

Михајло П. Манић

ДЕМОКРАТСКЕ ПЕРСПЕКТИВЕ И ПОТЕНЦИЈАЛИ НОВИХ МЕДИЈСКИХ ТЕХНОЛОГИЈА

Сажетак

Аутор у раду указује на перспективе и потенцијале нових медијских технологија у ери техничко-технолошких достигнућа. Савремени средства масовног комуницирања више нису потреба и неопходност, већ саставни део човекове свакодневице. Није грешка тврдити да је то данас начин живота. Због тога се поставља питање: Да ли је то нови правац друштвеног развоја или алијенација човека? Експанзија технолошких могућности средстава масовног комуницирања крчи пут ка неограниченим могућностима. Сва та средства не треба посматрати као чудо, већ као оруђе чије домете треба обазриво и са посебном пажњом размотрити и сагледати ефекте и контраефекте њиховог коришћења.

Кључне речи: медиј, новине, радио, телевизија, интернет, компјутерска мрежа, кабловска телевизија, комуникације, концентрација власништва.

Друштвена кретања су све бржа и скоро „неухватљива“, посебно када се ради о технолошком напретку: развој компјутерске технологије и телекомуникација. Средства масовног комуницирања нису отпорна на иновације. Њихов циљ је што већа актуелност. Технологија омогућава да се о догађајима извештава уживо, са лица места, у тренутку самог збивања са било ког дела света. „Масовни медији су један од кључних инструмената који је омогућио прелазак различитих форми друштва, некада подељеног на локалне заједнице, преко кнежевина, краљевина, војводства, до вароши, градова, па и националних држава. Отуда јавне информације

чине субјективни исечак стварности чијим преношењем, разменом или прећуткивањем обликујемо јавну сферу, динамизирајући је и конструишући према селективним механизмима медијске моћи.⁴¹⁾

Телевизија, радио и интернет (електронски медији²⁾) имају велику предност у таквом извештавању, у односу на штампани медиј. Брзина преноса информација, као предност, са друге стране иде на уштрб пропустљивости велике количине информација и дубљој анализи теме која се обрађује. Медијски радници имају мање времена за квалитативну и квантитативну припрему, анализу садржаја, како техничке, тако и организационе службе медијске куће. Са таквим проблемима у пракси, сусрећу се сами новинари. Телевизија, компјутер, телефон, сателит, кабловска телевизија имају могућност међусобног умрежавања у један глобални информативни и комуникацијски систем. Штампани медиј своју шансу све више пронази у електронском издању посредством интернет мреже. „Мали рачунари су већ постали део наше стварности као телефон или колор телевизор, а новински издавачи ће моћи да уштеде и осамдесет процената трошкова јер ће све више испоручивати производе електронским путем.“⁴³⁾ Нове информационе и комуникационе мреже не подразумевају само употребу нових медијских технологија и постојање нових корисника, већ и сам приступ новинарском послу. Оловку, папир и куцаћу машину, заменили су терминали и тиме је олакшан проток и приступ информацијама. Интернет технологија омогућава сваком да себе и своје ставове представи целом свету. Ћ. Гоцини у свом делу *Историја новинарства* напомиње да се крајем XX века појављује четврта генерација: „генерација *глобалног новинарства* и светске комуникације“. Њено рођење се везује за 1983. годину када амерички часопис *Time* насловну страну додељује једној машини: *personal computer(PC)*... *Дигитализација* је прва основна карактеристика четврте фазе. Она подразумева пре-

1) Зоран Јевтовић, Тајана Вулић и Драгана Павловић, „Филозофија страха и (ре)конструисање медијске стварности“, *Култура*, Завод за проучавање културног развитака, Београд, бр. 133/2011, стр. 77. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0023-51641133072j>

2) „Етимолошки, термин медиј води порекло од *medius* (лат), 1) средњи, онај који се налази у средини, 2) усред, насред, у средини. Ово порекло термина јасно указује на значење овог појма – ради се о посредницима, када је реч о комуницирању, онда о посредницима у комуницирању. (Урош Шuvaковић, „Нови медији и култура новогодишњег честитања у Србији“ у зборнику: *Традиција, модернизација, идентитети*, (приредили: Љубинко Милосављевић, Бранислав Стевановић, Гордана Стојић), Филозофског факултета у Нишу, Ниш, 2012, стр. 357)

3) Штефан Рус-Мол, *Новинарство*, Слио, Београд, 2005, стр. 26-27.

ношење језика посредством бинарног кода који користе електронска кола информатичких машина... Другу основну карактеристику представља спајање телефонске мреже и персоналних компјутера, посредством *модема*, „инструмента способног да модулира и демодулира дигиталне сигнале рачунара у сигнале који се могу преносити телефонским путем или кроз етар“. *Минијатуризација* је трећа основна карактеристика која се огледа у производњи „ситних“ електронских кола као и све мања преносива технолошка средства (компјутери, телефони) неопходна за *телематику*. На крају, овакво тржиште постаје приватно када је реч о производњи и понуди технологија.⁴⁾ Свакидашње коришћење персоналног рачунара се не односи само на „класичну“ употребу. Данас то постаје начин живота. Гигантски централни компјутер, тзв. мејнфрејм, скоро је универзално замењен персоналним рачунарима... Али ту није крај... „Дигитална планета ће бити налик глави чиоде.“⁵⁾ Томас Хилан Ериксен у свом делу „Тиранија тренутка“, каже да „је бујица информација у нашем задиханом времену почела да затвара међупросторе, а резултат је да ризикујемо да живот постане хистерична серија пренасељених тренутака, без неког 'пре' и неког 'после', без неког 'овде' и неког 'онде'. Да, у извесном смислу је чак и то 'сад и овде' угрожено, јер следећи тренутак долази тако нагло да је тешко проценити тренутни тренутак.“⁶⁾ Средства масовног комуницирања доживљавају велике технолошке трансформације. Сателитска дифузија радио и телевизијског⁷⁾ програма је реалност данашњице, део свакодневног живота. У великој мери утиче на превазилажење просторних и временских препрека у емитовању медијског садржаја, тежи ка редуковању друштвене диференцијације у свету, са жељом да понуди различите моделе решавања различитих проблема. Телекомуникацијска природа и карактеристике нових медија могу имати значајне ефекте у сфери културе. Развој и међусобно повезивање комуникацијских система омогућава двосмер-

4) Ђовани Гоцини, *Историја новинарства*, Слио, Београд, 2001, стр. 407-409.

5) Николас Негропонт, *Бити дигиталан*, Слио, Београд, 1998, стр. 12.

6) Томас Хилан Ериксен, *Тиранија тренутка*, Библиотека XX век, Београд, 2003, стр. 11.

7) „Када је реч о телевизији, ми заправо имамо посла са инструментом који теоријски пружа могућност да ступи у везу са сваким. Из те чињенице произилази извештајан број питања и предуслова: да ли је то што ја имам да кажем намењено томе да се чује у целом свету? Да ли сам ја спреман да то учиним тако да мој говор, и својим садржајем и својом формом, заслужује да се чује свуда? Да ли је он вредан и достојан тога? Можемо ићи и много даље: да ли он уопште треба да се чује у целом свету?“ (Пјер Бурдије, *Нарцисово огледало*, Слио, Београд, 2000, стр. 29)

но комуницирање између оних који су физички удаљени чиме се превазилазе просторне, па и временске баријере. Са друге стране пред конзументом се поставља нови задатак: како и на који начин перципирати медијски садржај водећи рачуна да он буде у служби реципијента а при том имати апсолутну слободу информисања⁸⁾. Када декодира поруку и успешно тумачи и разуме презентоване симболе, човек прави искорак у простор једне нове културе. „Ту нову културу не стварају нови медији, исто као што традиционални нису створили масовну; они су само средство за њено ширење исто као што су традиционални медији обезбедили ширење и свеобухватност масовне културе.“⁹⁾ Традиционални медиј¹⁰⁾ још увек представља основни извор информација и рекреације за масовну публику. То значи да он још увек обликује процес који се често назива „културним коришћењем медија“. Незаустављиви развој нових медија омогућава публици да своје потребе задовољава комплексније. „У ери електронских и дигиталних медија симулира се идеал отворених тргова Атине и Рима јер појединци теоретски имају прилику да јавно изразе своје ставове, али се прећуткује да су они у мањини и да захваљујући контролисаним медијским каналима тешко могу утицати на социопсихолошке чиниоце.“¹¹⁾ Због тога се са правом темељни принцип Француске револуције „Слобода, једнакост, братство“, кроз медијски речник тумачи као: „Слобода, једнакост, конкуренција“.

- 8) „Слобода информисања у савременом друштву изражава се кроз могућност комуникационих центара и професионалних комуникатора у њима да посредством медија масовног комуницирања, без претходне и/или накнадне интервенције државе и других субјеката друштвене моћи у посредоване садржаје – цензуре, релативно аутономно и у једнаким друштвеним условима, посебно када је реч о приступу систему масовног комуницирања, дистрибуирају поруке из свих области друштвеног живота према масовној публици, имајући у виду јавни интерес, уважавајући мањинске интересе и поштујући друштвене (законске и етичке) норме масовног комуницирања, које су у складу са принципима аутономности, равноправности и одговорности комуникационих центара и професионалних комуникатора, као и професионалним стандардима. (Мирољуб Радојковић и Мирко Милетић, *Комуницирање, медији и друштво*, Стилос, Нови Сад, 2005, стр. 195)
- 9) Љилана Баћевић, (2004), *Ин медиа рес : ефекти медија*, Институт друштвених наука, Београд, 2004, стр. 29.
- 10) „Чињеница, да су медији у Србији веома амбивалентни у презентирању, репродуковању и продукцији виђења стварности, указује пре на зависност неголи на слободу медија у демократском друштву. То се нарочито односи пре свега на медије који се сврставају као ‘државни’, али то се односи и на већину тзв. приватних медија. Њихово „креирање стварности“ је у великој мери проблематично а штета којом се том приликом наноси несагледива.“ (Ђорђевић 2011: 484)
- 11) Зоран Јевтовић и Љубиша Деспотовић, *Геополитика и медији*, Култура полиса, Нови Сад, 2010, стр. 150.

Мрежни систем који већ одавно узима све више маха јесте Интернет. „DIFFERENTIA SPECIFICA интернета јест интеракција – размјена информација између одашиљача и пријемника – слабија или јача, зависно од тога да ли тек прегледамо неки садржај на WEBU или комуницирамо са другима у CHATU или FORUMU. Комуникатор бива и комуникант (реципијент), односно, онај који шаље информације спреман је информације и примати.“¹²⁾ Интернет је нови вид комуникационе технологије, који представља симбиозу штампе, телефона, огласне табле, приватних и званичних писама, радија, телевизије, базе података, претраживача са великим бројем информација итд. Он „представља комуникативно поље у којем се остварују нови типови друштвених релација и тиме нови модели социјализације.“¹³⁾ Компјутерска технологија омогућава размену поште и информација са корисницима из било ког дела света. WWW (World Wide Web) омогућава коришћење непресушног извора информација које се скоро сваке секунде мењају, допуњавају, укидају. Могуће је приступити подацима које неке институције бесплатно дају на располагање свима који су за то заинтересовани: библиотечки каталози, књижевни и научни текстови, књиге - стара и нова издања, музика, филмови, слике итд. „Његова разлика у односу на `класичне масовне медије` се огледа у: техничкој иновативној бази...; развијању шире информативности...; социјалној иновацији и промени социјеталне конфигурације...“¹⁴⁾ Интернет могућности могу користити све друштвене структуре, без обзира на пол, боју коже, старост, националну припадност, друштвену свест, културни миље који утиче на појединца... Сви они међусобно имају могућност размене идеја, ставова, мишљења, интересовања, афинитета, потреба и жеља. Интернет је медиј који не познаје границе ни по којој основи. Различитост се „гаји“ као квалитет а не као недостатак. Наравно, ни интернет у неким сферама није ослобођен дискриминација и негативног утицаја на јавно мњење¹⁵⁾.

12) Куртић, Н, Маловић, С, Нухић, М, Вељановски, Р, Радовић, Ј, Дедовић, М., *Како писати за медије*, Media plan Институт, Сарајево, 2005, стр. 181.

13) Зорица Томић, „Сајбер демократија и јавност“, *Српска политичка мисао*, Институт за политичке студије, Београд бр. 1-2/2010, стр. 19-31.

14) Владимир Штамбук, „*Comunicio Ergo Sum* или интернет, како је настао и куда смера, Академска мисао, Београд, 2010, стр. 131.

15) „Јавно мњење представља „облик колективног расуђивања политичке јавности о актуелним друштвеним ситуацијама које попримају вид проблема битног за живот и праксу социјалних заједница. Дакле, ради се о расуђивању политичке јавности о таквој врсти друштвених питања која заправо представљају одређену врсту друштвеног проблема и у вези са којима припадници неке друштвене заједнице, уже или шире, заузимају по-

Апсолутна рестрикција таквих инсинуација није могућа ни у једном медију. Ствара се утисак да је интернет тога ослобођен, јер реципијент поседује прегршт могућности за избор области и сфере његовог интересовања, без да му то комуникатор намеће. Важност интернет технологије се може потврдити кроз анализу процеса социјализације, истраживачког рада, образовног система, уметничког изражавања итд.

Медији¹⁶⁾ свој напредак усмеравају како на плану техничких могућности и институционалних облика, тако и на плану произведеног и емитованог садржаја. Они „не делују у социјалном и културном вакууму, већ су део мреже друштвених односа власништва и моћи (на локалном, регионалном, националном нивоу и у глобалном светском систему).¹⁷⁾ Све је нејаснија граница између штампе, радија и телевизије, а коришћење рачунарске технологије скоро да ту границу не препознаје. Сличност намеће теоријски став да ће уређивачка политика бити иста, да се ефекат медијског садржаја неће битније разликовати. У пракси је ипак другачије. Докле год постоје различити начини комуницирања и комуникациони модели нема бојазни од појаве униформности. За сада још увек постоје разлике у слободи рада и ограничења под утицајем културног и друштвеног миљеа. Осим њихове експанзије у квалитативном и квантитативном погледу, медији се дистанцирају и у погледу власништва, извора финансирања, начина организовања, производње, дистрибуције, садржаја итд. Тезу о демократској усмерености медија, „најчешће заступају сами медији односно, људи који у њима раде, полазе од тврдње да сама чињеница истовременог постојања више врста медија (штампе, радија, телевизије интернета) омогућава пружање више информација које су правремене и мање

литички став.“ (Урош Шуваковић, „Могућности коришћења интернета у спровођењу научног испитивања јавног мњења“, *Политичка ревија*, Институт за политичке студије, Београд, вол. 7, бр. 4/2008, стр. 1524. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1451-42810804523S>

- 16) „Медији су значајне друштвене институције које производе и шире разноврсна знања, информације и свакодневну забаву. Они битно утичу на квалитет живота преко културне и политичке комуникације у којој посредују између власти и грађана али не само преко пресликавања друштвених догађаја него и преко конструисања медијске стварности, медијске слике света о конкретним друштвима. (Вјекослав Бутиган, „Улога масовних медија у развоју демократског мултикултурног друштва и регионалне сарадње“, Дискусија са округлог стола, (приредили: Мирјана Кривошеја, Љубиша Митровић), Филозофски факултет у Нишу, Ниш, 2004, стр. 27.)
- 17) Љубиша Митровић, „Улога масовних медија у развоју демократског мултикултурног друштва и регионалне сарадње“, Дискусија са округлог стола, (приредили: Мирјана Кривошеја, Љубиша Митровић), Филозофски факултет у Нишу, Ниш, 2004, стр. 72.

компромисне, а могућност повратне спреге између извора информација и јавности је умногоме побољшана.¹⁸⁾

Компјутерске мреже се незауостављиво брзо шире у скоро свим друштвеним срединама, рушећи просторне и временске баријере. Велики део преносника информација укључен је у пренос компјутерских података: телефон, кабловска телевизија, сателити итд. Кључну улогу у друштвеној еволуцију заузима едукативни аспект комуникације човек – компјутер. Велики број образовних¹⁹⁾ институција тежи ка превођењу компјутерски неписмених у компјутерски писмена друштва. Ова функција је посебно важна када се ради о друштвима у развоју. Развој и коришћење компјутерске технологије доприносе њиховој економској и технолошкој независности. Образовање не само што омогућава лакше коришћење компјутерске технологије, већ помаже у прихватању рачунара у раду јавних служби. Персонални рачунари, појединцима омогућавају једноставан контакт са најбољим наставницима (у било ком делу света). У ту сврху се користе најбољи и најнапреднији аудио-визуелни садржаји. Овакав вид образовања смањује потребу за великим образовним институцијама. Учење се децентрализује и омогућава се велика уштеда приликом путовања од куће до школе и обрнуто. Поменута рационализација образовног система не подразумева укидање „класичног“ облика образовања нити укидање школа и наставног кадра. На овај начин се њихова улога мења. „Школа ће се вјеројатно концентrirати у већој мјери на увјежбавање група за друштвено комуницирање те на оспособљавање за тимски рад, док ће учитељи вјеројатно савјетовати и упућивати ученике, умјесто да као до сада буду преносиоци знања.“²⁰⁾

Компјутерска технологија делује и негативно на индивидуалност. Све је извеснији распон индивидуалних разлика у погледу знања и менталног здравља. Разлике у поседовању информација

18) Миролуб Радојковић и Бранимир Стојковић, *Информационо – комуникациони систем*, Слио, Београд, 2004, стр. 16.

19) „У савременом друштву структурних неједанкости циљ неразвијених друштава је да изађу из периферне позиције а то могу да учине само јачањем својих образовних ресурса. Њихов је превасходни задатак да подижу образовни ниво (квалификације) свог становништва, или модерним језиком речено оне треба да афирмишу сопствени ‘људски капитал’.“ (Зоран Аврамовић, „Глобализација и дезинтеграција - културни, медијски и образовни аспекти“, *Српска политичка мисао*, Институт за политичке студије, Београд, бр. 1/2010, стр. 275. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-59891001267AAврамовић 2010: 275>)

20) Х. Сакман, *Друштвеност комуникације*, Завод за културу Хрватске, Загреб, 1978, стр. 304.

богатих и информација сиромашних постају све веће, интензивирајући друштвене разлике. Човек све више времена проводи код куће посебно кад уз компјутер, из свог дома, може обављати и професионалне услуге. Особе повучене у себе, постају још више интровертне. Са друге стране екстравертне особе имају све више слободног времена јер им компјутерска технологија олакшава приватни и професионални живот. Човек уз рачунар више времена проведе у кући и то може бити позитиван аспект када се ради о породичном зближавању. Истовремено такав случај може бити и контрапродуктиван јер физичко присуство јесте у дому али уз машину којој човек посвећује велики део свог времена. Много је фактора који утичу на стабилност породичне заједнице те је тешко утврдити какве ефекте може изазвати коришћење рачунара.

Кабловска телевизија представља комуникациони систем који се не може сврстати у најновија технолошка достигнућа, али се убраја у системе који могу довести до промене у медијском садржају. Она омогућава неограничен број канала неограниченом броју корисника са великим бројем садржаја. Кабловска телевизија нуди гледаоцима избор и могућност да конзумирају програме који одговарају њиховим потребама, укусима, жељама и афинитетима. Многи критикују могућности овакве телевизије, позивајући се на штетан утицај на културни идентитет једног друштва. Неким земљама проблем је да својом продукцијом, квантитативно и квалитативно, парирају великим светским монополским медијским кућама. Иако овакве техничке могућности дозвољавају велики избор програма који задовољавају већину потреба појединца, такође има и могућност „разбијања“ националне публике. Упркос чињеници да је предност кабловске телевизије у томе да омогући велики избор канала, од ове предности нема велике користи уколико не постоји разноврсност програмског материјала. Кабловска телевизија нуди велики избор канала који садрже образовне програме и оне програме који су од интереса за друштво. Постоји услов да, друштвени или приватни кабловски системи, омогуће јавни приступ грађана каналу који задовољава локалне потребе. Велике су наде полагане у садржаје који се преносе коаксијалним каблом, како ће ти садржаји оплеменити живот друштва и да ће успоставити комуникацију између појединца и групе. Ове претпоставке би требало да олакшају дијалог између чланова друштва, комуникациону шему организација јавних служби и потрошача. Све ове

могућности на револуционаран начин су поздрављене као стимулативни импулс новим технологијама. Дат је значај електронском медију који има за циљ стварање осећања заједништва у урбаним срединама, које све више постају безличне. Кабловска телевизија није доживела такву експанзију каква се од ње очекивала. Бројни су проблеми који утичу на тај ефекат. Цена постављања километра кабла испод земље у претрпаним урбаним срединама расте, а не опада као у случају сателитских комуникација. Такође, удаљене и расејане сеоске заједнице нису покривене овим релативно новим средствима преношења и пријема. Један од најповољнијих видова кабловске телевизије је доступност канала за образовне програме. Употреба комуникационих средстава у образовању повезана је са (не)постојањем публике, садржајем таквих програма и потреба и средстава конзумента. Примена масовних средстава утиче на повећање публике; на квалитет и ефикасност поруке; на визуелни ефекат који појачава садржај поруке. “С обзиром на многострукост расположивих медијума (филмови, плоче, аудио-визуелни програми, радио, телевизија, видео-касете, видео-тонски записи, портабл телевизори, компјутери, микро-процесори), на број образовних нивоа (описмењавање, образовање одраслих, развој на селу, предшколско образовање, основно и средње образовање), еластичност у примени (стална, редовна или повремена) и разноликост контекста (употреба у групи, са или без наставника и употреба за самообуку), могуће комбинације у читавом процесу образовања заиста су многоструке.”²¹⁾ Модерна технологија у образовне сврхе може се користити на различите начине: 1) употреба постојећег комуникационог система чији је циљ да пренесе информацију образовне вредности заинтересованој публици; 2) комуникациони системи могу утицати на увођење нових елемената у образовни систем; 3) коришћење модерне технологије као подршка традиционалном систему образовања; 4) дефинисање потпуно нових функција, које воде ка новим образовним процесима.

Средства комуницирања се не могу искључиво користити као посредници између информације као производа и корисника као његовог потрошача. Због тога није једноставно научно употребити нове комуникационе технологије у сврху истраживања јавног мње-

21) Танјуг, *Много гласова један свет*, Београд, 1980, стр. 101.

ња. „...неминовно се намеће закључак да ВС²²⁾ и СМСПР технике испитивања јавног мњења не могу као такве да буду употребљене у сврху његовог научног испитивања. Осим тога што оне и нису намењене сврси научног испитивања јавног мњења, већ првенствено комерцијалној сврси како би обезбедиле повратну реакцију аудиторјума који прати неки садржај који се емитује путем, пре свега, електронских средстава масовног комуницирања (телевизија, радио), при чему за задовољење те своје потребе за реакцијом појединац плаћа одређени износ, ове две технике садрже и бројне друге недостатке који их дисквалификују у примени у научним испитивањима јавног мњења.“²³⁾ Такође не могу ни као инструмент обуке за оне који желе да науче да рукују “лаком” опремом као што су компјутери или нека друга техничка средства за репродукцију. Комуникацијски медијуми се могу употребити као предмет проучавања у школама. На тај начин би се млади оспособили за будуће одлуке и закључке у намери да схвате и разликују истинито од измишљеног или лажног. У томе могу у великој мери помоћи филмови и телевизијски образовно-васпитни (наставни) садржај.

Све су заступљенија монополистичка удруживања, формирања конгломерата чији садржаји прелазе националне границе. Појава ових конгломерата, са разлогом, изазива пажњу и страх од ограничавања креативности и културне хетерогености. Због „свакодневних“ технолошких открића и начина организације, у друштвима изостаје консензус о томе шта би требало да буде приоритетна улога медија²⁴⁾. Развој медија захтева већу професионализацију, ши-

22) Vote system – „ВС се увек примењује у комбинацији телефона, као медија интерперсоналног комуницирања и неког од електронских медија масовног комуницирања (првенствено телевизије, ређе радија) или, најређе, штампе.” Ово важи и за СМС Премиум рате технику „изузев што овде постоји још једно додатно ограничење – одговарање на питање путем ове технике искључује, ..., употребу фиксне телефоније. (Урош Шуваковић, „‘Vote System’ i ‘SMS premium rate’, њихове карактеристике и могућности примене у научном испитивању јавног мњења - о научном методу, врстама и техникама испитивања уопште“, *Зборник радова Филозофског факултета у Приштини*, бр. 37/2007, стр. 487-491. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-32930737479S>)

23) *Ибидем*, стр. 492.

24) “1) Значај медија садржан је управо у могућности обликовања мњења као и у наметању воље великој групи људи. 2) Масовни медији су важни због доприноса информисаности бирача и утицаја које могу имати на усмеравање демократске политике. 3) Значај медија је потцртан њиховим *персуасивним* (убеђивачким) функцијама. 4) Масовни медији су значајни као подстрекачи развоја и образовања (...), развијања свести о националној, верској или некој другој припадности. Овај концепт указује на утицаје које ТВ и уопште, медији, могу имати на традиционално понашање или промене ставова и уверења. 5) Медији масовног комуницирања могу бити значајан подстрек за различите типове културолошких анализа, из перспективе социологије уметности, социологије

рење медијског образовања, другачији и озбиљнији приступ одговорности. Компјутерска мрежа је све јачи катализатор у друштву, иако су друштвене последице ове технологије још увек недовољно јасне. „Нове технологије омогућиле су традиционално немирним младим људима широм света да смелије закораче у свет умреженог друштва, да се ослободе стега и без цензуре проговоре о ономе што их мучи и што на друге начине нису могли да разреше.“²⁵⁾

На развој комуникација утицале су многе промене: већа разноврсност изражавања, проширење њиховог домета, мноштво медијума, разноликост уређаја, што утиче на преображавање комуникација у сложене друштвене појаве, у једну нову моћну индустрију. Средства комуницирања, данас, представљају значајну индустрију која је важан елемент сваког друштва. Она обезбеђују неограничену количину информација са циљем популаризације широких културних активности и бољем учествовању сваког члана друштва у свакодневни живот, појачавајући њихову спремност за мењање, потврђивање и обликовање ставова. Приступ информацијама може бити неравноправан и неуједначен, како између града и села, тако и између различитих држава. Проток информација може бити једносмеран, културно пристрасан и садржински оскудан или обојен потребама туђих интересних сфера. „Индустрија“ комуникације је у већој или мањој мери иста код већине земаља: штампа; радио и телевизијске компаније; новинске²⁶⁾ и фото-агенције; фирме за оглашавање и пропаганду (public relations), синдикати и независне компаније које производе и дистрибуирају медијски садржај; државни/друштвени или приватни бирои за информације; банке података, произвођачи software; произвођачи техничке опреме и др. Комуникација обухвата производњу²⁷⁾ информација и дистрибуцију иако

културе, социологије рада или социологије доколице, истраживања структуре забаве, слободног времена итд.“ (Зорица Томић, *Комуникологија*, Чигоја, Београд, 2003, стр. 110).

- 25) Зоран Арачки, *Транзиција медија у ери глобализације*, Институт за политичке студије, Београд, 2010, стр. 131.
- 26) „Данас у готово свим земљама света у којима се штампа сматра изразом и доказом грађанских слобода, испољавају са два гледишта: по једном, властодршци, политичка елита, држе у шаци медије и манипулишу њима, утичући на смисао информисања; по другом, међутим, политичари (и променљива државна администрација) зависе од медија који су кадри да одређују њихово ангажовање, чак и у толикој мери да иду испред процеса политичког одлучивања.“ (Миодраг Илић, *Медијске империје*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 1997, стр. 4)
- 27) „Да би постала популарна, роба коју производи културна индустрија мора бити не само полисемична) – односно способна за произвођење многоструких значења и задовољства; ту робу морају дистрибуирати медији чији су начини потрошње подједнако

оне немају исту заступљеност, јер су многа друштва предност дали дистрибуцији у односу на производњу. Због тога су таква друштва постала зависна од страних комуникацијских компанија. Зависе од информација које заступају стране организације, од забавних програма који су произведени у некој другој земљи. Већина земаља, данас поседује своје сопствене новинске агенције које имају ограничене могућности, што материјалне, што техничке и кадровске, те су принуђени да увозе страни информативни материјал. Због тога се средства масовног комуницирања у друштвима у развоју још увек ослањају на информације које емитују стране агенције. Забавни садржаји на радију и телевизији препуни су увезеног материјала, док у сфери пропагандног програма велики утицај имају међународне компаније. Ове компаније улажу велике инвестиције развијајући нездраву конкуренцију у индустрији комуникација која производи информацију. На тај начин долази до појаве националних и међународних монопола. Индустрија комуникације све више постаје културна индустрија. Она индустријском техником репродукције емитује производе култура и културна уметничка дела. Некада се приступ култури искључиво сводио само на библиотеке, музеје, позоришта и концертне дворане, да би се данас све више користили филмови²⁸⁾, тонски записи, телевизијске емисије. Овакво масовно ширење указује на велику популаризацију културе чији су производи до тада били већином привилегија елите и богатих. Постоје и они који критикују омасовљење културе, мада је много важније изразити позитивне културне и друштвене ефекте.

Велика сличност између средстава комуницирања и других индустрија доводи до убрзаног међусобног развоја који је усло-

отворени и прилагодљиви. Телевизија, књиге, новине, плоче и филмови, популарни су делом и због тога што њихова природа медија омогућава да се користе на начине на које људи желе да их користе.“ (Џон Фиск, *Популарна култура*, Слио, Београд, 2001, стр.181-182)

- 28) Могу се издвојити три суштинске разлике између телевизије и филма: 1. „Квалитет и величина слике: телевизијска слика, по резолуцији (видљивости детаља), лошијег је квалитета од филмске јер је сачињена од електронски произведених линија, а и ретко је већа од 75 cm у пречнику. Гледалац је физички већи од слике, што је у биоскопу обрнуто. Телевизија се обично гледа одозго, а не одоздо, као у биоскопу. 2. *Средина у којој се овај медиј доживљава*: телевизија се обично гледа у домаћем окружењу, код куће и уз нормално, собно осветљење. За разлику од биоскопа, не седи се у мраку, нема непознатих особа унаоколо, нема велике слике, омогућено је слободно кретање поред других гледалаца и далеко се мање пажње усмерава на екран. 3. *Степен концентрације*: телевизија захтева нижи степен концентрације (гледаоци се често баве и нечим другим, на пример, разговарају док је пријемник укључен), али су зато периоди гледања много дужи и чешћи него што је то у биоскопу.“ (Дејвид Мек Квин, *Телевизија*, Слио, Београд, 2000, стр. 19)

вљен високим инвестицијама, самим тим и високим профитом што у великој мери утиче на економски, политички и друштвени развој. Због тога индустријализација комуникације мора привући већу пажњу политике, планера и оних који користе и конзумирају медије. Такође, неуравнотеженост и недостатак адекватне везе између различитих грана комуникацијске индустрије, још један је од главних узрока зависности у подручју комуникација.

Индустријализација комуникација са собом повлачи и питање власништва над средствима масовног комуницирања. Сваки покушај да се одреде профили или модели власништва, контроле, руковођења и финансирања средстава масовног комуницирања је тежак и захтева опрезност. Власништво над медијима може имати двоструки карактер. Прво, услед намета технолошких “револуција”, концентрације производње и маркетинга и могућности комуникација, структура власништво и контрола над средствима комуницирања доживела је знатан преображај. Друго, модели власништва и контроле у великој мери зависе од политичког система сваког друштва, те се због тога модели власништва међусобно разликују.

Издавање новина може бити приватни и државни посао, комерцијалне или некомерцијалне природе, без обзира да ли се ради о дневницима или о посредној штампи чији власници могу бити политичке партије, невладине организације, удружења као што су синдикати, омладинске организације, фабрике, спортска удружења, установе образовања, појединци и др. Новине покушавају да свој опстанак одржавају као комерцијална предузећа – продајом рекламног простора – што, често, није довољно, терајући их на додатно финансирање или проналажење додатних активности. Комерцијална издања успевају да изађу на крај са финансијским и другим тешкоћама за разлику од специјализоване штампе које због смањеног тиража и специјалног садржаја губи комерцијалну битку са осталима. Оваква неравноправна конкуренција се донекле балансира давањем олакшица и помоћи, не би ли се такви тиражи и садржаји одржали у животу или покренули нови како би се сузбио монопол штампе, поспешило плурализам и разноврсност.

Са друге стране радио и телевизија имају другачије и много сложеније моделе власништва, јер постоји свесност о томе да ови медији имају много већу моћ уверавања него ли што то има штампа. Због тога је државном апарату²⁹⁾ много више стало до емито-

29) „Уобичајена гледишта виде постојећу државну власт као главну препреку слободи избора и информисања (...) или се, пак, ослањају на једнако сумњиву хипотезу да масов-

вања посредством таласа, те су због тога радио и телевизија биле директан предмет уплитања власти. У већини случајева власник радио-дифузног система јесте, држава, чија средства масовног комуницирања делују у облику јавног сервиса по одређеним законским основама, статутима, повељама и прописима. Држава је власник радио-дифузије, контролишући систем са много варијација у подели између централне власти и дневне одговорности руковођења. Финансирање је, најчешће, из три извора: државне субвенције, самостална продукција и дистрибуција другим телевизијама и оглашавање.

Индустрија филмова³⁰⁾ је, у већини случајева, у приватном власништву, мада постоји све веће интресовање државе за одређено учешће у филмској продукцији. Из културних и економских, све више и политичких разлога, постоји случај и код нас (филм “Професионалац” и неки други) у којем је Влада субвенционисала продуcente.

Концентрација власништва над средствима масовног комуницирања у многима земљама представља проблем и тему о којој треба расправљати. „Несумњиво је да су медији снажан фактор социјализације, чувари јавних интереса, али и извор политичке моћи, па питање медијског власништва и контроле над садржајима постаје кључно.“³¹⁾ Осим из политичких³²⁾ разлога као и из жеље да концентрација власти буде везана за подручја у којима је индустрија комуникација, жеља за влашћу је везана и за високе профите, проток капитала, технички развој на домаћем и светском тржишту као и због велике могућности манипулације. Вертикално интегри-

ни медији доприносе идеолошким односима у капиталистичком друштву суделујући у репродукцији темељних и свеprisутних класних подела; или, напoкoн, oтвoрeнo зaступajу ‘нeзaвисни’ сeктop кoмyникaциjа – малe, нeпрoфитнe, читaлaштвy oкрeнутe издaвaчкe кућe, филмскe зaдpyгe, лoкaлнe рaдиoстaницe – кoјe сe смaтрajу нoрмaтивним стaндaрдoм зa свe другe типoвe мeдиjа кoмyникaциje“ (Дoн Кин, *Мeдиjи и дeмoрaтиjа*, Филип Вишњић, Београд, 1995, стр. 123)

- 30) „За многе филмске ствараоце пројекат би дакле био да актуализују један могући свет, да код гледаоца наглашавају утисак тренутности, илузију да је он ту, присутан, и да види како се ствари догађају.“ (Пол Вирило, *Машине визије*, Светови – Октоих, Нови Сад – Подгорица, 1988, стр. 81)
- 31) Зоран Јевтовић и Зоран Арачки, „Медијски утицаји, политичке елите и друштвена моћ у Србији на почетку 21. века“, *Српска политичка мисао*, Институт за политичке студије, Београд, бр. 1-2/2010, стр. 76.
- 32) Улога медија у савременој политици приморава нас да питамо у каквом свету и каквој врсти друштва желимо да живимо, и посебно, који смисао има реч демократија у нашем демократском друштву? (Ноам Чомски, *Контрола медија: спектакуларна достигнућа пропаганде*, Рубикон, Нови Сад, Беокњига, Београд, 2009, стр. 7)

сање зависи директно од развоја технологије, као што је случај са компјутерском технологијом у којој се индустрија не бави само проиводњом и продајом уређаја, већ и поседовањем, одржавањем и продукцијом софтверских система.

Концентрација власти је заступљена свуда у свету и у свим сферама друштвеног система при чему се интензитети и структуре власништва међусобно разликују, како у оквиру једног друштва, тако и међу друштвима. Чињеница је да је приватно власништво развијеније, заступљеније и изражајније у развијеним земљама. Такође, чињеница је и да држава у великој мери задржава власт и у развијенијим и земљама у развоју. С обзиром на то да је потреба за капиталом у индустрији комуникација све већа, крупна предузећа, која су у могућности да обезбеде капитал, у великој мери обезбеђују и контролишу средства финансирања. У развијеним земљама повећава се концентрација власништва над средствима масовног комуницирања између власника различитих организација масовних медијума и јачања мултисекторских конгломерата. Очигледно је и увећање обима појединачних предузећа када се ради о производњи новости, културних производа, производњи software-a, производњи опреме за комуникацијске системе. Све је актуелније ширење ланца новина и концентрације не само дневних листова већ и различитих журнала као што су: дневници, недељници, месечници, специјализовани листови, научне и забавне публикације... Информатика, штампа, радио и телевизија, филм и забава имају заједничку технологију која зависи од великих капиталних средстава. Велике корпорације на различите начине, иза неких других фирми концентришу капитал и власт над средствима масовног комуницирања што све више утиче на појаву монополистичких механизма.

* * *

Традиционални начини комуникације још увек преовладавају у удаљеним руралним областима у којима се древни и културни догађаји преображавају у приче, песме или игре. Овакве форме служе циљу и у урбаним срединама, преносећи свој утицај на радио, телевизију и филмску продукцију. Трагови традиционалне комуникације, у урбаним срединама индустријских земаља, остају садржани у различитим активностима везаним за образовање, структуру и забаву. Постоје различити облици који успешно чу-

вају садржај традиционалне комуникације. Сценске уметности и позоришта имају јако упориште у свим друштвеним срединама. Музика, спорт, игра и гостовања су свуда веома популарни. Разлика постоји у начину на који се реализују, јер свако друштво има другачије економске ресурсе, другачија средства, другачији друштвени статус. Технолошка револуција, прекида традицију, мења друштвено – културну климу у градским и сеоским срединама, са циљем да се коришћењем комуникацијских система пронађу начини како да се сачува однос између традиционалних и савремених облика комуникације а да се не оштети изворност, односно да се не стаје на пут неопходном кретању ка савремености.

Појава телематике и микроинформатике, средином 70-их година, прошлог века, отвара нов приступ у области масовног ширења информације, стварајући нову еру – ера информатизовања комуникације. Компјутери, који су остварили знатан утицај у високо-развијеним друштвима, данас су све више доступни друштвима у развоју и у симбиози са телекомуникацијама (телематика) пружају несაгледиве могућности. Ове две технологије, до недавно, нису имале међусобне контакте или су се кретале сасвим случајно. Из незамисливе самосталности спајају се у велике компјутерске системе и средства комуникације, стварајући нови комплекс технологија који се назива информатика. Данас се мали број људских активности може издвојити а да није повезан са електронском обрадом података, на посредан или непосредан начин, без обзира да ли је под утицајем компјутерске технологије или је у њу директно укључен. Експлозија информација која условљава ускладиштење, обраду, анализу и емитовање, као посредник између компјутера и телекомуникација утичу на потребу да човек рукује таквим подацима и да их слободно користи.

Границе, између оног што се назива комуникација и оног што представља обраду информација, све више се бришу и практично нестају. Овакви системи пружају све комплексније услуге са тенденцијом да постану мешавина различитих облика руковања информацијом. Данас су актуелне релације у процесу комуницирања: човек-човек по принципу прими-предај са потребом ускладиштења и коришћења информације, манипулисања информацијом, њеном обрадом и увећањем, дистрибуцијом, контролом и управљањем, комуникацијом човек-машина, машина-машина.

Све интензивније коришћење сателитске комуникације обезбедиће врло висок капацитет информација које обликују средства

комуникације. Више није потребно преносити поруке са сателита на земљу, а затим на други сателит; није потребно градити сопствене сателите. Могуће је користити сателите великих капацитета који имају вишеструку намену задовољавајући своје потребе у комуникацији. Оваква сарадња између земаља које у земљиној орбити поседују сателите и земаља које због техничких (не)могућности то не могу, спречава гужву у орбити, јер је тај простор ограничен а земљама треба омогућити приступ глобалној комуникацији.

Експанзија технолошких могућности крчи пут ка неограниченим могућностима. Сва та средства не треба посматрати као чудо, већ као оруђе чије домете треба обазриво и са посебном пажњом размотрити и сагледати ефекте и контраефекте њиховог коришћења. Свако од ових оруђа има свој сопствени потенцијал, ограничених могућности, а опет не представља изоловано средство, јер само као део неког другог система потврђује разлог свог постојања. У анализи техничких средстава треба имати у виду последице које се могу одразити на економском и друштвеном плану. Често је боље одложити увођење врхунске технологије него ли “лечити” друштво од новонасталих штетних утицаја, имајући у виду чињеницу да су комуникациони системи данас, још увек, у рукама малог броја транснационалних компанија.

Свако друштво поседује одређена правила за сваку врсту понашања, као и њихове механизме контроле и санкција. Такође, поседује и различите моделе и врсте комуникација које у великој мери утичу на свакодневни живот. Живот „модерног“ човека зависи од техничких средстава комуникације, од телефона, факсова, телевизора и радија, до оних, тренутно, најсавременијих као што су компјутери и разне електронске мреже. Да нема ових, и многих других, техничких могућности, данас, модерни градови – државе не би могли да функционишу. Управо од комуникационих средстава зависе многи начини међуљудског контакта, сарадње и размене; трговина и бизнис, размена роба и услуга, саобраћање превозних средстава, друштвено неопходне и потребне активности... Комуникација се не може схватити само као посредовање, већ се мора посматрати као систем друштвеног организовања.

Mihajlo P. Manic

DEMOCRATIC PERSPECTIVES AND POTENTIALS OF NEW MEDIA TECHNOLOGIES

Summary

In his study, the author points out the perspectives and potentials of the new media technologies in the era of technological engineering developments. Modern means of mass communication are no longer a necessity but they represent an integral part of one's every day life. it is not a mistake to claim that today it is a way of life. therefore, a question arises: Is this a new direction in the social development or a type of alienation of man? The expansion of the technological possibilities of the means of mass communication paves the way to endless possibilities. This means should not be regarded as a miracle but as a kind of tool which range of use should be carefully considered as well as the effects and counter-effects of its use.

Key words: media, newspapers, radio, television, the Internet, computer network, cable television, communication, ownership concentration.

ЛИТЕРАТУРА

- Аврамовић, З., «Глобализација и дезинтеграција - културни, медијски и образовни аспекти», Београд, Српска политичка мисао, бр. 1/2010, стр. 267-280. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-59891001267A>
- Арачки, З., *Транзиција медија у ери глобализације*, Београд, Институт за политичке студије, 2010.
- Баћевић, Љ., *Ин медија рес : ефекти медија*, Београд, Институт друштвених наука, 2004.
- Бурдије, П., *Нарцисово огледало*, Београд, Слио, 2000.
- Бутиган, В., *Улога масовних медија у развоју демократског мулти-културног друштва и регионалне сарадње* (Зборник дискусија са округлог стола), приредили: Мирјана Крстовић, Љубиша Митровић, Ниш, Филозофски факултет у Нишу, 2004.
- Вирило, П., *Машине визије*, Нови Сад - Подгорица: Светови – Октоих, 1988.
- Гоцини, Ђ., *Историја новинарства*, Београд, Слио, 2001

- Ђорђевић, Р. Д., «Однос медија према поткултурним изражавањима младих у граду», Косовска Митровица, *Зборник радова Филозофског факултета у Приштини*, бр. 41/2011, стр. 475-486. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-32931141475D>
- Ериксен, Х., *Тиранија тренутка*, Београд, Библиотека XX век, 2003.
- Илић, М., *Медијске империје*, Београд, Завод за уџбенике и наставна средства, 1997.
- Јевтовић, З, Арачки, З., „Медијски утицаји, политичке елите и друштвена моћ у Србији на почетку 21. века“, Београд, *Српска политичка мисао*, бр. 1-2/2010, стр. 69-93.
- Јевтовић, З, Деспотовић Љ., *Геополитика и медији*, Нови Сад, Култура полиса, 2010.
- Јевтовић, З., Вулић, Т. & Павловић, Д., «Филозофија страха и (ре)конструисање медијске стварности», Београд, *Култура*, бр. 133/2011, стр. 72-91. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0023-51641133072J>
- Кин, Џ., *Медији и деморатија*, Београд, Филип Вишњић.
- Куртић, Н, Маловић, С, Нухић, М, Вељановски, Р, Радоњић, Ј, Дедовић, М. (2005), *Како писати за медије*, Сарајево, Media plan, Институт Сарајево, 1995.
- Мек Квин, Д. (2000), *Телевизија*, Београд, Слио.
- Митровић, Љ., *Улога масовних медија у развоју демократског мултикултурног друштва и регионалне сарадње* (Зборник дискусија са округлог стола), приредили: Мирјана Кривовић, Љубиша Митровић, Ниш: Филозофски факултет у Нишу, 2004.
- Негропонт, Н., *Бити дигиталан*, Београд, Слио, 1998.
- Радојковић, М, Милетић М., *Комуницирање, медији и друштво*, Нови Сад, Стилос, 2005.
- Радојковић, М, Стојковић, Б., *Информационо – комуникациони систем*, Београд, Слио, 2004.
- Рус-Мол, Ш., *Новинарство*, Београд, Слио, 2005
- Сакман Х., *Друштвеност комуникације*, Загреб, Завод за културу Хрватске, 1978.

- Танјуг, *Много гласова један свет*, Београд, 1980.
- Томић, З., *Комуникологија*, Београд, Чигоја, 2003.
- Томић, З., „Сајбер демократија и јавност“, Београд, *Српска политичка мисао*, бр. 1-2/2010, стр. 19-31.
- Фиск, Ц., *Популарна култура*, Београд, Слио, 2001
- Чомски, Н., *Контрола медија: спектакуларна достигнућа пропаганде*, Нови Сад, Рубикон, Београд: БеоКњига, 2009.
- Штамбук, В., *Communico Ergo Sum или интернет, како је настао и куда смера*, Београд, Академска мисао, 2010.
- Шуваковић, У., „'Vote System' и 'SMS premium rate', њихове карактеристике и могућности примене у научном испитивању јавног мњења - о научном методу, врстама и техникама испитивања уопште“, Косовска Митровица, *Зборник радова Филозофског факултета у Приштини*, бр. 37, 2007, стр. 479-495. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-32930737479S>
- Шуваковић, У., «Могућности коришћења интернета у спровођењу научног испитивања јавног мњења», Београд: *Политичка ревија*, вол. 7, бр. 4/2008, стр. 1523-1545. Директан линк: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1451-42810804523S>
- Шуваковић, У., «Нови медији и култура новогодишњег честитања у Србији», Ниш, *Зборник Филозофског факултета у Нишу*, 2012, стр. 357-371.

Resume

The lines between communication and information processing are being more and more deleted and practically non-existent. These kind of systems offer more and more complex services with the tendency to become a mixture of different ways in processing the information. The expansion of the technological possibilities paves the way to endless possibilities. This means should not be regarded as a miracle but as a kind of tool which range of use should be carefully considered as well as the effects and counter-effects of its use. Each one of these tools has its own potential of limited possibilities, and yet does not represent an isolated means, because only as an integral part of some other system does it confirm the reason of its existence. When analysing technical means one should bear in mind the consequences which can affect economy and society. It

is often better to delay the presentation of high technology than to "treat" the society from the new harmful influences with regard to the fact that communication systems are still handled by a small number of international companies.

Овај рад је примљен 28. октобра 2012. а прихваћен за штампу на састанку Редакције 3. децембра 2012. године.