

Vanja Nišić¹

Divna Plavšić²

Fakultet političkih nauka
Banja Luka

Osvrt

UDC 316.774:32.019.5

DOI: 10.7251/SOCSR1407071N

Prihvaćeno, 15. 3. 2014.

Uloga medija u konstruisanju društvene stvarnosti

Apstrakt

U radu se analizira koncept medijske konstrukcije stvarnosti i njen uticaj na društvo. Uviđajući sve veći uticaj i važnost medija u čovjekovom svakodnevnom životu, može se reći da su mediji kao i sama medijska kultura važan činilac u savremenom društvu. Mediji imaju mogućnost da plasiraju informacije i da obezbijede da ih građani-konzumenti prihvate bez kritičke i svjesne interpretacije i stvarnog razumijevanja. Važan činilac u razvoju medija predstavlja i tehnološki napredak koji je doprinio bržem širenju medija i dao veću moć prezentovanja stvarnosti i stanja u društvu onako kako to odgovara kreatorima i „konstruktorima“ te stvarnosti. Razumijevajući Boddrijara i njegovo poimanje simulacije, prezentovaćemo uticaj i ulogu medija u konstruisanju društvene stvarnosti (simulacija stvarnosti i realnosti).

Ključne riječi: mediji, medijska kultura, simulacija, medijska konstrukcija društvene stvarnosti.

Uvod

Mediji su dio naše svakodnevnice i postali su dio svakodnevnog života samim tim što nam plasiraju stalno nove informacije, ili nam druge toliko ponavljaju tako da ih učine neizbježnim, stvarajući privid kod savremenog čovjeka da je pripadnik „globalnog društva“ i da teži da ga spozna, ali i da ima osećaj da mu ta spoznaja stalno izmiče. Vrhunac takvog privida je stvorena „slika stvarnosti“ u kojoj je život savremenog čovjeka nezamisliv bez masovnih medija. Uticaj medija na čovjekov život mnogo je veći u prethodnih nekoliko decenija, nego u

¹ Master student na studijskoj grupi sociologija na FPN u Banjoj Luci, e-mail: vanjanisic@gmail.com

² Master student na studijskoj grupi sociologija na FPN u Banjoj Luci, e-mail: divna_90@hotmail.com

prethodna dva vijeka. Međutim, mediji ne djeluju samo na pojedince, već i na cjelokupno društvo kao kolektivitet, kao prostor u kome čovjek-pojedinac zadovoljava svoje potrebe, ostvaruje interese i realizuje (ili gubi) svoje potencijale, talente i ideje. Zbog toga je potrebno istraživati kakav je odnos između medija i društva? Kako društvo reaguje na aktivnosti medija? Da li društvo može da kontroliše aktivnost i djelovanje medija? Da li su mediji instrument kontrole pojedinca, grupa i društva? Kada je riječ o koordinaciji, razmimoilaženju, konfliktu pa i sukobu u odnosu mediji-društvo? Jedna od funkcija medija traba da bude da obavještava o događajima, pojavama, procesima i kretanjima u društvu, kao i da upozori na nadolazeće opasnosti. Mediji treba da posreduju između ljudi, grupa, zajednica, institucija i drugih društvenih subjekata, da budu sredstvo masovne komunikacije u društvu. Medjutim, mediji, putem objašnjenja i tumačenja informacija „konstruišu“ društvenu stvarnost, na taj način što informacijama dodaju neke elemente koje izvorna informacija nije imala, što informacije oblikuju prema zahtjevima ili očekivanjima centara moći ili nekih drugih interesnih grupa.

Masovni mediji nisu samo vijesti i informacije, nisu ni puka zabava, a nisu ni moćno sredstvo edukacije, već su sve to zajedno i još više od toga, oni su instrument kontrole društva od strane posebnih interesnih grupa, pojedinaca, institucija i države. Cijeli taj skup socijalnih subjekata utiče na stvaranje iluzije o postojanju jedne specifične, autonomne, neophodne i „poželjne“ kulture – medijske kulture. Ključni termin za razumijevanje postmoderne medijske kulture je *simulacija*. Kao što kaže Bodrijar: „...zamislite nešto lijepo koje je upilo svu energiju ružnoga: eto vam mode... zamislite istinito koje je upilo svu energiju lažnoga: eto vam simulacija“.³ Postavlja se pitanje kako to mediji kroz simulaciju konstruišu stvarnost? Sve ima dvostruki vid. Ono ključno što se desilo, jeste da se izbrisala granica između lažnog i istinitog kao i između realnog i imaginarnog. Zbog poistovjećivanja procesa kreiranja vijesti i procesa kreiranja same društvene stvarnosti, mediji se ne mogu smatrati neutralnim posrednikom između događaja i posmatrača, između kreatora i konzumenata. Oni aktivno doprinose konstruisanju stvarnosti, čak i onda kada dominantne društvene institucije preko njih strukturiraju društvene i političke procese. Mediji imaju manifestnu ulogu, prezentuju stvarnost koja je praćena skrivenim namjerama i interesima. Mediji kroz manifestnu namjeru da informišu društvo (pružajući ne samo informacije, već i određene vidove zabave), zapravo latentno konstruišu stvarnost prema svojim namjerama ili namjerama nekih, vidljivih ili skrivenih, društvenih subjekata, tako što manipulišu čovjekovim potrebama (sigurnost,

³ Žan Bodrijar, *Simulacija i zbilja*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk- Hrvatsko sociološko društvo, 2001. str. 131.

zaštita, egzistencija, napredovanje, razvoj, takmičenje) i preko njih kontrolišu pojedince i grupe.

U nastavku rada želimo da pokažemo kako se formira medijska kultura i kako ona postaje osnova, matrica ili epistema (Fuko) iz koje se reprodukuju instrumenti i tehnike kojima se konstruiše „medijska stvarnost“ kao društvena stvarnost, kao realnost, neminovnost i put bez alternative. Mediji, umesto da pomažu emancipaciju svaremenog čovjeka, oni značajno utiču na „kolonizaciju“, njegovog, „svijeta života“ (Habermas). Nit vodilja u ovoj kratkoj analizi biće nam stavovi Bodrijara, Čomskog i Kelnera.

Uticaj tehnike i tehnologije na medijsku kulturu

Komunikacijske tehnologije su izvele tihu revoluciju u kojoj su informacija, zabava i kultura dostigle visok stepen upotrebljivosti u svakodnevnom čovjekovom životu. Sve više prisutna digitalizacija započinje novu eru globalne komunikacije. Napredak i razvoj tehnologije uticao je kako na cjelokupno društvo, tako i na razvoj i uticaj medija u društvu. Razvoj medija, već od prvih novina, preko radija, televizije, do interneta doprinio je većem uticaju medija na čovjekov život, posebno kroz spajanje riječi, simbola, slike i zvuka u jednu cjelinu, jednu poruku ili novi medijski proizvod. Zvučna i vizuelna ilustracija je doprinijela većem uticaju medija i efikasnijem sprovođenju njihovih ciljeva. Razvoj tehnologije je omogućio brži protok informacija samim tim što protok informacija ne poznaje „granice“. Ubrzan protok informacija sa jednog kraja svijeta na drugi olakšan je razvojem tehnologije samim tim što je za prenos određene informacije sada potrebno mnogo manje vremena, nego prije. Kamera omogućuje da se otkrije u realnom vremenu (*real time*) ono što se dešava na drugom kraju svijeta u istom trenutku. Informacija je postala roba kao i svaka druga, ali postavlja se pitanje kako u velikoj količini informacija koje su nam svakodnevno prisutne odabrati „prave“ informacije? Poštujući svoju devizu: „brže, jeftinije i fleksibilnije“⁴, mediji sprovode svoje ciljeve manipulišući pojedincima i društvenim grupama. Mediji u svakom od nas podstiču opsjednutost za tehnikom koju sve više prihvatamo kao neophodnu. Skoro svi nosioci informacija se ujedinjuju i rukovode istim ciljem, a to je zavesti potrošača, zavesti čitaoca, zavesti oglašivača.⁵ Uticaj poruke koju šalju mediji, njena moć da privuče publiku (odnosno cijelo društvo) i da je održi što duže na okupu, predstavlja krajnji cilj medija. Mediji nas prate uvijek i svuda. Sva moderna tehnička sredstva, preko svojih

⁴ Fransis Bal, *Moć medija*, Beograd: Clio, 1997. str. 45.

⁵ *Isto*, str.46.

„aplikacija“ služe da nas drže u kontaktu sa medijima (android telefoni, tablet računari, lap topovi, MP3/4/5 plejeri; uskoro i ručni časovnici, naočale i narukvice). Gdje god da smo i šta god da radimo, možemo da pratimo medijske proizvode: vijesti, serije, političke emisije, *talk show* i *reality shows* programe. Tehnika i tehnologija su pomogle medijima da „okupiraju“ naš život. Savremeni čovek je postao čovek medija, ili čovek medijskih aplikacija.

Medijska kultura

Nakon pojave medijske kulture, slike, zvuci i predstave počinju da učestvuju u stvaranju sadržaja svakodnevnog života, počinju da dominiraju našim slobodnim vremenom, oblikuju politička gledišta i društveno ponašanje, i nude građu na osnovu koje ljudi oblikuju sopstveni identitet. Proizvodi poput radija, televizije, filma i drugi proizvodi industrijske kulture obezbjeđuju obrasce na osnovu kojih određujemo šta znači biti muškarac ili žena, uspješan ili neuspješan, moćan ili slab. Kao što kaže Kelner, medijska kultura učestvuje u oblikovanju dominantnih shvatanja o svijetu i najvišim vrijednostima, ona definiše šta se smatra dobrim ili lošim, pozitivnim ili negativnim, moralnim ili opakim.⁶ Medijska kultura predstavlja oblik komercijalne aktivnosti (kulture) koji treba da privuče privatni profit stvoren u ogromnim korporacijama čiji je cilj još veća akumulacija kapitala. Medijska kultura je istovremeno i kultura visoke tehnologije, koja primjenjuje najsavremenija tehnološka dostignuća.⁷ Ona predstavlja važnu oblast ekonomije, jedan od njenih najprofitabilnijih segmenata, i to onaj koji sve više dobija globalni značaj. Medijska kultura tako predstavlja oblik tehnokulture, koja spaja kulturu i tehnologiju u nove oblike i konfiguracije, stvarajući nove tipove društva u kojima mediji i tehnologija postaju njegovi glavni organizacioni principi. Svjedoci smo da se prethodnih 20 godina sve više razvijala tehnologija s ciljem da nam uštedi što više vremena, a ipak imamo manje vremena nego ikada prije. Izgleda da postajemo robovi one tehnologije koja je trebala da nas oslobodi i učini nam život sadržajnijim, kreativnijim i ugodnijim.

Poslije „kraja istorije“ koji je, prije nekoliko godina, prerano najavio Frensis Fukojama, ono što se danas „realno“ pokazuje jeste privlačnost „kraja prostora“ jedne male planete koja lebdi u elektronskom eteru naših savremenih sredstava komunikacije (telekomunikacije).⁸ Na početku 19. vijeka mnogi teoretičari, poput Edgara Poa, predvidjeli su da će tehnika zauzimati sve veći prostor u životu pojedinca, te da će se transformisati, od posrednika i instrumenta u čovjekovoj

⁶ Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Beograd: Clio, 2004. str. 5.

⁷ Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Beograd: Clio, 2004. str.6.

⁸ Pol Vilirio, *Informatička bomba*, Novi Sad: Svetovi, 2000. str.12.

komunikaciji sa društvom i prirodom, u faktor dominacije nad njim, njegovom slobodom i autonomijom. „Dok se čovjek šepurio i igrao ulogu Boga, pogodila ga je infantilna glupost, tehnika je dostigla ‘najviši stepen’ i sa svog prestola bacila lance kojima je zauzela umove onih koji su je stvorili.“⁹ Medijska kultura je tehnička, tehnicizovana i komercijalizovana kultura. Odnosno, medijska kultura je tehnička simulacija, iluzija, varka, obmana i surogat istinske čovjekove kulture, one kulture koja podiže njegov duhovni nivo i koja je temelj čovjekove komunikacije i interakcije u društvu i prirodi.

Medijska konstrukcija stvarnosti

U razvijenim demokratijama, objašnjava Čomski, narod se najefikasnije može kontrolisati, kontrolisanjem misli. Misli se „lako“ mogu realizovati u djela te ih je zato potrebno što više kontrolisati. Čomski smatra da mediji imaju presudnu ulogu u sistemu indoktrinacije, zajedno sa obrazovnim ustanovama. Kako je sistem indoktrinacije taj koji nas uči kako se treba ponašati i šta treba misliti, takve stvari se mogu uvidjeti ako pratimo medije i pokušamo shvatiti njihovu strukturu. Struktura medija je vrlo slična ostalim strukturama, čiji je cilj proizvodnja intelektualne i poslovne elite koja će podržavati interese moćnih grupa i pojedinaca.¹⁰ Dakle, proizvodnja „odgovornih“ („odgovarajućih“) ljudi koji trebaju da preuzmu, u svoje ruke, mehanizme i instrumente kontrole cijelog društva. Postavlja se pitanje ko su ti odgovorni ljudi? Oni posjeduju određenu moć, aktivno učestvuju u političkom životu, dogovaraju kandidate za izbore, te, duboko indoktrinirani, kontrolišu ili barem pokušavaju da kontrolišu „zbunjeno stado pasivnih posmatrača“, kako bi rekao Valter Lipman. Ti ljudi postaju (kako pojedinačno, tako i kao pripadnici raznih grupa) „konstruktori“ društvene stvarnosti, realnosti i svakodnevnog zbilje. Oni uvode i sprovode „diktaturu Realnosti“ (Bodrijar).

Slika stvarnosti koja je prikazana (konstruisana, proizvedena) od strane medija je fragmentarna, jednostrana, bez alternative, često u suprotnosti sa stvarnim problemima i teškoćama koje ljudi imaju u savremenom društvu. Probleme „malih“ ljudi mediji redovno izostavljaju, ali ako se odluče da ih pomenu, obično su to besmislene stvari vezane uz stavove i ponašanje njihovih vlada i „gospodara“. Ono što se pojavljuje kao problem jeste to da pojedinac teško može otkriti i saznati istinu, jer nema pristup alternativnim izvorima informacija koji pripadaju polju vladavine moćnih korporacija u čijem lancu su, uglavnom, naj-

⁹ Citirano prema: Pol Vilirio, *Informatička bomba*, Novi Sad: Svetovi, 2000. str. 99.

¹⁰ Noam Čomski, *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima, 2003. str. 9.

veći i najuticajniji mediji. Alternativni izvori su neophodni, ako želimo saznati pravu suštinu problema, odnosno, latentnu dimenziju neke pojave, procesa ili odnosa.

Mediji su, najčešće, u službi velikih korporacija sa kojima čine vrh strukture moći i dominacije privatne ekonomije (nasuprot javnoj), a to opet, zajedno, predstavlja jednu veliku tiransku strukturu svjetske piramide moći, koja kreira *Stvarnost* i nameće *Realnost*. Na primjer, novine koje su u vlasništvu nekog od globalnih moćnika vrše selekciju i obradu odedenih informacija i brinu se o tome da samo određene stvari dođu u javnost. Socijalizujuća uloga elitnih sistema obrazovanja uči da postoje određene stvari o kojima nije poželjno govoriti i određena razmišljanja koja nisu prihvatljiva, te ako se tome ne prilagodite, naći ćete se izvan sistema koji vas štiti i usmjerava. Na primjer, *Njurork Tajms* predstavlja jednu korporaciju koja se brine o tome kako da što bolje proda svoj proizvod.¹¹ Taj proizvod predstavljaju privilegovani ljudi, koje morate prodati tržištu, a tržište su oglašivači, tj. druge korporacije. Bilo to na televiziji, putem novina ili bilo kog drugog medija, oni prodaju publiku drugim korporacijama. Država koja ne može kontrolisati ljude silom (jer simulira demokratiju), kontroliše njihove misli. Način da se kontrolišu misli, ideje i stavovi ljudi jeste stvaranje iluzije o vođenju diskusije (dijaloga), ali ono što treba osigurati jeste da ta diskusija ostane unutar određenih (zadatih i konstruisanih) granica. Dakle, mora se osigurati da obje strane u debati usvoje određene pretpostavke koje su u suštini određeni propagandni sistem. Postavlja se pitanje ko su vođe te propagande? To je privilegovana obrazovana elita (novinari, politički, vojni i ekonomski analitičari, akademici, rukovodioci instituta, stručnjaci za odnose s javnošću), koja ima zadatak stvaranja uvjerenja koje osigurava djelotvorno upravljanje pristankom publike, mase, građana i svih ostalih konzumenata medijskih proizvoda.

Poseban problem predstavlja to što je malo onih koji kritikuju takvo mišljenje i takvo stanje u medijskoj kulturi. Mediji nastoje da budu što bliže državnim institucijama i vladajućim elitama, jer žele pristup tajnim informacijama, a način da to postignu jeste igranje igre koja podrazumjeva prikriivanje istine i služenje državi na način koji joj odgovara. Na taj način, stičemo utisak da je prava funkcija medija prikriivanje onoga što se stvarno događa u u državi, društvu ili svijetu? Problem je mnogo složeniji. Država, politika i vlast postaju druga važna poluga (pored korporacija) medijske konstrukcije stvarnosti i nametanja postojeće Realnosti. Mediji danas kroz razne zabavne programe, rijaliti emisije i spektakle udaljavaju građane od mogućnosti razumijevanja stvarnih problema u svijetu (siromaštvo, rizici, finansijsko ropstvo, „kolonizacija“ čovjekovog tijela). Jedan od najvažnijih ciljeva ideološkog sistema jeste skretanje pažnje sa pravih

¹¹ Noam Čomski, *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima, 2003. 17.

namjera vlasti i fokusiranje na marginalne probleme. „Način na koji se vlast brani jeste tako što bilo koju kritičku analizu institucija naziva teorijom zavjere“.¹² Međutim, pitanje je koliko je ispravno nazvati to „teorijom zavjere“? Da bi se nešto nazvalo teorijom, ili u ovom slučaju teorijom zavjere potrebno je preći složen naučni postupak koji podrazumijeva otkriće, razumijevanje, objašnjenje, saznanje i prognozu, sve to kroz mnoštvo diskursa i teorijskih sporova. Ako bi zavjeru nazvali teorijom, tada bi doveli u pitanje značenje pojma teorije jer teoriji ne može pristupiti neko ko nije naučno osposobljen za njeno prezentovanje. „Teorija zavjere“ je instrument koji mediji koriste za svoju manipulaciju i djelovanje na građane u vidu širenja straha od nekoga ili nečega. Zavjera je praksa moći i sile konkretnih aktera u društvu. Na taj način, „teorija zavjere“ postaje instrument medijske konstrukcije stvarnosti, veoma pogodan za upotrebu od strane vlasti i raznih političkih subjekata.

Bodrijar ukazuje da su mediji trenutno monopol elita na vlasti koje ih „okreću“ sebi u korist. To upravo opravdava pretpostavku da je današnja sloboda medija sve više ugrožena. Masovnim medijima je svojstveno da proizvode ne-komunikaciju (ako komunikaciju odredimo kao razmjenu, kao uzajamni prostor govora i odgovora, dakle neku od-govornost, ali ne psihološku, moralnu odgovornost nego lični odnos jednog prema drugome u razmjeni).¹³ Cjelokupno stvaralaštvo medija se zasniva na tome da su oni ti koji uvijek zabranjuju odgovor, onemogućavaju proces razmjene, osim u obliku simulacije odgovora, koji su i sami uključeni u proces slanja, što dodatno pojačava jednostranost komunikacije. U tome je njihova istinska apstrakcija i upravo se na toj apstrakciji zasniva sistem društvene kontrole i moći. Moć je u rukama onog ko može dati i kome se može uzvratiti.¹⁴ Dati i djelovati na način da se vama ne može uzvratiti znači prekinuti razmjenu u svoju korist i uspostaviti monopol: društveni proces je na taj način neuravnotežen. Jednako je tako i na polju medija: oni govore i djeluju na način da im se nikako ne može odgovoriti. Oni nose „revoluciju“ u živote ljudi nezavisno od svog sadržaja, tj. samom svojom tehnološkom strukturom. Medije kontroliše vlast i samim tim vlast kroz medije konstituiše i kontroliše svakodnevne pojave koje se predstavljaju populaciji. U svom sadašnjem obliku sredstva poput televizije ili filma ne mogu služiti komunikaciji, ona joj predstavljaju prepreku. Ona ne ostavljaju mjesta nikakvom uzajamnom djelovanju između pošiljaoca i primaoca poruke. Savršen oblik simulacije za medije je

¹² Noam Čomski, *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima, 2003. 78.

¹³ Žan Bodrijar, *Simulacija i zbilja*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk- Hrvatsko sociološko društvo, 2001. 32

¹⁴ Žan Bodrijar, *Simulacija i zbilja*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk- Hrvatsko sociološko društvo, 2001. 32.

taj da je odgovor sadržan u pitanju, on je unaprijed određen. Bodrijar kaže da simulakrum nije ono što skriva istinu, već ono što skriva odsustvo istine.¹⁵ Mediji na latentan način prikrivaju istinu ne dozvoljavajući dvosmjernu komunikaciju između njih i publike, odnosno društvenih aktera.

Zaključak

Često se postavlja pitanje šta je u stvari prava funkcija medija? Način na koji se vlast brani jeste tako što bilo koju kritičku analizu institucija naziva „teorijom zavjere“. Nazvati to teorijom zavjere je jednostavno dio nastojanja da se spriječi viđenje svijeta kakav jeste. Putem raznih zabavnih programa mediji pokušavaju da prikriju stvarne probleme u društvu. Mnogo je lakše plasirati auditorijumu neku emisiju zabavnog karaktera nego baviti se ozbiljnim pitanjima svakodnevnog života. Prikriti i baciti u stranu problem je mnogo lakše, nego ozbiljno pristupiti njegovom rješavanju. Ono što je, takođe, problem savremenog čovjeka (umjesto nekadašnjeg problema nedostatka informacije), to je suočavanje sa izborom informacije usljed prevelikog broja prispjelih informacija i naravno pouzdanosti i istinitosti informacije. Čovjek je „zatrpan“ informacijama i ne uspijeva da ih selektuje, razumije i koristi. Takođe, jedan od problema koji se javlja jeste šta se događa sa onima koji odlučuju da rade samostalno i savjesno? Svako ko se odluči na takav potez sugerise mu se da je „skrenuo sa pravog puta“, puta koji je nametnut od strane visokopozicioniranih subjekata u društvu koji odlučuju šta i u kojoj mjeri će biti poslato u javnost. Poruka je jednostavna: ili igrate prema našim pravilima ili ste van igre! Svi koji igraju po pravilima bivaju privilegovani, a svako suprostavljanje sužava dalje mogućnosti aktera. Sve dok ste pokorni, ponizni i disciplinovani možete daleko dospjeti na socijalnoj i ideološkoj ljestvici. Smatramo da u takvom sistemu pojedinac teško može doći do izražaja kao subjekt, već samo kao pijun vladajuće elite, ili drugačije rečeno, kao simulacija od strane sistema. Čim se sputava sloboda, sputava se i kreativnost, samostalna odluka, a samim tim i istina, što opet daje prednost simulaciji. Ako živimo u svijetu simulacije, kao što kaže Bodrijar, pa da li onda trebamo i razmišljati u tom smjeru? Da li u našem društvu ima uopšte više mjesta za istinito ili je energija lažnog ipak prevladava.?

¹⁵ Žan Bodrijar, *Pakt o lucidnosti ili inteligencija zla*, Beograd: Aripelag, 2009. 19.

Literatura

- Bodrijar, Žan. *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk- Hrvatsko sociološko društvo. 2001.
- Bodrijar, Žan. *Pakt o lucidnosti ili inteligencija zla*. Beograd: Arhipelag. 2009.
- Čomski, Noam. *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima. 2003.
- Eriksen, T. Hilan. *Tiranija trenutka- brzo i sporo vreme u informacuinom društvu*, Beograd: Ljubiša Rajić. 2003.
- Kelner, Daglas. *Medijska kultura*, Beograd: Clio. 2004.
- Vilirio, Pol. *Informatička bomba*, Novi Sad: Svetovi. 2000.
- Bal, Fransis. *Moć medija*. Beograd: Clio. 1997.
- Marinković, Dušan. *Konstrukcija društvene realnosti u sociologiji*. Novi Sad: Prometej. 2006.