

УДК: 316.744:316.653
Примљено: 21. новембар 2008.
Прихваћено: 15. децембар 2008.
Оригинални научни рад

Српска политичка мисао
број 4/2008.
год. 15. vol. 22.
стр. 165-184.

Милена Пешић

Институт за политичке студије, Београд

ЈАВНОСТ: МЕДИЈСКИ ДИСКУРС, КУЛТУРА И МОЋ

Када је говоримо о јавности као о посебном/пролазном облику друштвеног груписања, као две основне линије промишљања/ проблематизације издвајају се њена повезивања са разматрањем функционисања друштвене групе из социјално- психолошке перспективе, односно са динамиком групе и њеним когнитивним обрасцима који појединцу стоје на располагању у јавној сфери. Ове когнитивне и вредносне матрице група учествују, кроз усвојене друштвене идентитете у процесима формирања мњења појединаца, као и у ширем процесу формирања јавног мњења, путем медијски посредоване јавне дебате.

Појединац наступа у јавности из свог друштвеног идентитета, када гласа или учествује у јавној дебати, грађанским иницијативама. Он је тада човек сведен на друштвено биће са одређеним ставовима, вредностима и уверењима која су део конституисања социјано-психолошког комплекса званог јавно мњење. Питање којим се баве социјални психолози и културолози јесте да ли и у којој мери та припадност јавности унификује појединца, јер човек реагујући као друштвено и политичко биће на одређени проблем/ феномен у друштву типификује своје људско искуство, саображава га неким обрасцима и смешта у одређене друштвене и културне окви- ре, излази из свог потпуног индивидуализма, егоизма и субјективизма. Реч је о когнитивним и вредносним схемама које појединац гради као друштвено биће, кроз припадност или неприпадност одређеној друштвеној групи, култури и њеним идентитетима и културним кодовима. Наше разматрање креће се смеру повезивања те- за В. Прајса и типова културе М. Даглас.¹⁾

1) Price, V., „On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis“ in *Public Opinion Research, Communication Research*, 1988; 15; стр. 659; Даглас, М., *Особе које недостају*, Самиздат, Београд, 1998.

Ако је разумевамо у кључу дискурзивног модела, јавност постоји као потенцијална у јавно посредованом комуникацијском комплексу људи као припадника публике, на нивоу индивидуалне и колективне когниције и на нивоу друштвених идентификација које се у дискурзивним процесима успостављају. Основна линија концептуализовања у оквиру дискурзивног модела јавно мњење третира као аморфну друштвену творевину, али постоје и оријентације које га повезују са поставкама социологије групе, па се оно схвата као резултат интеракције унутар групе. Линија концептуализовања која јавност схвата као врсту полурганизоване друштвене целине, „рудиментарног друштвеног организма који чине појединци или групе међусобно повезани масовним медијима“ показује се као посебно значајна. Наиме, она омогућава повезивање сагледавања динамике унутар групе и између група. С овим одређењем кореспондира теоријски продуктивно полазиште у теоријској разради дискурзивног модела које је понудио В. Прајс својим концептуалним повезивањем нивоа истраживања, како би објаснио процесе путем којих се масовна публика трансформише у јавност. Занимљиво је приметити супротност смерова теоријских напора овог аутора и оних Ј. Хабермаса, који је опсервирао управо супротни процес – претварање публике у масу.²⁾

У значењу које јој је дао В. Прајс, јавност представља продукт механизма друштвеног структурирања публике, организовања појединаца кроз формирање и изражавање њиховог мњења путем учешћа у јавној комуникацији; у медијски посредованој јавној дебати/колективном одлучивању о питањима од општег значаја.³⁾

Полазна идеја В. Прајса је та да теорија јавног мњења мора разумети комуникативни контекст унутар којег се одвија процес индивидуалне когниције, сазнања; односно структуру идеја које се акумулирају у јавном домену и систему друштвених релација између припадника јавности, током њиховог одлучивања /формирања мишљења о општем проблему, кроз учешће у јавној кому-

2) Albig, W., (1956) *Modern Public Opinion*, New York: McGraw-Hill Book Company, Inc., према Томић, З., *Комуникација и јавност*, стр.107.

3) О основним разликама између дискурзивног и агрегативног модела опширније у Миливојевић, С „Јавност и идеолошки ефекти медија“, *Реч* 64.10, 2001, стр. 179-181. У оквиру ове теоријске оријентације по значају се издваја дискурзивни модел јавности који је постулирао Ј. Хабермас. Одређујући јавност као приватне људе (грађане) који окупљени у публику рационално расправљају о питањима од општег значаја, Хабермас потенцира следећа нормативна полазишта: рационалност/ критичност, отвореност (транспарентност и општу доступност) и сувереност (одсуство било какве доминације и моћи осим снаге бољег аргумента) јавности као њена дефинишућа својства. Њихове критичке интерпретације и оспоравања продукovali су релевантне теоријске контроверзе.

никацији. Она мора и да објасни како су процеси индивидуалног сазнања ограничени од стране виших нивоа, односно ширих друштвених контекста и процеса комуникације: јавне дебате и дискурса. Социјални аспект формирања мњења односи се не само интеракцију идеја већ и на организовање јавности у социјалне структуре (групе, фракције, коалиције, мањине, већину) кроз дискурзивну комуникацију.⁴⁾

Процес информисања појединаца и формирања њиховог мишљења кроз партиципирају у јавној/медијској дискусији повезан је не само са општим проблемом о коме се расправља, већ и са испоњеним или антиципираним идејама других. Јавна сфера на извештан начин чува „памти“ читаву историју друштвене интеракције, као испоњена гледишта на проблем, акумулирана у њој. Организација идеја и социјалних релација развијају се заједно у том смислу што се идеје интерпретирају путем јавног презентовања појединаца и друштвених група које их заступају. Учешће у јавном дискурсу, тако, омогућава појединцима да испоље и модификују не само своје идеје и перспективе посматрања проблема већ и своје социјалне односе. У том смислу дискурзивна комуникација производи/активира јавни каталог идеја, симбола и перспектива као и структуре социјалних односа унутар јавне сфере које појединцу стоје на располагању када формира своје мњење о актуелним друштвеним питањима.

Формирање јавног мњења под значајним је утицајем колективног репрезентовања идеја, позиција, гледишта на дати проблем, који се остварује путем представљања друштвених група и њихових лидера (партија, друштвених покрета, организација, интересних група, харизматичних лидера и других социјалних ентитета) који учествују у јавној дебати. Укратко, оно укључује структурирање масе у социјално организовану публику/јавност. Јер, појединци реагују на јавна питања/проблеме не примарно индивидуализирано, већ кроз партиципацију у ширим колективним процесима одлучивања и кроз усвојене когнитивне матрице одређених друштвених група као „страна“ у расправи. У истраживању индивидуалне политичке когниције и формирања мњења, као форми социјалног понашања којима припадници јавности учествују у колективном одлучивању, потребно је премостити јаз између индивидуалног и колективног нивоа. „Структура јавног политичког дискурса и социјална организација јавности конструисане су деловањем индивидуалних когниција и њихових изражавања које „хране“ јавну дебату. А и обрнуто, организација јавног дискурса и друштвене

4) Price, V., „On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis“, стр. 663-664

структуре јавности утичу на индивидуалну когницију и понашање припадника јавности у процесима друштвене комуникације и током формирања мњења. Тај утицај се остварује путем расположивих образаца, когнитивних матрица, идеолошких оријентација, идеја у јавној/медијској сфери.

Симултаност индивидуалног и колективног понашања као комплексни процес вишеструких повратних утицаја између ова два међусобно укрштена/повезана нивоа тешко је емпиријски поставити. „Разуман смер у том смислу био би теоријско разлагање процеса на две класе проблема: како социјални ниво ставова и структуре проистиче из индивидуалних мишљења и акција; како јавне структуре и ставови обухватају, пружају одређени контекст (друштвени, културни, когнитивни) у коме људи делују“.⁵⁾

Масовни медији представљају основни начин на који различити припадници публике добијају знања о томе шта се догађа у широј јавности/друштвеној стварности. Тако је размишљање о политичким питањима бар делом структурирано путем масовних медија који повезују експресије и акције јавних учесника и тиме карактеришу, материјализују „стране“ у јавној расправи поводом датог питања. Идеје се конкретизују путем представљања друштвених група и лидера који их репрезентују.

Централно питање за истраживање јавног мњења је то до које мере масовно посредована информација (о односима друштвених група и о томе које стране заузимају какво гледиште у дебати око датог питања) „помаже“ припадницима масовне публике да разумеју тај општи проблем и реагују на њега. Како масовна комуникација, омогућавајући припадницима публике да прате јавну дебату, „асистира“ у колективној организацији јавности. Или још директније, да ли је и у којој мери могуће медијски фаворизовати одређене преференце (гледишта, интерпретација, „страна“ у јавној дебати). Одговор нам, По В. Прајсу, пружа социјалнопсихолошко истраживање групне идентификације, прецизније теорија друштвене идентификације.

Савремена истраживања социјалне идентификације и међугрупних односа упућују на механизме којима поруке фокусиране на социјални конфликт могу продуковати групно посредоване одговоре код припадника медијске публике/јавности. Медијски извештаји о разликама између група у одлучивању око проблема, индукују одговор припадника масовне публике на проблем пре као

5) Price, V., On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis in Public Opinion Research, *Communication Research*, 1988; 15; 659, стр. 667.

припадника датих група него као изолованих индивидуа. Друштвена идентификација је базични когнитивни и перцептуални процес који подразумева групно понашање.⁶⁾

Важно питање у овом контексту јесте то како процеси социјалне идентификације могу допринети организовању масовне публике и формирању јавног мњења. Вести о конфликтима међу групама могу створити масовну публику са социјалним контекстом за промишљање проблема. Прецизније, медији стварају прилику да припадници масовне публике одговарају на проблем кроз један или други социјални идентитет, заправо они покрећу процес социјалне идентификације и при том, кроз представљање друштвених група и њиховог одношења према датом проблему, кроз презентовање групних перспектива норми, одлика, оријентација, могу фаворизовати одређене. Медијски извештаји о међугрупним конфликтима, индковањем људи да мисле о неком питању и реагују на њега кроз одређене групне идентитете, социјално организују јавност током времена. Тренутна изложеност медијским порукама не доводи непосредно до промене мњења. Ипак, мишљења и понашања одређене групе се током времена уче и учвршћују, па су ефекти групе јачи што је изложеност дужа.

Ефекти медијски посредоване друштвене идентификације могу да се акумулирају, па разумевање одређених проблема из тачке гледишта одабране групе представља нешто што припаднике публике диференцира у односу на припаднике других група, а усличњава са припадницима властите групе. Ако ове ефекте друштвене идентификације ситуирамо у шири контекст системских процеса јавне комуникације који су везани за одређено питање, можемо видети како медијски извештаји о групним конфликтима

6) Према Тарнеру (1985) концепт сопства (идентитета) представља организовану когнитивну структуру, чије је функционисање прилагодљиво и ситуационо специфично.; само одређени део идентитета је активиран у датом моменту, јер у датој ситуацији појединци усвајају један од многобројних могућих сопства, активирајући један прећутни аспект њихових личних или друштвених идентитета. Одређене „бихевиоралне ситуације“, најчешће међугрупни конфликти или надметање ангажују социјални идентитет., активирају идентификацију са одређеном групом чије се перспективе усвајају у разумевању друштвеног окружења и одговарању на њега. Ова категоризација људи према групама је кључни стереотипизујући процес који резултира преувеличаваним или акцентованим перцепцијама међугрупне различитости и интрагрупне сличности. Када се појединци сматрају члановима групе, они су на неко начин (само)присиљени да буду слични другим припадницима у својствима, особинама и понашању него када се сматрају скупом одвојених индивидуа. Процес има три фазе: категоризовање и сагледавање себе и других као чланова групе, у сагласности са прећутним друштвеним идентитетом; учење репрезентативних, типичних карактеристика и понашања групе и усвајање сагледаних стереотипних карактеристика властите групе укључујући и одношења према себи.

Price, V., On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis in Public Opinion Research, Communication Research, 1988; 15; 659, стр. 670

доприносе временом социјалној организацији, диференцијацији јавности у ширим размерама, на глобалном нивоу.⁷⁾

Утицај спроведен кроз социјалну идентификацију треба разумети као врсту самоубеђивања. Тако активирани друштвени идентитет функционише као интерпретативни оквир, когнитивна структура, групна схема која организује перцепцију, когницију и понашање/реакцију на проблем а и шире. Делујући с временом, групна матрица мења мишљења, ставове, чинећи их доследнијим у односу на усвојени оквир групе. Овај процес самоубеђивања кроз социјалну идентификацију може се пре схватити као начин на који се јавно мњење формира пре него као механизам за промену мишљења.⁸⁾

Другу важну полазницу у разматрању јавности као социо-културног простора пружа нам теорија културних склоности као „друштвених јастава“ коју је понудила М. Даглас. Она полази од претпоставке да четири врсте културне склоности потенцијално постоје у свакој групи људи, а да се оне узајамно надмећу и да свака усмерава понашање ка једној или другој врсти организације и руководи се различитим друштвеним вредностима у вези са њом. Не желећи да их именује јер би их тиме и ограничила на начин који не одговара њеном моделу културних склоности који је конструисан у две димензије: структури и повезаности, ауторка их је схематски приказала кроз означавање словима А, Б, Ц, Д, и представила кроз три фигуре: „пионир“, „свети човек“ и „чиновник“. Прва културна склоност „или „чиновник“ подржава традицију и поредак, везује се за чврсто повезане групе са сложеном структуром, на пример, хијерархије. Другу културну склоност под називом „пионир“ одликују слаба структура, слаба повезаност, компетитивни индивидуализам. Она заступа индивидуално надметање и не држи до традиције, за њу се везује слаба колективна делатност и слободно преговарање појединаца, што је идеал за рационалног економског човека.⁹⁾

Трећа културна склоност, или „свети човек“ одговара затвореном, једноставном егалитарном систему, секташком колективу,

7) Price, V., On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis in Public Opinion Research, Communication Research, 1988; 15; 659, стр. 672.

8) Међу чиниоцима који утичу на процес формирања како индивидуалних мњења тако и јавног мњења важан моменат представљају утицаји здраворазумских теорија на тумачење социјалних појава и догађаја. М. Васовић је у свом раду „Јавно мњење и здраворазумско мишљење“ указала на „порекло, карактеристике и основне психолошке функције ових теорија. Опширније у „Јавно мњење и здраворазумско мишљење“, *Социолошки преглед*, 29-1, Београд, 1995.

9) Даглас, М., *Особе које недостају*, Самиздат, Београд, 1998. стр. 111

а њена кључна особина је остваривање једнакости, као и прецизна правила; везује се за чврсто повезане групе са слабом структуром, (на пример егалитарне енклаве) Четврта културна склоност, погодује онима који избегавају хијерархије и удруживање и теже изолацији. Везујемо је за изоловане појединце (добровољно или принудно) дословно саме, или изоловане у сложеним структурама (еклектичке вредности). За ову културну склоност и за ону означену фигуром „чиновника“ везујемо друштво којим доминирају оgrade, утврђени положаји и правила која раздвајају појединце и ограничавају њихову слободу избора. Како се од њих крећемо ка „пиониру“ и „светом човеку“ оgrade постају слабије. У кретању од „пионира“ и изолованог према „чиновнику“ и „светом човеку“ појединци почињу сами и независно од других да се организују и образују чврсто повезане групе.

Свака од наведених култура погодна је за неке организационе циљеве. Кад се тражи сложена координација, разумно је развијати образац културне склоности „чиновник“ и неговати вредности и ставове који га оправдавају. Кад је потребна индивидуална иницијатива развија се образац културне склоности „пионир“. Кад се тражи усаглашена побуна, разумно је потиснути индивидуалне разлике и изградити егалитарну групу. Две најсупротстављеније културне склоности су „чиновник“ и „пионир“. Културна склоност која подржава сложену организацију („чиновник“) олакшава координацију захваљујући повољном, сложеном уређењу простора и времена. Најслободнија је изолована особа која се уопште не координира.

У свакој заједници потенцијално постоје све четири врсте културе које се актуелизују и непрестано активно сукобљавају. У идеалном случају ниједна култура не би требало да буде потиснута од стране других. Али култура изолованог појединца је неизбежно искључена, јер по дефиницији није организована. Антагонистички однос три преостале културе чини по Дагласовој суштину демократије, јер се свака од културних склоности супротставља другима и свака се бори да превазиђе организационе недостатке који проистичу из њеног културног става.

Сматра се да је у плуралистичком политичком систему моћ широко распршена на различите друштвене групе. Ниједна група не постиже доминацију и сви имају могућност да се чује њихов глас. Али, ауторка се пита како дефинисати тај „глас“. Појам политичког плурализма морао би се проширити на такав начин да ниједан од четири културна гласа не доминира процесом друштвене стратегије и да не остварује свој програм искључујући друге. Ако

су односи култура суштински конфликтни, како се може остварити њихова подела моћи и ускладити њихова културна разноврсност? Да би одговорила на ово питање, М. Даглас је у разматрање увела појам друштвене стратегије и њене аргументације и одговор формулисала овако: „можда се културна разноврсност може ускладити помоћу такозваног аргументативног обрта у анализи процеса стратегије решавања друштвених проблема“.¹⁰⁾

У јавној сфери, сматра ауторка, јавно мњење се не кристализује мистичним процесима из скупа атомизираних, појединачних мњења, јер „аргументи стратегије решавања друштвених проблема морају одражавати друштвене контексте из којих долазе, будући да су сукобљене норме и тежње основа на којој настаје сукоб стратегија. Ти аргументи настају и супротстављају се једни другима у јавној сфери“. Идеја Мартена Хајера о коалицији дискурса најбоље, по ауторки, описује тај концепт. „Коалиција дискурса је група актера који имају заједнички социјални конструкт. Социјални конструкти дају јасно значење вишезначним друштвеним околностима; они су средства за уређивање догађаја. Друштвене конструкте уобличује дијалог кроз који они могу бити повезани са специфичним институцијама и актерима. Коалиције дискурса боре се у јавној сфери за легитимитет. Оне граде аргументе и покушавају да их уклопе у стратегију. Можемо их схватити као културе у дијалогу.“¹¹⁾

У овом контексту, потребно је ближе одредити појам дискурса који би фигурирао унутар овако постављених релација јавности и културе. Дискурс, како га овде користимо, може се дефинисати као „начин конструисања значења који врши утицаје и организује и наше акције и наше схватање себе.“¹²⁾

Појам дискурса веома је неодређен, чак контроверзан; и док га аутори попут М. Фукоа везују за моћ, у контексту разматрања медијских представа, осамдесетих година, он је у опсервирање уведен као замена за појам идеологије. Главни разлог за ову замену састојао се у томе „што појам идеологије, као нешто што претходи процесу медијског представљања или је издвојено из њега, а ипак игра утицајну улогу у том процесу, води у проблеме.“ Он упућује на то да медијске представе преносе идеологију која, тобоже, има независну егзистенцију. Термин „дискурс“, с друге стране, сугери-

10) Како М. Даглас наводи, креирање друштвене стратегије подразумева „стварно изношење аргумената и практичан реторички рад анализе менталних оквира, њихово артикулисање и конструисање осећања вредности и значаја“ (Даглас, М., *Особе које недостају*, Самиздат, Београд, 1998. Стр. 111)

11) Даглас, М. *Особе које недостају*, стр. 112.

12) Бригс, А., Колби, П., *Увод у студије медија*, стр. 472-473.

ше да би сам чин преношења информација о свету требало да буде фокус сваког испитивања деловања медијских представа. Статус медијских представа као дискурса „омогућава нам да мислимо о њима не само као о нечему што надграђује или репрезентује постојеће категорије, већ заправо као нешто што креира параметре тих категорија. Такве категорије су симболичка средства именовања оних аспеката наших идентитета које свакодневно проживљавамо“. Медијске представе не само да доприносе разумевању ових и других категорија и промовишу их, већ често могу да их производе, креирају, изазивају, обликују. Концепт дискурса омогућава разумевање медијских представа као нечега што ствара и наглашава разлике међу људима/друштвеним групама. Таква класификација идентитета и разлика увек представља основу за односе моћи. Медијске представе не делују само тако што говоре „другим људима о „нама“. Оне и нама говоре о другим људима. И говоре шта значи „ми“ у контексту одређене друштвене ситуације.¹³⁾

Медијске представе често користе репертоар неких идентитета и обрнуто користе репертоар других идентитета на веома ограничен начин. Док теорија идеологије схвата комуникацију или представљање као „средство“ за преношење идеологије у служби одржавања и јачања односа моћи, „дискурс“, с друге стране, предочава представљање као нешто што је уплетено у односе моћи. Уместо да преноси идеологију садржајима представа, „дискурс“ указује да сам чин представљања обликује наше односе са светом, собом и другима. Дакле, сам артикулацијски ниво постаје значајан, сагледава се као процес с одређеним импликацијама на односе моћи у друштву. Према овом схватању, не постоји ништа изван датог „дискурса“ – никаква „реалност“ као таква – осим других „дискурса“. Борбе за моћ одвијају се, онда, у надметању између и унутар датих дискурса, на два начина: или доводе у питање стереотипе који су често резултат извесних категорија (нпр. расе, класе, рода), или испитују оправданост категорија као нечег што је дефинитивно. Борбе се воде око првенства дискурса стварању иницијалних дефиниција друштвене стварности, односно формулисању параметара њеног одређења/ интерпретације.

Према мишљењу заговорника социјалног конструкционизма, идентитет се конструише на основу дискурса расположивих у одређеној култури на које се људи ослањају у комуникацији с другима. Људски идентитет настаје преплитањем многобројних различитих дискурса (дискурс класне припадности, етничитета, рода...), свако од нас располаже мноштвом дискурса који непре-

13) Бригс, А., Колби, П., Увод у студије медија, стр. 472-473.

стано делују конструишући и производећи наше идентитете. Они су блиско повезани са структурама и праксом свакодневног живота у друштву, интегрисани у њих као нешто што их битно одређује. Структуре моћи претендују на то да означавају одређене дискурсе ка „истините“, насупротив осталим и тако остварују предност у сигнификацији стварности, односно дефинисању параметара, оквира за њено „рекреирање“. У овом смислу, дискурси су тесно повезани с односима моћи, па стога имају важне политичке импликације.¹⁴⁾

По свом пореклу, „моћ извире из природних способности човека и из природе социјалних односа који настају у различитим историјским и друштвеним околностима и епохама. (...) Оно што је битно за коришћење тих моћи јесте њихова рационална или ирационална употреба“. „Рационално коришћење омогућавало је успостављање садржајнијег и богатијег политичког и социјалног живота. Ирационална употреба појединачне и групне моћи, која је, нажалост чешћа током историје, затварала је и уништавала политички и социјални живот и политичку заједницу.“¹⁵⁾

Како истиче М. Фуко, „у сваком се друштву продукција дискурса у исти мах контролише, селекује, организује и расподељује, и то у извесним поступцима чија је улога да укроте моћ и опасност дискурса, да овладају његовим непредвидљивим догађајима, да избегну његову тешку и опасну материјалност“.¹⁶⁾

Фуко, међутим, указује и на постојање односа доминације који се остварују путем одређених техничких инструмената. Фокус је на утврђивању разноврсности техника и њихових последица којима се остварују доминација и власт над појединцем.¹⁷⁾

Једну врсту дискурса Фуко сматра нарочито значајном, то је „историјско-политички дискурс“ који се јавља у периодима револуционарних превирања и настанка грађанства у Енглеској 17. и Француској 18. века. Тај дискурс је двострук и двозначан у том

14) О појму моћи опширније у Чупић, Ч., *Социологија, структура-култура-владавина*, Чигоја штампа, Београд, 2002; Бер, В., *Увод у социјални конструкционизам*, Zepter Book World, Београд, 2001.

15) Како наводи Ч. Чупић, „Друштвена моћ је организована моћ, односно моћ организоване групе, организације, staleжа, слоја и укупног друштва. Ова моћ, за разлику од појединачне моћи, не произилази из унутрашњих својстава личности већ из положаја у групи или организацији, као и из положаја групе или организације у глобалном друштву.“ Он истиче да структура моћи произилази из њеног одређења. „Ако се пође од става да је моћ наметање и спровођење сопствене воље појединца или друштвених група у заједничком делању, онда структуру појма моћи чине: носиоци, убеђивање, материјално богатство, статусни симболи, контрола друштвених норми, сила, доминација и хијерархија.“ (Чупић, Ч., *Социологија, структура-култура-владавина*, стр. 88, 90, 95).

16) Фуко, М., *Поредок дискурса*, Карпос, Лозница, 2007.

17) Фуко, М., *Треба бранити друштво*, Нови Сад, Светови, 1998, стр. 61-62

смислу што је „са једне стране, у Енглеској, био један од инструмената борбе, полемике и политичког организовања буржоаских, ситнобуржоаских и евентуално чак и политичких група широких народних слојева против апсолутне монархије.“ Са друге стране, он је истовремено у Француској био аристократски дискурс против те исте монархије. Суштина тог дискурса је у тврдњи да насупрот ономе што каже философско-правна теорија, „политичка власт не почиње кад се заврши рат“ (рат против „рђаве државе“) „јер су мир и закони рођени у крви и блату битака“. За Фукоа, „рат је мотор установа реда: мир, у најмањим од својих зупчаника, потмуло води рат.“¹⁸⁾

За Ј. Хабермаса, нова социјабилност француских салона, немачких кафанских друштава и читалачких клубова, енглеских кафетерија је крајем 18. и почетком 19. века, била социокултурна и политичка база из које ће, током стварања модерне демократске, конституционалне државе и развоја тржишта роба, информација, капитализма настати такав друштвени, политички и комуникацијски поредак који ће омогућити да одлуке власти буду легитимисане од стране сувереног народа, чије је мишљење отелотворено у јавном мњењу. Револуционарни процеси, довели су до спајања две основне функције јавности: критичке и легислативне. Рационални консензус свих учесника у дискурсу, остварен путем јавне дебате о питањима од општег значаја основни је циљ/образац/производ јавног резоновања.

Супротност позиција Ј. Хабермаса и М. Фукоа осветљава једну од суштинских тензија модерности, тензију између нормативног и стварног, између оног што би требало да буде и оног што се дешава, и овај дуализам погледа пројектује се и на њихов однос према савременој демократији, односно цивилном друштву као њеном кључном чиниоцу/услову. Полазећи од Канта, Хабермас се везује за идеју моралности и консензуса, конструкт историјског прогреса утемељеног у разуму, док Фуко следећи Ничеа инклинира стварној историји у појмовима сукоба и моћи. Поређењем те две различите концепције, ставивши их у функцију одређења онога што јесте цивилно друштво, Џ. Кон упозорава да су неједнакост и доминација били уграђени у саме темеље цивилног друштва од његовог настанка.¹⁹⁾

18) Фуко, М., *Треба бранити друштво*, стр. 65-67.

19) Према Хабермасу, међутим, са Кантом почиње доба модерне, имајући у виду његов покушај да развије универзалне, рационалне основе демократских институција; аутор сматра да је био неуспешан у том покушају, (као што су и Хегел и Марке) због оквира традиције унутар које је размишљао, а коју он назива „философија субјекта“. Према Хабермасу, проблем са Кантом и осталим мислиоцима модерности није у њиховом циљу

Хабермас потенцира моменат који се јавља као нужан у процесу остваривања међусобног разумевања. Као последица тога, људи су схваћени као демократски настројена бића. А кад је реч о валидности тврдњи и захтева, он је објашњава везујући је за ненасилни консензус, јер сви могу слободно учествовати у њеном општем разматрању, све док се не задовоље сви различити аргументи и интереси везани за валидности норме која је објект оспоравања и о којој мора бити од стране свих донесена одлука о њеној прихватљивости. „Тако Хабермас уводи принцип валидности као универзалистички принцип етике дискурса, а слично томе уводи и појам истине: 'аргументација осигурава да сви заинтересовани узму учешћа једнако и слободно у потрази за истином, и где је једина сила која која принуђује учеснике снага бољег аргумента'“²⁰⁾

Фуко је, анализирајући моћ, закључио да она уопште није ухватљива кроз конституционализам у пољу принуде. Оваква теза представља за њега део просветитељског конструкта који је Ј. Хабермас некритички преузео. Фуко то назива извесном представом моћи-закона или *juridico discursive* „језик закона је језик моћи, јер закон је моћ принуде“. Његов резон је: деконструкцијом моћи, путем разумевања њене генезе, механизма функционисања, њених циљева, демаскирати моћ, у које спада и дискурс законитости, раз-

већ начинама како се до њих долази. За разлику од Хегеловог светског духа и Марксове радничке класе, Хабермас се фокусира на интерсубјективност и на проблеме теорије комуникативне акције и етике дискурса, те му је циљ да појасни саме претпоставке процеса међусобног разумевања које се могу сматрати универзалним јер су неизбежне. Иако Хабермас види комуникативну рационалност као нешто што је на удару модерног друштва, сматра ипак да само језгро комуникативне рационалности, тај уједињујући, на аргументима заснован говор представља централно искуство у развоју човечанства. (Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“ *The British Journal of Sociology*, Vol. 49, No 2, 1998, pp 210-233, Bent Flyvbjerg, стр. 210-212).

- 20) Та два појма, „валидност“ и „истина“ код Хабермаса добијају одређену интерпретацију и постижу се по њему у стварности помоћу пет кључних претпоставки, или процесних елемената етике дискурса. Прва је та да ниједна од страна у расправи не сме бити искључена из дискурса; друга је та да сви учесници треба да имају једнаке шансе да изнесу своје гледиште; трећа да учесници треба да могу и желе да се створено емпатички поставе према туђим гледиштима; постојеће разлике у егзистирајућим моћима између саговорника треба неутралисати, како оне не би утицале на формирање консензуса; учесници морају отворено да објасне своје циљеве и намере (захтев за општошћу дијалога; аутономност као идеални облик мишљења; неутралност моћи; транспарентност). Етика дискурса, како сам Хабермас каже, нема утицаја на појединачне, посебне оријентације, већ успоставља процедуре које омогућавају непристрасност при одлучивању. У том смислу, Хабермас представља универзалистичког моралисту, оног ко посматра ствари одозго теоретизирајући, јер правила која одређују коректност самог процеса дата су као унапред нормирана, дакле нормативно су дата као претпоставке идеалне говорне/комуникативне ситуације. Као последица посматрања процеса који води консензусу и тврдњи о валидности на којој сен заснива, чине сам центар Хабермасовог рада. На тај начин, сматра аутор, Хабермас се јавља као сушти легалиста и лојалиста, јер покушава да озакони одређене принципе, унутар којих његов систем може да постоји. (Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“ *The British Journal of Sociology*, стр. 213-214).

вргнути лажну истину која се крије иза дискурса моћи а политичку анализу заменити децентрираним тумачењем, разумевањем саме моћи. За Хабермаса тај систем функционише у смислу да је суверенитет/легалитет основна претпоставка потребна за регулацију моћи путем закона. Њега не занима што се моћ успешно скрила иза тог закона и његове наводне контроле.²¹⁾

Насупрот Хабермасу, Фуко и Дерида сматрали су да је комуникација увек и у свим временима била прожета структурама моћи, јер „моћ је присутна увек“. Зато је, по њима, бесмислено оперисати у концепту комуникације у коме моћ одсуствује. За оне који проучавају моћ, комуникација је окарактерисана кроз „не-рационалну реторику“, доминацију и интерес, а валидност, како је Хабермас схвата, потиснута је елоквенцијом, скривеном контролом и харизмом. Да ли су комунитивна или реторичка позиција „исправне“ овде нема значаја. Јер питање комуникативне рационалности наспрам реторичности треба оставити отворено. Основно питање остаје да ли је уопште могуће раздвојити рационалност и моћ једну од друге у самој комуникацији, и да ли рационалност може бити виђена изоловано од саме моћи, што би било исто што и одговорити на питање да ли су људи базично добри или зли. У том смислу је Хабермасова претпоставка комуникативне акције изван односа моћи, „априористичка је и нетачна, будући да заборавља свој сопствени аксиом, да филозофска питања треба подвргнути емпиријској верификацији“.²²⁾

Стратегија Фукоа заправо јесте да се крајности овог дуализма избегну контекстуализацијом. Погрешно је критиковати Фу-

21) Аутор сматра да је главни проблем код Хабермаса то што је заменио места аксиому и хипотези, и да за сигурно узима оно што би требало најпре емпиријски и историјски доказати; јер нас два века писања устава упозоравају да реформе институција мењају понашање само хипотетички а не у стварности. Аутор сматра да је основна слабост Хабермасовог пројекта у неповезаности идеала и стварности, у раскораку између намера и оног што се стварно дешава. Сам Хабермас сматра да дискурс не може да створи услове потребне за остварење демократије и етике дискурса. Дакле, сматра аутор, дискурс о етици све што Хабермас може да понуди. То је и основни проблем његовог промишљања, јер нам приказује утопију комуникативне рационалности, али не и начин да се до ње дође. Он сам спомиње недостатак кључних институција и социјализације као препрека за дискурзивно доношење одлука. Међутим, Хабермасу мањка конкретно разумевање релација моћи које је потребно за политичку промену. Проблем искључења ставља Хабермаса у негодну позицију јер га пракса оповргава, у том смислу да су само на пољу конфликта и сукоба мишљења искључених, феминисткиња, па и зелених, могла су да постигну нешто на афирмацији својих позиција, а не путем рационалног консензуса. Како су Ели и Рајан већ показали, историјски процес конституисања саме јавне сфере развија се не кроз рационални дискурс сам по себи, већ кроз борбу (Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“, стр. 213- 215).

22) Чак и његови најватренији следбеници попут Шиле Бенхабиб и Александра Ферара, оштро су критиковали Хабермасов формализам, идеализам и неосетљивост за контекст. (Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“, стр. 216, 218).

коа за релативизам ако то чинимо релативистичким средствима без норми, а њих нема“. Фуко поентира: „Не сматрам да неко може да тврди било шта унутар поретка теорије.“ Он одбацује и релативизам и фундационизам, замењујућу их „ситуационом етиком“, тачније, контекстом. Конкретно мислећи на Канта и Хабермаса, Фуко тврди да за разлику од њих он „не трага за тим да омогући остварење метафизике, која ће у коначном исходу постати наука.“ Аутор сматра да дистанцирање од фундационизма и метафизике не оставља Фукоа без нормативног оквира, јер су те норме код њега изражене у намери да оспори сваку злоупотребу моћи ко год да је продукује, и ко год да је њена жртва.²³⁾

Јавност као хипотетички субјект/симболичка референца поседује друштвену и политичку моћ покретања, иницирања реговања масе, гомиле, активирања/усмеравања њихове социјалне енергије, позитивне или негативне. Репрезенти медијски експонирани јавности, односно њених гласоговорника (политичке партије, друштвене групе, организације, друштвени покрети као носиоци грађанских иницијатива, лидери, публицистички експонирани личности, експерти...) реферирају симболички на тај хипотетички колективитет, гласачку јавност, медијску публику, али и покренуту масу, у циљу пројектовања одређених, преферираних идеолошких, политичких, културних оријентација у ту симболичку референцу.

Док би Хабермас желео да појединцима и групама цивилног друштва пропише на који начин, којим процедурама треба да руководе свој дискурс, он с друге стране не жели да каже ништа о исходу тих процедура. Фуко, међутим, не прејудуира ни процес ни исход, већ предлаже фокусирање на конфликт и на односе моћи као на кључне тачке борбе против доминације. Аутор сматра да је та борба од кључног значаја за развој цивилног друштва, како када је реч о унутрашњим сукобима група унутар цивилног друштва, тако и када је реч о сукобу самог цивилног друштва и државе, или цивилног друштва против капитала. Одбацујући тоталитарне теоретизирајуће приступе слободи, Фуко за политички задатак сматра критику рада институција које су наизглед неутралне и независне, на начин да политичко насиље које се крије иза њих може бити демаскирано. Мислећи на Хабермаса, Фуко истиче: „проблем није у томе да се релације моћи разреши у утопији перфектно транспарентне комуникације, већ да се понуде технике управе, принципи права, као и етике који би омогућили да се доминација као последица „игара моћи“ сведе на минимум“. Отпор и борба насупрот консензусу представљају за Фукоа најчвршћу основу практикова-

23) Flyvbjerg, B., *Op. cit.*, стр. 221

ња слободе. Аутор сматра да је то кључна разлика између њих двојице.²⁴⁾

Реч је о потпуно различитим приступима у промишљању друштва. У Фукоовом промишљању борбе наспрам контроле, и конфликта наспрам хабермасовског консензуса, његовог конструисања комуникативних идеалитета као претпоставки за могућу демократизацију процеса одлучивања и друштва у целини. Конфликти као такви, обично су виђени као нешто опасно, деструктивно по социјални мир и ред, нешто што треба ограничити и разрешити, што је и Хабермасово становиште. Међутим, постоји мноштво доказа према којима је социјални конфликт заслужан за очување модерних демократских друштава, јачањем њихове кохезије. Према Фукоу, суспрезање конфликта је гушење слободе, јер је право на учешће у сукобу део саме слободе. У стварном друштвеном и политичком животу, лични интереси и сукоби неће устукнути пред неком свеобухватном друштвеном идејом, као што Хабермас сматра. Мислити тако значило би поновити Русоову грешку веровања у „Општу Вољу“, која је веома удаљена од стварне воље одређених индивидуа и група.²⁵⁾

Снажно цивилно друштво гарант је постојања конфликта. Потпуно разумевање цивилног друштва и демократије мора се зато засновати на мисли која смешта конфликт и моћ у његово средиште, као што чини Фуко, за разлику од Хабермаса. Али значај Хабермасовог концепта јавне сфере није занемарљив за разумевање проблема слободе, као што не може да се занемари величина самог његовог интелектуалног подухвата по себи, поготово у време кад је већина филозофа одустала од таквих претензија и високих циљева. „Чак и ако тај амбициозни план не може да се испуни, историја филозофије и науке показује да можемо много научити из самог покушаја да се то учини. Међутим, практичне форме јавног живота одане конфликту и спремне за конфликт, нуде супериорнију парадигму цивилних грађанских врлина, него форме јавног живота које су дискурзивне, и зависне од консензуса.“²⁶⁾

Једна од важних дилема када је у питању јавност и њена друштвена/политичка моћ односи се на питање који су чиниоци одређујући за карактер јавног мњења и процесе његовог формирања. Да ли појединци као припадници масовне публике заиста учествују у колективном одлучивању/формирању јавног мњења, праћењем

24) Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“, стр. 224

25) Flyvbjerg, B., *Op. cit.*, стр. 228-229

26) Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“, стр. 230

медијске дебате и заузимањем „стране“ у расправи, док профилишу свој политички став саображавајући га према мишљењу друштвене групе која репрезентује преферирану „страну“, односно насупротив онима који репрезентују другу/друге „стране“. Одговор на питање у ком степену одређене/доминантне друштвене групе / вође јавног мњења имају моћ да под одређеним околностима индучују префериране реакције јавности на актуелни општи проблем, да наметну мњењским токовима властита гледишта, перспективе, стратегије разрешења датог проблема, у великој мери зависи од степена стварне аутономије медија, као и од преовлађујућег типа политичке културе (ауторитарна/демократска).

В. Прајс је дефинитивно обеснажио идеју о масовној публици као маси, али ипак није имао илузија о томе да ли су комуникативне/друштвене позиције у јавној расправи једнаке за све. Тако он, као једну од одлика процеса колективне комуникације и групног одлучивања издваја поларизацију учесника на „вође“ и „следбенике“ (актере и посматраче). У овом контексту теорија проучаваоца медијског деловања о двостепеном току друштвене комуникације показује се као релевантна за теоријско опсервирање процеса формирања индивидуалног и колективног (јавног) мњења.²⁷⁾

Јавни/медијски дискурзивни комплекс представља процес којим се медијска публика трансформише у јавност. Представљањем конкретних друштвених група које их репрезентују, медији информису политичку публику о идејама и погледима на актуелни проблем који су у друштвеном оптицају. Друштвено и политички се позиционирајући спрема датих општих питања појединци активирају неке од својих друштвених идентитета, односно наступају из њих док доносе свој суд, или схватају проблем кроз обрасце групних когнитивних схема.

27) На чињеницу да у основи постоје две врсте људи: они који желе да се потчине и они који желе да владају упозорили су још Е. Фром и Х. Д. Ласвел. И једни и други преко групних норми, предрасуда, когнитивних матрица, стереотипа и посебних обреда стварају у себи додатну подлогу за властити идентитет. Према теорији о двостепеном току друштвене комуникације, информације, идеје и мишљења изражена путем масовних медија пролазе кроз филтер групног мишљења (ставова вође, или публицистички експонираних личности), па тек онда (дакле, селективно) долазе до реципијента. Код њега се селективни процес појављује у три облика: селективној изложености, која подразумева несвесно избегавање контакта са средствима масовног информисања чији садржаји нису истоветни предиспозицијама реципијента; селективној пажњи, која значи несвесно опадање или појачавање концентрације приликом пријема поруке, зависно од степена сагласности са постојећим ставовима, интересима итд.; селективном памћењу које је опет у функцији ставова и интереса примаоца поруке. У складу са овим сазнањима, пропагирање идеје и акције кроз дифузно деловање усмерава се на потенцијалне реципијенте преко различитих ауторитета и вођа група, односно на бази претходних упознавања са стандардима група унутар којих се мисли деловати (Katz, E., The two – step flow of communication, Public Opinion Quarterly, Vol. XXI, 1957, према Влајки, Е., *Игре друштвеног комуницирања*, Младост, Београд, 1984, стр. 132)

Општерелевантна друштвена питања формулишу се и медијски посредују кроз опсервацију актуелних тематских комплекса и проблема и њихово формулисање у оквирима постојећих/доминантних дискуса. Актери у јавној дебати се, као политички актери (представници цивилног друштва и представници државе) друштвено и политички позиционирају, а грађани као учесници у медијски посредованој јавној дебати се путем друштвене комуникације одређују спрам њих.

Постоји на комуникативном нивоу нешто што се у друштву, одређеној политичкој култури, сматра неопходним ступњем социјалне комуникабилности, као и критичном масом одговарајућих информација које пружају могућност појединцу да идентификује и разуме општи проблем о коме се јавно расправља, и да кроз процес индивидуалног сазнања у оквиру колективне, медијски посредоване комуникације /јавне дебате препозна/одабере тај друштвени идентитет (који он кроз припадност групи, кроз комуникацију усваја) из кога ће перципирати актуелни проблем односно доносити свој суд и реаговати.

Чак и ако се јавља само у свету политичке имажинације/конструкта, јавност је друштвена фикција која управо зато што делује као стварна покреће стварне политичке снаге. Чак и само као политичка фантазија, она покреће друштвену имажинацију која се путем симболичке референце уграђује у каталог идеја, вредности у јавној сфери и делује кроз процес јавне друштвене комуникације као својеврсни оријентир при процесима индивидуалног и колективног одлучивања и сазнања.

ЛИТЕРАТУРА

- Бер, В., *Увод у социјални конструкционизам*, Zepter Book World, Београд, 2001.
- Бригс, А., Колби, П., *Увод у студије медија*, Слио, Београд, 2005.
- Васовић, М., „Јавно мњење и здраворазумско мишљење“, *Социолошки преглед*, 29-1, Београд, 1995.
- Даглас, М., *Особе које недостају*, Самиздат, Београд, 1998.
- Влајки, Е., *Игре друштвеног комуницирања*, Младост, Београд, 1984.
- Миливојевић, С., „Јавност и идеолошки ефекти медија“, Реч, Београд, 2001.
- Миленковић, П., Маринковић, Д. (прир.), *Мишел Фуко: 1926-1984-2004: хрестоматија*, Нови Сад, Војвођанска социолошка асоцијација, 2004.
- Томић, З., *Комуникација и јавност*, Београд, Чигоја штампа, Београд,

Price, V., „On the Public Aspects of Opinion: Linking Levels of Analysis“ in *Public Opinion Research*, 1988; 15; стр..

Фуко, М., *Треба бранити друштво*, Нови Сад, Светови, 1998.

Фуко, М., *Поредок дискурса*, Карпос, Лозница, 2007.

Flyvbjerg, B., „Habermas and Foucault: Thinkers for Civil Society?“ *The British Journal of Sociology*, Vol. 49, No 2, 1998, pp 210-233,

Хабермас, Ј., *Јавно мњење, Култура*, Београд, 1969.

Чупић, Ч., *Социологија, структура-култура-владавина*, Чигоја штампа, Београд, 2002;

РЕЗИМЕ

Основно теоријско усмерење овог чланка представља истовремено разматрање феномена јавности као социокултурног простора, односно као специфичног пролазног облика друштвеног комуницирања и груписања. Истраживање појма јавности у овом раду тако је организовано да укључи опсервирање одређених аспеката релација јавности и медијске публике, као и релације јавности и културе, односно културних склоности схваћених као „друштвени модели јаства“. Овде смо такође увели и са проблемом јавности повезали и специфично интерпретиране појмове дискурса и идентитета, а у контексту разматрања релација јавности и друштвене моћи. Контроверза у вези с проблемом ових релација састоји се у размимоилажењу полазних усмеравања теоријске пажње на разматрање друштвене моћи јавности с једне стране (Ј. Хабермас о моћи јавног дискурса), или фокусирање на односе моћи унутар јавне комуникације, /доминантног дискурса у јавној сфери (М. Фуко о дискурсу моћи). У овом раду смо као посебно важно издвојили теоријско усмерење В. Прајса. Оно је усредсређено на повезивање проучавања индивидуалних и колективних процеса сазнања и одлучивања/формирања мишљења, у оквиру истраживања процеса друштвене комуникације.

Кључне речи: јавност/јавна сфера/јавно мњење, (медијски) дискурс, комуникација, друштвена идентификација, идентитет, културна склоност, друштвена моћ

Milena Pesic
PUBLIC: MEDIA DISCOURSE, CULTURE AND POWER
SUMMARY

Basic theoretical orientation of this article is observation of the notion of public as socio-cultural space, and as specific temporary way of social communication and organization. Observation is organized in such way that can include analyzes of particular aspects of relation between public and media audience, and relations between public and culture. In this article is incorporated, and connected with notion of public, specific interpretation of discourse and social power. Controversy related to this problem is theoretical depart in basic approach of the social power of the public, on one hand (Habermas's observation of power related to public discourse) and to the power relation in public communication, dominant discourse in public sphere, on the other (M. Foucault's observations of discourse power). We have also incorporated theoretical approach of V. Price, which is focused in connection of two levels of analyzes: individual and collective processes of cognition and decision making/ formation of public opinion, in context of analyzing process of social communication.

Key words: public/ public opinion/ public sphere, media discourse, communication, social identification, identity, cultural predisposition, social power

