

Metode  
prof. dr. sc. Vjekoslav Afrić

istraživanja

II

## **MARIN KANAJET**

### **Javno mnijenje i masovni mediji**

#### **Sažetak**

*Tema rada je međuodnos javnog mnijenja i masovnih medija. Dan je prikaz nastanka javnog mnijenja kao i povijesnih uvjeta koji su ga uvjetovali. Javno mnijenje se upravo zahvaljujući medijima masovnog komuniciranja (novine) uspjelo uzdignuti do bitnog političkog aktera iskoristivši ih kao sredstvo pritiska i poziva na javnu debatu. No odgojni potencijal masovnih medija je iskorišten u svrhu ekonomske propagande i tako je stvorio uvjete da se na isti način postupi i u slučaju politike. Rad upravo pokušava prikazati kako se taj proces odvijao i kako su ga različiti autori (Habermas, McLuhan, Marcuse, Keane) interpretirali. Tako se analizira ekonomski i društveni utjecaj na publiku i na stvaranje njihova stava prema medijima kao i odnosa medija prema publici (medija kao, od strane nekog, kontrolirane institucije). Tematizira se i jedna posebna (McLuhan) interpretacija medija, koja na odnos čovjeka i medija gleda kao na odnos simbioze, povezanosti, koja mjenja «dimenzije» čovjekove svijesti. Na kraju iznesen je i jedan liberalniji pogled i paralelno prikazan s Habermasovim zaključkom o zalazu javne debate.*

**Ključne riječi:** javno mnijenje, masovni mediji, komunikacija, aklamacija, publika, debata,

#### **Uvod**

Od kada je Gutenberg u prvoj polovici 15. stoljeća sastavio svoj stroj za tiskanje s pokretnim slovima njegov je izum, sve sigurnijim koracima nametao nove načine komunikacije. Industrijske promjene implicirale su društvene u kojima je omasovljenje društva postalo izvjesnim. Mogućnost proizvodnje većeg broja kopija, što je dovelo do smanjenja njihove cijene, a tako i dostupnosti širem krugu čitatelja, samo je dio tog povijesnog procesa, ali iznimno značajna time što novootkriveni način komunikacije postao medij u kojem su se odvijale društvene «borbe».

Funkcije sredstava masovne komunikacije nisu uvijek bile jednake; povijesni razvoj društva umnogome je utjecao i na komunikacijska sredstva dajući im karakteristična

obilježja vremena i društvene situacije u kojoj su nastale. Mediji su doživljavali sve društvene (r)evolucije i ujedno bili bitan faktor u njihovu ostvarenju. Potencijal sredstava masovne komunikacije, prije ili kasnije, uvidjeli su vlast i svi građani koji su imali što za saopćiti širem krugu ljudi – stvarala se publika koja postala i primatelj i pošiljalac poruke što se komunikacijom prenosila.

Formiranjem publike u društvenu upotrebu ušao je i pojam javnog mnijenja, pojam kojim se težilo prikazati stav javnosti kao publike i svojevrsnog koncenzusa u zajedničkom stavu prema nekome (vlasti) ili nečemu (nekome događaju). Takav stav da bi se mogao nazvati javnim mnijenjem trebao je nastati u diskusiji publike koja je sposobna kritički rezonirati.

Mijenjanjem osobina publike mijenjali su se i prilagođavali masovni mediji (proces je uzajaman jer su masovni mediji i efikasno sredstvo odgoja, pogotovo u suvremenim društvima) te je danas, nekoliko stoljeća nakon prvih tiskanih novina, situacija bitno drugačija: tehnički razvoj doveo je do nastanka različitih oblika masovnih medija te njihove popularizacije, tako da korištenje (ali najčešće samo pasivno) nekog od njih više nije pitanje ni društveno - političke aktivnosti ni luksuza. Tendencija daljnjeg razvoja i integriranja različitih medija nije upitna i ostaje otvoreno pitanje koliko će slobode pri interakciji budućeg korisnika medija unutar takvog sistema ostati za kreativan, inovativan način mišljenja i djelovanja, a što će ovisiti i o tehnološkim i ideološki postavljenim granicama. Današnji mediji, kao što su radio i televizija ograničeni su i, unatoč ideji državnog medija kao medija u službi javnosti, ne uspijevaju zadovoljiti zahtjeve fragmentirane publike.

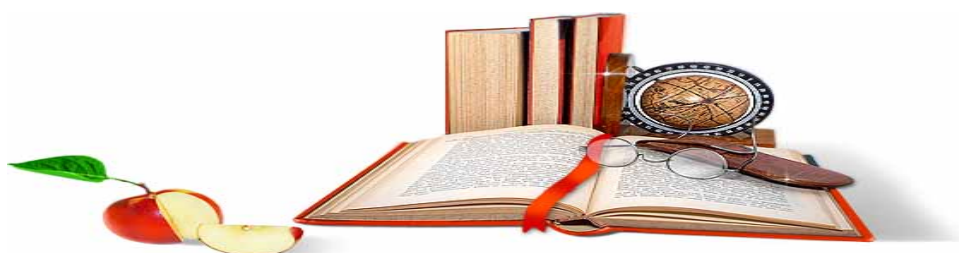
### **Stvaranje javnog mnijenja - uspon do političkog aktera**

Prateći razvoj i emancipaciju građana i građanskog društva od države kao autoriteta Jurgen Habermas usporedo analizira i razvoj sredstava masovne komunikacije. Procesi koji su kao posljedica industrijske revolucije doveli do temeljitih promjena u društvenoj strukturi stvorili su okolnosti u kojima se Gutenbergov izum mogao u potpunosti iskoristiti. U samom početku komunikacija ja bila jednostrana, novine su služile kao obavještenja i objave koje je vlast željela saopćiti svojim podanicima. Značaj je prvih novina upravo u tome, što su svojom općom dostupnošću, bez obzira na oskudnost informacija koje su nudile, omogućile stvaranje nečeg što je tek pod ovim uvjetom moglo postati – publike. Građani, ne više u smislu starih staleža zanatlija i sitnih trgovaca već novih kapitalista i staleža školovanih ljudi koji se formiraju kao publika nasuprot vlasti postaju svjesni vlastitog zajedničkog interesa i od klase po sebi postaju klasa za sebe. Vlast koja je stvorila novine kao instituciju nije mogla ni slutiti da bi se te iste novine mogle upotrijebiti kao efikasno oružje protiv nje same. Potrebno je bilo samo prepoznati mogućnost političkog djelovanja pomoću novog medija i iskoristiti njegove prednosti. Nova klasa, klasa građana uvidjela je tu mogućnost i otvara dijalog: «javno rezoniranje (rezoniranje javnosti)

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM

[FORUMU](#) ILI NA [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)