



У недемократским државама велике наде су се полагале у медијско ослобађање од политичких и групноинтересних стега. Са успостављањем плуралистичког система институција медији су и даље остали проблем. Откуда овакав (не)очекивани положај медија у демократском друштву?

У овом раду покушаћу да докажем једну на први поглед необичну тврдњу – *да су узроци недемократске медијске јавности налазе у структури демократског поретка*. Реч је о томе да демократски систем институција располаже демократским и недемократским (супротно је антидемократским) могућностима. Показаћу да сви кључни елементи демократске медијске јавности могу да буду искоришћени и за стварање недемократске праксе: држава/закони, тржиште, међународни утицаји, идеологије, медијско наслеђе, идејни и психолошки профил личности који обављају медијску делатност. На исти начин се посматра инструментализација медија: могу да се употребе као средство за демократске, али и за недемократске циљеве у оквиру демократских установа.

Под демократијом подразумевам плуралистички карактер установа и јавног мишљења или формалну процедуру исказивања мишљења и доношења одлука. Уколико се демократија одреди на супстанцијални начин, а не као мноштво конкурентских сегмената друштва, онда су веће шансе за њену манипулативну употребу (Аврамовић, 2006).

Појам медија користим у значењу друштвене и културне праксе која настаје око технологија штампања и телевизијског стварања, ширења, коришћења, интеграције и манипулације информацијама које су значајне за економску, политичку и културну активност појединаца, друштвених група и друштва у целини. Медији су увек инструмент одређених идеја, ставова и мишљења. Дакле, не разматрам улогу и значај интернета и других „нових медија“ у демократији (Јанкис, 2006).

Демократија и медији

Најпре, да подсетим на проблеме са демократијом. Некако се подразумева да су медији

демократски део друштва, а да спорови са овом институцијом постоје у другим областима друштва. Заступам тезу да медији нису, по дефиницији, демократски.

Разлика између медијског *самоименовања* као демократске јавности и њиховог практичног функционисања запажа се у свим савременим државама, као и у Републици Србији. Свако ко покуша да помоћу књига о демократији (Мил, Токвил, Арон, Попер, Кин и други) нешто од тога разуме биће горко разочаран. Први закључак био би да појам демократије нема своју универзалну идејну супстанцију и све што хоћемо да у савременом друштву сазнамо о јавности можемо добити методичним посматрањем медијских демократа и „демократа“ у једном друштвено-историјском раздобљу.

Ова необична игра са демократијом и јавношћу наводи на закључак да нема подударности између идеје и стварности ни у овом облику власти. Семантичко поље демократије је широко: у њему се крећу разне замисли друштва и човека, општег и приватног добра, лаж може слободно да се казује и да се од истине одступа. Сигурно је да сазнајни и практични маневар у различитим облицима демократије није исти.

У историјској и актуелној поплави демократских лекара и надрилекара најмање што се може учинити јесте опрез, а највише – рационална критика и захтев за једнаким условима свеколике конкуренције. Демократији сваки грађанин најбоље служи уколико јој критички приступа.

Мора се увек имати на уму да је *у демократији могућна грешка актера*. Друштвени и политички живот крцат је неизвесностима. Тешко је предвиђати будућност заједнице. Грађани могу изабрати недостојне људе. Зато је важно деловање критичког грађанина и у једнаким политичким условима.

Треба подсетити да *демократија не гарантује рационалност*. У демократским политичким системима, могу се појавити ирационални натурализам и „демократија страсти“. Демократија не може увек да спречи самовољу појединца или странке, агресивне политичке групације са њиховим антинационалним циљевима. (Аврамовић, З., 2006)

Сада ћу да размотрим однос демократије и медија. Циљ медијске делатности је увек повезан са друштвеним потребама, традицијом и постојећим институцијама. Политички

систем обликује основне тачке схватања медија у друштву које се могу додиривати са „колективном свешћу“, али и одступати од ње.

Медији су по природи ствари увек у функцији неких појединачних, групних, општих интереса (глобализам, држава, антипатриотизам, народно добро, друштвена класа). Међутим, потребно је правити појмовну разлику између *недемократског* и *антидемократског* медијског концепта. Недемократски концепт медија постоји у недемократској држави (слаба опозиција, јака владајућа идеологија, самовоља власти); другим речима и у држави са демократским институцијама медији могу да делују недемократски.

Недемократска медијска концепција укључује селективно презентовање стварности, идеолошко сужавање рационалног одлучивања, подстицање опредељивање које је засновано на манипулацији, а мање на самосталном расуђивању грађана, пажња се посвећује посебно спољном и унутрашњем политичком противнику, некритичност према унутрашњој власти. Потребно је повући појмовну границу између медија помоћу кога грађанин остварује своје право на информисање и манипулативног медија које помаже појединцу да оствари оно што је пожељно по оцени приватног интереса или владе.

Неки од индикатора *недемократске* медијске оријентације су: (1) невидљива (скривена) контрола над средствима масовне комуникације, (2) непоштовање личних и других слобода и права, (3) лицемерност (говори о слободи, а практично спроводи цензуру), (4) релативно затворен начин информисања, (5) висок степен везаности за медијски капитал (6) критика у једном правцу, (7) видљиво навијање за „своју“ политичку странку.

С друге стране, индикатори *антидемократске* медијске оријентације су: (1) стриктна државна контрола над свим медијима, (2) слобода и права на информисање су привилегија владајуће класе, а не опште добро, (3) медији у функцији владајуће странке, (4) монопол на медијски сектор друштва у форми закона, (5) подстицање ирационалног и апологетског мишљења, (6) некритични према употреби силе у јавном животу, (7) затвореност медија за неке личности и установе.

У овом раду истраживачка пажња ће бити усредсређена на недемократску медијску јавност у демократском институционалном поретку Републике Србије. Размотрићу неколико фактора који делују на њено обликовање: држава и политички систем, тржиште, медијска традиција, улога међународне медијске заједнице, фактор

запослених у овој професији и преферираних личности у медијима.

Држава доноси законе. Данас се у европским друштвима расправља о значају, правном оквиру, функцијама и перспективама медија, посебно телекомуникационих. Постоји сагласност у мишљењу да су медији постала једна привредна грана, да снажно обликују друштвени и индивидуални живот, да утичу на квалитет активности и начин мишљења појединаца и група. Препирка и неслагања се јављају у оцени последица нове улоге медија у друштву. О томе причају обични грађани, а социолози стварају теоријска мишљења о феномену медија. У демократским системима власти није прихватљива државна регулатива медија. Међутим, и демократска држава не може да се одрекне неких функција Левијатана. Џон Кин је анализирао пет типова политичке цензуре које користи и демократска држава: ванредна овлашћења, наоружана тајност, лагање, државно оглашавање, корпоративизам (Кин, Џ., *Медији и демократија*, 1996).

Политичка власт у демократским државама користила је и користи све облике политичке цензуре о којима пише Кин. Њој је потребан такав медијски систем који ће развијати позитивну слику о влади и њеном раду. Посредством медија влада настоји да развије у појединцу и друштвеним слојевима осећање за владајуће вредности, да развије способност некритичког прихватања решења „одозго“, да прихватају идеју јединственог мишљења, понашања и деловања. Практиковање недемократског медијског концепта владајући демократски системи су остваривали на различите начине. Од појединца се тражи да дâ предност владајућој политичкој елити као центру друштвене власти, славе и величине.

Да ли су државе са демократским институцијама лишене подстицања и развоја недемократских медијских оријентација у друштву? Анализе савремених капиталистичких друштава упозоравају да она нису имуна од недемократске медијске јавности (језик, усмеравање понашања, ставова, идеја). Све ове функције медија о којима је било речи можемо открити и у демократској држави Србији. Само један пример. Током лета 2009. Скупштина Србије расправља о Закону о медијима за који велики број новинара и аналитичара тврди да угрожава медијске слободе и да је репресиван (Антонић, С., 2009). Нека друга влада, претпостављам, не би предложила да се такав закон усвоји, а то значи да законски оквир медијске делатности зависи и од степена (не)демократичности актуелне власти.

Тржиште. Извори недемократске медијске оријентације у савременом капитализму,

тврде неки медиолози, налазе се у модерном тржишту. Ако је информација роба, ако вредност вести зависи од информатичког тржишта, као што сматра власник CN
N -a

Тед Тарнер (или Мардок, Берлускони...), онда је на првом месту пословни успех, а на другом оно што треба да буде истинито обавештавање грађана или несметана размена јавног мишљења. Стање власништва у медијима је тако да мали број људи може да обликује мишљење милиона становника државе. Тако 50 људи (шефова корпорација) контролише више од половине информација које допиру до 200 милиона Американаца. Таква тржишна конкуренција парадоксално „контролише мозгове“ чланова друштва.

Најосетљивије питање медија која су бачена на тржиште свакако је њихова истиносна вредност. Чињеница да скоро сваки стан (и кућа) у савременим друштвима има телевизију и да информативна свест гледалаца зависи од тога шта им сервира мали екран оснажује важност проблема истине и неистине у медијском „глобалном селу“. Шта ћемо мислити о демонстрацијама у држави А, какав ћемо став заузети према политичкој кризи у држави Б у веома великој мери зависи од информација којима нас снабдева домаћа или страна медијска организација. Ставови, мишљења, понашања према ратовима у бившој Југославији (1991–1999), у великом броју држава света, а посебно у демократијама Запада, били су формиран под снажним утицајем медија. То су разлози због којих је потребно анализирати однос према истини и лажи медија.

Тржиште, у било ком сектору друштва, подразумева послове који су усмерени на профит. Медијски капитал треба као и сваки други да се оплоди. Како објаснити изразито прозападну оријентацију неких писаних и телевизијских медија у Србији? Када су 2007. неколико штампаних медија (*Политика*, *Блиц*, *Данас*, новосадски *Дневник*) писали како неће Руси да уложе вето у СБ на покушај признавања државе Косово, морало се знати да то није интерес српске политике. Али ови медији су тако писали јер је капитал у тим медијима инострани, а самим тим и интереси инострани. Нема другог објашњења. Дobar пример су дневне новине

Блиц

. У једној анализи се показује какао је овај лист за десет година претворен „од борца за слободу медија у новог медијског тиранина“ захваљујући иностраном медијском капиталу (Александар Костић, „Блиц или ужаси медијске глобализације“, сајт

НСПМ

, 11. мај 2008).

Очигледно је да на карактер демократске медијске јавности утиче порекло медијског капитала. Степен (не)демократичности условљен је интересом власника. Сматра се да ће он увек дати предност свом интересу у односу на демократичност јавности. Подсетимо и на телевизију БК која је давала огромну предност свом власнику у време

политичких кампања за изборе.

Међународна „медијска заједница“. Један од извора недемократске медијске оријентације у демократским државама проистиче из односа најмоћнијих држава „међународне заједнице“ према другим (немоћним) државама. Медијско мешање у друштвене, економске и политичке процесе је такво да утиче не само на мишљења грађана већ и на механизме рада медијског сектора. И у мирним и у ратним временима ови медији лако прелазе све границе суверенитета. Један

CNN

је глобални медији и његове слике и речи допиру у све државе света. Друго лице овакве медијске моћи је фабриковање позитивне и негативне слике о појединим народима и државама. Из српског медијског памћења неизбрисиво је манипулисање јавним светским мњењем и пласирање пресних лажи у време НАТО бомбардовања (Аврамовић, 2007). У том погледу, незаобилазне су анализе Ноама Чомског које показују до које мере је раширена политичка идеја о америчкој доминацији светом и потцењивању суверенитета других држава. Односе према другим државама америчка политика не гради на сарадњи и међусобном уважавању, већ према својим егоистичким интересима. „Ми се увек противимо демократији тамо где не можемо контролисати њене резултате“ (Чомски, 1999: 24). Другим речима, да ли постоји демократска медијска јавност у некој држави то је ствар процене влада моћних држава (САД, ЕУ), а не објективних критеријума.

Идеологије. Некадашње идеологије конзервативизма, социјализма, либерализма потиснула је нова идеологија светске интеграције. Идеологија глобализма или њена сестра под именом евро(атлантске) интеграције такође утиче на недемократско деловање једног дела медијских организација. Оне које подржавају ову идеологију селективне су у свим аспектима према оним личностима, странкама и медијима који другачије гледају на однос национално–глобално. У том погледу може да се говори о ауторитарној идеологији медија која обликују пасионирану склоност ка једностраном опредељивању, веровање у велику идеју, прихватање догми, непријатељски однос према разликовању, нетрпељивост према несагласним мишљењима, нарцизаму ауторитарних вођа и покрета, оптужбе за непријатељску заверу, прихватање манипулације људима, употреба мита у борби добра и зла, ауторитарни лидери – нарцизам (Р. Бојановић у *Ауторитарни поглед на свет*, 2003).

Такве ауторитарно-глобалистичке идеологије се рађају у демократским држава и бивају преузимане од вазалних држава. Подела медијске јавности на демократску и недемократску иде у корак са овом идеологијом.

Медијско наслеђе. Овде нећемо шире улазити у анализу фактора друштвеног и културног наслеђа у процесу обликовања недемократских медијских ставова и уверења. Треба почети од 1945. године. Србија је у оквиру СФРЈ имала једнопартијски медијски систем, дакле један изразито недемократски медијски сектор у коме је партија водила главну реч. Са институционализацијом политичког плурализма 1990. године, скори сви медији и новинари под комунизмом „преселили“ су се у демократски медијски простор. Није могућна таква брза и лака медијска трансформација. Неки новинари су се одмах легитимисали као критичари власти. Парадигматичан је пример новинара Славољуба Ђукића који је почео да пише књиге о пропасти Србије под Милошевићем (*Како се догодио вођа*, 1992) а своју новинарску каријеру је остварио под култом Тита. Уз сва права на промену мишљења, није могуће да се цео новинарски staleж пресалдумио у демократске новинаре, а медијске организације у нове толерантне структуре.

Дејство такве медијске прошлости се дуго реализовало у информативном простору Србије. Једна нит недемократске медијске сцене Србије одмотава се и у том правцу.

Профили личности које учествују у медијском простору – новинари и увек исти гости. Недемократска медијска оријентација у демократском систему може да има свој антрополошки извор. То је онај тип личности чије интелектуалне, емоционалне, социјално-моралне особине доприносе недемократском мишљењу и понашању у сваком типу политичког система. То је личност која заступа искључиве ставове, некритичко мишљење, наступа са коначним знањима, има развијену сујету. Емоционалне особине гради око его-идентитета и у поистовећивању са онима који су изнад и који су виши у хијерархији. Социјалне карактеристике су одсуство сарадње са другима и усвајање предрасуда о другима људима, народима (и свом народу). Њене моралне особине су: идеал себичности, релативизација истина и лажи, инсистирање на обавезама и казнама, хетерономно понашање (Бојановић, 2003).

Недемократска личност у медијском простору не држи много до поштовања процедуре, избегава преузимање одговорности, неосетљива је на разлике у мишљењима и понашањима, развија једноставан поглед на друштвену стварност. Она има јака осећања мржње, агресивна је према мањинском мишљењу и понашању. У српском примеру доказ за постојање недемократске медијске јавности су увек исти новинари који круже по медијима и увек исти гости у програмима медијских организација.

Медијски професионалац може да заступа изразито тоталитарне политичке ставове у условима демократских установа. Ево једног примера. Током бомбардовања НАТО

алијансе на СР Југославију испољена је екстремна агресивност влада и делова политичких елита Америке и западне Европе према српском народу и њеним у то време државним представницима. Интензитет бомбардовања је био такав да се може оправдати колективном мржњом према Србима. Бацити 21.000 тона бомби на малу Србију а при томе немати правни разлог зашто се то чини јасно упућује на закључак да је активиран један потенцијал насиља и освајања у политици. Ако се овоме дода и чињеница да су при томе прекршене правне норме УН, НАТО савеза, устава држава, онда је биланс силе заокружен. Нема никакве сумње да је појава оволиког и оваквог насилништва у демократским државама света само доказ постојања скривених могућности недемократске политике и њој одговарајућих црта личности запослених у медијима. Парадигматичан је став америчког новинара Томаса Фридмена из *Њујорк тајмса* објав

љен 24. априла 1999. Он дословно пише: „Почнимо бар прави ваздушни рат – погасимо сва светла у Београду, уништимо све цеви за воду и енергију, порушимо мостове, друмове, фабрике... Инвазија на Косово значи присвајање Косова.“ Има ли упечатљивијег примера јавне антидемократске медијске личности у држави са демократским установама?

Поред (не)демократског „антрополошког коефицијента“, треба додати и чињеницу да новинару није неопходна факултетска диплома, а етичка димензија новинарства је увек проблематична (заштита извора и чување професионалне тајне). Карактеристика њихове делатности је у томе што односе са корисницима успостављају посредно преко медијских организација, а не директно (Радојковић, Стојковић, 2003).

Плуралистички облици инструментализације медија у демократији

„Тржишни либерализам није успео да спречи манипулације и кривотворења обавештавања грађана.“ (Џон Кин, *Медији и демократија*)

За анализу (не)демократске медијске јавности важно је на који начин медији доприносе неистини или погрешној слици стварности. Ово због тога што се од медија очекује да истинито обавештавају. Могу се разликовати три облика медијских лажи: 1) свесна медијска лаж, 2) манипулација, 3) скривајућа истина. Сви ови облици постоје у демократским системима власти.

Медији не припадају само људима медија, већ свеколикој јавности и у тој чињеници се

огледа огроман значај модерних медија. У медијском простору срећу се новинари, политичари и интелектуалци. Они својим описивањима, тумачењима, идејама снажно утичу на афирмацију истине или лажи. Ту не треба имати илузије. Питање је само које личности „улазе“ у медије и каквим језиком говоре (истине, обмане, захтеви, претње, казне).

Постоји више мотива медијских манипулација и лажи. Одговорност за обмањивање јавности пада на људско незнање, тачније на људске предрасуде. Предрасуде имају велику моћ у формирању ставова особито оних према другим народима и државама.

Политички интереси влада такође утичу на медијско обликовање јавности и о том питању постоји више добрих студија, као што је већ поменута књига Џона Кина. Доказ за ову тврдњу је и висок степен подударности ставова између одлука влада и државних и приватних медија.

Међутим, посебну тешкоћу стварају финансијски темељи медијске индустрије. Увек треба имати на уму да моћ медија извире из новца и тржишта. Медиј има свог власника (држава или приватник), а информација је роба која се купује и продаје. То значи да се и истина и лаж купују.

У суочавању са оваквом силом какви су медији, у савременом демократском свету, против њихових лажи, предрасуда, обмана мора се борити на више начина. Један је свакако разобличавање позадине медијске слике стварности. Инсистирање на чињеницама је стандардан облик борбе против медијских лажи. Потребне су и анализе смисла, технике и учинка медијских манипулација. Не би смели да се занемаре и полемички коментари са оним медијским лажима које наносе огромну штету националним, друштвеним и индивидуалним интересима. Где могу да се појаве овакве критике? Одговор је једноставан – у алтернативним медијима. Демократија не гарантује демократску медијску јавност, већ борбу различитих облика јавности за одређене вредности.

Други пут борбе за демократску медијску јавност је дужи, али значајнији. Реч је о установама образовања и васпитања. Грађани траба да уче како да читају новине, како да гледају телевизијске слике, како му стваралац поруке не би подвалио. Најпре, треба да обратимо пажњу на форму у којој се медијске поруке пласирају. Какви су наслови, распоред рубрика, место илустрацијског материјала. Поводом неког догађаја или

личности треба оценити колико различитих гласова се о том предмету чује, види, слуша. У стварима критике обавезно је питање – да ли се чује и друга страна. Као грађани државе и припадници нације морамо бити свесни да се иза медијског обликовања стварности увек крије некакав интерес (идеолошки, политички, материјални, лично-психолошки). То је разлог да критички примамо медијске поруке.

Да размотримо облике инструментализације медија у демократији. Ту се такође показују могућности стварања демократске и недемократске медијске јавности.

Медији се користе за успостављање или одржавање економске и политичке моћи. Ништа ново! Када није средство монопола државне власти, одвија се борба за моћ на медијском простору. Једно од најзагонетнијих питања која се постављају када се расправља о медијима у демократским установама Србије свакако је њихово освајање публике и борба за престиж.

Медији су на двоструки начин инструментализовани. С једне стране они су средство оснивачког капитала или државе, а с друге стране, медији инструментализују демократију као основни легитимациони образац савременог друштва.

У медијској и политичкој борби експлоатише се апстракција појма демократије. Довољно је да се неком медију упуту критика да се „не придржавају међународних стандарда о демократији“. Та формула не треба да се образлаже – терет доказивања је на оптуженој страни. Исто је са флоскулом „демократизација медија“. Шта она значи? Ништа, осим да се користи као средство против оних медија за које критичар тврди да нису демократизовани.

За рачун интереса оснивачког капитала медији критикују све установе, владу, личности које се нађу на путу увећавања материјалног богатства и моћи или промоцију идеолошке слике света. Обилато се користе људска права, „међународна заједница“, у политичким форумима, у наступима појединачних политичара. Понекад ти медији личе на портпароле националног или међународног капитала.

Говори (пиши) демократски – поступај недемократски. Овај инструмент показује да медији не треба стриктно да се држе слова демократије, а у практичним ситуацијама

могу да од њега одступе. То се показује у селекцији догађаја, личности и политичких странака које се „пуштају“ у медије, посебно електронске. „Слободни медији“ је реч да се Власи не сете.

Скривање утицаја политичких странака на медије такође је „допринос“ демократском друштву. Није нимало тешко препознати који штампани и електронски медији протежирају неку политичку опцију. Медији су у Србији у рукама „еврореформиста“, аргументовано тврди Слободан Антонић, (*Вајмарска Србија*, 2008). Површни посматрач медијске сцене може да закључи да неке телевизије, најизразитије Б92, отворено навијају за проевропске политичке снаге и при томе раскринкавају националне. Нема никаквог стварног значаја када РРА јавно саопшти податке о фаворизовању једног круга политичких партија током изборне кампање.

Дупли стандарди су такође део инструментализације демократије у медијима. Увек се рачуна са једним лицем догађаја, процеса, појаве. Ако треба једној партији ће осветлити коруптивне или нелегалне радње, а другој ће одћутати само ако се уклапа у ширење „адекватних“ интереса и моћи.

Отворено одбацивање демократски изабране власти на свим нивоима један је од инструмената који се користи у неким медијима. Захтева се демократска утакмица, али ако су резултати против воље светских центара моћи, они ће одбацити изабране представнике власти критиком или изолацијом.

Међутим, демократија није само углађена процедура односа међу грађанима и државама. Неки медији посежу за увредама на рачун оних који нису у њиховој игри. Политичка и медијска кампања ширења мржње према непокореним појединцима и групама један је инструмент медијског освајања друштва. Оно што је забрањено унутар државе – ширење верске, расне, националне мржње допушта када су у питању национално патриотске оријентације.

Ево два примера о „објективности“ медијског извештавања у Србији. Када је у фебруару 2008. организован велики митинг протеста против проглашења независности Косова и Метохије (присутно 500.000 грађана), водећи српски електронски медији су највећу пажњу посветили крађи патица, нападима на неке западне амбасаде, а тек на крају, на кашичицу, и митингу. Нешто слично се догодило након митинга на Тргу Републике 29. јула 2008. после хапшења Радована Караџића. Проевропски медији су највећу пажњу

посветли инцидентима између једне групе хулигана и полиције.

Све телевизијске станице са националном фреквенцијом у Србији дају упадљиво време представницима/представницама ултраантинационалистичких невладиних организација. Једна анализа садржаја њиховог појављивања на медијима сигурно би запањила јавност високом фреквенцијом.

Поједини политичари имају своје телевизијске станице (некада БК, данас Палма плус). Неке политичке странке имају велики утицај на електронске медије.

У штампаним медијима ствар је слична. Уочљива је интензивна ротација малог круга новинара у јавности. Међутим, право питање је шта пишу. А ту тек треба сачувати живце пред острашћеношћу, нетрпељивошћу, сарказмом на српске теме. У демократском поретку Србије одвија се борба демократских и недемократских медијских организација и личности. У ту борбу мешају се и инострани интереси. Како ће она даље тећи зависи од снаге, воље, квалитета личности на једној и медијских организација другој страни.

Демократија у медијима – моћ медија

Нема никакве сумње да медији, односно хијерархија запослених у овим организацијама, узимају нешто од укупне друштвене моћи. Не може се поуздано утврдити колики је капацитет те моћи. Међутим, са продором електронских медија у сваку кућу и сваки стан њихова улога је добила на значају. Штампани медији нису потиснути, али њихов је утицај мањи од електронских и због тога што се налазе на киоску, а не у стану или кући.

Припадници медијске професије, посебно они новинари који су на врху уређивачког тима, стичу један маневарски простор да делују на другог, односно на јавност. Без икакве процедуре легитимитета, већ по природи саме професије они добијају један део јавне моћи. То ниједна друга професија не поседује; оне располажу неким облицима моћи у професији, али не и на припаднике свих других професија. Нема убедљивијег примера од главног и одговорног уредника РТ Војводина Љубише Николина који је на критику да овај јавни сервис објављује слику временске прогнозе само за Војводину одговорио „потражите на другом каналу вест о времену у осталом делу Србије“ (Аврамовић, З., „Војвођански дневник и територијализација времена“, *Политика*, 5.

август 2009).

Из оваквог статуса професије произлази закључак да су медији, односно хијерархија запослених у њима, веома значајан чинилац у структури моћи сваког друштва. Да будем прецизан – неколико главних уредника може да у великој мери утиче не само на јавно мишљење, већ и на токове расподеле и употребе друштвене моћи у демократском поретку. Сваки медијски образовани грађанин зна како се пакују вести, наслови, фотографије и низ других вештина којима се пласирају информације. А није неважно да ли то чини медиј у државној својини или приватној.

Они утичу на каквоћу демократског живота, али крајњи резултат се не може са поузданошћу утврдити. Понекад се учини да је тај утицај занемарљив, понекад да је знатан. Код оних чланова друштва који имају јасна опредељења и ставове медији, наравно, наилазе на зид. Они који су равнодушни такође не улазе у мрежу медијске моћи. Колебљивци, људи који нису сигурни шта ваља, а шта не ваља, који лако прелазе са једне стране на другу, постају плен медијских газда. Међутим, овај утицај је по свему судећи краткотрајан: нико не зна до које следеће медијске ситуације ће да дејствује порука која је била функционална.

У Србији су медији стално у жижи. За сада ту неме неког великог профита, али борба за медијски простор је прилично жестока. Зашто? Реч је о једној од манифестација воље за моћ у демократији. Припадници ове професије имају стварна или илузорна очекивања од медијских инструмената. Било једно или друго, облици моћи постоје, али нико не може да измери степен и делокруг те моћи.

Међутим, није само моћ медија питање значајно за ову дебату. Ако неко располаже делом јавне друштвене моћи, он мора да буде подвргнут контроли и јавној критици. Не тако ретко неки припадници медија у Србији се понашају као да им нико ништа не може приговорити. А видели смо да они могу да делују по моралним начелима професије, али и против тих начела. Јавност мора да реагује на медијске поруке и оне који их пласирају како би се остварила неопходна равнотежа. У супротном, имамо једносмерну комуникацију у којој једној страни треба само дати информацију. А она друга ће да одлучује.

Свако ко чита *Блиц*, *Данас*, *Време* лако ће пронаћи агресивне текстове новинара. Пишу и књиге. Ко је прочитао макар и неколико страница

Кр

оз клисурине

Теофила Панчића, могао је да дотакне дно речи-пљувачке. На страницама те књиге један недемократски новинар (пример „антрополошког коефицијента“) бујицом скарених речи благи универзитетске професоре, академике, научнике који „родољубиво грокћу“. Слободан Антонић је новинара Теофила назвао Великим Хигијеничаром („Легенда о великом хигијеничару“,

Печат

, август/2008).

Зар није медијска моћ када је главни уредник једног недељника истовремено колумниста дневних новина *Политике*, *Блица*, редовни гост политичких емисија на телевизији (РТС, Студио Б, Б92) и ко зна где све још. Да ли је то пример демократских медија у Србији? Или када се новинар водећег дневног листа залаже за забрану патриотских организација? (Аврамовић, „Родомрсци“, 2009).

Закључак

Појам објективних медија остаће недостижни идеал и то не само у Србији. Као и права, истинска, „суштинска“ демократија. Сви напред размотрени аргументи потврђују да демократски поредак не гарантује демократску медијску јавност.

Узроци недемократске медијске јавности су вишеструки: државни закони условљени околностима, границе слободе увек се шире и сужавају, правни регулативи добри и рђави, интереси светских центара моћи променљиви, капитал у медијима прелази из руке у руке, тржиште је хировито, власт више или мање толерантна према медијима, медијско наслеђе диференцирано, идеологије супротстављене, психоморалне структуре личности које раде у медијима различите, осећање страха мање или веће. Демократска медијска јавност је производ политичких, социјалних, економских и културних констелација, а не нешто што је производ институција демократског поретка. Другим речима, у демократском систему може да се формира и недемократска медијска јавност која не искључује и не забрањује демократску. На сцени је борба ова два облика медијске јавности у демократском поретку за више демократије.

Друштвено и политичко искуство друге половне 20. века показује да и демократија носи у себи и велике потенцијале самообмане. Ко може аподиктички да тврди да је демократија синоним слободе, равноправности и истине? Неки идеолози демократског

империјализма не устручавају се да отворено проповедају хегемонију између држава у име демократских вредности. Одатле па до хегемоније унутар државног суверенитета само је један корак. Како се могу размрсити овакви демократски чворови са становишта медија? Предлажем критички однос према медијском говору и деловању. Тиме избегавамо питање ко је медијски демократа, и усмеравамо пажњу на питање како спречити медије да наносе зло. Критеријум треба тражити у вредностима *слободе човек а, правде, добра, истине* и средствима којима се остварују.

Излагање на научном скупу "Култура и медији у (пост)глобалној ери", који је 04. јула 2009. организовало Уредништво НСПМ

Сажетак: У раду се доказује тврдња да се узроци недемократске медијске јавности налазе унутар демократских институција. Разматра се неколико фактора који делују на њено (не)демократско обликовање. држава и политички систем, тржиште, медијска традиција, улога међународне медијске заједнице, фактор запослених у овој професији и преферираних личности у медијима. Указује се на то да демократија не гарантује рационалност и да медији нису по дефиницији демократски. Разликује се недемократска и антидемократска медијска јавност. Демократска медијска јавност је производ политичких, социјалних, економских и културних констелација, а не нешто што је производ институција демократског поретка. У закључку се тврди да у демократском систему може да се формира и недемократска медијска јавност која не искључује и не забрањује демократску. На сцени је борба ова два облика медијске јавности у демократском поретку за више демократије.

Кључне речи: (не)демократија, медији, јавност, Србија.

Литература:

Аврамовић, З. (2007): *Срби у гету демократије*, Орфеус, Нови Сад.

Аврамовић, З. (2006): *Апорије образовања за демократију*, ИПИ, Београд.

Аврамовић, З. (2009): „Родомрсци“, *Култура полиса*, Нови Сад.

Антонић, С. (2008): *Вајмарска Србија*, Чигоја штампа, Београд.

Антонић, С. (2008): „Легенда о великом хигијеничару“, *Печат*, 08/2008.

Антонић, С. (2009): „Репресија као главна карактеристика новог Закона о информисању“, www.nspm.rs, 2009.

Брдар, М. (2009): „Логика западних медија као логика моћи“, *Комуникација, медији, култура*, Годишњак факултета за културу и медије, Београд, стр. 153–181.

Бојановић, Р. (2003): *Ауторитарни поглед на свет*, Друштво за примењену психологију, Београд.

Радојковић, М., Стојковић, Б. (2003): „Новинари као професионална група“, *Социолошки преглед*, бр. 3–4, стр. 241–255.

Јевтовић, З. (2000): *Тоталитаризаам и мас-медији*, БИГЗ, Београд.

Jankis, Henry (2006): *Convergence Culture: where old and new media collide*, New York University Press.