

nu, prijelaznu i modernu. Ova se knjiga bavi sa prva dva faktora, a treći je ostavio za njezin nastavak. Kriteriji podjele između najvažnijih etapa u njegovoj klasifikaciji povezani su sa prijelomnim točkama u razvoju elemenata kodova u normativnim strukturama. Kao prijelaz iz prvobitnoga u prijelazno društvo uzima formirani jezik, koji je prije svega sastavni dio kulture. Od prijelaznoga u moderno društvo, središnjim faktorima su institucionalizirane odrednice normativnog poretka, koji su ujedno i osobine socijalne strukture. »Pisani jezik — nosilac izlaska iz primitivnosti, povećava osnovnu razliku između društvenih sistema i sistema kulture i izvanredno proširuje opseg i moć ovog drugog. Glavni simbolički sadržaji neke kulture mogu se, uz pomoć pisma, ostvariti u oblicima nezavisnima od konkretnog konteksta međuodnosa društvenih sistema i sistema kulture. Ovo pak omogućava neizmjerljivo širu i intenzivniju difuziju kulture kako u prostoru tako i u vremenu te pojavu »emitiranja« — tj. upravljenost poruke na nedefinirane auditorije, na svakoga, naime, tko je pismen u nekome jeziku i tko će se susresti s tim dokumentom. Samo pismene kulture mogu imati povijest u smislu svijesti, temeljen na pismenim svjedočenjima o prošlim događajima, što su izvan domaćaja pamćenja živih osoba i neodređenih priča usmene predaje.« (str. 60)

I na kraju smatramo da je potez izdavača za prevođenje ovog djela na hrvatsko-srpski jezik za svaku pohvalu, a razlog više je taj što je ovo prvo samostalno* djelo Talcott Parsonsa publicirano u Jugoslaviji.

Tvrtko Ujević

Doris A. Graber

MEDIA POWER IN POLITICS

Congressional press, Washington 1984,
348 stranica

»Media power in politics« predstavlja zbornik radova najistaknutijih američkih sociologa, psihologa, politologa, komunikologa i historičara žurnalistike. U svom nastojanju da studentima omogući uvid u najbolje radove iz područja masovnih komunikacija i političke sociologije, pritom ih ne opterećujući gomilom knjiga, ovaj zbornik spada u literaturu sasvim praktične prirode.

Knjiga se sastoji od 37 tekstova podijeljenih u 6 integralnih dijelova, koji su pritom i relativno zasebne cjeline. Tekstove piše 62 autora, što znači da su pojedine teme rezultat timskog rada. Urednica Doris A. Graber, u predgovoru piše: »Ovaj zbornik prvenstveno je napisan kao priručnik studentima i postdiplomcima studija sociologije masovnih komunikacija i političke sociologije. Interdisciplinarni pristup problemu, svakako omogućava i studentima drugih humanističkih znanosti, korištenje ove knjige.«

Pročitavši zbornik, svakako bismo se složili sa gospođom Graber, inače profesorom političkih nauka na sveučilištu u Chicagu. Raznolikost znanstvenih disciplina, kojima pripadaju autori tekstova, govori u prilog činjenici da masovni mediji i njihov utjecaj na politiku, nipošto nisu samo sociološki fenomen. Posebnost ove knjige jest i u tome što pored mnogih već svjetski poznatih imena, priliku prezentacije

* 1969. godine u izdanju Vuk Karadžića iz Beograda, preveden i publiciran je zbornik »Teorije o društvu« (u dva toma), gdje je Parsons bio glavni urednik i jedan od autora.

široj sociološkoj publici dobivaju i mladi ljudi čija je karijera tek na početku. Zato je i komentar o autoru, koji nalazimo kao uvod u svaki članak, naročito svrsishodan kada se radi o novim imenima. »Media power in politics« sagrađena je oko vrlo čvrste centralne teme, a odnosi se na moćan utjecaj koji ostvaruju sredstva masovne komunikacije na sve vidove politike u Sjedinjenim Američkim Državama. S obzirom da se utjecaj rasprostire i prepoznaje kroz čitav niz fenomena, svaki od šest dijelova nastoji kroz 4 do 8 članaka obuhvatiti jedan od njih. Poglavlja se nižu slijedećim redom: 1. »Mass media effects: From past to the future«, 2. Shaping the political agenda«, 3. »Influencing election outcomes«, 4. »Effecting political actors and the balance of power«, 5. »Guiding public policies« i 6. »Controlling media effects«.

Prvo poglavlje uvodi nas u strukturu problema i u njemu se čitaocu daje temeljno znanje, kako bi složene i specifične teme koje slijede mogao lakše razumjeti. Da bi takav pristup imao i svoje autoritete, pobrinula se sama urednica, odabravši radove najistaknutijih američkih komunikologa, političkih sociologa i politologa. Imena Denisa McQuaila, Bernharda Roshcoa i Josepha Klappera poznata su i mnogo šire od američkih »regionalnih« okvira. Svojim člancima ovi autori nastoje masovne medije i istraživanja njihovog utjecaja staviti u historijsku perspektivu. Radovi su štampani takvim redoslijedom da predstavljaju pravu studiju razvoja masovnih medija i njihove simbioze s politikom, od samih početaka štampe pa do današnjih dana. Bernhard Roshco opisuje razvoj dnevne štampe u Americi od 1830. godine, raspravljajući o ekonomskim, socijalnim i kulturološkim utjecajima koji su pratili njen razvoj.

Joseph Klapper sumira literaturu i teorije o efektima masovnih medija, objavljene prije 1960 godine. Denis McQuail istraživanjima utjecaja masovnih medija daje dimenziju sadašnjosti, donoseći širok pregled aktualnih teorija, i znanja s tog područja. Valja imati na umu da su rezultati ispitivanja utjecaja komunikatora, vrijednost koja se mijenjala iz istraživanja u istraživanje. I danas su prisutne različite teorije o efektima koje proizvode masovni mediji. Neki smatraju da je njihov utjecaj golem, drugi pak, da je zanemariv i da se tu zapravo radi o nekim drugim fenomenima. Psiholozi nastoje svim silama dokazati kako je taj utjecaj ujedno i štetan, društveno destruktivan, dok komunikolozi brane civilizacijsku ulogu što je sobom nose sredstva masovnog komuniciranja. Stoga je i dobro, što knjiga započinje autorima relativno nepristranog stava, koji masovne medije i njihove efekte nastoje sagledati u kompleksnosti njihovih fenomena, bez pretenzije zauzimanja jedne od pozicija u teorijskom ratu.

Drugi dio zbornika naslovljen »Shaping the political agenda« želi odgovoriti na pitanje koliko štampa, radio i televizija, kao glavni izvori političkih informacija, utječu na saznanja američkih građana o Americi — samoj. Autori tekstova svoju pažnju usmjeravaju na masovne medije kao opskrbljivače informacijama kako široke publike, tako i američke političke elite. Zanima ih nadalje, doseg informacija. Da li one zaista formiraju političko mišljenje i utječu na donošenje političkih odluka? Will Rogers, američki humorist, rekao je jednom prilikom »Sve što znam jest ono što sam upravo pročitao u novinama.« Nama se čini da je mnogo istine u ovom aforizmu. Što uopće amerikanci znaju o tekućim političkim događaji-

ma, do ono što im prezentiraju sredstva masovne komunikacije? Na ovo pitanje nadovezuju se Maxwell E. Combs i Donald L. Shaw, profesori žurnalistike na univerzitetima u Syracuse i Sjevernoj Karolini, opisujući do koje mjere neka tema odabrana od strane novinara i prezentirana putem masovnih medija može postati važna za široku javnost. Istom temom bavi se i Walter Lippman, s tom razlikom što on na problem gleda iz aspekta političke filozofije. Nekoliko članaka bavi se i pitanjem načina prezentacije pojedinih važnih političkih informacija, te kakve konzekvence po politički režim mogu imati vijesti koje nisu prethodno »modelirane« za javnost. Da bi se takve situacije u što većoj mjeri izbjegle svako društvo nastoji kontrolirati komuniciranje koliko je to moguće. U autokratskim društvima ta je kontrola otvorenija, »grublja«, a mjere represije za neposlušne novinare veoma su neugodne.

U društvima koja sebe nazivaju demokratskim metode su rafiniranije ali namjera i učinak ostaju isti. O tome pišu David L. Paletz i Robert M. Entman profesori na sveučilištu Duke, u članku pod nazivom »Accepting the system«. Posljednja dva materijala, odgovaraju na neka pitanja ali i iniciraju nova, o krajnjim efektima televizijskih vijesti i zabavnih programa na javno mnjenje i proces demokratizacije. G. Gerbner, L. Gross, M. Morgan i N. Signorielli objašnjavaju prirodni i utjecaj zabavnih programa na stvaranje onoga što obično nazivamo »iskrivljenom slikom svijeta«. Nadovezujući se na problem televizije kao odgojnog medija, Jarol B. Manheim nastoji sagledati posljedice političke socijalizacije putem TV. Očito ne želeći ostati samo na poziciji kritike, ona daje i 4 konkretna prijedloga koja bi trebala osigurati smanjenje ne-

gativnog utjecaja elektronskih medija na proces socijalizacije američkih građana. Preferencija štampe nad televizijom trebala bi biti put ka povratku istinskim civilizacijskim vrijednostima.

»Influencing the election outcomes« predstavlja zajednički nadnaslov za šest radova koji grade jednu od najzanimljivijih tema u ovom zborniku. Niti jedno područje javnoga života nije toliko ozbiljno shvatilo i toliko mnogo proučavalo problem utjecaja i efekata sredstava masovne komunikacije kao što su to činili ljudi čija je profesija vezana za izbore. Organizatori političkih kampanji potrošili su mnogo novaca, truda i vremena, ne bi li svoje kandidate putem masovnih medija učinili dopadljivima, politički odlučnima i medijski atraktivnim širokoj publici. Međutim kada se desi da ti političari izgube izbornu utrku, tada se krivica obično svaljuje na sredstva masovne komunikacije. Članci ovog, trećeg po redu poglavlja, govore o »imageu« kao o nečemu što mediji stvaraju ali i nemilosrdno oduzimaju. Počne li se dešavati ovo drugo javljaju se teškoće na relaciji novinari — partijski aktivisti. Time se posebice bavi Timothy Crouse u članku »On the bus« kada objašnjava kroz kakve kušnje prolaze novinari koji prate predsjedničke kandidate na njihovim predizbornim kampanjama. Onaj tko je jednom sve to nazvao »filmskom industrijom« nije se prevario. Nevjerojatno mnogo stereotipova prati kampanje, a sve u funkciji stvaranja predodžbe o kandidatu kao pravom čovjeku za pravi položaj. Rasrinkavanjem »filmske industrije« bave se Dan Nimmo i James E. Combs, poprilično poznati američki politolozi, u članku naslova: »A man for all seasons: The mediated world of election campaigns«. »Kandidati, kažu Nimmo

i Combs, kreiraju nestvarnu viziju kako predizbornog svijeta tako i onog nakon izbora, glumeći uloge koje će po njihovom mišljenju kritika (čitaj javnost) najbolje prihvatiti. »Ritualna hodočašća« po Americi koja tom prilikom upražnjavaju kandidati samo su još jedan tzv. »pseudo-event«, čija je osnovna zadaća privlačenje pažnje sredstava masovne komunikacije.

Međutim, kreiranje vlastitog uspješnog imagea, nemoguće je bez pomoći novinara, koji takvu sliku još eventualno napušu, i pomoću masovnih medija, poput mnoštva balona, spuste »među narod«. Ali na koji način kandidati bivaju sigurni da im je posvećena dovoljna medijska pažnja? Na ovo pitanje nastoji odgovoriti Christopher Artreton intervjuirajući rukovodioce predsjedničkih kampanji tokom izbora 1976 godine. Članak govori o tome na koje sve načine ljudi zaduženi za predizbornu trku privlače pažnju i publicitet masovnih medija, bez čega izostaje i toliko važna financijska podrška kandidatima. Ovaj nadalje zanimljiv tekst, koji pod povećalo uzima metode Carterove predizborne kampanje, u zborniku je publiciran pod naslovom »Campaign organizations confront the media-political environment«. Moglo bi se ustvrditi da je empirijski »sukus« zbornika »Media Power in Politics« izražen upravo kroz tekstove ovog poglavlja.

Naredna glava, četvrta po redu, nosi naziv: »Affecting political actors and the balance of power«. Svaki politički proces, događaj ili akcija podrazumjevaju i aktore preko kojih se operacionalizira određeni politički program. Ovaj dio zbornika razlikuje se od prethodnih po svojoj striktnoj usmjerenosti ka istraživanju utjecaja masovnih medija na »političke sudbine« različitih tipova sudionika politi-

čkih događanja. Izbor koji se sastoji od sedam tekstova osmoro autora, započinje sa razmatranjem institucije predsjednika SAD kojoj se u američkim sredstvima javnog informiranja posvećuje najveća pažnja. Radi se o stenogramu jedne od konferencija za štampu predsjednika Regana, koju je dao u toku svog prvog mandata. Razgovor Regana i prisutnih novinara, više liči na rat u kojem predsjednik nastoji kontrolirati pitanja (u čemu ne uspjeva), nego na odnos razumijevanja između medija i Bijele kuće. Takvu praksu utvrđuje i članak koji slijedi a predstavlja temporalnu analizu odnosa masovnih medija i američkih predsjednika tokom posljednjih 25 godina. Michael B. Grossman i Martha J. Kumar skiciraju način odnošenja sredstava masovne komunikacije prema predsjednicima SAD od Kennedija do Regana. Zanimljiva je spoznaja koliko su neki od »prvih ljudi« Sjedinjenih Američkih Država imali »kredita« kod štampe bez obzira na kvalitetu njihove politike, dok drugi usprkos uspješnom mandatu, nisu uživali naklonost medija. Da se rasprava ne bi zadržala samo na nivou jedne ličnosti, inkarnirane u liku predsjednika, pobrinula se Michael J. Robinson svojim tekstom naslova

»Three faces of congressional media«, u kojem se naročito čudi kako se odnos nekih komunikatora prema problemima kongresa izmijenio u usporedbi na onaj od prije deset ili petnaest godina. Za razliku od opreznih komentara i ocjena kada je u pitanju američki predsjednik, senatori i kongresmeni ne uživaju takav kritički »imunitet«, pa su zato press-konferencije u kongresu često mnogo dinamičnije. Dešavalo se međutim u povijesti da se i pojedini predsjednici nađu na udaru bespoštedne kritike zbog mekih svojih krivih poteza ili čak kriminal-

ne djelatnosti, kao što je bilo u slučaju Richarda Nixona. O Aferi Watergate i ulozi masovnih medija u ostavci predsjednika Nixona, piše poznati američki sociološki bračni par Gladys Angel — Lang i Kurt Lang, profesori na Njujorškom sveučilištu, u članku »The media and Watergate«. Ovaj izvod iz knjige »The battle for public opinion«, predstavlja po našem mišljenju jedan od najboljih tekstova čitavog zbornika.

Izbor koji slijedi sastoji se od sedam članaka zajedničkog nadnaslova »Guiding public policies«, koji se bave različitim aspektima utjecaja masovnih medija na kreiranje javne politike u SAD. Mediji tako mogu biti glavni faktor u stvaranju problema, te ponekad putem javnosti, iznuditi neku vladinu akciju koja bi još poprilično vremena čekala da se nađe na dnevnom redu. U suprotnosti tome sredstva masovne komunikacije, mobilizirajući neprijateljski raspoloženu publiku, ili mišljenja različitih interesnih grupa zaustavljaju provođenje određene politike. Ovo poglavlje sadrži primjere studija koje se bave najrazličitijim utjecajima kojima je podložna javna politika u SAD i nekim evropskim zemljama.

»Postalo je moderno«, kaže Robert Muccigrosso, »kriviti sredstva masovne komunikacije za većinu nacionalnih problema, kao što su apatija njenih građana, opadanje odgojnih kriterija, ili povećana stopa kriminala i korupcije.« Na nekoliko primjera urbanih problema autor uspjeva takav stav relativizirati, a neke postavke dovesti pod znak pitanja. Članak »Television and urban crises« stoga predstavlja objektivnu studiju o subjektivnim mišljenjima kojoj Muccigrosso kao povjesničar daje konciznost i vremensku determiniranost. Pozitivnu civilizacijsku ulogu televizije kao medi-

ja nastoji dokazati i David Halberstam, novinar vrijednosti Pulitzerove nagrade, koji u članku »Televisioning the Vietnam war« brani hipotezu o televiziji kao faktoru skraćenja Vijetnamskog rata. Činjenica da su u doba mnogi američki domovi posjedovali televizijske prijemnike, učinila je vjetnamski sukob »ratom iz fotelje«.

»Mnogi istraživači tvrde, kaže Halberstam, da su mase ljudi uključujući i vladine službenike, usljed stravičnih prizora nasilja i smrti svakodnevno prezentiranih putem televizije, promijenili stav o ratu, i počeli razmišljati zašto američki momci gube glave »tamo negdje na istoku« boreći se u krajnjoj liniji za ekspanzionističke težnje SAD. Autor također smatra da se budući ratovi mogu skratiti, odnosno na vrijeme prekinuti ukoliko se ljudima na vrijeme učine nazočnim sve ratne strahote. Redovi ispisani o ovom problemu dobivaju na težini kada se zna tko je David Halberstam. Kao dopisnik New York Timesa dobar dio rata proboravio je u Hanoju i na borbenim linijama, vidjevši svojim očima ono o čemu je pentagonska administracija čitala iz službenih biltena.

Doris A. Graber, urednica ovog zbornika imala je zasigurno valjan razlog kada je najosjetljiviju i najneugodniju temu vezanu za masovne medije kao aktivne učesnike na američkoj političkoj sceni ostavila za sam kraj knjige. Koliko god u svijesti komunikologa i političkih sociologa zagovornika civilizacijske uloge masovnih medija potiskivan, problem zlouporabe štampe, radija i televizije nameće se kao nezaobilazan. Mediji predstavljaju moćnog političkog aktera. Što se dešava kada se ta moć zloupotrijebi? Što se dešava kada sredstva masovne komunikacije postanu advokati nećijih posebnih interesa, umje-

sto otvorena scena za široki spektar stavova i mišljenja? Odgovor na ovo pitanje kada se radi o SAD, usko je vezan uz prvi amandman koji sprečava kongresu poduzimanje bilo kakvih akcija koje bi u sebi uključivale ograničavanje slobode štampe. Stoga su masovni mediji, izuzmemo li ograničenu kontrolu od strane državnih sudova, nesputani u korištenju vlastite moći. To uključuje slobodu podrške ili kritike vladine politike i filozofije bilo namjerno ili nenamjerno, te podršku ili šutnju u odnosu na probleme pojedinih interesnih grupa. Tako to stoji u američkom ustavu. U praksi je situacija ponešto drugačija. O tom problemu govori prilog »Pentagon papers case«, koji predstavlja dio parnice koja se vodila između »New York Timesa« i američke vlade oko pitanja korištenja nekih povjerljivih podataka o vanjskoj politici SAD u toku vijetnamskog rata. Iako je na pitanje da li vlada može štampu spriječiti u objavljivanju materijala koji se odnose na sigurnost nacije, federalni sud izrekao svoje »ne«, događaji u praksi išli su drugim tokom.

Nakon nekoliko »vrućih« članaka o istoj problematici, zbornik završava raspravom o utjecaju velikih multinacionalnih komunikacijskih sistema na politiku i političke stavove drugih zemalja. John C. Merrill i Herbert I. Schiller pišu o tri najveće američke TV stanice, ABC, NBC, CBS, novinskim agencijama Associated pressu i UPI-u, kao o izvoznicima američkog političkog mišljenja u Evropu i zemlje Trećeg svijeta.

Na kraju treba reći da zbornik »Media power in politics« predstavlja izuzetno interesantnu studiju, koja nizom teoretskih ali i »empirijskih« napisa, čitaocu daje uvid u veći dio političke svakodnevice Sjedinjenih Američkih Država. Za buduće čitaoce jedi-

ni problem mogli bi predstavljati neki specifični izrazi iz američkog političkog života s kojima smo i mi, želeći ih prevesti, imali popriličnih problema. Međutim, osnovne teze ove knjige, dovoljno su jasno i eksplicitno izražene.

Bojan Luncer

Muradif Kulenović

OTKRIVANJE NESVJESNOG

GRADITELJI PSIHOANALITIČKIH TEORIJA

Suvremena misao, Zagreb, 1988, str. 367+5

Ono što je odvajkada zanimalo ljude svih epoha bilo je pitanje ljudskog življenja; pitanje samog čovjeka, njegova psihičkog ustrojstva i odnosa s drugim ljudima; pitanje istine, sreće i samog smisla da se nastavi život, a svakako time da se spozna cjelokupno ustrojstvo bića spoznatog na dvojak način: kao biološke i psihološke jedinice. Prema tome postojala su i razmimoilaženja u spoznaji, te su na različite načine pridavani atributi čovjeku, ovisno o ustrojstvu same spoznaje i primarne odrednice, koje su važne za njegovu karakterizaciju. Do jednog jedinstvenog pogleda i razumijevanja nije došlo, što uvijek ostavlja perspektive novim generacijama da se iznova vraćaju na vječna pitanja smisla, težnje, istine i sreće čovjeka. Ono s čime bi se većina ljudi