

Бранислав Стевановић  
Универзитет у Нишу  
Филозофски факултет  
Ниш

УДК 316.772:316.653  
Оригинални научни рад

## УЛОГА ЈАВНОСТИ И ЈАВНОГ МЊЕЊА У ДЕМОКРАТСКОЈ КОМУНИКАЦИЈИ: ПРЕТПОСТАВКЕ И ПРОТИВРЕЧНОСТИ<sup>1</sup>

**Сажетак:** У раду се образлаже теза о развијеној јавности и компетентном јавном мњењу као незаменљивим чиниоцима у политичком „комуникационом ланцу“ и поузданим индикаторима достигнутог степена демократије. Правило да одлуке власти морају бити познате сувереном народу, одувек се узима као једно од темељних одредница демократије. У противном, оне се не би могле контролисати од стране тог истог народа - што би порекло саму бит демократије. Демократија представља тип јавне власти у присуству јавности, и само у њој, која подразумева слободу говора, сукоб мишљења и расправу, је могућа непринудна размена аргумената. Стога постоји тесна, премда, понајвише идеално-типска међузависност демократије и масовних медија посредством којих је могуће предочити различите друштвене интересе. Идеални проток информација између владе и народа нигде није у потпуности остварен, па се у раду указује и на неке реалне потешкоће у савремености које прате формирање демократског јавног мњења, и тиме перманентно отежавају остваривање овог далекосежног циља.

**Кључне речи:** комуникација, политичка јавност, јавно мњење, масовна култура, масовни медији

### 1. Увод

Мало шта се у социо-културној стварности, по значају и досегу, може поредити са комуникацијом. Као један од основних културних чинова, комуникација неизоставно доводи до померања у свим културним и друштвеним процесима и односима. Готово све дефиниције комуникације наглашавају њену важност у споразумевању, али и у социјализацији, општем цивилизацијском развоју појединаца и друштвених група: људи проводе око осамдесет одсто свог активног времена у комуникацији која је, стога, „универзални део људског искуства“ (Коковић 2007: 19), „основа свих људских активности те ... базични друштвени процес“ (Крстовић 2010: 13), „системски процес у којем људи међусобно делују, и са симболима и кроз симболе креирају и интерпретирају мисли.“ (Wood 2001: 22) Комуникацијска радња је „свјесно посезање човјека

<sup>1</sup> Рад рађен у оквиру пројекта *Традиција, модернизација и национални идентитети у Србији и на Балкану у процесу евроинтеграције* (179074) који реализује Центар за социолошка истраживања Филозофског факултета у Нишу, а финансира га Министарство науке и заштите животне средине Републике Србије.

у природу, у друштвени живот, представља мијењање друштвених односа и свијета“ (Врег 1991: 21), док је комуникација „основа и срж сваке културе у толикој мери да се са разлогом може рећи: култура је комуникација/ комуникација је култура“. (Божиловић 2007: 40) У најдубљој основи, комуникација или разговор има свој онтолошки, гносеолошки, аксиолошки, језички, социолошки, психолошки, идеолошки, политички и културни смисао. (Шушњић 1997: 65-175) Овако широко конципиран списак смислова комуникације, указује на њену незаменљиву улогу у саморазвоју социо-културне стварности, поготову оне модерног доба. Са дијалогом као превалентним културним моделом, се сусрећемо свуда и у модерном свету: у науци, уметности, политици, економији, свакодневљу. Развој система комуникације „представља прави мотор људске историје“ (Gocini 2001: 18), док изостанак или тешкоће у комуникацији неизоставно воде у друштвену регресију. Јер, разговор није само „говорење“, нити је само мишљење већ и *начин живота*, онтолошко начело које сведочи о суштинској недовољности појединачних људских бића и њиховој узајамној упућености једних на друге, њиховој отворености за другачија искуства.

У указивању на значај комуникације, међутим, не треба претеривати што се, иначе, данас повремено чини. Комуникација није „лек за све“ и не уме „да реши све конфликте и превазиђе све тешкоће.“ (Бал 1997: 92-93) Права реалност говора није апстрактни систем језичких форми, нити изоловани монолошки исказ, већ „социјални догађај говорне интеракције.“ (Бахтин 1980: 106) Говорна комуникација „као таква“ не постоји изван оквира реалног друштвеног живота, нити се може разумети без везе са свим другим социјалним интеракцијама невербалног карактера. Конкретне језичке формулације својствене некој комуникацији, готово непосредно изражавају социјалне односе који постоје између комуникатора. Тако се речима „не преноси само значење, већ изражава и друштвена хијерархија.“ (Шушњић 1997: 105) Проучавања феномена говора стално изнова потврђују да се његов ток не одвија у некаквом „социјалном вакууму“, што значи да процес комуникације зависи од читаве скале фактора различите провенијенције, од економске до културне. Стога „комуницирање није једноставан једносмеран или двосмјеран чин, већ изузетно комплексан процес који може напредовати, али и заостати или се прекинути.“ (Врег 1991: 26) Комуникација може доприносити разрешавању неких постојећих неспоразума, али и њиховом снажењу, као што може бити и њихов узрок, агенс, перпетуатор идр.

Могуће је, дакле, да нека комуникација буде и неуспешна, као што неки њени облици више нису могући у савременом друштву. Тако је и некаква „апсолутна и слободна комуникација“, која би се лако мисаоно могла повезати са демократском комуникацијом, у данашњим друштвима сасвим неостварива – услед енормног умножавања становништва и проширења територија актуелних држава. Последица тога је да сви грађани не могу истовремено износити своје ставове, нити имати подједнак приступ информацијама, па је диференцирани приступ средствима комуникације трајно обележје модерних друштава. Савремени грађани *de facto* не могу међусобно да опште на тај начин што

ће сви истовремено говорити, по узору на некадашње индијанско племе које седи и прича око своје логорске ватре. У погледу ублажавања ове историјске и цивилизацијске нужности, може се (и мора) још много тога учинити, али се, истовремено, мора и одбацити као утопистички рано-модерни мит о некаквој „потпуно транспарентној комуникацији“. Дакако, уколико говоримо о демократском комуницирању у савремености, оно би требало да је резултат што шире плурализације политичког простора, сусрета и одмеравања различитих мишљења и ставова, слободне размене идеја. Оно би требало „да је инструмент основних људских права и слобода, мач демократије, пријетња властодршцима, трибина јавне контроле.“ (Врег 1991: 300) Такође, под демократичношћу комуникације у земљама *постсоцијалистичке транзиције*, ваља подразумевати постепени процес надилажења ауторитарног комуницирања „омогућавањем једнаких комуникацијских могућности што већем броју судионика за суочавање мишљења, слободан проток идеја и успоставу партиципативног комуницирања.“ (Османчевић 2009: 6)

## 2. Теоријско-вредносни приступ јавности и јавном мњењу

Упркос цивилизацијско-повесним ограничењима које перманентно генеришу неједнакости у комуникацији, савремена демократија рачуна на интензивни дијалог, споразумевање и (евентуални) консензус грађана, па је у њој комуникација схваћена као непрекидан процес који за циљ има најширу политичку партиципацију. Функција комуникације у демократијама није ограничена само на оне који треба да доносе одлуке, већ на све субјекте (грађане) који треба да учествују у дијалогу о тим одлукама. У овом процесу незаменљиву улогу играју *јавност* и *јавно мњење* – као основно „мерило демократије у савременом друштву.“ (Врег 1991: 13)<sup>2</sup> Отуд, последично, на значају добијају и *медији* који учествују у креирању претходна два, и тиме играју једну од најважнијих улога у процесу демократизације. „Овакав концепт је важан јер демократско друштво зависи од добро информисане популације способне да направи политички избор.“ (Herman, Mekšesni 2004: 7–8) На својим почецима, пре неколико векова, демократија и медији су ишли руку под руку: ширење демократије не би било могуће да нису постојали медији (посебно штампа) који су не само обавештавали грађане о разним стварима, већ и приносили јачању њихове свести о слободи. Модерна демократија не би могла да се развија без просвећене јавности: медији су информисањем грађана о питањима и процесима од јавног значаја, као и вршењем улоге „јавног стражара“ власти, оправдано названи „четвртим сталежом“ и били један од главних предуслова напретка демократије. Заузврат, они нису могли да достигну свој пуни замах у окриљу

<sup>2</sup> Ф. Врег тврди: „Могућност испољавања јавног мњења је основно мјерило демократије у савременом друштву. Демократско комуницирање темељи се на отворености, критичности, јавној полемици и култури дијалога. (Vreg 1991: 13)

феудалног друштва већ у процесу развоја демократског друштва, кроз борбу за једнакост и слободу грађана, као и за слободу и право на информисање.

Данас је развој медија створио ванредне могућности како за информисаност грађана о свим важним питањима, тако и да на основу те информисаности они активно учествују у доношењу одговарајућих друштвених и политичких одлука. О томе сведоче и бројна одређења политичке комуникације *per se* под којом се најчешће подразумева интерактивни процес размене политичких садржаја у троуглу: власт – медији – јавно мњење.<sup>3</sup> Анализа политичке комуникације показује да она „настаје у напонском пољу између власти и политичке јавности, односно између политичког поља и цивилног сектора друштва.“ (Радојковић 2003: 304) Ради се о великом броју симболичких активности политичких актера и грађана и њихових удружења, кроз које (активности), грађани учествују у расправама трагајући за „општим интересом“. У савременој пракси, главни субјекти политичке комуникације су, дакле, „политички актери (од политичких странака до цивилног друштва), власт (од владе до државне администрације), медији (од масовних до алтернативних и дигиталних), и грађани (од појединаца до политичке јавности).“ (Радојковић 2011: 27) Притом, највећи део политичке комуникације се одвија посредством медија масовног комуницирања, у смислу преносника интереса различитих друштвених група и ствараоца јавног мњења. Дакако, моћ јавне речи коју продукују медији треба да штити одређене друштвене и политичке вредности и људско достојанство. Медији треба да креирају ставове који активирају осећање исправног и лошег, и тиме развијају морални дијалог различитих политичких структура, доприносећи не само комуникацији између представника институција и грађана који их бирају, већ и између представника политичких партија и чланства. (Калинић 2012: 14)

Што се тиче *јавности*, значење овог термина вуче корене од латинске речи *publicus* (јаван), а ова од речи *populus*, тј. народа који је организован у свом граду-држави (*civitas*-и). У антици је он изражавао учешће слободних грађана у одлучивању у *polisu*, за разлику од *приватног* живота који су грађани водили у породици и који је, у правном смислу, представљао сферу пословности и промета. Јавни живот, „*bios politikos*“, одвијао се на тргу (*agori*), док се јавност конституисала у разговору (*lexis*) и општим пословима (*praxis*). Из латинског, термин је пренесен и у друге европске језике у значењу народног, популарног, обнародованог и сл. Током времена, у некима од њих (енглеском, француском),

<sup>3</sup> З. Славујевић истиче да политичко комуницирање чине процеси размене различитих политичких садржаја у троуглу: власт-медији-јавно мњење, што подразумева активно учешће неопходних актера: политичара, новинара и грађана. (Славујевић 2007: 9) З. Томић сматра да је политичка комуникација „међусобни/интерактивни процес размјене политичких садржаја између различитих политичких актера, за и у време политичког (изборног) мандата или избора, путем комуникацијских канала (медија), а у сврху постизања одређених учинака“. (Томић 2005: 53) Б. Мекнеир (McNair) овај процес дефинише као „сврховиту комуникацију у политици која укључује све облике комуникације, како ону којом се служе политичари и други политички актери у сврху остваривања специфичних циљева, тако и комуникацију коју према неким актерима усмјеравају неполитичари (бирачи и новински колумнисти) и која се проналази у извјештајима и другим облицима медијске расправе о политици“ (McNair 2003: 12)

изгубило се првенствено политичко и нормативно значење термина “јавност” и донекле замаглила разлика између њега и термина “јавно мњење” (*opinion publilque, public opinion*), који не мора да има стриктно политичке конотације.

Супротан термину јаван је термин тајан (*arcanum*), који представља централни појам учења о тзв. “државном разлогу” и чини свеколику теоријску основу оправдања апсолутистичке владавине. Из целокупне демократији опозитне и опширне “арканске” литературе, директно проистиче налог владарима да добро смишљеним лажима и тајнама по сваку цену одрже владајући поредак јер у њему, наводно, интерес владара и интерес државе – представљају једно те исто. Овде спадају безбројни написи разноразних пропагатора апсолутне државе, односно сва она схватања о владоцу као “оцу”, “господару”, “месији” или “божјем изасланику на земљи”. Владар поистовећен са некаквим натприродним бићем, по логици ствари, нема никакву обавезу да обзнањује информације на основу којих одлучује и образлаже логику својих наредби. „Откриће „државног разлога“ нам показује да је *res publica* најчешће била и остала *res privata* поседника државне моћи и да су они, позивајући се на „јавно добро“, у ствари, бранили и бране своје себичне интересе против народа.“ (Гадић 1987: 22) Сви недемократски режими представљају системе концентрисане и необуздане владавине, који се хране слепом послушношћу својих бојажљивих поданика. У њима не постоји јавно мњење, већ само *политичка пропаганда* – сви медији су “службени” и под строгом државном контролом. Власт је скривена, удаљена од погледа светине и стоји насупрот њеном природном производу – „антивласти“ – у виду завера, државних удара „скованих по тајним ходницима царских палата, или побуна, устанака, метежа припреманих по неприступачним и напуштеним местима.“ (Бобио 1990: 98)

Насупрот претходном, код политичких писаца привржених демократији, преодминатна је тврдња да је ова пре свега владавина “видљиве моћи”, односно да је њеној природи својствено то да “ништа не сме бити обавијено тајном”. Иако се не одриче аранжиране видљивости, „уставна демократија, пре свега системима медијског посредовања, одржава висок степен транспарентности управљања“. (Пешић 2008: 105) Отуд се термин јавност односи на откровеност, видљивост и јавља као дефинишуће својство власти контролисане од стране сувереног народа и одликом демократског поретка. (Павићевић 2003: 140–141) У њеној основи лежи представа о демократији у Периклово доба (пети век п.н.е), тј. слика свих грађана окупљених на једном месту у циљу расправљања о јавним пословима. Преко грађанских револуција, ова представа о античкој демократији, присутна је и у савременом добу, у коме демократија *per se* представља тип јавне власти у присуству јавности. Правило да наредбе власти морају бити познате сувереном народу, одвајкада је се узима као једно од темељних одредница демократије. У противном, ако би одлуке оних који владају биле непознате народу, оне се не би могле контролисати од стране тог истог народа - што би порекло саму бит демократије. На прегнантан начин, ову природну везу између демократије и јавне контроле власти изразио је сам Перикле у чувеној *Надгробној беседи*: “И мада само неколицина може творити

политику, сви смо способни да судимо о њој. На дискусију не гледамо као на камен спотицања на путу политичке акције, већ као на неопходну припрему да се делује мудро.“ (нав. према Попер, 1993: 243)

Као и у грчкој антици, пракса јавности и данас треба да је ствар свих грађана који суверено одлучују о свим општим питањима. Критеријум јавности власти, појмљене као транспарентне и отворене за јавност, остаје један од основних обележја демократске државе – у смислу означавања јавног рађања или поновног рађања јавне власти. Одлучивању пак, претходи разговор, сукоб мишљења, расправа, непринудна размена мисли и аргумената у циљу заузимања ставова о неком проблему. Стога постоји тесна (премда и идеално-типска) *међузависност дијалога и демократије*. Јасно је да се само у демократији која подразумева слободу мишљења, говора и штампе, могућа слободна комуникација, комуникација макар донекле “слободна од власти“. И поред својих неспорних античких па и средњовековних корена, демократска јавност и јавно мњење су, дакако, првенствено либералног и грађанског порекла, јер настају истовремено са еманциповањем привреде из заучаурености домаћих потреба и њеним изласком на тржиште, на сајам и берзу. Из процеса првенствено привредне размене, развијају се облици комуникације и сваковрсне кореспонденције, као предуслови израстања приватне сфере у грађанску јавност. Упоредо са привредном експанзијом, устоличује се јавна власт, јављају прве критике монархијског ауторитета и формира литерарна јавност као претеча политичке јавности. По Ј. Хабермасу, политичка јавност остаје посредована литерарном јавношћу, формирајући “публику приватних људи“ чија аутономија, заснована на економској слободи, захтева да се оствари и у сфери породице, у љубави, образовању, “једном речју интимно, да се оствари као хуманитет.“ „Развијена грађанска јавност почива на фиктивном идентитету приватних људи окупљених у публику у њиховим обема улогама: у улози власника, и у улози људи као таквих.“ (Хабермас 1969: 73)

Под политичком јавношћу, дакле, ваља подразумевати грађане слободно окупљене у публику, способну да формира специфично јавно мњење и у оквиру које они могу слободно расправљати, износити или објављивати своја мишљења о пословима од општег интереса. Медији политичке јавности у данашње време су новине, часописи, књиге, радио и телевизија - којима се у последње две деценије снажно придружио и интернет. У начелу, политичка јавност је противтег и коректив институционализованој политици и државној власти, и налази се у “напонском пољу“ између друштва и државе. Ово стога јер улога државе може бити јавна само уколико и номинално и стварно брине за заједничко добро, а то није могуће без демократске контроле од стране јавности. Јавност је поље на коме се сусрећу и укрштају приватна сфера друштва и јавна сила државе, али и медијум слободног комуницирања између грађана путем различитих средстава. Када грађани почну да дискутују о неком проблему, они креирају јавност или неки њен део. „Јавност је у том смислу колектив који се од масе разликује управо својим активним ангажманом у дискусији.“ (Peruško 2011: 27) Она представља прелазни облик социјалног

груписања између инертне масе и чвршће структурираних друштвених група - класа, интересних група, партија и сл, са трајном спремношћу да заузима ставове о друштвено релевантним проблемима и делује у правцу њиховог решавања.<sup>4</sup> Једном речју, демократска или грађанска јавност на квалитативно новом ступњу, обнавља и надограђује како антички појам јавности тако и вредности постфеудалног просветитељства које је, одбацујући окоштале и ирационалне ауторитете религије и традиције, прогласило ум и разум врховним инстанцама у људским пословима.

У модерно доба, аутор који је међу првима указао на потребу „видљивости моћи“ је, без сумње, И. Кант. У чувеном „огледу о просвећености“, он истиче да просвећености не треба ништа друго до таква слобода – “да се од свога ума у свим стварима начини *јавна употреба*“. Под јавном употребом човековог ума, Кант подразумева ону употребу – “коју неко, као научењак, чини од њега пред свеколиком читалачком публиком.“ (Кант 1974: 44) Идеалитет јавности која једино може да оствари просвећеност међу људима, је постулиран и супротстављен приватности као сфери реалности и зависности, у којој је човек подређен грађанским дужностима, или службама које су му поверене. Добар управитељ државе, по Канту мора дозволити својим поданицима да - “од свог ума начине јавну употребу, тј. да своје мисли о бољем уређивању законодавства, чак и уз искрену критику онога које већ постоји, свету јавно предоче.“ (Кант 1974: 48) Кант је с правом сматрао да је слободна мисао битно осакаћена уколико није праћена слободном комуникацијом, која за свој узор има публику читавог “читалачког света“, чиме је прегнантно изразио искуство слободних људи његовог времена у сукобу с апсолутистичким режимима.<sup>5</sup>

Појму јавности је близак појам јавног мњења, иако они никако нису истоветни. *Јавно мњење*, заправо представља продукт политичке јавности и односи се на неке битне друштвене проблеме према којима грађани заузимају своје конкретне ставове. Идеално-типски, јавно мњење је мњење (мишљење) просвећене јавности која јавно резонује и поседује развијен критички однос

<sup>4</sup> Или - како каже Т. Ђорђевић, “политичка јавност представља специфичан облик социјалног груписања људи у сфери политичког живота или праксе, међусобно повезаних психолошким везама и релативно трајним активним односом према релевантним проблемима заједнице у којој живе.“ (Ђорђевић 1975: 91)

<sup>5</sup> Кантову идеју о јавном уму данас наставља и даље развија Џ. Ролс (Rawls), подразумевајући под њим ум припадника демократских народа “који деле заједнички статус равноправних грађана“. Сврха употребе јавног ума (*public reason*), је у томе да грађани расправљају о основним питањима “политичке концепције правде“, која није израз неке свеобухватне доктрине, већ оних вредности за које се разложно може очекивати да ће их прихватити сви грађани демократског друштва и бити спремни да је бране. Садржај јавног ума код Ролса, формулисан је “политичком концепцијом правде“ независном од свеобухватних доктрина, о којој треба водити темељну расправу. Јавни ум не захтева захтева да делимо исте принципе правде, већ да они буду засновани на вредностима за које можемо разложно очекивати да ће их делити и други грађани. “То значи да свако од нас мора да има, и да буде спреман да их објасни, критеријуме за избор принципа и смерница које мислимо да други грађани (који су такође слободни и једнаки) могу разложно да прихвате заједно са нама.“ (Ролс 1998: 268)

према поретку политичке власти. Само у том (граничном) случају важи позната изрека да је *vox populi – vox dei* (глас народа – глас божји). У свим другим случајевима, а они су у реалном политичком животу далеко чешћи, јавно мњење је свест политичке јавности која проистиче из емпиријских реакција грађана на објективну ситуацију, и нема првенствено когнитивну улогу. Јавно мњење произлази из „приватног размишљања о јавним пословима и из јавне дискусије о њима.“ (Хабермас 1969: 122) Оно представља конкретан мисаоно-афективни однос грађана према исто тако конкретним, актуелним догађањима, акцијама и субјектима политичке праксе. Јавно мњење „представља скуп мишљења и ставова о одређеном друштвеном питању или ситуацији, добијен јавним политиколошко-комуниколошким процесом, уз активно учешће медија и грађана у његовом креирању.“ (Јевтовић 2003: 52) Оно преузима општије вредносно-нормативне оријентације политичке културе и примењује их на конкретна збивања, па и на конкретне људе са именима и презименима. Уколико је земља у рату, извесно је да ће јавно мњење бити пре свега концентрисано на питања да ли је тај рат оправдан, ратује ли се успешно, јесу ли политичке вође дорасле изазовима рата и сл. Ако је, пак, земља у економској кризи, јавно мњење ће се бавити сасвим другим питањима, што значи да је оно флуидно, а то значи и лабилно па и плаховито, подложно наглим заокретима. Но, још пре јавно мњење може бити и израз специфичне “социјалне контроле“ односно конформизма у понашању припадника неке политичке заједнице, наметнутог “одозго“ - од саме власти. Имајући у виду ова ограничења јавног мњења, мислиоци су се веома различито односили према облицима његовог испољавања. Теоретичари који су преферирали демократију, уважавали су више и јавно мњење у политичким процесима. „Обрнуто, гдје је год превладавао аутократски стил размишљања и вредновања, јавно мњење је подцењивано као мишљење необразоване свјетине, простог пука, лаика.“ (Тадић 1996: 215)

Џ. Лок (Locke) је, на пример, сматрао да се функција јавног мњења пре свега огледа у моралној пракси – “чија је индиректна социјална контрола ефикаснија од формалне цензуре са претњом црквеним или државним санкцијама.“ (Лок 1962: 58) Ово стога, јер “закон мњења или репутације“ не важи на исти начин као и државни закони - он се управља према духовној моћи и моралном суду и њиме се изражава одобравање или неодобравање. Попут моралних закона и мњење делује обуздавајуће и преко прећутне сагласности друштва ограничава евентуалне претеране жеље појединачних грађана: “Ко има смелости да се одупре прекорима којима свуда бивају спремно дочекани они што су се дрзнули да се не сложе са опште припремљеним уверењима“ – питао се Лок – изједначавајући јавно мњење са моралном свешћу. (Лок, 1962: 68)

За разлику од Лока, Г. В. Ф. Хегел је заступао веома критичан однос према јавном мњењу, с обзиром да оно, као облик колективног суђења, нема карактер “знања“. Јавно мњење је производ здравог разума који може да буде извор истине али и најгорих предрасуда. Оно је неорганички, неорганизован и стихијни начин изражавања онога што народ хоће и мисли, јер се не реализује “преко воље државе“ већ мимо ње, док је народ онај део чланова државе који “не зна

шта хоће“. У ствари - “знати шта се хоће, те још више, што хоће по себи и за себе биткујућа воља, ум, јест плод дубље спознаје и увида, што управо није ствар народа.“ (Hegel 1989: 253) Јавно мњење је препуно заблуда и предрасуда, оно је непоуздан, субјективан суд који се ослања на непроверене чињенице, стога оно нема - “ни способност да супстанцијалну страну у себи уздигне до одређеног знања, независност од њега први је формални увјет за нешто велико и умно (у збиљности као и у знаности).“ (Hegel 1989: 265) Хегел је тако оштро одвојио јавно мњење од науке, свдећи ово прво на ниво индивидуалног мишљења и субјективних назора. Оцена јавног мњења као противуречне категорије, дакако, проистиче из његове оцене разума у откривању истине – разум учествује у конструкцији истине, али се задржава на појавама не улазећи у суштину и “природу ствари“, што остаје трајно својство ума. По Хегелу, јавно мњење представља формалну, субјективну слободу појединаца да изражавају своје судове о општим пословима, оно је “нарочито и посебно мњење многих“. Као појединачно, ово мњење је произвољно, незнаљачко, превртљиво и случајно и Хегел према њему заузима битно негаторски став.

Иако јавно мњење укључује различита и често супротстављена мишљења о неким друштвеним питањима - па се зато не може сматрати сувереном вољом грађана (Супек 1981: 42), од 18. века наовамо, грађанско друштво и његово јавно мњење, свакако постају незаобилазна чињеница економски и политички најразвијенијих земаља Запада. Јавно мњење је толико често подлога политичким одлукама у савременим демократијама, да би се могло тврдити да је јавност грађанског друштва, готово без остатка, истоветна са јавним мњењем. Демократска јавност и његово јавно мњење рачунају на уверљивост судова аристотеловске *топике*<sup>6</sup> односно практичне филозофије и фундирају се на расправи и размишљању, а не на некој аксиоматској науци и дедуктивном извођењу ма истина. Принудног важења аксиоматски схваћене “истине“, су се, додуше, плашили и многи тирани, али је далеко ефикасније средство против тираније управо демократско јавно мњење као средство политичког освешћивања грађана. Својим флуидним садржајима и разнородношћу погледа, демократско јавно мњење обрушава се на сваки монопол истине и владавине, омогућује људску узајамност и комуникацију изражавајући специфичан “пулс“ друштва ослоњеног једино на себе и сопствене вредности. С тим у вези, јавно мњење не сме бити третирано само као некаква “преовлађујућа струја мишљења у неком часу“, већ и као једна од најзначајнијих тековина које је прокламовало револуционарно и демократско грађанство.

Један од посебно упечатљивих описа демократског јавног мњења и његових начела, налази се ни код ког другог до код К. Маркса (Marx) у његовим познатим списима о слободи штампе. Главна оштрица његове критике уперена

<sup>6</sup> Термин *топика* долази од грчке речи “топос“ (место); “места“ су ставови који изражавају неку општу истину, односно ставови који изражавају најопштије вероватне истине. “Разлика у односу на аксиоме је у томе што се принципи разговора или дискусије не намећу императивно нашем уму, као што то, на пример чине геометријски аксиоми. Они се прихватају без принуде, путем размишљања.“ (Тадић 1988: 22)

је против (апсолутистичке) државе и њене (свагда бирократске) цензуре. Права је штета што се они, који су се касније позивали на њега градећи “социјализме” (а стизали до ове или оне форме тоталитаризма), нису придржавали ових његових раних, у основи либералних, ставова о штампи и јавном мњењу уопште. Како било, Маркс је у свом тумачењу јавног мњења, сасвим различит од Хегела и близак Канту, посебно по питањима улоге критике слободне штампе и њеном утицају на достизање и одржавање политичког пунолетства човека у модерној држави. “Јер “да се побије слобода штампе, мора се бранити перманентно непунлољетство људског рода.” (Marx 1979: 216) Решење спора између “управе” и оних којима се управља, он налази у слободној штампи као “допунском трећем елементу”. Штампа пак, може одговорити овој својој улози само уколико су успуњени извесни услови. Најпре, између странака у спору не сме постојати однос субординације, већ однос једнакости, да би иступале као “интелектуалне моћи, као разумни разлози”; притом, слободна штампа треба да је политичка а не службена (да не полази од бирократских претпоставки); она је исто тако грађанска а да није непосредно упетљана у приватне интересе и њихову нужду; слободна штампа треба да има “главу грађанина државе и грађанско срце”; на крају, она је и продукт и продуцент јавног мњења који омогућава да се посебни интерес учини општим интересом. (Marx 1979: 367) Слободну штампу, Маркс је фигуративно одредио као “духовно огледало у којем народ види самог себе”, процењујући њен карактер на основу тога како се она односи према “народним приликама”, посебно према “народној беди”. С тим у вези он истиче да она мора бити пристрасна, тј. да се према народном животним (не)приликама не сме односити хладно резонерски, већ мора у обавештавању о њима користити “ефективни језик самих односа, језик какав се нити може, нити сме захтевати у службеним извештајима”. Изван сваког бирократског посредовања, слободна штампа је код Маркса дакле, схваћена као неутрална моћ, као “допунски трећи елемент” и “везивно ткиво” које се умеће између власти и грађана и пресуђује у њиховом спору, не дозвољавајући да се држава постави као апстракција и отуђена моћ насупрот грађанима.

Уз Маркса, и многи други браниоци херојских идеала слободе штампе модерног доба, указивали су на потребу да се државној власти морају поставити јасне (јавне) границе. Тако се у свом класичном спису о слободи, Џ. Ст. Мил (Mill) заложиио за свестрану слободу мисли и речи, као и за слободу индивидуа да живе сходно сопственим верским, моралним и другим уверењима. Он је сматрао да друштво мора свим својим припадницима да обезбеди слободу савести у најширем смислу, тако да она обухвата сваку идеју, колико год да је ирелевантна, погрешна или чак неморална. Било какво ограничавање слободе мисли, речи и штампе, по овом мислиоцу, је нелегитимно, о чему најречитије сведочи његов чувени следећи став: “Кад би цело човечанство било истог, а само један човек супротног мишљења, човечанство не би имало више права да ућутка тог једног човека него што би он, ако би имао моћ, имао права да ућутка човечанство.” (Мил 1988: 50) Мил је одлучно истицао да деловање индивидуа мора бити неограничено у свему што се тиче њега самог, чиме се приклонио

идеји тзв. “негативне слободе” (као “одсуства принуде”), посебно од стране власти тј. државе.

Дакако, осим наведених аутора и многи други либерални мислиоци су слободну штампу сматрали неопходним предусловом политике, схваћене као динамички еквилибрујум између власти и оних којима се влада. Залагали су се за активну посвећеност грађана заједници уз помоћ врлине, као што су сматрали и да је задатак владара да служи *res publica*, тј. општем добру. Грађани су, пак били дужни да будно прате владоце, не дозвољавајући им да злоупотребе власт и изневере “јавни дух” заједнице.

### 3. Јавна сфера данас – између стварне виртуелности и медијатизоване политике

Неспорно је да су медији и од њих конституисано јавно мњење, играли једну од најважнијих улога приликом устоличења савремених демократија. „Историјски посматрано, кључна одлика покрета демократизације је стварање јавног мњења.“ (Herman, Mekšesni 2004: 7–8) Јавно мњење се формирало на оним местима и форумима на којима се расправљало о друштвено релевантним питањима, и где су се могле чути информације од значаја за учешће грађана у политичком животу. Улога јавности започела је онда када су се медији састојали од новина и других публикација са ограниченим досегом, док је државом управљала елита земљопоседника. Стога су они оправдано на Западу били третирани као „четврти сталеж“ (поред цркве, земљопоседника и буржоазије), чији је интерес – „активно трагање за информацијама у име јавног добра.“ (Logimer 1998: 64) По многим ауторима, међутим, концепт „јавне сфере“, онако како су га описивали либерални мислиоци - није издржао тест времена које је за нама. Сматра се да он припада прошлости зато што су њој иманентни облици друштвености (салони, клубови) одавно нестали, савремени медији комерцијализовани, док су политичке странке бирократизоване и одвојене од грађана. Уместо јавности у којој се расправља о питањима од општег интереса, већи део 20. века обележен је манипулативним публицитетом проистеклим из пропагандистичког оглашавања роба на тржишту, као и из надзорних механизма новоустановљених држава.

Актуелне форме електронске комуникације данас стављају историјски успостављену везу између медија, политичара/државе и грађанства пред драматично увећан изазов. Почетком 21. века на делу је веома развијена глобална „инфосфера“ (са интернетом, целодневним вестима, директним извештајима, огромним бројем нон-стоп радио и ТВ канала, мобилном телефонијом идр.) којом струји огромна количина порука ка крајњим корисницима. Највећи део „реалности“ је посредован медијским садржајима које се тичу најразличитијих роба, али и политичких програма, информација о временској прогнози, некој терористичкој акцији, модном тренду, научном знању, религијским догмама и много чему другом. Медији стварају мозаичну и, притом, *виртуелну стварност* у којој, пре

свега, вреба опасност да се реалне патње људи, неједнакости, опасности и друге недаће унутар појединих држава али и широм света, третирају као пукe химере, што сасвим подрива концепцију јавног живота. Поимање наше актуелне „стварности“ је доживело трансформацију - „тима што је мишљено као *per definitionem* медијски испосредовано, односно технички репродуковано, што, у ствари, излази на исто.“ (Вуксановић, 2007: 1) У правој „информационој међави“ коју дневно производе медији, истина постаје готово потпуно превазиђена категорија, док се на пољу културе јавља својеврсни „закон мешања жанрова“: „Све је политичко. Све је сексуално. Све је естетско. Истовремено.“ (Бодријар 1994: 12)<sup>7</sup>

Данас је опште место тврдити да медији стварају виртуелну стварност која све више прожима животе људи, и захваљујући којој су они све мање у стању да непосредно перципирају и сазнавају стварност која их окружује. Поједини аутори чак говоре о „стварној виртуелности“ коју ствара систем у којем је сама стварност (људско материјално/симболичко постојање) у потпуности обухваћена у виртуалну поставу слика у – „измишљени свет у којем појаве не постоје само на екрану помоћу којег се искуство комуницира, већ саме постају искуство.“ (Kastels 2002: 400) Свакодневним медијским „бомбардовањем“ или „купањем“ у медијским порукама, гледаоци постају занесени несталном игром призора који имају све мање везе са спољашњом стварношћу, док њихов „хиперреализам“ пружа интензивније доживљаје у односу на искуства из рутинизираног свакодневног живота. Истина не само да постаје релативна и „мноштвена“, већ на крају и нестаје у „информацијској међави“, док се од постмодерниста детектоване и прокажене некадашње „велике приче“, претварају у – „бесконачни *Storytelling*, теленовеле и сапунске опере, тј. у маркетиншки делотворну реалност.“ (Вуксановић 2011: 9)

Након искустава из XX и с почетка XI века, јасно је да саме могућности масовног комуницирања не доприносе по аутоматизму развоју демократске комуникације. Савремено демократско друштво и одлуке у њему, по дефиницији, зависе од грађана који су у стању да на основу информација (које првенствено добијају преко медија), врше аутономан политички избор. Гоњени логиком профита, савремени мас-медији, међутим, постају све више равнодушни према демократским потребама појединца, чак их често и анулирају. Медији су чак пригрлили функцију једног од инструмента легитимизације владајућих друштвених односа, постајући „агенс обликовања свести грађана у смеру и на начин који води и обезбеђује њихово пристајање на постојеће политичко устројство и режим.“

<sup>7</sup> Ж. Бодријар (Baudrillard) читаву савремену епоху назива ером *симулакрума* и симулације, у којој, након постмодернистичке „револуције“ (тј. огромног разарања смисла), више нема бога који би распознавао ко му припада а ни судњег дана да одвоји лажно од истинитога и вештачког. (Бодријар 1991: 10) Ера симулације започиње ликвидацијом свих референцијала или њиховим вештачким васкрсавањем у системе знакова - материјала који се нуди свим свим системима еквиваленција. Тиме читав систем постаје један циновски симулакрум, тј. привид који се више никад не посматра у односу на „стварно“, него траје у себи самом, у једном непрекидном кружењу без референција и обима. Симулацији, којој за разлику од идеологије, одговара прекид са стварношћу и њено обнављање помоћу знакова, бивају нарочито подређени медији који постају неухватљиви, расути, изломљени у стварном.

(Кристовић 2000: 68) Уместо да се труде да остану „четврти сталеж“ и „трн у оку власти“, медији све више постају арена за наметање одређених значења и тумачења свеколике реалности. Главни облик сучељавања у политици и јавном животу уопште, постаје борба за симболичку моћ – задобијена првенствено на основу медијског одређивања онога „шта треба да се ради“ (тзв. *agenda setting*). Посебно кроз избор „вести“, медији („тематизацијом“) усмеравају пажњу грађана на одређене проблеме и сугеришу им „најважнија“ друштвена питања, што ће рећи да они одређују не само *шта* да се мисли, већ и *о чему* да се размишља. На тај начин, медијски дневни ред (агенда) постаје „јавни дневни ред“, тј. нешто чиме сви грађани треба да се баве. Иако у истраживањима убеђивања, теорија *agenda-setting-a* није добила једнозначну емпијску потврду, у условима актуелне „медијатизације политике“<sup>8</sup> медији задобијају повлашћени положај: „Бит политике, њезину организацију, процесе и политичко вођство уобличује логика својствена медијском суставу, а посебице електроничким медијима.“ (Кастелс 2002: 322–323) И мада, у крајњој инстанци, суштину политике не обликују медији већ политички и економски центри моћи, ови први креирају простор у коме се данас првенствено „догађа“ политика. Они који су на власти и даље користе различите механизме репресије да би очували своје привилеговане позиције, али се одржавање *status quo*-а кроз медије ради много лакше и неупадљивије, „добровољним“ (а заправо медијски исфабрикованим) пристајањем грађана на њега.

Како су медији истовремено и комерцијално усмерени, долази и до грозничаве потраге за „телегеничним“ политичарима чији су стил понашања и физички изглед („појава“) у сагласју са особеностима телевизијског приказивања. Захваљујући медијатизацији политике, политичке расправе су се изместиле из парламената у телевизијске емисије. Телегеничност подразумева убедљивост и успешност у наступању на телевизији, што може бити ствар индивидуалних особина, али и учења и прихватања упуштава експерата за „политички маркетинг“ који су ту да омогуће победу на изборима – што остаје неприкосновени циљ политичара. У претходном се огледа актуелна дијалектика и узајамност политике и медија (и преко њих – тржишта): подлагање политичких актера утицају телевизије и *политичког маркетинга* ствара од њих политичку „робу“, што је више него комплементарно доминантном тржишном усмерењу телевизије ка конзумеризму и забави. Потчињавање политичке стварности тржишној логици, бирачима намеће статус потрошача који се задовољавају пасивним „праћењем“ телевизијских дебата, док креирање лажних, симулираних представа о поли-

<sup>8</sup> Под *медијатизацијом политике*, о којој, иначе, већ постоји обимна научна литература, генерално ваља подразумевати ситуацију „где политичке институције све више ... зависе и обликоване су од масовних медија“. (Brants, Voltmer 2011: 5) Под утицајем медијске логике дешава се промена начина политичког саобраћања, тиме што политичари прилагођавају своје изјаве тако да „поруке које шаљу имају више шанси да буду медијски покривене.“ (Hjarvard 2008: 106) Медијатизација се одређује и као „концепт коришћен да критички анализира (...) међуоднос између промене у медијима и комуникацији с једне стране, и промене у култури и друштву са друге стране“ (Hepp, 2013: 6) Дотична промена политике се појављује и кроз термине „нова политика“ или „медијатизована политика“. (Street 2005: 24)

тичким актерима, погубно утиче на јавно мњење и доводи до пада поверења у политичаре. Све већа зависност политичара и бирача од медија, доводи до тога да „партијску демократију“ све више потискује „медијска демократија“ која даје предност шоу-бизнису насупрот озбиљној политичкој расправи. Ова последња се огледа и у континуираном лабављењу унутарпартијских (хијерахованих) односа, као и страначке дисциплине. На релацији грађани-власт, долази до слабљења идентификације гласача са политичким партијама. Такође, странке постају централизоване и са све већом улогом „пи-ара“ (*public relations*, представника за јавност), чиме се подривају темељи односа медија и политике (и уводи узајамно неповерење између њих). „Најзад, стратешко комуницирање, са све наглашенијом улогом „спин доктора“, подрива поверење јавности не само у политичаре већ и у демократске институције.“ (Brants, Voltmer 2011: 6)

Основни принцип постаје „имиџ“, личност политичара, односно поседовање и испољавање одређених њених карактеристика, посебно оних које могу да утичу на исход избора.<sup>9</sup> Медијатизована политика је персонализована, фокусирана на појединачна питања а не на свеобухватне идеологије, што умањује значај програмских разлика између странака. Истовремено, како је све што се налази изван медија осуђено на политичку маргиналност, политизују се готово сви аспекти живота, док политичари теже да привуку пажњу медија преко „пи-ар“ агенција и тзв. „спин доктора“.<sup>10</sup> Политичари престају да се понашају на државнички начин, већ постају „макијавелистички извођачи на сцени“ којима помажу „менаџери импресија“ и псеудо догађаји, са циљем да се допадне што ширим слојевима становништва, што, опет, имплицира избегавање контроверзи, тј. изјава које могу да увреду потенцијалне бираче. „Илустрација тог феномена је ’политичка коректност.’“ (Louw 2005: 279)

Услед дејства медијатизоване политике, политичке информације и целокупна политичка комуникација постају чак „заробљеници медијског простора“ (Кастелс, 2002: 316) „Заробљена“ или „колонизована“ политика је приморана

<sup>9</sup> Кључни догађај у вези с овим феноменом десио се још у време ТВ дебата између председничких кандидата Р. Никсона (Nixon) и Џ. Ф. Кенедија (Kenedy) 1960. год. у којима се „јасно видело да је за одлуке бирача важно не оно што било који од кандидата каже, већ то како кандидати изгледају у директном телевизијском преносу.“ (Стевановић 2003: 211). Примећено је да је Никсон одбио да стави јаку шминку па се пред камерама појавио испијен и необријан, док је Кенеди своју младалачку и живахну појаву појачао слојем шминке, што му је на крају и донело председнички мандат. Од тог тренутка најважнија лекција о односу телевизије и политике гласи да начин на који се кандидат представља пред камером има највећи утицај на гласаче, док је садржај његовог говора у другом плану. „Након овог драматичног догађаја страх од лошег презентовања у телевизијским дебатама толико је овладао председничким кандидатима да наредних 16 година оне нису организоване.“ (Croteau, Hoopes 2000: 231). Данас, међутим, председничку кампању у демократским режимима није могуће ни замислити без директног медијског сучељавања кандидата, а онај од њих који га не би прихватио, вероватно би био осуђен на политичко самоубиство.

<sup>10</sup> „Спин докторинг (doctoring) се односи на низ активности: обрана од новинара, одобравање или одбијање интервјуа, као и подучавање оних који дају интервјуе о томе шта да кажу и шта да не кажу, као и коментарисање прича и писања новинара, истичући одређене реченице или интерпретације.“ (Street 2003: 4)

да се прилагоди медијима, док медији приказују политику као „савршену прединсценацију онога што се треба појавити на медијској позорници.“ (Meuer 2003: 50) Обраћање политичких лидера широј јавности дешава се у маниру обраћања ужој породици или пријатељима, што говори о комплетно медијатизованој политичкој арени: „Политичарима су потребни медији да би представили улепшану слику о себи, док се новинари ослањају на политичаре и друге званичне изворе како би омогућили редован ток вести.“ (Thompson 2005: 41)

## Закључак

Општи резултат свег претходног је да се јавност, у смислу скупа гласова појединаца који критички просуђују одлуке власти и питања од јавног интереса (чијој је теоријско-вредносној концептуализацији у тексту посвећен највећи део простора), у савремености претворила у пасивну „публику“ којој се упућују превасходно пропангандистичке поруке. То никако не може бити пожељан циљ демократије коју карактерише стална борба за повећање способности појединца да саопшти другоме своју мисао, или да чује мисли које су изразили други људи. „Другим речима, демократију дефинише неуморна борба против свих видова дискриминације, како према онима који говоре, тако и према онима који слушају“. (Bal 1997: 111) То такође значи да слобода комуникације, гарантована јавношћу и јавним мњењем, не само да рачуна на укупан демократски амбијент, већ је уједно и његов предуслов, тј. конституенс. У савременим прегломазним политичким заједницама, учешће јавности сведено је на повремено изражавање мишљења, протеста и периодичне изборе. „Да би тако слаба партиципација јавности била минимално делотворна, неопходно је да она зна шта се дешава и да познаје опције које може да разматра и на основу којих може да делује“. (Herman, Mekšesni 2004: 7–8) Тај посао у савременим условима могу да обављају једино медији - али само уколико *заиста намеравају* да креирају одговорно, критичко и активно јавно мњење. Стим у вези, колико год се у савременој политичкој и медијској пракси (али и теорији) релативизовали појмови јавности, јавног мњења и јавног добра, утолико јача неопходност њиховог чврстог теоријско-вредносног утемељења. Иако је концепт „јавне сфере“ данас поприлично замагљен и контроверзан, без постојања неких јасних нормативних начела у вези са њом, не би имало смисла бавити се ни демократијом *per se*.

## Литература

- Bal, F. (1997) *Moć medija*. Beograd: Clio.  
Bahtin, M. (1980) *Markizam i filozofija jezika*. Beograd: Nolit.  
Bobio, N. (1990) *Budućnost demokratije*. Beograd: „Filip Višnjić“.  
Bodrijar, Ž. (1991) *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.  
Бодријар, Ж. (1994) *Прозирност зла: оглед о крајносним феноменима*. Нови Сад: Светови.

- Божиловић, Н. (2007) *Култура и идентитети на Балкану*. Ниш: Филозофски факултет, Центар за социолошка истраживања.
- Brants, K. and Voltmer, K. (2011) „Introduction: Mediatization and Decentralization of Political Communication“, in *Political Communication in Postmodern Democracy* (Eds. K. Brants, K. Voltmer). New York: Palgrave Macmillan.
- Croteau, D. and Hoynes, W. (2000). *Media Society – Industries, Images, and Audiences*. Pine Forge Press.
- Gocini, Đ. (2001) *Istorija novinarstva*. Beograd: Clio.
- Dorđević, T. (1975) *Političko javno mnjenje*. Novi Sad: Radnički univerzitet „Radivoj Ćirpanov“.
- Habermas, J. (1969) *Javno mnjenje: Istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*. Beograd: Kultura.
- Hegel, G. W. F. (1989) *Osnovne crte filozofije prava*. Sarajevo: „Veselin Masleša“, Svjetlost.
- Hepp, A. (2013) „The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’“. *European Journal of Communication*. 0(0): 1–15.
- Herman, E.S. i MekČesni, R.V. (2004) *Globalni mediji*. Beograd: Clio.
- Hjarvard, S. (2008) „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change“. *Nordicom Review*, 29: 105–134.
- Јевтовић, З. (2003) *Јавно мњење и политика*. Београд: АЛУ и ЦЗС.
- Калинић, З. (2012) „Савремене комуникативне стратегије политичких партија“, *Сварог* бр. 4, мај (9–19).
- Kant, I. (1974) *Um i sloboda, Spisi iz filozofije istorije, prava i države*. Beograd: Ideje.
- Kastels, M, (2002) *Informacijsko doba, Ekonomija, društvo i kultura, Svezak II. Moć identiteta*. Zagreb: Golden marketing
- Koković, D. (2007) *Društvo i medijski izazovi, Uvod u Sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Novinarska biblioteka.
- Крстовић, М. (2010) *Социологија масовног комуницирања*. електронско издање, Нови Сад: Футура публикације.
- Lok, Dž. (1962) *Ogled o ljudskom razumu*. knjiga I, Beograd: Kultura.
- Lorimer, R. (1998) *Masovne komunikacije*. Beograd: Clio.
- Louw, E. (2005) *The Media and Political Process*, Sage, London.
- Marx, K. i Friedrich, E. (1979) *DELA*. Tom 1. Beograd: Prosveta.
- McNair, B. (2003) *Uvod u političku komunikaciju*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Mil, Dž. S. (1998) *O slobodi*. Beograd: „Filip Višnjić“.
- Meyer, Th. (2003). *Mediokracija. Medijska kolonizacija politike*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti, Biblioteka Politička misao.
- Osmančević, E (2009) *Demokratičnost www-komuniciranja*. Sarajevo: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Pavićević, Đ. (2003) „Јавност“ u: *Kritički pojmovnik civilnog društva* (прir. Đ. Vukadinović

- i P. Krstić) Beograd: Grupa 484.
- Peruško, Z. (2011) *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
- Пешић, М. (2008) „Јавна сфера и принцип отворености: релације “јавно” – “приватно” – “тајно”“, *Српска политичка мисао*, број 3. год. 15. vol. 21. стр. 85–108.
- Popper, R. K. (1993) *Otvoreno društvo i njegovi neprijatelji, Čar Platona*. Tom I, Beograd: BIGZ.
- Radojković, M. (2003) „Politička komunikacija u Srbiji – ogled iz projekta *Put Srbije ka miru i demokratiji*“. *Republika*, god. XV, 304–305. Preuzeto sa: <http://www.republika.co.rs/304-305/23.html> (pristupljeno 12.10.2015).
- Radojković, M. (2011) „Politička komunikacija u Srbiji“, u: *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*. prir. Ansgar Zerfaß i Miroљub Radojković, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung.
- Rols, Dž. (1998) *Politički liberalizam*. Beograd: „Filip Višnjić“.
- Slavujević, Z. (2007) *Izborne kampanje: pohod na birače: slučaj Srbije od 1990. do 2007. godine*. Beograd: Friedrich-Ebert-Stiftung, Fakultet političkih nauka, Institut društvenih nauka, Libra.
- Stevanović, B. (2013) *Političko-kulturne interferencije*. Niš: SKC.
- Street, J. (2005) „Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonised? Theories of the Impact of Mass Media“, *Political Studies Review*, 3: 17–33.
- Street, J. (2003) *Masovni mediji, politika i demokratija*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Supek, R. (1981) *Ispitivanje javnog mnijenja*. Zagreb: Naprijed.
- Thompson, B. J. (2005) „The New Visibility“. *Theory Culture Society*, 22: 31–51.
- Тадих, Љ. (1987) *Оглед о јавности*. Никшић, Београд: Универзитетска рибјеч.
- Tadić, Lj. (1988) *Nauka o politici*. Beograd: „Filip Višnjić“.
- Tadić, B. (1996) *Sociologija politike*. Podgorica: Unireks.
- Tomčić, Z. (2005) *Osnove političkog komuniciranja*. Mostar: Poslovne komunikacije Mostar.
- Šušnjić, Đ. (1997) *Dijalog i tolerancija*. Beograd: Čigoja štampa.
- Vuksanović, D. (2011) *Filozofija medija*. Tom 2. Beograd: Čigoja štampa.
- Vuksanović, D. (2007) *Filozofija medija - ontologija, estetika, kritika*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, доступно на: <https://dzonson.files.wordpress.com/2007/06/filozofija-medija.pdf> (приступљено 29. 9. 2018).
- Vreg, F. (1991) *Demokratsko komuniciranje*. Sarajevo: NUB i FPN.
- Wood, J. (2001) *Communication Mosaics*. Wadsworth, Belmont, Ca, USA.

Branislav Stevanović

## THE ROLE OF PUBLIC AND PUBLIC OPINIONS IN DEMOCRATIC COMMUNICATION: PREREQUISITES AND CONTRADICTIONS

**Summary:** The paper elaborates thesis about the developed public and competent public opinion as irreplaceable factors in the political “communication chain”, as well as a reliable indicators of the achieved level of democracy. The rule that the decisions of the authorities must be known to the sovereign people has always been taken as one of the basic determinants of democracy. Otherwise, they could not be controlled by the same people - what could negate the very essence of democracy. Democracy is a type of public authority in the presence of the public, and only in it, which implies freedom of speech, conflict of thought and debate, impartial exchange of arguments is possible. Therefore, there is a close, but mostly ideal-type interdependence between democracy and the mass media - through which it is possible to present different social interests. Since ideal flow of information between the government and the people is not fully realized, the paper also points to major real difficulties that followed the formation of democratic public opinion, and permanently make it difficult to achieve this far reaching goal.

**Key Words:** Communication, Political Public, Public Opinion, Mass Culture, Mass Media.