the government, but always an important point of support for any government. The media can also be partners in shaping the public good, a means of democratization, but also propaganda and manipulation. Journalists are, on the one hand, a “supervisory body”, a “watchdog”, and on the other hand, they are in the function of promoting, advertising and affirming certain political actors. It depends on the professionalism and ethics of the journalistic vocation to which side this vocation will prevail. It is difficult for the media to operate outside the realm of politics, and it is increasingly difficult for politics to operate without media mediation. And politicians go where the media are and the media go where politicians are. Politicians use the media and the media politicians. Both of them, on the way to the majority, more and more often indulge

in the lowest tastes. The media have more and more power and less and less responsibility. If we are aware of all this, then we will find it easier and more careful to use opportunities as customers, consumers and citizens. Voters, seemingly, hold everything in their hands, but they have lost power. Citizens and voters are given the illusion of power, while their role and power is diminishing.

Key words

▼
media, power, public, production of consent, creation of meaning, politics, democracy

Literatura

- ▼
Bakrak Piter, Barac Norton S. (2006), „Dva lica moći“, *Nova srpska politička misao*, Nova edicija, Vol. XIII (2006), No. 1-4, str. 57-58.
- Čedomir Čupić (1990), *Politika i zlo*, Nikšić, Univerzitetska riječ.
- Dahl Robert A., *Who Governs: Democracy and Power in a American City*, New Haven, CT: Yale University Press, 1961. (*Ko vlada? Demokratija i moć u američkom gradu*, 1961.)
- Dalton, Russel J. 2002. *Citizen Politics, Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies* (Third edition), Chatham House Publishers, Seven bridges press, llc, New York, London.
- Eser Frank (2013), *Medijatzacija kao izazov: medijska logika nasuprot političkoj logici*, u: Hanspeter Kriesi, Sandra Laveneks, Frank Eser, Jerg Mates, Mark Bilman, Danijel Bohsler, *Demokratija u eri glonbalizacije i medijatzacije*, Albatros Plus, Beograd, 2013.
- Eser Frank i Mates Jerg (2013), *Efeki medijatzacije na političke vesti, političke asktere, političke odluke i političku publiku*, u: Hanspeter Kriesi, Sandra Laveneks, Frank Eser, Jerg Mates, Mark Bilman, Danijel Bohsler, *Demokratija u eri glonbalizacije i medijatzacije*, Albatros Plus, Beograd, 2013.
- Fridrih Karl (1996), *Konstitucionalizam, ograničavanje i kontrola vlasti*, CID, Podgorica.
- Galbraith Džon Kenet (1987), *Anatomija moći*, Stvarnost, Zagreb.
- Hicks, Alexander M., Janosky, Thomas, and Schwartz Mildred A., *Political Sociology in the New Millennium*, u: *The Handbook of Political Sociology, States, Civil Societies, and Globalization*, ed. By Thomas Janoski, Robert Alford, Alexander Hicks, and Mildred A. Schwartz, CambridgeUniversity Press, 2005.
- Jouvenel Bertrand de (1948), *Political Power. Natural History of its Growts*. London.
- Kaneti Elijas (1984), *Masa i moć*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb.
- Kastels Manuel (2018), *Mreže revolta i nade, društveni pokreti u doba interneta*, Službeni glasnik, Beograd.
- Karel Kosik (1983), *Dijalektika krize*, Mladost, Beograd.
- Kin Džon (1995), *Mediji i demokratija*, Filip Višnjić, Beograd.
- Lok, Džon (1978), *Dve rasprave o vladi*, knjiga 1. i 2., NIP Mladost, Beograd.
- Lou Erik (2013), *Mediji i politički proces*, Fakultet političkih nauka, Beograd.
- Luks Stiven, Moć: Jedno radikalno shvatanje, *Nova srpska politička misao*, Nova edicija, vol. XIII (2006), no. 1-4, str. 69-119.
- Matić Milan i Podunavac Milan (1994), *Politički sistem*, Institut za političke studije, Beograd.

- Mil Džon Stjuart (1989), „Razmatranja o predstavničkoj vladavini”, u: *Izabrani politički spisi*, Druga sveska, Informator, Fakultet političkih nauka, Zagreb.
- Naj Džozef S. (2012), *Budućnost moći*, Arhipelag, Beograd.
- Nojman Franc (1974), *Demokratska i autoritarna država*, Zagreb: „Naprijed”.
- Orlović Slaviša (2019), *Politička sociologija*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu.
- Orlović Slaviša, *Politika i demokratija u vreme dezinformacija u: Građani u vreme dezinformisanja* (2021), Zbornik radova sa međunarodne konferencije Udruženja za političke nauke Srbije održane 25-26.09.2021. u Beogradu, urednik Aleksandra Krstić, Udruženje za političke nauke Srbije i Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, str. 69-88.
- Russel Bertrand (1938), *Power: A New Social Analysis*, chapter 3, Allan and Unwin, London
- Ruso Žan Žak (1993), *Društveni ugovor*, „Filip Višnjić”, Beograd.
- Sarcinell Ulrich i (2011), *Partije i prenošenje političkih ideja: Od partijske do medijske demokratije?*, u: *Menadžment političke komunikacije, osnove i koncepti*, uredili: Ansgar Zerfaß i Miroljub Radojković, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung.
- Đovani Sartori, 2003. *Uporedni ustavni inženjering*, Filip Višnjić, Beograd.
- Veber Maks (1976), *Privreda i društvo*, Beograd: „Prosveta”, II deo.