

Izlaganje na znanstvenom skupu

UDK 316.77

## Marginalije na temu demokratizacije medija

JELENKA VOĆKIĆ-AVDAGIĆ

*Fakultet političkih nauka u Sarajevu*

### *Sažetak*

U monopartijskim sistemima masovni su mediji instrumenti nametanja ideologije vladajuće partije, a jezik koji upotrebljavaju, između ostaloga, sredstvo ekskomunikacije građana koji ne pripadaju toj partiji. U trenutku sloma monopola, mediji počinju odražavati nacionalne javnosti. Pri tome dominira propaganda koja treba obezbijediti jedinstvo javnog mnijenja.

Pri promišljanju djelovanja nove strukture i funkcije sredstava masovnog komuniciranja treba imati u vidu da se iskustva ne mogu mijenjati po volji. Pošto bi u njihovoj prirodi djelovanja trebalo da dominira logika identiteta, nužno je analizirati probleme koji se odnose na ekonomski, kulturni i civilizacijski stepen razvoja pojedinih dijelova zemlje, a ne samo one koji su u domenu društveno-političkih događanja.

Informacijsko-komunikacijsko djelovanje nije išlo logikom identiteta, već se ispoljavalo kao vrijednosna orijentacija samih sredstava masovnog komuniciranja prema konkretnim »javnostima«.

Dimenzija slobodne javnosti ne može se svoditi na aktivnost stranaka i djelovanje tržišta.

Javno mnijenje, putem stranačkih glasila, usmjerava se više na aspekt onog što se želi, a manje onog što je moguće. (Zato javno mnijenje može biti samo jedan aspekt definisanja javnih interesa — drugi je, bez sumnje, stručnost i kompetentnost pri donošenju odluka vezanih za konkretne interese).

Politički centri svojim sredstvima informisanja djeluju više u funkcionalno-instrumentalnom, pa i manipulativnom smislu nego informativno-kritički.

Kada je riječ o glasilima koja izlaze na tržište, onda treba imati u vidu da tržište reguliše znatan dio potreba »publike«, ali i da ono nije najmjerodavnije za sve aspekte ovih problema. Osnovne afirmacije informacijsko-komunikacijske djelatnosti su stručnost i etičnost onih koji se njome bave. Od tržišta se očekuje da osigurava prvi uslov ove afirmacije. (Ali, ni jedna djelatnost bez ovog drugog

aspekta — koji se iskazuje kao ugled i reputacija — ne može osigurati svoju tržišnost).

Koliko je etičnost izražena kao odgovorno i dosljedno informisanje osnova ugleda i povjerenja bitna komponenta samostalnosti i afirmacije ove djelatnosti — i uslov efikasnosti, stabilnosti i profitnosti njenih sredstava — pokazuje i tretman posebno informativno-političkih glasila u različitim sredinama u nas.

Odredene teškoće koje su postojale u saradnji između društveno-političkih organizacija i sredstava masovnog komuniciranja prije višestranačja ostaju aktuelne i u uslovima stranačkog pluralizma: odnos prema određenim redakcijama i novinarima (Tanjug više ne može biti univerzalno rješenje), problem zatvorenih sjednica i prisustvo novinara (ranije se pravo prisustva baziralo na ulozi novinara kao društveno-političkih radnika — sada bi se, kako se čuje, moglo pravdati njihovom ulogom državnih službenika), aktuelan je i problem izvještača i njihovih glasila prema stavovima koji dolaze iz različitih sredina (kao problem koji je do sada daleko snažnije izražen nego prije dvije ili tri decenije kada je i pokrenut).

Politička situacija nedavnog perioda ostavila je negativne tragove na području svih naših jezičkih tokova (istočne i zapadne varijante). Ideološki univerzum je zatvarao informacijsko/komunikacijsku djelatnost u okvire monologa postojećih moći i moćnika. On je to činio sužavanjem pojmova mišljenja na fiksirane odraze. Koristio se nedostatkom regulativnih mehanizama istinitosti i ispravnosti političke komunikacije, odnosno normativnom supstitucijom stvarnog.

Masovna jezička pojednostavljenja su jedna od karakteristika ideološkog jezika javnog informisanja. Skraćenice su, na određen način, uslovlila i tehnološka i ekonomska ograničenja. Ali, ona nisu jedina. Da je to tako, mnogi bi se problemi mogli rješavati na tehničko-tehnološkom nivou, pa i jezički. Tehnologija, ipak ne pravi društvene sisteme, iako je ideološki jezik političkog komuniciranja kočnica njenog razvoja. (U tom smislu što tehnologija zahtijeva brzo učenje, stalno takmičenje, sumnje i pitanja, pa i nove odgovore i rješenja). A ideološko razmišljanje je zavisno razmišljanje. Principi su uvijek zadani izvana. »...ideologija fundira jedan zatvoreni saobraćajno/delatno/idejni topos: ona je topika sputanog razuma, ukolotečenog komuniciranja i ograničenog opsega odgovora. Ideološki koncept podudarnosti ne toleriše ništa što strči izvan ovog prostora ili iskače iz ovako omeđenog konteksta.«<sup>1</sup> Tako se politički subjektivitet političke komunikacije odnosno sfere javnog političkog komuniciranja, redukuje samo na neki aspekt (trenutno, npr. nacionalni). Gubi se univerzalna a protura restriktivna varijanta onih kojima su upućene informacije. Distribucija informacija je zakočena samim tim jer je uslovljena potrebama i spoznajnim mogućnostima korisnika i usmjerena na izučavanje relacija između jedinica u procesu te distribucije.

Onemogućavanje postojanog i nezavisnog sistema komunikacionih akata koji bi činio dostupnim i javnim stvarne i normativne stavove izvan utvrđenih pravilnosti i vrijednosti dovodi do »uspostavljanja in-formacije (u- obličjenja). Ma-

<sup>1</sup> Dejan Jelovac: »Ideologija kao svojevrсна forma i modus metafizike.« *Zbornik*, CMU, Beograd, 1988, str. 26.

gija ritualnih ideoloških informacija jeste u tome što, usprkos tome što im većina ljudi ne vjeruje, što im se u sebi podsmeva a ponekad i javno prezire, ljudi ipak poslušno deluju, podešavajući svoje ponašanje u skladu sa zapovestima koje one donose, prenose i sankcionišu.<sup>2</sup>

Tretman sredstava masovnog komuniciranja, kao informativno-političkih glasila, u različitim sredinama u Jugoslaviji pokazuje i dokazuje realnost definicije »objektivne informacije u našem Leksikonu novinarstva, po kojoj »ne postoji objektivna informacija van njene pripadnosti političkoj ideologiji ili klasne uslovljenosti«. (Vrijeme u kojem je Leksikon sastavljen nije dozvoljavalo da se istakne, recimo, nacionalna pripadnost).

Objektivnost je moguća onoliko koliko su stvarne vrijednosti koje je afirmišu, a koje se odnose na interpretativni dio informativnog jezgra i način njegovog procjenjivanja (uz mogućnost objektiviziranja/ostvarivanja/ i neistine).

U komunikaciji na jugoslavenskom nivou teško je naći zajednički jezik. U tu komunikaciju — koju je karakterisala dogmatizacija i ideologizacija društvenih vrijednosti, bez njihove zasnovanosti na stručnim i naučnim standardima — do sada se ulazilo do granica koje je diktirao ideološki koncept društva koji je dominirao. Tako je socijalna paradigma bila osnovno mjerilo. Posljedice su se manifestovale u nedostatku raznorodnih informacija, bez kojih je svaki razvoj zakočen. Informacija nije bila u funkciji znanja, pa nije mogla biti ni pozitivno djelatna. Program jedne partije bio je pravilo za informacijsko-komunikacijsku djelatnost. Jezik kojim se služila bio je instrument ekskomunikacije onih koji joj nisu pripadali. (I oslovljavanja, karakteristično za obraćanje između njenih članova, bilo je nametnuto pravilo za čitavu zajednicu).

Kada se »desila« dezideologija te cjeline, razdijeljeni sistemi informisanja, pod pritiskom vlastitih argumenata, interpretiraju republičko nacionalne javnosti. Sada dominira propaganda koja bi trebala da obezbijedi jedinstvo sopstvenog javnog mnijenja.

Ekskomunikacija, manipulacija, pa i određena tabuizacija, motivirane konkretnim interesima, mogu biti, ili su već danas, u rukama onih koji imaju moć po nekom drugom osnovu (npr., druge partije, religiozne organizacije, različite interesne grupe, kolektiviteti i sl.). Tako se zatvara jedna karika, a otvara druga u borbi za osvajanje i afirmaciju »svojih « interesa. (Otpor prema »gospodinu« može biti snažan kao i prema »drugom, ako se nametne kao obrazac).

Tako se komunikacija, uglavnom odvija na relaciji ideje o društvu i njenom znakovnom iskazu. Dijalog je onemogućen, jer informacijsko-komunikacijska djelatnost se u svim aspektima prosuduje prema određenoj podobnosti. U stvari, ideološki jezik i jeste jezik informisanja, a ne komuniciranja. Onaj ko informiše najčešće nema želju ni interes da i sluša. Cilj je da se usvoje i ponište svi elementi kritičkog uma koji bi mogli obezbeđivati prostor za otvaranje pitanja i izražavanje sumnje.

<sup>2</sup> Isto, str. 22.

Zato se sada i na nivou teorije teško uključiti u funkcionisanje nezavisnih glasila kod nas. Strankama na vlasti primaran je uticaj u domenu sredstava masovnog komuniciranja, a ne sopstvenih glasila. Njih partije nikada i nisu smatrale svojom primarnom djelatnošću, već instrumentom za širenje političkih stavova.

Dosadašnja svjetska, pa i naša iskustva ukazuju na činjenicu da su stranke za ravnopravnost dok su u opoziciji, a kada dođu na vlast, bore se za primat snagom te vlasti koliko god mogu. Zato i prve radikalne poteze čine u oblasti informacijsko-komunikacijske djelatnosti: od kadrovskih promjena do izmjena ili donošenja novih zakona o djelovanju informativnih službi.

Jer, stalno je pitanje usklađivanja — pravnih i interesnih — slobode sredstava masovnog komuniciranja s drugim pravnim normama: kako primijeniti u praksi ono što je formalno slobodno, ali često neostvarivo; šta je sa političkom ekskomunikacijom onih koji drugačije misle; kako realizovati toleranciju koja se ne može normativno/pravno fiksirati, a koja je uslov komunikacije individue (i njenih interesa) sa interesima onih koji vladaju?

Pravna pitanja javnog informisanja stiču kvalitet međunarodnih pravila ponašanja; i ravnopravnost država mjeri se njihovom pozicijom u međunarodnom komuniciranju, pa se i unutrašnje norme moraju uskladiti sa međunarodnim pravom, pogotovo ako se imaju u vidu globalni integracioni procesi. Dosadašnja isključivost prema »tuđim« sistemima rezultirala je sadašnjim teškoćama našeg sistemskog uključivanja u svjetske integracione procese.

Jer, iako je razvoj lokalni i nacionalni fenomen, insistiranje na partikularizmu i njegova dominacija može biti i odraz nesigurnosti, pa čak i nazadovanja. Zato se određeni parcijalni problemi teško dosežu bez njihovog prosljeđivanja ka globalnom i nijedan otpor procesu razbijanja granica nije se do sada pokazao efikasnim.

Izmjene u funkcionisanju informacijsko-komunikacijskog sistema i njegov razvoj treba da odgovaraju potrebama za racionalnim i kompetentnim opredjeljivanjem, treba da budu odgovor na potrebe ispoljavanja objektivne različitosti interesa unutar prostora javne komunikacije putem argumenata. Činjenice moraju biti odlučujuće u prihvatanju ili osporavanju određenih odluka. Na taj način bi se mogao postizati poželjan stepen saglasnosti o nivou zajedničkih aspiracija.

Jelenka Vočkić-Avdagić

**MARGINAL REMARKS CONCERNING THE DEMOCRATIZATION OF THE MEDIA**

*Summary*

**In one-party systems mass media are instruments for the imposition of the ruling party's ideology. The language used serves, among other purposes, as a means for the excommunication of citizens who do not belong to that party. As soon as that monopoly is abolished the media begin to reflect the interests of the public. While this takes place the domination of propaganda can be felt; its purpose is to secure the unity of public opinion.**