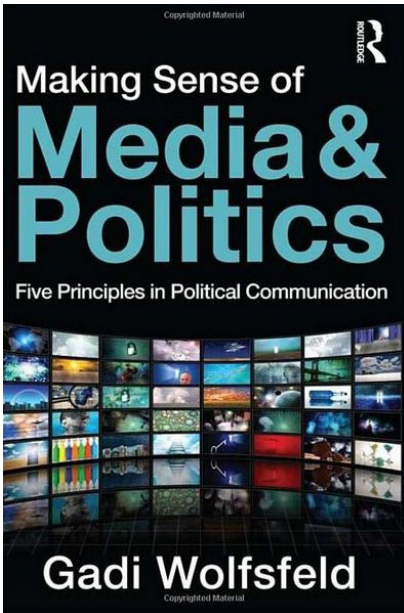


УДК 316.774:32(049.3)

Адријана Стојановић

Институт за политичке студије, Београд

**ПОИМАЊЕ МЕДИЈА
И ПОЛИТИКЕ:
ПЕТ ПРИНЦИПА
ПОЛИТИЧКЕ
КОМУНИКАЦИЈЕ**



Gadi Wolfsfeld, Routledge,

2011. p 150,

*Making Sense of Media and
Politics: Five Principles in
Political Communication*

Књигу *Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication* (Поимање медија и политике: пет принципа политичке комуникације) је објавила издавачка кућа Routledge на енглеском

језику 2011. године. Гади Волфсфелд (Gadi Wolfsfeld), аутор овог дела, професор на катедри политичких наука и комуникација на Хебрејском универзитету у Јерусалиму, уводи читаоце у најважније концепте који служе као оквир за испитивање односа медија и политике, фокусирајући се на земље са развијеном демократијом.

Идентификујући пет принципа политичке комуникације, аутор испитује политичке чиниоце који обликују и шаљу политичке поруке и медије који трансформишу политичке поруке и ефекат свега тога на свест грађана. Резултат је кратко, корисно упутство за разумевање шире слике света медија и политике, које је истовремено добра основа за даља истраживања на овом пољу.

Аутор, који је водећи светски истраживач политичке комуникације, раслојава политику и медије на пет кључних принципа:

1. Политичка моћ се обично може превести у моћ или превласт над информативним медијима.

2. Када власти губе контролу у политичком окружењу, тада губе и контролу над медијима.

3. Независно новинарство је мит. Апсолутно независно и објективно новинарство не постоји.

4. Медији су изнад свега посвећени томе да испричају

добру причу, што често може имати велики утицај на политички процес. Уочава се употреба нове форме наративног приповедања.

5. Информативни медији манипулативним деловањем теже да остваре најзначајнији утицај на обликовање свести јавног мњења на ненамеран и неприметан начин.

Први принцип истиче да се политичка моћ често може превести у моћ или превласт над информативним медијима, тј. у превагу утицаја извршне власти на већину новина и магазина, својеврсну контролу (или бар присмотру) радио и ТВ станица и грубо мешање у својинске односе неких водећих новинских кућа (поглавље 1, стр. 2). Аутор наводи да постоји снажна потреба политичких субјеката да утичу на медије и да преко њих у јавности мобилишу подршку за своје политичке платформе. Ова чињеница доприноси томе да они који имају политичку моћ не само да лакше добијају медијски публицитет, него су и у много бољој позицији да пренесу своју поруку. Мање моћне групе најчешће добијају прилику да се појаве у вестима само ако ураде нешто необично или непристојно. Аутор даје примере групе за заштиту животиња (*PETA*) чији су активисти протествовали наги, затим ватрогасаца који су захтевали већа примања и биц-

иклиста који су протествовали против нафтног загађења ваздуха и промовисали еколошке облике транспорта. Иако мање моћне групе могу бити присутне на друштвеним мрежама оне и даље имају мање изгледе да привуку пажњу на дужи временски период у већим културолошким дискурсима.

Волфслелд, такође, разматра предности и ограничења нове технологије која је коришћена да привуче пажњу политичких лидера. С једне стране, нове технологије попут смарт телефона омогућавају да се информације дистрибуирају са и до било које тачке на планети, али са друге стране, мање доприносе у доношењу реалних политичких промена.

Последица ауторовог првог принципа се огледа у начинима на који политички актери настоје да контролишу медије, у чему немају увек успеха јер их сами догађаји превазилазе. Аутор наведено илуструје разноликим примерима као што су контролисање важних догађаја, контролисање протока информација (или губљење контроле у случају одлива информација) и контроле опште друштвене сагласности. У сваком од ових сегмената контроле, медији одолевају утицајима политичких чинилаца, покушавајући да успоставе независан програм, нешто што аутор карактерише као циклус „политика-медији-

политика“⁴. Политички актери настоје да обликују друштвени консензус кроз медије. Међутим, медијско извештавање може ослабити и консензус и довести до различитих политичких исхода. Примери иницијално супростављених извештавања о ратовима у Вијетнаму и Ираку илуструју поменути циклус, као што то чини и улога нових медија у креирању прича о Абу Граиб затвору (у доба Садама Хусеина, хиљаде политичких затвореника биле су мучене и убијане у овом затвору). Јасно је да медији постају доминантно средство бизниса и промоције интереса корпоративних и политичких центара моћи.

Други принцип „када власт губи контролу над политичким окружењем, губи контролу и над медијима“ се користи да објасни различиту улогу информативних медија у време рата и у покушајима да се успостави мир (поглавље 2, стр. 3). Медијски публицитет неуспешних војних акција, несрећа и „пријатељске ватре“ може отежати намере политичког врхова да прикажу ратне операције као успех. Такође, као важна илустрација тешкоћа са којима се суочавају модерни лидери у дигиталном добу, наводи се обелодањивање стотина хиљада поверљивих извештаја америчких амбасада широм света које је прво објавио сајт

Викиликс током 2010. године. Аутор, затим прелази на упоређивање два озбиљна покушаја да се заврше сукоби у Северној Ирској 1985. и 1998. године и проширује идеју да су медији у северној Ирској одиграли важну улогу у остварењу мировног споразума.

Кроз трећи принцип се наглашава постојање велике илузије да у демократском поретку парламентаризма и вишестранацја постоји независно новинарство као нешто што се само по себи подразумева, што постоји независно од било којих интереса, вредносних оријентација, политичких опредељења, власничких односа (поглавље 3, стр. 4). У данашње време тврдња да независно новинарство постоји је својеврсни идеолошки плашт који скрива чињеницу да је слобода медија само идеал и да апсолутно независно, непристрасно и објективно новинарство не постоји, нити је оно као такво могуће. Постоје само мање или више објективни и непристрасни медији, као и мање или више непристрасни и професионални новинари. Несумњиво је да су медији у некој мери зависни од елемената друштвене структуре, чија усклађеност у функционисању обезбеђује егзистенцију друштва. Најважнији фактори у одређивању који догађаји ће бити медијски покривени имају везе са оним што

аутор означава као културну, идеолошку или комерцијалну пристрасност. Моћ ових врста пристрасности је укореењена у чињеници да оне у многим случајевима нису тако очигледне. Из тог разлога, аутор тврди да већина људи која се ослања на вести не размишља заправо колико имају мало увида у оно што се заиста дешава у свету (аутор се ослања на примере као што су „Тиндалови извештаји (<http://tyndallreport.com>)“ и вести о избору Барака Обаме 2008).

Четврти принцип се односи на још једну од пристрасности присутних у медијима-више него било чему другом, медији су посвећени томе да испричају добру причу, што често може да има велики утицај на политички процес (поглавље 4, стр. 4). Аутор примећује како нове форме наративног приповедања могу утицати на обликовање политичке комуникације, будући да залазе у подручја људских мисли, осећања, инстинката и сентимената. Може се лако приметити да новинари више напора улажу да приграбе пажњу публике него што улажу у спремност да обезбеде објективно информисање као најузвишеније професионалне и етичке принципе своје струке. Пренаглашена драматизација и преокупираност скандалом може бити јасан пример како се потискују теме од општег инт-

ереса, замењујући их популарним, „траженим“ садржајима. На тај начин уз позивање на интерес и очекивања циљних група, медији конструишу стварност која је, мање или више, скривена промоција одређених уских интереса. Сумирајући огромна истраживања, потврђује се да су медији важна карика у предизборном периоду, но од њих се очекује аналитичност, информативност и истраживање, а не сензационализам и површност.

Последњи принцип се фокусира на утицај медија, као кључног актера јавне сфере, на квалитет друштвених односа и удела у општем, демократском развоју (поглавље 5, стр. 5). Испитује се у којој мери се реалност у некој држави разликује од медијских извештаја и описа стања у истој, односно на који начин се може говорити о ефектима медија на свест о томе у каквој се држави и на који начин живи. Дакле, утицај медија је огроман, директан и истоветан и медијски садржаји се увлаче директно под кожу прималаца порука тако да се може говорити о индиректним и дуготрајним утицајима, пре свега на колективно поимање друштвене стварности. Реципијенти врло често медијски конструкт (симболичку репрезентацију стварности) доживљавају као „праву реалност“, односно оно што је једна од могућих инте-

претација стварности доживљава се као једино могућа, природна и саморазумљива. Зато се природа утицаја медија, као интегралног елемента за формирање вредности у друшву, може сматрати невидљивом. Овај принцип је представљен кроз неколико социјално психолошких експеримената који се одвијају незапажено од стране рецепијената, који су обично несвесни њиховог утицаја.

Док постоји бар мало расправе о могућим разликама између традиционалних и нових медија, готово да не постоји дискусија о разликама између телевизије, новина и радија или дискусија о разлици између националних и локалних вести. Књига је написана у конвезационом стилу са јасном структуром која ће привући велико интересовање у циљу стицања основног али и темељног разумевања моћне улоге коју медији имају у обликовању политичких исхода. Аутор гради јаке аргументе како би подржао изнетих пет принципа и подстиче критичко размишљање међу читаоцима како би постали софистициранији рецепијенти вести. У оквиру ове структуре, Вулфелд представља широк спектар студија и истраживања политичке комуникације, илуструјући аргументе примерима преузетим примарно из политичког живота САД, Волфелд прво испитује како

моћ делује у сложеним, медијима засићеним друштвима. Како аутор тврди, „моћ долази у многим облицима“, укључујући и ону која је стању да усмери медијску пажњу на неки догађај или дешавање.

Током 2011. године однос између медија и политике је био додатно заплетен. Левесонова истрага новинарске праксе и етике, као и сазнања дневног листа Гардијан (*Guardian*) и Лондонске школе економије и политичких наука бацила су ново светло на позната дешавања као што су телефонско прислишкивање новинара, односно на улогу друштвених мрежа у организовању уличних немира у Великој Британији. Након бурног периода за политику и медије ова студија ће привући оне који су заинтересовани за потпуно разумевање улоге коју медији имају у обликовању политичких исхода.

Књига објашњава и разматра истраживања и оно што знамо о модерној политичкој комуникацији на аналитички, јасан начин у форми поменутих пет принципа. Књига има 150 страница што значи да широка перспектива понекад има приоритет над дубином и детаљима у прегледу истраживања, али успева да обезбеди свеобухватну и тачну слику стања у истраживању. Могло би се рећи да књига има карактер уводног штива, али за разлику од многих других

сличних издања, има аналитички фокус што је чини вредном читања за оне коју су већ у тој тематици.

