

Прегледни рад

Примљено: 14. 1. 2015.

UDK 316.774:316.46.058.2

Ревидирана верзија: 18. 4. 2015.

Одобрено за штампу: 18. 9. 2015.

УЛОГА МЕДИЈА У ДЕМОКРАТСКОМ ДРУШТВУ

Наташа Кривокапић

Универзитет Црне Горе, Филозофски факултет у Никшићу,

Студијски програм за социологију, Никшић, Црна Гора

natashak@t-com.me

Апстракт

Циљ рада је да, колико је то могуће, покаже повезаност демократије, као концепта и политичког система, и медија, као утицајне институције савременог друштва. Савремено демократско друштво посматра медије као један од инструмената којим се демократија остварује и одржава. Медији омогућавају стварање информисаног грађанина који је способан да самостално доноси судове о друштвеним збивањима и актерима. Информисан грађанин је важан фактор у изградњи здраве демократије. Медији су посредници актуелне политике, али се често користе и као средство за остваривање интереса одређених друштвених група, па и саме државе, чиме се потискује њихова функција ширења и развијања демократске културе, вриједности и идеја. Слободу медија, односно слободу информисања, извјештавања, истраживања, развоја, највише ограничавају приватни бизнис и држава. Стога медије, нарочито оне у земљама транзиције, треба ослободити њихове контроле и утицаја строжим придржавањем законске регулативе, као и подстицањем развоја јавног сервиса, односно оних медија који су по идеји у служби јавности и њених интереса.

Кључне ријечи: демократија, медији, држава, крупни бизнис, јавни сервис

THE ROLE OF THE MEDIA IN A DEMOCRATIC SOCIETY

Abstract

The aim of this paper is to show the connection between democracy as a concept and the political system and the media as influential institutions of a modern society. A modern democratic society sees the media as one of the tools for achieving and maintaining democracy. The media enable the creation of informed citizens who are able to independently make conclusions about social events and actors. An informed citizen is an important factor in building a healthy democracy. The media are the carriers of current political trends; however, they often serve the interests of certain social groups or even the state itself. This suppresses their role in expansion and development of a democratic culture, values and ideas. Freedom of the press, more precisely the freedom of information, reporting, research, development, is mostly restricted by private businesses and the state. Therefore, the media, especially those in transition countries should be liberated from their

control and influence by stricter adherence to legal regulations as well as by encouraging the development of a public service media, i.e. those media that serve the public and its interests.

Кључне речи: democracy, media, state, large business, public service.

УВОД

Посматрање медија као четврте гране власти има посебну важност у демократским системима и одржавању демократије као поретка. Наиме, ако се пође од суштинског захтјева одржања савремене демократије, а то је владавина народа преко изабраних представника, потреба за информисаним грађанином постаје нужан услов у погледу легитимности како тих представника тако и самог поретка. Информисаност грађана у демократским државама загарантована је законом, односно правом да се буде обавјештен и упознат са радом и одлукама актуелне власти, а ту могућност на најбољи начин обезбјеђују управо медији, односно средства јавног информисања. Мануел Кастелс (Manuel Castells) истиче да политички предлози и кандидати могу прикупити ширу подршку једино ако се активно појављују у медијима. „Цјелокупна политика мора проћи кроз медије како би се извршио утјецај на доношење одређених одлука“ (Castells, 2002, стр. 322).

Одговорна владавина, каква се претпоставља у демократијама, подразумијева константно показивање одговорног односа према својим грађанима и долази до изражаја преко јавности свих информација. Право на информисаност у демократијама је институционализовано, па тако Џон Кин (John Keane) наводи примјер САД гдје је уведена *доктрина ограниченог увида* којом се не дозвољава доношење одлука иза затворених врата, јамчи јавни увид и у записнике са састанка затворених за јавност, а “од твораца политике тражи да објасне и оправдају сваки потез, и [...] објасне логику на основу које су донијели одлуке“ (Kin, 1995, стр. 100). Право на слободу говора, мишљења, изражавања, право на информисаност чине основу грађанског учешћа у демократској држави. Право на информисаност у савременим европским оквирима регулисано је *Европском конвенцијом за заштиту људских права и основних слобода*¹ којом се регулишу и

¹ *Европска конвенција за заштиту људских права и основних слобода* је усвојена у Риму 1950. године ослањајући се на *Универзалну декларацију о људским правима* коју је Генерална скупштина Уједињених нација прогласила 1948. године. У члану 10, који се односи на слободу изражавања, каже се: „Свако има право на слободу изражавања. Ово право укључује слободу поседовања сопственог мишљења, примања и саопштавања информација и идеја без мешања јавне власти и без обзира на границе“ (Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda).

друга људска права и слободе које су „темељ правде и мира у свету и које се најбоље одржавају стварном политичком демократијом“ (Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda). Слободан приступ информацијама сматра се кључним за грађење здраве демократије и то из два разлога: „прво, јер грађани тиме праве одговоран и информисан избор умјесто да дјелују из незнања или дезинформисаности; друго, информације служе као „функција провјере“ омогућавајући да изабрани представници одрже своја обећања и остваре жеље оних који су их изабрали“ (Centre for democracy and governance, 1999, стр. 3).

Поред права на информисаност грађанима се законски гарантује и право слободног мишљења и изражавања које се дијелом остварује путем медија и такође представља један од облика контроле власти. Демократски поредак по себи захтјева од грађана да презимају иницијативу и да буду активни у политичком и друштвеном животу, тако да су грађани слободни да путем медија изнесу своје мишљење, изразе сагласност или критику одређеној политици, изнесу своје предлоге, сугестије и сл. Демократски систем овим путем даје легитимитет медијима да буду један од механизма којим држава остварује везу са јавношћу, али и механизам помоћу којег грађани и јавност одржавају своју везу са влашћу и самим системом. Медији у демократији су, дакле, једна од демократских процедура којима се, сматра Кин (1995), омогућава да цјелокупни колективитет или већина грађана одобри или не одлуке које су од важности за цијелу заједницу. Медији су стога средство којим грађани јавно остварују директан утицај на друштвена, политичка и сва важна питања своје заједнице чиме се демократија доказује као владавина народа. Тако посматрано, „демократија значи владавину јавности која (јавно) просуђује“ (Kin, 1995, стр. 139).

Вјековна борба за слободу штампе, а потом и остале медије од утицаја државе и њене контроле, имала је првенствени циљ да свим људима пружи поуздане информације о друштву како би могли самостално доносити суд о друштвеним збивањима и актерима. Најстарији сачувани примјерак првих новина штампан је током 1609. године у Њемачкој (Vjelica, 1985). Прве новине су објављивале углавном вијести и обавјештења, са понеким поучним или забавним прилогом. Дневне новине су биле јавне, али је само један број грађана могао да их чита, а то су образовани слојеви. Грађани постају публика тек онда када јавна управа схвата да јој штампа може бити од користи у сврху обавјештавања грађана о наредбама различитих врста. „Оваква јавност развија се, наиме, у оној мери у којој не само власт

увиђа да је приватна сфера грађанског друштва од јавног интереса већ и поданици уочавају да је она од интереса за њих саме“ (Habermas, 1969, стр. 34). Првобитна читалачка публика, скромних размјера, имала је развијен критички дух, а вјера у бољу и потпунију информисаност била је повезана са стварањем свјесног грађанина, одговорног према себи и друштву. Боља информисаност, односно приступ већем броју информација, као идеал ранијих времена, у савременом добу ипак није довео до очекиваног ефекта. Заправо, дошло је извјесног парадокса, сматра Роберт Мекчесни (Robert McChesney). Наиме, данашње вријеме одликује информативна преоптерећеност и презасићеност грађана информацијама и врстама средстава масовног комуницирања, комуникационе и информационе технологије су толико развијене да се говори о информатичком добу, гдје сваки човјек, према истраживању из 1998. које наводи Мекчесни (2000), у просјеку конзумира неки од облика медија (интернет, телевизија, радио, штампа и сл.) око дванаест сати дневно². Међутим, са друге стране „наша ера је све више деполитизована; традиционално схватање грађанског и политичког учешћа се „издушило“ (McChesney, 2000, стр. 2). Основно познавање друштвених и политичких питања од стране грађана је опало, тако да имамо демократију без грађана. Информатичка ера и слобода медија нијесу довеле до значајнијег повећања учешћа активних грађана у вођењу општих послова, али су зато омогућиле стварање глобалних медијских империја које ослобођене од државне контроле снабдјевају грађане информацијама и забавом.

Информисаност у демократији

Константан проток информација везаних за функционисање друштва представља императив демократског система. Улога медија у том процесу је од немјерљиве важности јер су медији постали простор на којем се остварује веза између грађана и државе. Могућност преношења информација учинила је медије посредником између два кључна актера у демократском систему: грађана и њихових представника. Информисање грађана о свим друштвеним и државним питањима, пословима, рјешењима представља једну од главних функција медија у демократском друштву. Информисаност о овим питањима је основа односа грађанина према друштву, догађајима, људима, основа његових ставова о владајућој политици, избору представника, уопште, једна од основа за његово учешће у друштвено-политичком животу своје заједнице.

² Мекчесни се позива на следећи извор: Consoli, J. (1998), *The 11.8-Hour Daily Diet*, *Mediaweek*, Apr. 20, pp. 8,12.

У демократском друштву од грађана се очекује да буду добро информисани о свим друштвеним питањима јер од тога зависи њихов однос према власти и политичким представницима, као и одлуке о подршци одређене политике или политичког правца. Своје ставове према јавној политици појединац не формира ипак само на основу информација доступних путем медија, већ се они формирају у складу са његовим личним и професионалним искуством, као и захваљујући информацијама током свакодневних разговора са својим пријатељима, комшијама и сл. Међутим, највећи дио информација појединац добија захваљујући медијима, односно тзв. *професионалним комуникаторима*, како Бенџамин Пејџ (Benjamin Page) назива новинаре, репортере, стручњаке, књижевнике и друге који путем медија грађанима пружају одговарајуће информације. Професионални комуникатори „не само да помажу политичким експертима да међусобно комуницирају, већ и спајају, објашњавају, расправљају и шире најдоступније информације и идеје о јавној политици на начин који је доступан широкој публици обичних грађана“ (Page, 1996, стр. 5).

Велики број теоретичара демократије истиче важност информисаности грађана. Роберт Дал (Robert Dahl) сматра да грађани треба да имају приступ информацијама како би били у стању „да стекну и разумеју средства и циљеве остваривања својих интереса и могуће (оčekиване) последице усвојене политике по те интересе“ (Dal, 1999, стр. 184). У демократском друштву добро је да грађани буду информисани о основним карактеристикама и принципима демократског система, представницима власти, односно најистакнутијим политичарима, правилима одвијања избора, да познају правила кључних подсистема у друштву, као што су правосудни, здравствени, социјални, образовни, да прате најважнија дешавања у друштву, да о њима имају оквирна знања.

Међутим, истраживања показују да просјечан грађанин тешко може да запамти све оно што би се од њега очекивало да зна (Clawson and Oxley, 2008). У суштини, он памти само информације о оним друштвеним питањима која су везана за његову добробит и за његову земљу, односно оне информације које су му важне и корисне. Степен његовог политичког знања у највећој мјери зависи од његових способности, мотивације и доступности информација. Иако се могућност разумијевања политике повећала захваљујући порасту степена образовања, иако је демократски систем развио механизме укључивања грађана у процес одлучивања и иако је развој средстава за комуникацију толико унапредовао да омогућава једноставан и брз приступ инфор-

мацијама, степен знања о владајућој политици, политичким дешавањима током последњих деценија је остао непромјењен³.

Скромно политичко знање не иде у прилог снажнијег и активнијег укључивања грађана у процес одлучивања, али одговара ставовима елитистичких демократа према којима грађанин не треба да посједује знање о политици и не мора да буде за њу много заинтересован, јер незнање грађана заправо омогућава демократији да цвјета, наводе Класон и Оксли (Rosalee Clawson and Zoe Oxley) (2008). Они, са друге стране, указују на пет предности добро информисаног грађанина, према мишљењу Мајкла Дели Карпинија и Скота Китера (Michael X. Delli Carpini and Scott Keeter). Наиме, добро информисан грађанин показује политичку толерантност, политички је активнији од неинформисаног грађанина, има стабилне и јасне ставове, боље препознаје своје интересе, гласа у складу са њима и лакше усваја нове информације. Лоша информисаност стога доводи до одлука које нијесу сасвим утемељене на чињеницама, на знању. Неинформисаним грађанима се лакше може манипулисати, њихови ставови су промјењиви, а све то утиче на њихов политички избор и, у крајњем, на правац политичких кретања друштва.

Бољој и квалитетнијој информисаности грађана доприносе медији који воде рачуна о њиховој политичкој, националној, културној, вјерској и другим различитостима тиме што дају простора мишљењу свих различитих група људи у једној заједници. Плурализам медија омогућава да грађани имају приступ различитим изворима информација и да у складу са тим формирају своје ставове. Објективност у информисању је несумњив захтјев свим медијима који се дијелом постиже плурализмом медија. Медији од угледа настоје да одрже објективан приступ информисању, поготову када је ријеч о догађајима о којима информисање може склизнути у предрасуде и стереотипе. У случају необјективног информисања водећих медија, неки други медији се јављају као коректив, указујући на пристрасност у извјештавању и дајући прилику грађанима да упознају и „другу“ страну догађаја⁴. Различитост мишљења као и објективност у из-

³ Класон и Оксли (2008) наводе истраживања Карпинија и Китера која су била усмјерена на упоређивање нивоа политичког знања од 1940. године до краја 90-их година XX вијека, а која показују да је ниво политичког знања грађана током тих година остао непромјењен. Истраживање о степену политичког знања Карпинија и Китера је садржало иста питања у упитнику као и она спроведена током 1940. године и показало је незнатне осцилације у одговорима током истраживаног периода (Carpini and Keeter, 1996).

⁴ Роланд Велсли (Roland Welseley) наводи да црначка штампа у САД често има корективну улогу у погледу извјештавања водећих медија о афро-америчком становништву које је често оптерећено предрасудама и стереотипима. Видјети у: Welseley, 1990.

вјештавању могу да буду угрожени уколико медији о политичким питањима искључиво користе званичне изворе и њихове коментаре. Доминација владиних и других званичника као извора информација уз искључивање или занемаривање осталих извора може да обмане грађане, поготову када се ради о информацијама везаним за спољне послове који су строго контролисани, сматра Бенџамин Пејџ (1996).

Информисање као бизнис

Медији у демократском систему имају посебан статус. Слобода говора, мишљења, изражавања, слобода медија, представљају слободу које су у овим системима заштићене уставом и законима. Слобода медија од уплитања државе и разних интересних група представља један од основних принципа демократије. Чињеница да су медији, а тиме и штампа, један од основних извора информисања грађана, да подстицајно дјелују на развијање демократске политичке културе, такође их чини заштићенима и на неки начин привилегованима у односу на друге друштвене сфере. Још од XIX вијека, наводи Бејкер (Edwin Baker), влада увјерење да „разлог за заштиту штампе од државних ограничења лежи у њеном доприносу демократији или, шире гледано, слободном друштву“ (Baker, 2007, стр. XI).

Демократска критичка мисао, међутим, заштиту медија и штампе види као средство за остваривање интереса крупног бизниса. Критикујући капиталистичко друштво, које је формално демократско док уз деполитизовану већину функционише помоћу владајуће елите, Мекчесни (2000) у медијима види систем тијесно повезан са одржавањем крупног власништва, оглашавањем јаких компанија, односно пословањем крупних економских фирми. Он сматра да је неолиберални концепт развоја друштва, у којем је тржишна утакмица основни регулатор свих процеса, искористио дерегулацију медија као инструмент за јачање и напредак богатих медијских компанија. Неолиберална демократија је тиме смањила контролу и значај политичког сектора, па је незаинтересованост грађана и политичка апатија сасвим очекиван избор за највећи дио грађана, нарочито оних из нижих класа.

Циљ новинских, телевизијских, радијских и других медијских институција у друштву савремене тржишне економије није првенствено везан за ширење вриједности и идеала демократије и тиме њихово остваривање у друштву. Њихов циљ је више вођен тржишном логиком: произвести и продати своје производе. У том смислу, информације се посматрају као роба која има своју цијену и може бити понуђена и на тржишту продата. Умјесто промоције демократских стандарда, медији су ревноснији у промовисању комерцијалних производа, постајући полигон за њихово рекламирање и уједно средство за добру зараду. „Као и комерцијалне организације, основна

мјера њиховог успјеха је профит, баш као што је то код произвођача пелена или аутомобила“ (Street, 2001, стр. 125).

Период 80-их година прошлог вијека представља вријеме промјена у начину функционисања и организације медијских кућа, пријећују Класон и Оксли (2008). До тог периода у САД је било свега неколико телевизијских канала који су преносили вијести, да би их нови власници преузели и претворили у велика профитна предузећа. Данас, највећи дио медијских кућа посједују велике корпорације чији је основни циљ да удовоље оглашивачима⁵ наводећи грађане да све више купују умјесто да се информишу о раду својих представника, „да зарађују за своје власнике и акционаре, а не да служе интересима грађана у демократском друштву“ (Clawson and Oxley, 2008, стр. 62). Оваква оријентисаност медија је разлог што све више нуде забавне садржаје који су привлачни масовној публици, док се са друге стране, због мањег степена праћења, смањује присуство информација везаних за догађаје од друштвеног значаја, државну и локалну политику, рад политичких представника и сл. Настојећи да првенствено остваре своје пословне циљеве, медији овим путем директно врше утицај на избор и садржај вијести, на доступност информација важних за друштво, а тиме и на степен друштвене информисаности грађана и њихово учешће у демократском одлучивању.

Снага медија расте и тиме што велике корпорације не посједују само велике медијске куће већ и неке друге компаније од друштвеног значаја, чије интересе штите и заступају у својим медијима, тако да тиме додатно мијењају структуру информативних садржаја својих медија. Нарастајућа моћ медија наилази на све веће критике у погледу остваривања њихове демократске улоге. Тако рецимо, имајући у виду концентрисаност и корпоративност медија, које су довеле до њиховог хиперкомерцијализма, Роберт Мекчесни (2000) констатује да су медији у савременом свијету, а нарочито у САД, постали значајна антидемократска снага. „Што су богатији и снажнији медијски корпоративни гиганти, то су слабији изгледи за партиципативну демократију“ (McChesney, 2000, стр. 2).

⁵ Колико је снажан утицај оглашивача на медије показује примјер главног оглашивача CBS телевизије, компаније Procter and Gamble. Наиме, током љета 2001. године, CBS је повукла одлуку о репризирању шоу програма *Family Low*, јер њихов главни оглашивач *Procter and Gamble* није желио да се њихове рекламе приказују током епизоде у којој се разматра проблем слободне куповине и власништва пиштоља. Овај оглашивач је изразио забринутост да би грађани због те теме могли бити нерасположени, и стога незаинтересовани да купе тоалет папир и зубну пасту које су се рекламирале током те епизоде. Под утицајем интереса оглашивача, CBS је одустала од приказивања тог шоу програма у којем се иначе разматрају многи политички проблеми (видјети у: Clawson and Oxley, 2008, стр. 65).

Контрола или слобода информација?

Чиниоци који најснажније ограничавају слободу медија у неком друштву долазе од државе или приватног бизниса. И једни и други медије користе за јачање своје моћи, једни за политичку други за економску моћ. И једни и други моћ остварују преко грађанина, односно потрошача, при чему једни настоје да утичу на политичку оријентацију грађанина, а други на његове потрошачке потребе.

Џејмс Каран (James Curran) наводи да је према историји либералних медија штампа била први медиј који је ослобођен од утицаја државе. Већ у XVII вијеку штампа је престала да буде лиценцирана од стране државе, да би вијек касније стекла већу економску независности, а затим обезбиједила мања законска ограничења. Независност радио-дифузних медија се рачуна од 1950. године, иако је у правом смислу демонстрирана тек 1956. године када је ВВС одбио да поступи по налогу владе у погледу извјештавања у периоду Суецке кризе (Curran, 2002).

Контрола преношења информација у многим земљама је регулисана одређеним законима, међутим често се она проширује и ван законски регулисаних норми, некада дјелујући скривено а некада јасно се откривајући. Слободно извјештавање са неког догађаја није загарантовано у свим земљама. У недемократским земљама, новинари некада ризикују своју слободу и животе због одређеног извјештаја, медијске куће и њихови уредници бивају затворени. Механизми којима се врши контрола медија разликују се међу државама, али се, ипак, према мишљењу Џона Стрита (John Street) (2001), могу издвојити четири њена основна облика: цензура, тајност информација, пропаганда и регулација. Цензура, која може бити директна и јавна, везана је за нелибералне режиме, али није непозната и демократским режимима који радије прибјегавају очувању тајности информација. „Ако новинари не знају ништа, нема потребе да буду цензурисани“ (Street, 2001, стр. 107). У циљу одржања тајности одређених информација, осјетљивих и важних за државу, већина демократских земаља има законе који се тичу рестрикције протока информација. Такође, својим регулативним системом, односно системом закона као што су закон о приватности, заштити ауторских права и сл., држава одржава одређени степен контроле над протоком информација и медијским системом уопште. На селективном објављивању информација заснива се и политичка пропаганда којом се настоје заштитити државни интереси.

Док су утицаји које економски или политички интереси остварују на информацију они које је могуће доказати и на неки начин могу бити видљиви, утицај тзв. „чувара пролаза“ или *gatekeepers*-а на информацију и њено искривљавање је много суптилнији, мање уочљив и стога га је законски теже уобличити. Проток вијести од њиховог извора до публице остварује се преко одређених канала при чему

„чувари пролаза“ одлучују о томе да ли ће она бити прослијеђена у истом или другачијем облику. *Чувари пролаза* су, наводи Денис Мек Квејл (Denis McQuail), заправо сами новинари, репортери, уредници, на чије извјештавање утиче политика гласила у којем раде, уредничко-ва очекивања, лични статус и професионалне аспирације, притисци спољне заједнице, друштвене структуре и сл. Ови механизми утицаја немају насилан карактер нити садрже отворене изјаве али ипак утичу на то да се комуникатори конформишу са нормама политике свог медија и у складу са тим врше селекцију вијести (Mek Kvejl, 1976).

Информисаност грађанина у демократском друштву, као што је већ истакнуто, представља један од важних елемената на основу којих они просуђују, процјењују и доносе ставове о плановима, одлукама, активностима и резултатима својих представника. Контрола информација од стране државе или економије изазива подозрење и сумњу у постојање систематског искривљавања информација, сматра Стрит (2001), па је стога оправдана и сумња у самосталност одлучивања и просуђивања грађанина о друштвеним питањима на основу таквих информација. Разматрајући различите димензије односа између медија и демократије, Стрит истиче „паковање политике“ као једну од димензија којом се презентовање политике усмјерава у правцу смањења квалитета политичког дискурса. Оправдавајући се потребом за ефикаснијим приближавањем политике и политичара грађанима, власт и политичке партије се користе маркетиншким техникама за промовисање својих активности, циљева и вриједности. Медији служе да створе имиџ неког политичара, партије се брендирају, на конвенцијама се брижљиво води рачуна о слоганима, изгледу, гестикулацији и мимици, политички аргументи се значајно поједностављују, тривијализују, укратко, спољашњост и атрактивност постаје важнија од садржаја. Паковање политике на овај начин, поред тога што представља потпуно другачији начин презентовања политике, пружањем површне слике заводи грађане у правцу који користи одређеним политичким интересима, али се поставља питање колико користи самој демократији, односно да ли јој штети и води њеном искривљавању и слабљењу.

Ослобађање медија

Јавна или скривена контрола информација и медија, цензура, паковање политике и сл., указале су на непостојање потпуне слободе медија чак и у демократији. Када су у питању земље тзв. бившег комунистичког блока, процес транзиционих кретања, између осталих промјена, повукао је за собом и промјене у медијској сфери. Трансформација ових друштава, којом се она усмјеравају у правцу успостављања демократског система и ослобађања од тзв. тоталитарних стега, неминовно захтјева ослобађање медија од идеолошког прити-

ска, првенствено због чињенице да медији могу одиграти значајну улогу у трансформацији друштва и његовој демократизацији.

Медији помажу грађанима да боље разумију нове друштвене околности, тешкоће транзиционог периода и циљеве који се њиме настоје остварити, да се упознају са идејом новог друштвеног система, својом улогом у њему. Од медија у транзиционим земљама се очекује да ојачају друштвену улогу грађанина, оснаже цивилни сектор, да одржавају и носе друштвене промјене. „Ако цивилно друштво жели постати само властити владар, тај комплекс може бити посложен и прерађен само кроз свјесну рефлексiju коју подупиру озбиљни медији“ (Bauer, 2007, стр. 16), сматра Томас Бауер (Thomas Bauer), тражећи од медија да спроводе конкретне задатке, као што је стварање структуралних услова за изградњу ширег плуралистичког окружења. Уљулкани у предтранзицији, медији су, примјећује он, свој потенцијал схватили тек након стварне политичке промјене, када су своју улогу „жртве“ замијенили улогом носитеља транзиције. Медији у транзицији, међутим, нијесу само играчи већ и објекти и у том смислу трансформација медија подразумијева и промјену технолошких и механичких концепција, промјену цијелог организационог концепта, као и промјену медијске политике, медијског права, привреде и сл.

Након промјене режима, у земљама Источног блока завршава се ера медијског монопола владајуће идеологије над свим облицима медија, а отпочиње нова битка за медије од стране новог система, умножених политичких партија, интересних група и других. У већини земаља држава је задржала власништво над једним бројем медијских кућа, а на тај начин и контролу над дијелом медија. Питер Грос (Peter Gross) наводи да су се, поготову у почетку транзиције, источноевропски лидери упорно борили против слободе штампе у страху да ће тиме њихова политика бити мета негативне кампање, чиме би се угрозила њихова, ионако недовољно јака позиција. У име изградње демократског друштва, нова елита је подржавала државну контролу медија, док се њихов реални интерес заправо састојао у очувању своје, од скоро, остварене моћи⁶.

⁶ Питер Грос (2002, стр. 60) показује да држава успјешно одржава контролу над медијима током 1990-их година XX вијека. Та се контрола најчешће састоји у следећем: 1. контрола дистрибуције штампаних медија; 2. монополизација производње штампаних медија; 3. монополизација основног штампарског материјала; 4. мјешање у приватизацију штампе; 5. именовање одговорних лица на радију и телевизији, као и чланова савјета за контролу радија и телевизије, давање лиценци и доношење правила која погодују одржању државне контроле медија; 6. ометање или блокирање насловница које се тичу државе, предсједништва, парламента и сл.; 7. подржавање закона и правила која штите државну контролу медија.

Процеси приватизације, комерцијализације и денационализације медија тек су дјелимично ослабили државне позиције у медијима. Медије су махом приватизовале политичке партије, комерцијалне компаније, групе појединаца, као и инострани инвеститори који су често били гарант „независности“ приватизованог медија. Међутим, слободном медијском развоју на пут стају многе наслијеђене, али и исконструисане околности, као што су недостатак професионалног кадра, контролисан рад регулаторних агенција, контрадикторни медијски закони, велике новчане таксе и сл. Реформе медијског система у земљама бившег социјализма које се спроводе према узору на дугогодишње идеолошке конкуренте, имају за циљ да отклоне све негативности наслеђеног медијског система.

Медији као јавни сервис

Медији који би у најбољој мјери могли да користе грађанима су медији у јавном власништву, односно медији који би били у служби јавности и њеног интереса. Основна идеја ове врсте медија, тзв. јавног сервиса или медија у јавној служби, чија начела према схватању Џона Кина (John Keane) сежу чак до енглеске и америчке револуције (Kin, 1998), није да удовољи потребама државне политике и политичких субјеката, нити да користи интересима медијских власника. Основни циљ ових медија је оријентисаност ка јавном интересу, при чему „за разлику од приватних и комерцијалних медијских канала, чија је главна брига привлачење публике и спонзора, канал у јавном власништву мора да стави на тас свој мандат да опслужује јавност – што подразумева допадљивост за сваки узраст и људе са свих локалитета“ (Logimer, 1998, стр. 117). Акцент јавног сервиса је на програмској разноврсности, односно таквој програмској шеми која истиче различитост, односно плуралитет публике, настојећи да поштује укусе, ставове, увјерења свих. Модел јавне службе је, на овај начин, сматра Кин (1995), „легитимисао присуство обичних грађана у емисијама посвећеним контроверзним питањима и проблемима [...] дао је публицитет ужицима обичности“ (Kin, 1998, стр. 91). Он је отворен и приступачан грађанима свих увјерења.

За разлику од комерцијалних медија „јавни сервис је непрофитна, независна радио-телевизијска организација, основана у име опште јавности и финансирана из јавних прихода, која разноврсним, уравнотеженим, висококвалитетним програмима задовољава потребе највећег могућег дела грађана, тј. најшире јавности, непристрасно и без дискриминације“ (Вељановски, 2007, стр. 35). Првенствени циљ јавног сервиса није зарада, већ стварање програма високог квалитета. Стога, својим садржајима, овај комуникациони систем настоји да пружи грађанима квалитетне информације, да шири знање из области науке, културе, умјетности, образује јавност, подстиче кри-

тичност грађана. Основне програмске обавезе јавног сервиса су да информише, образује и забави, наводи Велизар Средановић (2007), указујући на осам карактеристика које према Мајклу Трејсију (Michael Trasey) најбоље дефинишу јавни сервис: начело свеопште доступности, презентовање различитих интереса и укуса, посвећивање пажње потребама посебних друштвених скупина, предано служење јавности, рад на (до)образовању јавности, ограђивање од било каквих уских интереса, давање предности квалитетним програмима а не показатељима и протежирање креативности и слободе стваралаштва (Trasey, 1998).

Медији у јавној служби, међутим, имају проблема да у потпуности одговоре на захтјеве који им се постављају. Кин указује на све веће проблеме одрживости оваквог модела медија, услед технолошких промјена и доминације тржишног либерализма, који утичу на неке од основних функција јавног сервиса, као што су одржавање квалитета садржаја, равнотеже у погледу заступљености различитих интереса и свеопште приступачности (Kin, 1998). Потешкоће остваривања овог модела медијске организације се нарочито јављају у оним земљама, као што су неке од земаља у транзицији, у којима иза државе као већинског власника јавног сервиса неријетко стоји владајућа партија, коалиција или нека друга интересна група која утиче на медијску политику јавног сервиса, стављајући своје интересе испред интереса јавности.

Модел јавног сервиса у демократским земљама на најбољи начин може да оствари очекивања демократије од медија. Медији у јавној служби више него остали би требало да придонесе развоју демократске политике културе. Захваљујући нарочито образовним садржајима, ови медији потпомажу преношење демократских вриједности и идеала и тиме доприносе њиховом остваривању у друштву. Разноврсност програма и њихових садржаја указује да су у демократском друштву сви грађани једнаки без обзира на пол, вјеру, расу, да сви имају једнака права, да сви припадају једној заједници која једнако брине о свима и штити сваког грађанина. Пружајући непристрасне и независне информације, јавни сервис као такав представља основу за праћење и контролу рада политичких представника, простор за јавну дебату између грађана и државе, политичних партија, различитих интересних група, као и простор за промоцију нових политичких снага и рјешења.

ЗАКЉУЧАК

У савременим демократијама медији представљају један од њених стубова, односно принципа на којима демократија почива и помоћу којих функционише. У друштвима демократије медији чине дио самог политичког система играјући улогу посредника владајуће по-

литике, али и осталих политичких и друштвених субјеката. Медији настоје да континуирано прате политичку активност владајуће номенклатуре, преносе информације о политичким партијама, њиховим акцијама, програмима, изборима. Путем медија политика конкретне демократске земље се промовише, показује своје успјехе и достигнућа, односно информише грађане о оствареним резултатима, о плановима, одлукама, трошковима, улагањима и сл., чиме омогућава да грађани стекну реалан увид у њене активности а све у циљу контроле њеног рада. Дакле, демократска држава је транспарентна држава. Она чини видљивим све своје активности тиме показујући одговоран однос према својим грађанима чије интересе заступа.

Транспарентност активности демократске државе у складу је са њеним темељним одређењем као владавине народа. Иако савремена демократија нема облик директне већ представничке демократије, грађани и даље имају активну улогу у њеном функционисању. Учешће грађанина у друштвено–политичком животу своје заједнице не завршава се избором представника на националним или предсједничким изборима. Од грађанина се очекује да и сам буде активан као учесник у организацијама цивилног сектора али и да буде контролор рада изабраних представника. И једно и друго захтјева добру информисаност грађана о свим важним питањима у држави, оствареним активностима политичких представника, о функционисању демократског система и сл., што грађани у највећој мјери остварују путем медија.

Демократска држава штити медије путем закона о медијима. Законима држава правно гарантује слободу медија од ванмедијских утицаја различитих интересних група, као што су политичке партије, привредни субјекти, вјерске организације, па и саме државе. Ове групе медије посматрају као средство за остваривање својих партикуларних интереса, чијим остваривањем се потискује, занемарује и угрожава ширење вриједности и идеала демократије, а тиме и њихово одржавање и реализовање. Крупни бизнис настоји да медијске куће претвори у тржишно, односно профитно оријентисана предузећа, држава користи медије за јачање своје политичке моћи. То показује да медији фактички нису слободни ни у демократским друштвима и да константно треба радити на њиховој заштити. Једино слободни медији могу бити у функцији одржања демократије, само слободни медији могу користити грађанима, а добро информисани грађани у демократији су њени најбољи чувари.

ЛИТЕРАТУРА

- Baker, E. (2007). *Media Concentration and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
 Bauer, T.A. (2007). *Mediji za otvoreno društvo* [Media for Open Society]. Zagreb: ICEJ.

- Bjelica, M. (1985). *Velike bitke za slobodu štampe* [Great Battles for Press Freedom]. Beograd: Narodna knjiga, Podgorica: Univerzitetska riječ.
- Veljanovski, R. (2007). Javni RTV servis – Savremeni značaj i uloga [Public Broadcasting Service- Contemporary Importance and Role]. *Medijske sfere*, 1, 31–45.
- Gros, P. (2002). *Entangled Evolution*. Washington: Woodrow Wilson Center Press.
- Dal, R. (1999). *Demokratija i njeni kritičari* [Democracy and Its Critiques]. Podgorica: CID.
- Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda* [European Convention on Human Rights and Fundamental Freedoms]. <http://www.sostelefon.org.rs/zakoni/14.%20Evropska%20konvencija%20za%20zastitu%20ljudskih%20prava%20i%20osnovnih.pdf> (29. 03. 2015.)
- Kin, Dž. (1995). *Mediji i demokratija* [Media and Democracy]. Beograd: Filip Višnjić.
- Lorimer, R. (1998). *Masovne komunikacije* [Mass Communications]. Beograd: CLIO.
- Mek Kvejl, D. (1976). *Uvod u sociologiju masovnih komunikacija* [Introduction to Sociology of Mass Communications]. Beograd: Glas.
- McChesney, R. W. (2000). *Rich Media Poor Democracy*. New York: The New Press.
- Page, B. I. (1996). *Who Deliberates*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sredanović, V. (2007). *Javnost i mediji u Crnoj Gori* [The Public and the Media in Montenegro]. Cetinje: Obod.
- Street, J. (2001). *Mass Media, Politics and Democracy*. New York: Palgrave.
- Trasey, M. (1998). *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford University Press: London.
- Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje* [Public Opinion]. Beograd: Kultura.
- Carpini, X. D. and Keeter, S. (1996). *What Americans Know about Politics and Why it Matters*. New Haven: Yale University Press.
- Castells, M. (2002). *Moć identiteta* [The Power of Identity]. Zagreb: Golden marketing.
- Centre for democracy and governance (1999). *The Role of Media in Democracy: A Strategic Approach*. Washington: Centre for democracy and governance. <http://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/2496/200sbc.pdf> 4 (10. 09. 2014)
- Clawson, R.A. and Oxley, Z. M. (2008). *Public Opinion, Democratic Ideals, Democratic Practice*. Washington DC: CQ Press.
- Curran, J. (2002). *Media and Power*. London and New York: Routledge.
- Welseley, R. E. (1990). *The Bleck Press, U.S.A.* Ames: Iowa State University Press.

THE ROLE OF MEDIA IN DEMOCRATIC SOCIETY

Nataša Krivokapić

University of Montenegro, Faculty of Philosophy, Department of Sociology, Nikšić, Montenegro

Summary

The fact that the media are often considered the fourth branch of the government indicates that they play an important role in a modern democratic society. Given the fact that, the modern democracy is seen as a government of the people through freely chosen representatives, creation of the informed citizenry that gives legitimacy to their representatives, as well as to the state system, is one of the essential requirements of democracy. Unlike some other social systems, democracy guarantees its citizens the right

of information, i.e. the right of being informed about the decisions, plans, objectives, activities etc. of creators of the government policy. This right is realized through the media, by means of which citizens can monitor and control the work of their representatives and see whether the policy they are promoting complies with the programs which have been approved at the elections.

The media are the link between the citizens and the state. A constant flow of information relating to the functioning of a society is one of the imperatives of a democratic society. A well-informed citizen recognizes more clearly his/her interests in a society and identifies more successfully the policies that could serve these interests. However, studies indicate there is a low level of awareness and a modest political knowledge in citizens. This sort of state of affairs is somewhat produced by the development of big businesses which utilize the media as instruments for their own development. Large companies are often the owners of media companies through which they achieve their main goal- producing and selling their own goods, i.e. their commercial products. The media are used for their advertising, and the citizens are "trained" to buy more rather than to be informed. Having become the property of large companies, the influential media primarily seek to achieve their business goals, often influencing the selection of news, the availability of information related to the society and the level of social awareness of citizens.

Besides the big businesses, in order to strengthen its power, the state also exercises control over the media. Regardless of the existence of legal norms, the state gains control over transmission of information by using censorship, keeping certain information secret, through political propaganda and control. In such a way, it narrows the right of the citizen to be informed. Freedom of the media is particularly vulnerable in non-democratic countries. In transition countries, the media are trying to break free from the influence of the state and to have appropriate legislation developed. The media that are liberated from the interests of big businesses, the state or other interest groups are the media which are considered to be public services. These media properly serve the citizens and the public, not the individual interests, and properly benefit the informative goals of a democratic state.