

Зоран Б. Јевтовић<sup>1</sup>  
Татјана М. Вулић<sup>2</sup>  
Универзитет у Нишу  
Филозофски факултет  
Департман за комуникологију и новинарство  
Ниш (Србија)

УДК 050:316СОЦИОЛОШКИ ПРЕГЛЕД  
316.77

Оригинални научни рад  
Прихваћен 17.03.2018.  
doi: [10.5937/socpreg52-16797](https://doi.org/10.5937/socpreg52-16797)

## ЈАВНО МЊЕЊЕ И ОДЛИКЕ МЕДИЈСКОГ ДИСКУРСА У СОЦИОЛОШКОМ ПРЕГЛЕДУ<sup>3</sup>

Сажетак: Посматрајући друштвено делање као динамичну, сложену, индивидуалну, групну и масовну ангажованост на остваривању одређених циљева и идеја којима се утиче на понашање људи у раду издвајамо све значајнију улогу социологије масовних комуникација, која кроз проучавање процеса идентификовања, селекције, обликовања, складиштења и дистрибуције информација практично доприноси креирању јавних мњења. Полазећи од појма *дискурс* и схватања да у хуманистичким наукама он води специфичном делању које описује шире друштвено окружење и односе, аутори методом анализе садржаја текстова публикованих у *Социолошком ирејледу* током осам деценија указују да тек, посредован масовним медијима дискурс добија специфичну моћ симболичког утицања којом се и само друштво преображава. Резултати показују да су обриси промена у политичкој диоптрији приметни у првом тексту са социолошко-комуниколошким приступом (објављеним 1970. године) јер указује на тиху професионализацију ствараоца јавног мишљења, али и на дубоки преображај који почиње деведесетих година прошлог века са већим бројем радова посвећених истраживањима јавности, политичкој пропаганди, изборним кампањама, маркетингу, медијским системима, ефектима и теоријама. Податак да број оваквих текстова у *Социолошком ирејледу* са протоком времена расте указује и на промену социолошке парадигме и демократизацију јавне сфере, која је данас незамислива без медијског утицања.

Кључне речи: *Социолошки ирејлед*, јавно мњење, утицај, дискурс, промена парадигме социологије масовних комуникација

Историја социолошке мисли на нашим просторима неизоставно је повезана са бројним политиколошко-комуниколошким појмовима и контекстима који се у пионирским периодима нису проучавали дисциплинарно, већ у оквиру опште науке о

<sup>1</sup> zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

<sup>2</sup> tatjana.vulic@filfak.ni.ac.rs

<sup>3</sup> Рад је настао као део пројекта број 179008, који реализују Универзитет у Београду, Факултет политичких наука и Универзитет у Нишу, Филозофски факултет, а које финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

друштву. То и не чуди када се зна да је комуниколошка наука у свету тек настајала, да су медији у Србији били неразвијени и теоријски скоро непознати, али и да бројни, карактеристично комуникацијски појмови нису привлачили ширу пажњу истраживача друштвених појава. Снага медијских наратива и пропаганде уочена је тек са завршетком Првог светског рата, али се форма и облици нису институционално проучавали, новинарство је препуштано пракси и општој култури, књижевној пре свих, док је комуникација као основни елемент сваког друштва проучавана у окриљу филозофије, антропологије, психологије, религије, етнологије, а тек повремено социологије културе, социологије рада и касније социологије масовних комуникација. Везе између друштва и комуникационих система биле су маргинализоване, али су промене у свакодневном окружењу, укључујући и све видљивију улогу медија, изградиле потребу озбиљнијег проучавања њихових функција и ефеката. Отуда најаву схватања о важности јавног мњења можемо уочити још у првом броју *Социолошкој њрепелега* 1938, у тексту *Ойишйи њрепелег наше социологије и наших друшйивених наука*, у којем др Ђорђе Тасић описујући стање у овој науци, издваја дело Слободана Јовановића и његово тумачење „државе као неутралне установе и представника општег интереса”. Тасић посебно указује на схватање да се у модерној држави не може владати физичком силом:

„Ту би ствар могла изгледати и сложенија, јер једна влада могла би да се држи на страху од жандарма, и кад нису присутни. Или, што је једноставније, на страху од невидљивих жбира. Али тако се барем не може трајно владати, и тако се барем не може успешно владати (Отуда модерна теорија тако често говори о *йойреби њрисишанка* или прикључења народа власти и његовим прописима)”. (Тасић, 1938, стр. 267)

Наш истакнути социолог у том тренутку није знао да ће Ноам Чомски (Noam Chomsky) и Едвард Херман (*Edward S. Herman*) скоро пола века касније написати књигу: *Производња сајласносйи – йолийичка економија масовних медија*, у којој ће експлицитније појаснити функционисање пропагандног модела којим медији граде политички консензус унутар друштва (Herman, Chomsky, 2008, стр. 34). Два врсна интелектуалца, спајајући теорију и праксу, доказала су како се структура моћи шири политичко-економским управљањем медијима, па се тако и начини интерпретације догађаја и стварности мењају у зависности од снаге која их у позадини интерпретира. За овај рад важно је уочити и како су клице оваквих тумачења биле присутне у социолошкој мисли Србије још четрдесетих година прошлог века.

Иако је у првим данима постојања био периодични зборник, *Социолошки преглед* је као орган *Срйској социолошкој друшйива* уживао велики углед у академској заједници, што илуструје и практично прерастање у тематски часопис отворен за различите социолошке приступе, интерпретације, перспективе и појашњења друштвених појава и процеса. Индиректан подстицај успону часописа дало је и увођење предмета *Основи науке о друшйиву* у гимназије и учитељске школе (1961), јер је поред нових могућности запошљавања свршених студената отворило и проблем критичке перцепције и савремене теоријске мисли. Већ од 1964. године *Социолошки њрепелег* излази четворомесечно као часопис, а повремено падови у раду социолошког друштва које је стајало у позадини указују и на још увек недовољну друштвену бригу око статуса ове дисциплине.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Због „материјалних недаћа” насталих неразумевањем *Заједнице за науку* (тадашњег Министарства за науку) *Социолошки њрепелег* се није штампао 1963, 1966, 1967. и 1969. (Бакић, 1974, стр. 209).

Већ тада се може констатовати како је социолошко поље постало интересантније за бројне истраживаче, чиме је и простор науке о друштву почео да се дисциплинарно спецификује и одређује према ужем фокусу интересовања. Критички став према спознаји о медијима који се заузимао без претходне емпиријске провере, али и скептицизам према мишљењу да наша опажања комуникацијске стварности дају једнодимензионалну и пропагандну слику реалности, условиле су настајање социологије масовних комуникација, што показује и појава објављивања пионирских радова из ове области. Унутар друштва бујају поруке посредоване средствима масовног комуницирања, што од науке тражи адекватан одговор. Публицистичка тумачења и интерпретације више нису довољне, јер укључујући социјалну психологију, филозофију, новинарство, испитивања јавног мњења и социологији нуде вишезначне одговоре, понекад екстремно супротне. Могућност развоја посебних научних дисциплина у друштвеној пракси значи да се пажња усмери ка односима између разноврсних облика, канала и садржаја комуникација, као и ефеката које остварују кроз односе у друштвеном окружењу (Merton, 1959, стр. 439). У широј академској заједници сазрева свест о важности симболичког саобраћања унутар друштва, па тако Денис Мекквејл (Denis McQuail) саопштава како „масовне комуникације трпе утицај друштва исто толико колико на њега утичу”, али и да „разлике у употреби масовних медија, у комуникационом садржају и у организацији медија и контроле, зависе од владајуће друштвене структуре” (McQuail, 1976, стр. 97). Структурални елементи друштвене стварности, уз све већу изложеност маркетиншком утицају и експанзији активности различитих електронских и штампаних медија тражили су брз и темељан научни одговор, тако да је увођење социологије масовних комуникација друштву понудило шансу да објасни шта му се то дешава. У нашој пракси познаваоци социолошких наука издвајају осамдесете године као период када су кроз бројне секције тадашњег *Социолошкој друштва Србије* (назив промењен након политичке конфедерализације Југославије крајем 1973. или почетком 1974.) оживеле бројне активности примерене духу времена и кризи државе.<sup>5</sup> Нова дисциплина значајно је помогла да се потпуније и свестраније у нашем друштву прихвате спознаје о утицају масовних медија на промену система вредности и друштвене свести.

## Методологија

Применом оперативне методе анализе садржаја текстова објављених у *Социолошком иреџледу* током осам деценија излагања кроз поље социологије масовних комуникација истраживана су три нивоа медијског дискурса: *садржајни* (садржај текста и друштвени ефекти), *структурални* (извори и токови слања поруке) и *процесуални* (етичка мотивација и активистички моменти). Вреднујући значења и интерпретације основних појмова, кроз друштвени, културни, политички и идеолошки контекст у могућности смо да деконструирамо научни потенцијал

<sup>5</sup> На пример, Слободан Антонић наводи: „У Београду је 28. маја 1980. (поново) основана Секција за урбану социологију... У том периоду активне су биле још и *Секција за социјалну психологију*, *Секција за масовне комуникације* и *Секција за социологију рада*” (Antonić, 2012, стр. 631).

узоркованих радова и доминантна теоријска полазишта. Метод рада је условљен специфичношћу предмета истраживања, јер не допушта примену уобичајених поступака за ужу научну област. Уосталом, Хабермас (Jürgen Habermas) је то видео као тешкоћу која произилази из „интеграције социолошких и економских, државно-правних и политиколошких, социјално-историјских и идејно-историјских аспеката”<sup>6</sup> па аутори крећући се хетерогеним простором трагају за различитим перспективама социологије масовних комуникација.

Аутори полазе од става да социологија масовних комуникација у епицентру има поља значења, моћи и производње (Koković, 2007), при чему медији нису пасивни посматрачи друштвених појава и процеса, већ активни актери са све запаженијом улогом у креирању јавног мњења. Категорија јавности се у распону од осам деценија мењала, у складу са променом идеолошке матрице, пољем државе и политике, технолошким променама, глобализацијом, све до граница посебних дисциплина друштвених наука, нпр. теорија комуникације и медијског дискурса. Јединицу анализе чинили су сви текстови који су на било који начин обрађивали теме релевантне за јавни комуникациони простор, а да су у наслову или кључним речима садржале појмове: комуникација, публика, медији, истраживање аудиторијума, сондажа, јавно мњење, пропаганда, порука, вести, политички маркетинг и сл. Појмове *дискурс* и *текст* користили смо као синониме, иако теоретичари умеју да их разликују.<sup>7</sup> Истраживање се заснивало на квантитативној и квалитативној анализи укупно 36 текстова, али подаци нису међусобно укрштани. Узорак је довољно велики да се могу изводити веома прецизне оцене, а будући да немамо претходне оквирне податке о сличном истраживању, самим тим је компаративно поређење немогуће. Резултати су критички разматрани, у складу са схватањем да се задатак истраживача на пољу друштвених мерења „не завршава простим описом предмета, већ се наставља критиком фактичког стања ствари, са становишта кључних друштвених вредности, циљева и средстава главних актера” (Branković, 2009, str. 17), што опредељује и циљ овог рада.

### Аналитички оквир

У овом раду коришћена је анализа тзв. *преферираних значења* битних за креирање генералне оцене о усмерености доминирајућег дискурса. Ако су на самом почетку излагања часописа ретки појединци имали визију о *појединачној јавности* на реализацију догађаја важних за државу, очекивало се да ће у наредним годинама бити интензивирано писање о овој теми, али у добу партијског монизма, диктатуре пролетеријата и монопола једне класе то се није десило. Тек 1974. године имамо наговештаје промена у групама професионалних комуникатора, док са деведесетим годинама прошлог века расте број радова који ће и емпиријски и теоријски

<sup>6</sup> Угледни теоретичар јасно заступа став да је у садашњем стању „диференцирања и специјализовања у друштвеним наукама тешко наћи некога ко би могао овладати већим бројем тих дисциплина, а поготово не свима“ (Habermas, 2012, str. 13).

<sup>7</sup> Појмом *дискурс* обично се означава процес продукције и разумевања текста, док се под *текстом* подразумева производ тог процеса, аналогно са односом између реченице и исказа (Dijk, 1977).

означити комуникациони раскид са апологетизмом, манипулацијама, персуазијом и неумереном идеолошком пропагандом. У том интервалу почела је озбиљнија трансформација српског друштва у културно-комуникалошком дискурсу, при чему разматрамо и потенцијал медијских технологија (сателит, кабловска телевизија и појава друштвених мрежа). Основна хипотеза полази од претпоставке да је *иpисийуи социолоџији масовних комуникација њоком осам деценија излажења 'Социолошкој иреџеда' зависно од иpокламованих идеолошких вредности и сџаијуса социолоџије у српском друштву*. Варијабле које обликују медијски дискурс сагледаване су кроз: а) варијабле окружења (нпр. међуоднос формалне социологије са сродним друштвеним наукама; однос између елита и јавности; прикривену контролу над медијским садржајима); б) природу медија (присуство пропаганде, новинарство као независна професионална група; постојање алтернативних гласова, монопол над средствима јавне комуникације, цензура); в) улога и статус публике (истраживања аудиторјума; маркетинг, утицај). Уочавањем дискурзивног оквира лакше и прецизније долазимо до теоријских тумачења и интерпретација којима се креирало јавно мњење, али и до важних актера у јавном простору и њихових ставова, мишљења, веровања и понашања. Анализирани текстови представљали су ауторски допринос већег броја социолога, политиколога, комуникалога и културолога, али овако специфичном методолошком обрадом постају део колективног доприноса етаблирању научне дисциплине. Развој социологије масовног комуницирања у једном броју држава засниван је на тежњи да се масовни медији усмере ка позитивним друштвеним циљевима, за разлику од других у којима је служио за очување постојећег идеолошког стања (*status quo*). У даљем раду, кроз анализу часописа *Социолошки иреџег*, коришћењем адекватне критичке апаратуре утврдићемо у ком је правцу ова субдисциплина развијана у Србији, али и какве су њене даље перспективе.

## Резултати истраживања

Анализирајући садржај текстова које смо издвојили као корпус који припада социологији масовних комуникација ограничили смо се на структуру и функцију медијског дискурса под којим смо разматрали *различитије теоријске иpисийује и објашњења масовној комуницирања, медија и јавној мњења – од функционалистичкој, иpеко друштвено-конструктивистичкој, до критичкој*. Већ кроз анализу заступљености тема уочавамо блискост друштвеног система и јавног мњења, јер од укупног броја текстова који припадају области социологије масовних комуникација чак 41, 67% има доминантна наведена обележја. Привидна разноликост и шаролик дијапазон тема брижљивијом анализом воде нас ка средишту научне пажње **Графикон 1**

Од 1938. године када се појавио у академској заједници па до данас, часопис нема устаљен број чланака по бројевима, што значи да се његова структура мењала, поготово у првим деценијама излажења. За наше истраживање значајна је 1970. година, када се у рубрици *Прилози из њолиџичке социолоџије* објављује рад: *Сџивараоци јавној мњења у Јуџославији и њихове друштвене улоге* Весне Пешић. Центар за испитивање јавног мњења Института друштвених наука у оквиру међународног пројекта *Сџивараоци јавној мења у савременом свеију* извршио је комплексно со-

циолошко испитивање полазећи од хипотезе да политичко јавно мњење не ствара једна група, већ да се оно састоји од појединаца који са својим друштвеним улогама припадају различитим делатностима. Ауторка је одмах истакла да чланак „нема претензију да хипотезу о плуралистичком утицају на стварање јавног мњења у потпуности проверава јер не располаже довољним бројем података...“; а издвојили смо и оцену да су новинари били политички врло ангажовани.<sup>8</sup> Закључак како државно-партијски функционери услед кумулирања бројних функција имају највећи утицај на јавност није нас изненадио, као ни констатација да новинарска професија нема пројектовану самосталност.

У анализи објављених радова уочили смо велику празнину у распону од скоро две деценије, што се на наредном графикаону 2 још боље уочава. То је доба значајних идеолошких промена, одласка комунизма са јавне сцене, смрти Јосипа Броза Тита, бујања национализма, распада југословенске државе, при чему су медији били важни учесници дешавања. Ђутање академске заједнице може се тумачити на два начина: 1) страхом од јавног означавања претњи које се надвијају над државом; 2) немоћ интелектуалаца да препознају преовлађујуће поруке медијског дискурса. Тек увођењем политичког плурализма социолози масовних комуникација постају весници демократских процеса и изградње савременог теоријског оквира [\(в. Графикон 2\)](#).

Центар за политиколошка истраживања и јавно мњење Института друштвених наука у Београду средином деведесетих година реализовао је *trendstory* јавног мњења грађана Србије уочи првих вишестраначких избора одржаних крајем исте године. Срећко Михаиловић је кроз компаративно, лонгитудално истраживање истог узорка у више временских периода пратио индивидуалне промене ставова и мишљења о изборима и изборним кандидатима. У квотном узорку од 1.400 пунолетних испитаника није било грађана Косова и Метохије, а што је много важније – још тада се уочава да основу изборног понашања појединаца представља идентификација са политичким партијама које подржавају. Проблеми које су странке покренуле у изборној кампањи препознају се кроз идеје чланства – „на пример, изборне присталице *Демокрајске сџранке* нагласак стављају на питање демократије и људских слобода, присталице *Срјској њокрејта обнове* на српско национално питање, а изборне присталице *Социјалисџичке њарџије Србије* на мирно разрешавање међунационалних проблема и очување Југославије”.<sup>9</sup>

Избори и сондаже јавног мњења честа су тема радова из области социологије масовних комуникација. Срећко Михаиловић писаће наредних година и о: *Телевизији у изборној кампањи* (1993); *Идеолошком њрофилу сџраначких њрсиџаша: идеолошки корелай изборних оријенџација* (1994); *Односу њрема демокрајџији у исџраживању*

8 „Посматрајући појединачне послове у току каријере и збирну табелу послова, види се да су новинари били политички прилично анагажовани, односно они су имали већи број послова у друштвено-политичким организацијама од функционера и привредника. Ово је нарочито изразито на почетку каријере јер је у првом послу било 22% у друштвено-политичким организацијама, у другом 13,9%, а после тога се број у тој делатности значајно смањео” (Pešić, 1970, str. 273).

9 „Ваља истаћи и да су у односу на изборне резултате истраживачи остварили добру предикцију: највеће одступање у случају три странке које су освојиле највише гласова, износи 1,48%.” (Mihailović, 1990, str. 19).

јавној мњења (1995), а придружиће му се и Љиљана Баћевић са текстовима: *Изборна ойредељења – медијска насйрам социјалне и йсихолошке условљеностйи* (1994) и *Медиј као средсйиво йолийичке конйроле* (1995). Редакција Социолошкој йреџеда актуелним проблемима јавног мњења посветиће темат броја, а шест аутора из различитих углова осветљавају овај феномен. Занимљиво је да сви долазе са научних института, односно да професори са универзитета још увек не препознају часопис као репрезента академске заједнице?

Истражујући тематско сазвучје објављених текстова запажамо како се поступно нагласак трансферише ка техникама истраживања јавног мњења и њиховој практичној примени у сфери политичких кампања и политичког маркетинга. Зоран Ђ. Славујевић у средиште ставља *Изборну кампању 1993. Сйрашйеија „ойрежњења” насуйрой сйрашйеији „завођења”* (1994), да би током два броја који следе појашњавао како је изгледала *Сйаровековна йройајанда* (1995. и 1996). Проучавајући друштвени поредак у старом веку, аутор је низом примењених техника и вештина редизајнирао концепт придобијања пристанка маса, враћајући нас на Тасићеву мисао са почетка овог рада. Податак да се скоро трећина радова из области социологије масовних комуникација односи на пропагандну моћ указује и да је овај феномен благовремено идентификован у политичкој пракси, при чему се неколико аутора истиче снажним активизмом и интерпретацијом тема.<sup>10</sup>

У поређењу са интервалом пре петокотобарских промена уочава се разноликост заступљених аутора, као и благо отварање ка универзитетској сарадњи. Личност која то најбоље одсликава је Зоран Ђ. Славујевић, који је део научне каријере провео у Центру за политиколошка истраживања и јавно мњење Института друштвених наука (радови објављени у СП 1994/1995/1996), али и на Факултету политичких наука у Београду (*О слојанима йолийичких сйранака и кандигаија*, vol. XXXIX 2005, no. 1, str. 47–80). Већ Мирољуб Радојковић и Брана Стојковић у тексту *Новинари као йрофесионална йруја* након структурисања поља журнализма уочавају како се мења хабитус професије али и скицирају питање веродостојности информација. (Radojković, Stojković, 2005)

Управљање информацијама јесте и управљање сазнањима, јер модификација статуса (стања) је могућа само новим подацима. За истраживање друштвених појава у том погледу се може рећи да: 1) опажају, описују, класификују, откривају и прогнозирају комуникационе процесе, чиме непрекидно проверавају, проширују, продубљују, и критички систематизују научно сазнање о јавностима, а тиме и о друштву у целини; 2) аналитичка истраживања опажају, описују, класификују, откривају и прогнозирају, а тиме и проверавају, проширују, продубљују и критички систематизују друштвена сазнања о комуникацијским појавама и процесима (уграђују методолошко-теоријску раван); 3) аналитичка истраживања опажају, описују, класификују, откривају, објашњавају и прогнозирају апликативно-инструментална својства политичких сазнања у пракси и обрнуто, чиме изграђују и развијају однос дијалектичког прожимања методолошког сазнања и праксе.

У овом делу истраживања уочили смо хибридизацију дисциплине, то јест, да се појмови социологије масовних комуникација често преплићу са другим друш-

10 На пример, Љиљана Баћевић, Слободан Вуковић, Мирјана Васовић...

твеним дисциплинама. То не чуди када се зна да се системи масовних комуникација могу правилно тумачити само ако се посматрају унутар одређених друштвених система и да је за дубљу научну анализу неопходно истражити и посредне релације између комуникацијских система и политичко-економских структура. При том, ваља уважити и чињеницу да је истраживани период у нашој пракси садржао велике транзиционе ломове, укључујући распад државе и грађанске ратове. Искуства других држава блиска су нашим, па на пример, у Немачкој, како Ваишенберг (Weischenberg) и Малик (Malik) примећују, истраживачи „осцилирају” између социологије, историје, лингвистике, политичких наука и студија културе, при чему су тренутно у фокусу покушаји систематизација и редефинисања појма новинарства (Löffelholz, Weaver, 2008).

### Закључна разматрања

Свака анализа улоге и значења социологије масовних комуникација полази од чињенице да медији делују и развијају се упоредо са специфичностима развоја самог друштва. Србија је током осам последњих деценија као држава доживела дубоке, драматичне и револуционарне промене, што значи и да се медијски систем преображавао у складу са карактеристикама политичких, културних, религијских, правних и других преображаја. Раскид са марксистичким и натуралистичким концепцијама споразумевања (комуницирања) захтевао је дубоке промене у комуникацијској сфери, за шта је било неопходно променити друштво и његову свест. Управљање информацијама јесте и управљање сазнањима, јер је модификација статуса (стања) могућа само новим подацима. *Социолошки њреплед* је делио судбину свог народа, чувајући континуитет излажења, идеја и утицања, при чему је прешао трновит пут од првобитне књиге – зборника (1938), преко зборника (1961) до часописа (1964) југословенског реномеа.

Средином последње деценије прошлог века дошло је до ширења основне парадигме у социологији масовних комуникација, јер она постаје интердисциплинарна, што је омогућено повезивањем са различитим академским дисциплинама, пре свих политикологијом и комуникологијом. О томе сведоче и систематизовани подаци до којих смо дошли у овом истраживању, при чему неједнак историјски континуитет у развоју дисциплине тумачимо и као последицу политичког контекста и третмана научних елита према критичкој јавности. Подаци показују и неравномерну територијалну заступљеност аутора: двадесет седам их је било из Београда, шест из Новог Сада, два из Ниша и један из Приштине (Косовске Митровице), при чему је већина била запослена на институтима. *Социолошки њреплед* је повременим искорацима прелазео оквире републике, постајући стециште нове комуникацијске културе и политички освешћене јавности. Отуда је од пуког квантитета ових радова много значајније што су неки од њих уносили суштинску промену квалитета, не само у социологији масовних комуникација, већ на ширем пољу друштвених наука, од културологије, политичког маркетинга, менаџмента и дискурса медија, до теорије медија и наратологије. Може се закључити како је период од осам деценија с извесним празнинама, ипак представљао време сазревања социологије масовних комуникација и гомиле вредносних гледишта дискурзивних процеса јавне



комуникације, чиме је дат огроман допринос и ширењу социологије политичког понашања. Претпоставка да је приступ зависио од прокламованих идеолошких вредности и статуса социологије у српском друштву делимично је потврђена, уз констатацију да је посредовању медијске стварности кроз медијско образовање значајно допринела и социолошка наука.

Zoran B. Jevtović<sup>1</sup>  
Tatjana M. Vulić<sup>2</sup>  
University of Niš  
Faculty of Philosophy  
Communicology and Journalism Department  
Niš (Serbia)

## PUBLIC OPINION AND FEATURES OF MEDIA DISCOURSE IN *THE SOCIOLOŠKI PREGLED / SOCIOLOGICAL REVIEW*<sup>3</sup>

(Translation In Extenso)

Abstract: If we observe social activities as a dynamic, complex, individual, group and mass engagement towards meeting certain goals and ideas which subsequently affect the behavior of people, this paper shall emphasize an increasingly important role of sociology of mass communication, which creates and shapes public opinion through its examination of the process of identification, selection, shaping, storage and distribution of information. Starting from the notion of *discourse* and the understanding that human sciences believe that discourse leads to specific activities that are concerned with a broader social environment and relationships, the authors of this paper use the method of content analysis of the texts published in the *Sociološki pregled/ Sociological Review* during eight decades in order to indicate that discourse can gain specific power to symbolically influence and transform society only through mass media. The results indicate that the first glimpses of change when it comes to the view and opinion about politics were noticed in the first text with a sociological and communicative approach (published in 1970), as it showed a slight professionalization of the creators of public opinion; moreover, the results have shown that the deep transformation began in the 1990s with a greater number of papers which dealt with public research, political propaganda, election campaigns, marketing, media systems, effects and theories. The fact that the number of such texts in the *Sociološki pregled/ Sociological Review* was increasing over time is also indicative of a change in the sociological paradigm and the democratization of the public, which nowadays cannot be pictured without media influence.

Keywords: *Sociološki pregled/ Sociological Review*, *public opinion*, *influence*, *discourse*, *change in the paradigm of sociology of mass communication*.

---

<sup>1</sup> zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

<sup>2</sup> tatjana.vulic@filfak.ni.ac.rs

<sup>3</sup> The paper was a part of the project number 179008 which is realized by the Faculty of Political Sciences of the University of Belgrade and Faculty of Philosophy of the University of Niš, and is financed by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia.

The history of sociological thought is inextricably linked to numerous politicological-communication notions and contexts which were not studied during the pioneering periods in terms of disciplines, but were dealt with within the framework of general science of society. This does not come as a surprise, knowing that the science of communication in the world was just emerging, that the media in Serbia was not developed and was theoretically almost unknown, but also that numerous, characteristically communication notions have not attracted a wider attention of the researchers of social sciences. The power of media narrative and propaganda was noticed only after the First World War had ended, but the form and the shapes were not institutionally studied, journalism was left to the practice and general culture, literary one, in the first place, while communication as a fundamental element of any society was studied within philosophy, anthropology, psychology, religion, ethnology, and only sporadically sociology of culture, sociology of work and later sociology of mass communications. Relations between society and communication systems were marginalised, but the changes in an everyday environment, including an increasingly visible role of the media, created the need for serious studies of its functions and effects. Hence, the annunciation of understanding of the importance of public opinion can be noticed back in the first number of *Sociološki pregled/ Sociological Review* from 1938, in the text titled *A General Review of Our Sociology and Our Humanistic Studies*, in which Đorđe Tasić, PhD, describing the situation in which this science found itself, separates works of Slobodan Jovanović and his interpretation of the 'state as a neutral institution and a representative of general interest'. Tasić emphasizes the understanding that a modern state cannot be ruled by means of physical power:

“The issue could look much more complex, for a government could hold power by the fear from the gendarmes, even in their absence. Or, which is simpler, by the fear of the invisible spies. But, in such way, it is not possible to rule permanently, not successfully, anyway (Hence, modern theory so often talks of *a need for consent* or people supporting the authorities and their rules).” (Tasić, 1938, p. 267)

Our prominent sociologist, at that moment, could not know that Noam Chomsky and Edward S. Herman would write a book under the title: *Manufacturing Consent – The Political Economy of the Mass Media*, in which the functioning of propaganda model which the media uses in order to create political consent within a society will be explained more explicitly (Herman, Chomsky, 2008, p. 34). Two excellent intellectuals, by joining theory with practice, proved that the structure of power is spread by means of political-economic management of the media, hence the ways of interpreting events and reality change depending on the power that is interpreting them in the background. It is of importance, for this paper's purposes, to observe in what way the origins of such interpretations were present in the sociological thought of Serbia back in the forties of the last century.

Although it was a periodical collection of papers in its first publishing days, *Sociološki pregled/ Sociological Review* as a body of the *Serbian Sociological Association* enjoyed a great reputation in the academic community, which is illustrated by its transformation into a thematic journal open to different sociological approaches, interpretations, perspectives and explanation of social phenomena and processes. An indirect incentive for the rise of the journal was given by introducing the subject *Basis of the science of society* in grammar schools and teacher training schools (1961), as it also, apart from the new possibilities of graduate students' employment, opened an issue of critical perception and modern

theoretical thought. Ever since 1964, *Sociološki pregled/ Sociological Review* has come out quarterly as a journal, while occasional falls in the work of sociological society which stood in the background showed insufficient social care for the status of this discipline.<sup>4</sup>

Even so, it could be stated that the field of sociology became more attractive to numerous researchers, where the space for the science of society started to be disciplinary specified and determined by its narrower focus of interest. A critical approach to the understanding of the media which was present without previous empirical verification, together with a sceptic opinion that our perception of communicational reality offers a one-dimensional, propaganda picture of reality, conditioned the emergence of sociology of the mass communications, which is evident from the phenomenon of pioneering papers publications from this field. Messages via means of mass communications have flourished within the society - a phenomenon that required an adequate answer from the science. Publicistic interpretations are not sufficient any longer, for having included social psychology, philosophy journalism, research of public opinion, sociology is being offered multiple answers, sometimes extremely contradictory ones. The possibility of the development of specific scientific disciplines in the social practice means that the attention should be aimed at the relationship between various forms, channels and contents of communication, as well as the effects which are realized through the social environment (Merton, 1959, p. 439). Within the wider academic community the awareness of the importance of symbolic communication within the society has matured, so that Denis McQuail states that "the mass communications undergo the influence of society as much as they affect it", but also that "the differences in use of the mass media communications content and in the organisation of the media and the control depend on the ruling social structures" (McQuail, 1976, p. 97). The structural elements of social reality, with their increasing exposure to the marketing influence and an expansion of different electronic and print media activities required a prompt and thorough scientific answer, thus an introduction of sociology of mass communications offered a chance to the society to be explained what it is that is happening to it. In our practice, experts of sociological sciences emphasise the 80s as a period when the numerous sections of *Sociological Association of Serbia* (it was renamed after the political confederalisation of Yugoslavia at the end of 1973 or the beginning of 1974) and numerous activities appropriate to the spirit of the time and state crisis were revived.<sup>5</sup> The new discipline has given a considerable contribution to a more complete and more versatile understanding of the mass media influence on the change of system of values and social awareness in our society.

## Methodology

Using the operational method of content analysis of the texts published in *Sociološki pregled/ Sociological Review*, during its eight decades of coming out, via the field of

---

<sup>4</sup> Due to the 'financial problems' caused by the lack of understanding from *Science Community* (Ministry of Science, at the time), *Sociološki pregled / Sociological Review* was not printed in 1963, 1966, 1967 and 1969 (Bakić, 1974, p. 209).

<sup>5</sup> For example, Slobodan Antonić states: "The Section for urban sociology was founded (again) on May 28, 1980 in Belgrade... In that period, the Section for the social policy, *Section for mass communications* and Section for the sociology of labour were active as well" (Antonić, 2012, p. 631).

sociology of the mass communications, the three levels of media discourse were studied such as follows: *content* (text content and social effects), *structural* (sources and courses of message sending) and *processing* (ethic motivation and activistic moments). By evaluating the meanings and interpretation of fundamental notions, through the social, cultural, political and ideological context, it was possible to deconstruct the scientific potential of the sample papers as well as the dominant theoretical standpoints. Method of work is conditioned by the particularities of the subject of our study, because it does not allow the use of usual procedures for a narrow scientific field. After all, Jürgen Habermas saw it as a difficulty which comes from the “integration of social and economic, state-legal and politicological, social-historical and ideological-historical aspects”;<sup>6</sup> so that the authors have been searching for different perspectives of sociology of mass communications moving through the heterogeneous space.

The authors began from the standpoint that the sociology of mass communications in its epicentre has semantic fields, power and production (Koković, 2007), where the media are not only passive observers of the social phenomena and processes, but are also active participants with an increasing role in creation of the public opinion. The category of the public has been changing, within the range of eight decades, in accordance with changes of ideological matrix, state and policy field, technological changes, globalisation, up to the boundaries of specific disciplines of social sciences, such as Theory of Communication and Media Discourse. The unit of our analysis consisted of all the texts dealing in any way with topics relevant to the public communication space, containing in their titles and key words the notions such as follows: communication, audience, media, auditorium research, sondage, public opinion, propaganda, message, news, political marketing and so on. We used notions of *discourse* and *text* as synonyms, although theoreticians sometimes differentiate them.<sup>7</sup> The study was based on quantitative and qualitative analysis of 36 texts in total, but the data were not mutually crossed. The sample is large enough to enable very precise estimation, the fact that we had no previous framework data on similar study, made any comparisons impossible. The results were being considered critically, in accordance with the understanding that the task of the researcher in a field of societal measuring “does not end with a mere description of a topic, but continues with the critic of the actual state of affairs, from the standpoint of key social values, aims and means of the main participants” (Branković, 2009, p. 17), which also determined the aim of this paper.

### Analytical Framework

In this paper, an analysis of the so-called *preferred meanings* crucial for the creation of a general assessment of the direction of the dominant discourse is used. If, at the very beginning of the journal publishing, the rare individuals had a vision of a *need*

---

<sup>6</sup> The distinguished theoretician clearly advocates the view that in present day situation of “differentiation and specialization in the humanistic sciences, it would be very difficult to find someone who would be able to master a number of these disciplines, especially not all of them” (Habermas, 2012, p. 13).

<sup>7</sup> The term usually designates a process of production and understanding of the text, while the *text* enhances a product of the process analogously with the relations between the sentence and the utterance (Dijk, 1977).

for consent of the public in regard to the event realisation of state importance, it was expected that in years to come writings on this topic would be intensified, but in the times of party monism, proletarian dictatorship and the monopoly of one class that did not happen. In 1974 only, there were some hints of changes within the groups of professional communicators, while in the nineties of the last century, the papers, which both empirically and theoretically indicated communication break up with apologetism, manipulation, persuasion and an uneven ideological propaganda, increased in number. During that interval, a serious transformation of Serbian society into the cultural-communicational discourse occurred, where we also consider potential of the media technology (satellite, cable television and the phenomenon of social networks). Our basic hypothesis begins with an assumption that *the approach to sociology of mass communications during the eight decades of publishing of the 'Sociološki pregled/ Sociological Review' depended on the proclaimed ideological values and the status of sociology in the Serbian society.* Variables which are formed by the media discourse were looked at through: a) variables of environment (for example, mutual relation between formal sociology and related social sciences; relationship between the elite and the public; hidden control of the contents of media); b) nature of the media (presence of the propaganda, journalism as an independent professional group; existence of alternative voices, monopoly over the mass communications means, censorship); c) the role and the status of audience (auditorium research; marketing, influence). Having observed discursive frameworks, we found it easier and more precise to come to theoretical interpretations which created the public opinion, and important participants within the public space, their attitudes, opinions, beliefs and behaviour. The analysed texts were the authors' contributions to a larger number of the sociologists, politicologists, communicologists and culture workers, who with such specific methodological processing become a part of a collective contribution to the establishing of a scientific discipline. Development of mass communications in some countries is based on tendencies to direct the mass media towards positive social aims, as a difference from the others who used it for the preservation of the existing ideological state (*status quo*). In the further work, through the analysis of the journal the Sociološki pregled/ Sociological Review, using adequate critical apparatus we shall find out in what direction this subdiscipline was being developed in Serbia, and what its further perspectives may be.

## Results of the Study

Analysing contents of the texts, which we separated as a corpus that belongs to the sociology of mass communications, we reduced the research to the structure and function of the media discourse under which we considered *different theoretical approaches and explanations of mass communications, media and the public opinion – from the functional, over the social-constructive, up to the critical one.* Already through the analysis of topic presentation, we observe close relations between social system and public opinion, for out of the total number of texts which belong to the area of sociology of mass communications even 41.67% has dominant stated properties. Seeming variety and a colourful range of topics lead us to the midst of scientific attention by a carefully conducted analysis [Graph 1](#)

Since 1938, when it first appeared in the academic community up to the present day, the journal has not had a fixed number of articles according to numbers, which means that its structure was changing, particularly in the first decade of its publication. The year of 1970 is of great importance for our research, when in the column *Contributions from Political Sociology*, the paper *Creators of Public Opinion in Yugoslavia and Their Social Roles* by Vesna Pešić was published. The Centre for Public Opinion of the Institute of Social Sciences within the framework of an international project *Creators of Public Opinion in the Contemporary World* conducted a complex sociological research starting from the hypothesis that political public opinion is not created by a group only but it consists of the individuals which belong to different activities, with their social roles. The authoress immediately stressed that the article “has no pretensions to check the hypothesis of pluralistic influence on the creation of public opinion in its entirety as there was the lack of sufficient data...” and we also emphasized the assessment that the journalists were quite politically engaged.<sup>8</sup> A conclusion that state-party functionaries due to the cumulation of numerous functions had the strongest influence on the public did not come as a surprise, nor did a statement that journalist profession had no projected independence.

During the analysis of published papers we noticed a big gap within the range of almost two decades, which is better observed in the graph 2. It is a period of significant ideological changes, the lack of Communism in the public scene, the death of Josip Broz Tito, flourishing of nationalism, disintegration of Yugoslav state, where the media were important participants of the happenings. Silence of the academic society can be interpreted in two ways: 1) fear from the public signification of the threats that were overwhelming the state; 2) weakness of the intellectuals to recognize prevailing messages of media discourse. Only with an introduction of political pluralism did the sociologists of mass communications become heralds of democratic changes and creating of modern theoretical framework [\[see Graph 2\]](#)

Centre for Political Research and Public Opinion of the Institute of Social Sciences in Belgrade, during the mid-nineties, realized a *trendstory* of public opinion of the citizens in Serbia shortly before the first multi-party elections held at the end of the same year. Srećko Mihailović had followed individual changes of attitudes and opinions on elections and election candidates through a comparative, longitudinal research of the same sample over several periods of time. In the quota sample of 1.400 adult subjects, there were no citizens from Kosovo and Metohija, and what is more important – even then, it is observed that on the basis of election behaviour of individuals, the identification with political parties they support is present. Issues that parties initiated in the election campaign are recognized as the ideas of their members – “for example, electon followers of the *Democratic Party* put the stress on the issue of democracy and human rights, the followers of the *Serbian Renewal Movement* stress Serbian national

---

<sup>8</sup> “Observing separately jobs during career and summary table of jobs, it can be seen that the journalists were rather engaged politically, that is, they did not have a larger number of jobs in social-political organizations than the functionaries and economists. This is particularly pronounced in the beginning of the career as their first job was 22% in social-political organizations, in the second one 13.9%, and, after that, the number of that activity significantly decreased” (Pešić, 1970, p. 273).

question, while election followers of the *Socialist Party of Serbia* stress a peaceful solution of intra-national problems and the preservation of Yugoslavia".<sup>9</sup>

Elections and sondages of public opinion are a frequent topic of the papers in the area of sociology of mass communications. Srećko Mihailović will be writing in the coming years also on: *Television in the Election Campaign* (1993); *Ideological Profile of the Party Followers: Ideological Correlation of Election Orientations* (1994); *Attitude Towards Democracy in the Research on Public Opinion* (1995), and is joined by Ljiljana Bačević with her texts: *Election Determinations – Media Vis-a-vis Social-psychological Conditioning* (1994) and *Media as the Means of Political Control* (1995). Editorial of the *Sociološki pregled/ Sociological Review* will dedicate topic number to the current problems of public opinion, while six authors will shed light on this phenomenon from different angles. It is interesting that they all come from the scientific institutes, namely the university professors still do not recognize the journal as a representative of the academic community?

Studying thematic harmony of the published texts, we notice how the emphasis is gradually transferred towards the techniques of public opinion research and their practical use in the sphere of political campaigns and political marketing. Zoran Đ. Slavujević places into the centre of the *Electoral campaign in 1993 the strategy of "enlightenment" against the strategy of "seduction"* (1994), so that in the next two numbers that were to follow he would be explaining what the *ancient propaganda* was like (1995 and 1996). Having studied social system in the ancient history, the author redesigned a concept of getting the mass consent by use of an arrangement of applied techniques and skills, taking us back to Tasić's thought from the beginning of this paper. The fact that almost one third of papers from the area of sociology of mass communications refers to the propaganda power shows that this phenomenon was timely identified in the political practice, where several authors stand out with their strong activism and topic interpretation.<sup>10</sup>

In comparison to the interval before the fifth of October changes took place, the presence of the variety of authors is being observed, as well as slight opening towards university cooperation. Personality which best reflects this occurrence is Zoran Đ. Slavujević, PhD who spent a part of his scientific career in the Centre for Political Research and Public Opinion of the Institute of Social Sciences (papers published in SR 1994/1995/1996), also at the Faculty of Political Sciences in Belgrade (*On Slogans of the Political Parties and Candiadates*, vol. XXXIX 2005, no. 1, pp. 47–80). Mirosljub Radojković and Brana Stojanović in their text *Journalists as a Professional Group* after the field of journalism had been structured, observe the changes of the habitus of the profession but also outline the issue of information credibility (Radojković, Stojković, 2005).

Directing information is actually directing the knowledge, for modification of the status (state) is possible only with the new data. For the studies of social changes, in that respect, it can be said that: 1) they observe, describe, classify, discover and predict communication processes, where they continuously check, widen, deepen, and critically systemize scientific knowledge of the public, therefore the society as a whole; 2) analytical studies observe, describe, classify, discover and predict, and in such way check, widen,

<sup>9</sup> "It should be stressed that the researchers made good predictions in terms of the electoral results: the largest deviation in case of three parties that won the majority of votes is 1.48%" (Mihailović, 1990, p.19).

<sup>10</sup> For example, Ljiljana Bačević, Slobodan Vuković, Mirjana Vasović...



deepen and critically systemize social knowledge of communicative phenomena and the processes (incorporate methodological-theoretical plane); 3) analytical studies observe, describe, classify, explain and predict applicative-instrumental properties of the political knowledge in practice and vice versa, where they create and develop the relation between dialectic permeating of the methodological knowledge and practice.

In this part of our study, we observed a hybridization of the discipline, that is, that the notions of sociology of mass communications are often intertwined with other humanistic disciplines. It does not come as a surprise when it is known that systems of mass communication can be correctly interpreted only if they are being observed within the certain social systems and that for a deeper scientific analysis, it is also necessary to investigate indirect relations between the systems of communication and political-economic structures. Besides, the fact that the period studied in our practice enhanced large transitional fractures, including a disintegration of the state and civil wars, should be taken into account. Experience of other countries close to ours should be considered, thus for example, in Germany, as Weischenberg and Malik observe, researchers 'fluctuate' between sociology, history, linguistics, political sciences and studies of culture, where attempts of systematizing and redefining of the notion of journalism are in the focus, at the moment (Löffelholz, Weaver, 2008).

### Concluding Observations

Every analysis of the role and the meaning of sociology of mass communications begins with the fact that the media acts and develops together with particularities of the very society progress. Serbia, as a state, has experienced deep, dramatic and revolutionary changes in the last eight decades, which means that the media system was transformed in accordance with the characteristics of political, cultural, religious, legal and other transformations. Breaking up with Marxistic and naturalistic conceptions of communication required deep changes in communicative sphere, which required a necessary change of the society and its awareness. Directing of information is actually directing of the knowledge, for modification of the status (state) is possible only with the new data. *Sociološki pregled/ Sociological Review* shared the destiny of its people, preserving continuity of its publication, ideas and influence, where it passed over a thorny path from the original collection of papers (1938), over collection of papers (1961) up to the journal of Yugoslav (1964) reputation.

During the mid of the last decade of the last century, there was an occurrence of the widening of basic paradigm in sociology of mass communication, as it becomes an interdisciplinary science, which is made possible by connecting to different academic disciplines, politicology and communicology, above all. This is testified by systematized data we found during the study, where an uneven historical continuity in the development of the discipline is interpreted as a consequence of the political context and the treatment of scientific elites towards the critical public. The data shows that an uneven territorial representation of the authors, twenty seven of them were from Belgrade, six from Novi Sad, two from Niš and one from Priština (Kosovska Mitrovica), where the majority was employed in the institutes. *Sociološki pregled/ Sociological Review* with occasional steps ventured over the borderline of its republic, becoming a harbor of new communication

culture and politically informed public. Hence, it is much more important that some of the papers brought an essential change of quality, not only in the sociology of mass communications but also in a wider area of humanistic sciences, from the science of culture, political marketing, management and the media discourse, to the theory of media and the narratology, than the pure quantity of them. It can be concluded that a period of eight decades with some gaps, still presented maturing time of the sociology of mass communications and a heap of value standpoints of the discursive processes of public communication, which gave a great contribution to the widening of the sociology of political behaviour. Our assumption that the attitude depended on the proclaimed ideological values in Serbian society is partly confirmed, with a statement that the mediation of media reality through the media education is being significantly contributed by the science of sociology.

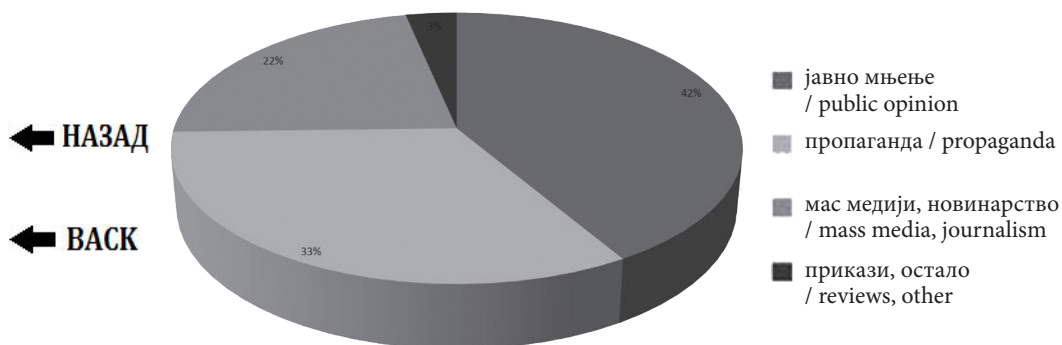
#### REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Antonić, S. (2012). Sociological Association of Serbia 1961-1992. *Sociološko pregled* vol. XLVI (2) Special Edition, 616-647 Available at <http://www.socioloskipregled.org.rs/2017/08/18/socioloski-pregled-god-xlvi-2012-sv-2/>[In Serbian]
- Bakić, S. (1974). Sociology in Serbia 1964–1974. *Sociološki pregled* vol. VIII (2-3), 203-210 Available at <http://www.socioloskipregled.org.rs/2017/08/20/socioloski-pregled-1974/>[In Serbian]
- Branković, S. (2009). Daily Economy in Serbia. *Kultura polisa*, “A Common Day - A Study of the Daily Economy of an Epoch”, Special edition [In Serbian]
- Dijk, T.A. van (1977). *Text and context: Explorations in semantics and pragmatics of discourse*. New York: Longman
- Koković, D. (2007). *Society and Media Challenges - An Introduction to the Sociology of Mass Communication*. Novi Sad: Faculty of Philosophy, Media Studies Department [In Serbian]
- Löffelholz, M, Weaver, D. (eds.) (2008). *Global journalism research: Theories, Methods, Findings, Future*. Oxford: Blackwell
- Mihailović, S. (1990). Survey on public opinion prior to the first multi-party elections in Serbia. *Sociološki pregled* vol. XXIV (1-4), 19–33 Available at <http://www.socioloskipregled.org.rs/2017/08/20/socioloski-pregled-1990/>[In Serbian]
- Merton, K. R. (1959). *Social Theory and Social Structure*. Glencoe, Illinois: The Free Press
- McQuail, D. (1976). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Beograd: Glas. [In Serbian]
- Pešić, V. (1970). Opinion makers in Yugoslavia and their social roles. *Sociološki pregled* vol. IV(2–3), 267–282 Available at <http://www.socioloskipregled.org.rs/2017/08/20/socioloski-pregled-1970/>[In Serbian]
- Radojković M, Stojković, B. (2005). Journalists as a professional group. *Sociološki pregled* vol. XXXIX (1), 47-80. [doi:10.5937/socpreg0304241R](https://doi.org/10.5937/socpreg0304241R) [In Serbian]
- Habermas, Jürgen (2012). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Novi Sad: Mediterran publishing [In Serbian]
- Herman, E, Chomsky, N. (2008). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: The Bodley Head

Tasić, Đ. (1938). General overview of our sociology and our social sciences. *Sociološki pregled* vol. I, 239-271 Available at <http://www.socioloskipregled.org.rs/2017/08/15/socioloski-pregled-vol-i-1938> [In Serbian]

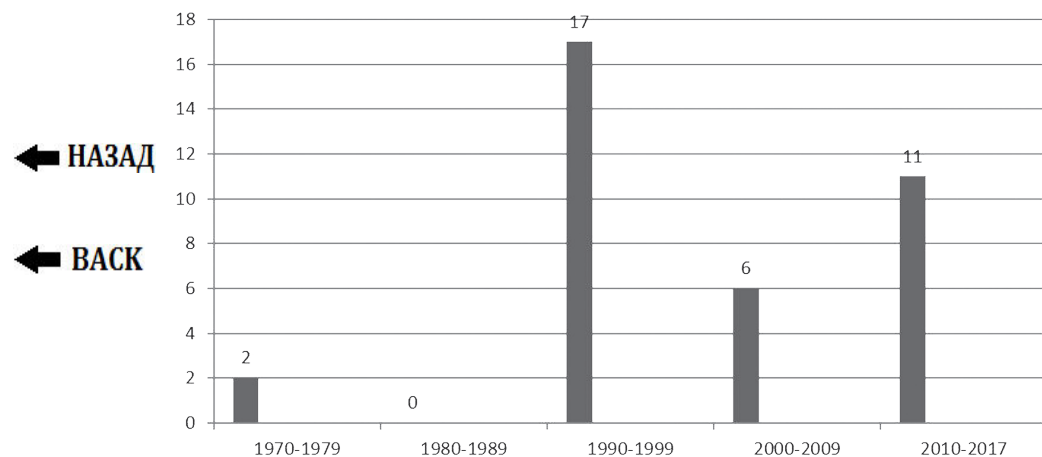
Weischenberg, S, Scholl, A, Malik M. (2006). *The Souffleurs of the Media Company Report on Journalists in Germany*. Kontanz: UVK Verlagsgesellschaft [In German]

APPENDIX / ПРИЛОЗИ



Графикон 1: Заступљеност тема из области социологије масовних комуникација у *Социолошком прегледу*

Graph 1: Representation of topics from the area of sociology of mass communications in the *Sociološki pregled/ Sociological Review*



Графикон 2: Заступљеност тема из области социологије масовних комуникација према интервалима излажења 1970–2017.

Graph 2: Representation of topics from the area of sociology of mass communications according to the intervals of publication 1970–2017