



## **Društvo i javnost u ujedinjenoj Europi**

«Society and the Public in the United Europe»

*by Damir Kapidžić*

Source:

Yearbook of the Faculty of Political Sciences (Godišnjak Fakulteta političkih nauka), issue: 3-4 / 2008-2009, pages: 153-164, on [www.cceol.com](http://www.cceol.com).

## Društvo i javnost u ujedinjenoj Europi

### *Sažetak*

Europska unija postaje sve važniji faktor svakodnevnog života Europljana. Koliko su međutim mišljenja građana Europe bitan faktor politikama Europske unije? Građani utječu na politiku kroz javnu sferu koja se formira u međuljudskoj komunikaciji unutar jednog društva. Postavlja se pitanje da li postoji javna sfera, to jest društvo i javnost na europskom nivou? Ovim članom dajem pregled mišljenja o europskom društvu i javnosti, pri čemu vršim svojevrsnu klasifikaciju i sintezu različitih stavova. Zaključujem da društvo i javnost u Europi nije moguće sagledati iz perspektive nacionalnih država te ga porediti sa istim. Europska javnost nastaje tek transnacionalizacijom postojećih nacionalnih javnosti i predstavlja oblik sui generis u nastajanju.

*Ključne riječi:* Europa, javnost, javno mnijenje, identitet, Europska unija

Javno mnijenje, društvenopolitički koncept zasnovan na identitetu, kulturi i komunikaciji, teško je zamisliti u Europskoj uniji kao “međunarodnoj organizaciji” od 27 nezavisnih nacionalnih država sa istim brojem nacionalnih društava, koje govore različitim jezicima, a donedavno su međusobno ratovale. Nadnacionalno, jedinstveno europsko društvo, koje se često smatra pretpostavkom za uspostavljanje bilo kakvog javnog paneuropskog dijaloga, također je teško zamisliti.

U ovom radu želim se posvetiti komparaciji pristupa koji sagledavaju društvo i zajednicu u Europi, ili tačnije u Europskoj uniji kao europskom političkom subjektu. Fokusirat ću se na pojmove društva, javnosti i identiteta, koje ću analizirati kroz različite pristupe uzimajući u obzir značaj ovih pojmova u izgradnji europske zajednice. O europskom društvu je mnogo pisano, te ovim radom želim predstaviti argumente i dati pregled ove debate. Ponajprije ću definirati ključne pojmove, predstaviti argumente zagovornika

europskog društva – “optimista”, zatim argumente “pesimista”, koji smatraju da ne postoji europska alternativa nacionalnim društvima, te na kraju argumentaciju zasnovanu na transnacionalizaciji postojećih nacionalnih društava i javnosti u Europi.

### Europsko društvo i europska javnost

Polazište predstavljaju Weberove definicije nastanka zajednice (*Vergemeinschaftung*) i društva (*Vergesellschaftung*). Zajednica pritom nastaje kao društveni odnos kojeg karakterizira društveno ponašanje zasnovano na subjektivnom doživljaju zajedništva učesnika (*gefühlte Zusammengehörigkeit*), bilo to zajedništvo emocionalne ili tradicionalne prirode. Nasuprot tome, pojam nastanka društva je odnos zasnovan na racionalnim interesima, iza kojih stoje bilo vrijednosni ili svrishodni motivi, gdje društveni dogovori zahtijevaju međusobno potvrđivanje učesnika (Weber 1980: 21-22). Interpretirajući ove pojmove iz politološke perspektive, projiciram ih na cijele makrozajednice u nastajanju.

Važna odlika jednog društva je svakako njegova javnost (javna sfera), koja predstavlja komunikacijsku mrežu individua, a granice te mreže se najčešće poklapaju s granicama društva i države. Habermas definira “sferu javnosti” kao okvir našeg društvenog života u kojem se stvara nešto što teži ka javnom mnijenju, te je pristup ovoj sferi zagaraniran svim građanima. “Javno mnijenje” se odnosi na funkcije kritike i kontrole koje građani javno i neformalno – a putem periodičnih izbora također i formalno – ispoljavaju prema vladajućim strukturama utjelovljenim u obliku države (Habermas, 1964: 49). On smatra da građani oblikuju javnost pod uvjetom da svoje mišljenje mogu iznijeti bez restrikcija, kroz slobode okupljanja, govora i štampe. Arendt se nadovezuje naglašavajući konstitutivne funkcije javnosti koje utječu na individuu, te kaže da samo ono što dopire u javnost dostiže oblik stvarnog; tek kad nešto postane čulima osjetljivo i time svima dostupno učesnici ga mogu prihvatiti i ugraditi u svoje definicije realnosti. Zatim, kroz prisustvo drugih, kroz vid i sluh pojedincima se potvrđuje ova realnost i tek ovakav odnos prema stvarnosti im omogućuje da dožive vlastitu individualnost i kolektivni identitet svog društva, svoju povijest i tradiciju (Imhof, 2002: 37; iz Arendt, 1985: 193-201).

Osnovne funkcije javnosti su prema ovom: (1) javna i otvorena artikulacija društvenih interesa, koji se kristaliziraju, uobličavaju i mogu da poprime oblik društvenog pritiska ili društvene akcije; (2) davanje i oduzimanje legitimiteta državnim institucijama i političkim odlukama kroz

njihovo ne/odobranje i ne/prihvatanje; i (3) stvaranje privida zajedničke sudbine kroz kontinuirani javni diskurs i očigledne prirodne isprepletenosti uključenih aktera, te tako postepeno stvarajući i jačajući solidarnost među strancima i zajednički identitet. Gerhards (1993: 107) se osvrće na prvu i treću funkciju govoreći o zastupanju interesa i stvaranju identiteta, gdje su ti pojmovi međusobno povezani tim što je identifikacija pojedinca (građana) s kolektivom povezana sa percepcijom zastupljenosti njihovih interesa. Društvena integracija, to jest stvaranje kolektivnog identiteta, tako je istovremeno rezultat i čin društveno-komunikativnog djelovanja (Imhof, 2002: 42-43).

Komunikativni nastanak javnosti međutim ima svoje granice. Što je veći broj učesnika, što je veća publika, to je veća potreba za tehničkim pomagalima kako bi komunikacija bila moguća. Habermas (1964: 49) napominje da komunikacija s velikim javnim grupama zahtijeva specifična sredstva za slanje informacija i usmjeravanje onih koji ih primaju. On navodi novine i časopise te radio i televiziju kao posrednike javne sfere. U današnje doba pogotovo televiziji pripada poseban značaj: “centrally located broadcast television is a key distributor of essential information and a much needed provider of social coherence and identity” (Gripsrud, 2007: 482)<sup>1</sup>. Kada posmatramo sami čin komunikacije, ne smije se zanemariti izvještavanje putem mas-medija.

U pogledu europskog društva i europske javnosti, njihovog postojanja i značaja, prethodno je potrebno razjasniti šta se pod tim pojmovima podrazumijeva. Međutim, kako navodi Müller (2007: 8), ovo nije lak zadatak, te se pita kako je moguće zamisliti europsko društvo kada su Europa i njena politička manifestacija Europske unije “pokretne mete” s “varijabilnom geometrijom”, to jest bez konačnih granica i s konstantnim promjenama osnovnih funkcija? Sasvim sigurno europsku javnost ne trebamo shvatiti kao mnoštvo elitnih i stručnih podjavnosti koje zagovara Eder (2003: 98-105), jer takvoj javnosti nedostaje najvažnija karakteristika javne sfere, a to je dostupnost i otvorenost prema svim građanima. Gerhards (1993: 100, 102; 2002: 142) navodi dva moguća modela europske javnosti. Prvi model opisuje prekograničnu i samostalnu europsku javnost s posebnim i jedinstvenim medijskim sistemom koja predstavlja nadogradnju na postojeće državne i nacionalne javnosti<sup>2</sup>. Drugi model, europeizacija nacionalnih javnosti, oslanja se na nacionalne medijske sisteme koji sinhronizirano potenciraju europske teme i ove sagledavaju s nadnacionalne, europske perspektive. Lingenberg dodaje i treći model europske javnosti kao pluralistički ansambl usmjerenih nacionalnih javnosti koja postoji kad se iste

problematike diskutiraju simultano i unutar zajedničkog relevantnog okvira stvarnosti (Gripsrud, 2007: 483; iz Lingenberg, 2006: 123)<sup>3</sup>.

Sva tri modela polaze s različitih normativno-ontoloških pretpostavki i imaju različite implikacije. Prvi i drugi model smatraju da je stvaranje europske javnosti poželjno i moguće, s tim da divergiraju u pogledu toga da li ona treba biti jedinstvena i nadnacionalna ili pak amalgam europeiziranih nacionalnih javnosti. Ova dva modela svrstavam u optimistične pristupe i njihove predstavnike u “optimiste”. Kritika i negacija ovih modela polazi od pretpostavke da nam europska javnost nije potrebna i da ju je teško ili pak nemoguće uspostaviti. “Pesimisti” koji zastupaju ovo stajalište smatraju da su nacionalne javnosti u svakoj mjeri dovoljne, te da u Europi bez jedinstvenog jezika i kulture ne treba težiti nadnacionalnom jedinstvu. Treći model nalazi najviše pristalica među zagovornicima deliberativne europske javnosti usredotočene oko politika i problematika vezanih za Europsku uniju. Na osnovu ove tri kategorije – “optimisti”, “pesimisti” i, nazvat ću ih, “transnacionalisti” – u radu ću razmotriti argumente za i protiv europske javnosti.

### Optimisti: stvaranje europskog identiteta

Nije lako biti zagovornik *jedinstvenog* društva u Europi, ili tačnije u Europskoj uniji. Postavlja se pitanje po čemu bi ovo društvo bilo prepoznatljivo i treba li ispoljavati iste ili barem slične karakteristike kao društva nacionalnih država? Kategorija “optimista” u sebi sadrži dva različita modela, a oba polaze od pretpostavke da treba postojati jedinstvena europska javnost. Razlikuju se po tome što prvi model zagovara nadnacionalnu javnu sferu otvorenu svim Europljanima, dok drugi europsku javnost vidi kao spoj mnogih europeiziranih nacionalnih javnih sfera. Ova kategorija, u obje svoje forme, oslanja se na društveno uređenje karakteristično za nacionalne države, to jest na društvo sa prepoznatljivim i izdržljivim identitetom. Habermas (2004: 69) međutim smatra da proces europskog ujedinjena trenutno zastaje na pragu nepostojećeg europskog identiteta. Takav politički identitet je prema Ceruttiju (2003: 27) ponajprije “the set of social and political values and principles that we recognize as ours, or in the sharing of which we feel like “us”, like a political group or entity”<sup>4</sup>. Ovaj kolektivni osjećaj mora biti dovoljno snažan da bi usmjerio pojedinca ka većem, općem dobru. Nastala grupna solidarnost ukazuje na izrazit kolektivni identitet koji za sobom povlači spremnost prihvatanja materijalne raspodjele među članovima kolektiva. U slučaju da nedostaje

opće i difuzne grupne lojalnosti i grupne solidarnosti ne može se govoriti o postojanju kolektivnog identiteta (Karolewski, 2007: 13).

Potvrđujući Habermasovu izjavu, kolektivni identitet u Europi je potrebno stvoriti sa ciljem formiranja Europljana u europsko društvo i demos u nacionalno-državnom značenju. Eriksen govori o normativno utemeljenoj *zajednici* kod koje se kolektivna svakodnevica treba oblikovati na osnovu zajedničkog europskog kulturnog naslijeđa i vrijednosti. On navodi da obnavljanje i potenciranje tradicija, strahova i sjećanja na sve zajedničke europske osobine, afilijacije i vrijednosti može poslužiti kao čvrst temelj dubljoj integraciji Europske unije. Oni koji ne prihvaćaju ove vrijednosti ne pripadaju europskoj *zajednici* (Eriksen, 2004: 436, 442)<sup>5</sup>. Habermas i Derrida (2003) navode neke zajedničke osobine: uznapredovana sekularizacija, veće povjerenje u organizacione i upravljačke sposobnosti države naspram tržišta, razvijen osjećaj za “dijalektiku prosvjetljenja”, opredjeljenje za socijalnu državu, nizak stupanj tolerancije prema nasilju nad čovjekom i multilateralno poimanje međunarodne politike. Također prihvaćanje različitosti, to jest uzajamno prihvaćanje drugog takvog kakav jest, može postati odlika zajedničkog identiteta, a Crouch ovu odliku naziva “strukturiranim različitostima” (*structured diversity*) (Müller, 2007: 13; iz Crouch, 1999). Langguth zamjera Habermasu da ne spominje neke važne, opipljive elemente europske svakodnevnice. On smatra da su četiri slobode europskog tržišta (Europske zajednice)<sup>6</sup>, građanstvo Europske unije te programi razmjene učenika i studenata bitni faktori nastanka europskog identiteta (Langguth, 2003). Ovdje treba dodati i zajedničku valutu euro kojom se služe stotine miliona Europljana u preko pola zemalja Europske unije. Istraživanjem europskih vrijednosti<sup>7</sup> ističu se šest vrijednosti ključnih za formiranje slike Europljana o sebi (*europäisches Selbstverständnis*): sloboda, podnošenje različitosti (*ertragene Differenz*), praktičan racionalizam dominacije svijeta, introvertiranost, vrednovanje uređenog života i samoostvarivanje (Müller, 2007: 16).

Kada govorimo o zajedničkim vrijednostima i kolektivnom identitetu, vraćamo se početnom pitanju o mogućnosti istraživanja europskog društva na osnovu kriterija nastanka savremenih društava u nacionalnim državama. Europska unija nije država i postoji naučni i politički konsenzus da u ovom trenutku ne posjeduje kolektivni identitet u nacionalno-državnom smislu. Europskoj uniji nedostaje osjećaj grupne solidarnosti, zajednički jezik i jedinstvena europska javnost. Habermas (2004: 81) odgovara da ne trebamo postavljati pitanje da li postoji europski identitet, već se pita da li je moguće nacionalne prostore međusobno, jedne prema drugima, toliko otvoriti

da se preko državnih granica može razviti posebna dinamika zajedničke rasprave i nastanka političkog javnog mnijenja i političke volje o europskim temama. Ovaj specifičan nadnacionalni javni prostor omogućio bi nastanak međusobnog razumijevanja i povjerenja, što je pretpostavka stvaranja političkog identiteta. Konkretno, govorimo o teži ka uspostavljanju postnacionalne konstelacije i društva u Europi.

### **Pesimisti: nacionalna društva u Europskoj uniji**

Nasuprot viziji o europskom društvu, javnosti i zajedničkom identitetu stoji slika Europe kao kontinenta mnogih država i nacija, te Europske Unije kao projekta sa slabom ili nepostojećom društvenom i kulturnom dimenzijom. Europska heterogenost, slabo razvijena zajednička vizija europskog projekta, kao i nepostojeće zajedničke socijalnopolitičke i civilnodruštvene institucije čine realnost jedinstvene Europe skoro pa nedostižnom (Eriksen, 2004: 448). Nacionalni politički prostor je još uvijek od najvećeg značaja za javne debate, kolektivni identitet i državljanstvo (Koopmans & Erbe, 2003: 1). Stvaranje autonomnog i jedinstvenog Europskog društva koje bi prevazišlo nacionalne podjele je prema tome malo vjerovatno.

Nepostojanje bilo kakvog osjećaja zajedničke pripadnosti među Europljanima stvara probleme i kod kreiranja politika Europske unije. Tek osjećaji zajedništva i solidarnosti među građanima Europe omogućuju kreiranje redistributivnih politika i, kako Scharpf (1999: 18) kaže, što se veći interesi moraju žrtvovati, a da ne stvaraju opću dobrobit, to je više potrebno oslanjati se na postojeće kolektivne identitete. Međutim tek manjina Europljana osjeća transnacionalnu lojalnost i solidarnost prema drugim državljanima, te većina svoju pripadnost vidi čvrsto povezanu s vlastitom nacionalnom državom. Postoje i konkretni indikatori za manjak zajedništva i međusobne solidarnosti: (1) sve slabiji odaziv birača na izborima za Europski parlament; (2) slabo i površno znanje građana o Europskoj uniji; (3) povjerenje u političke institucije i zadovoljstvo sa demokracijom Europske unije su vrlo heterogeni; (4) veće povjerenje među stanovnicima "starih EU-država"; (5) jačanje identifikacije s nacionalnim državama; (6) pad procenta građana koji imaju pozitivnu sliku Europske unije (Grimm & Merkel, 2005: 194). Oni se pritom oslanjaju na ankete,<sup>8</sup> koje pružaju vrlo dobar uvid u mišljenje građana Unije. Kielmansegg (1996: 54) uspješno rezimira stajalište "pesimista": "Eine politisch belastbare Identität der Europäer als Europäer gibt es nicht."<sup>9</sup> Polazeći od nacionalno-državnog

i kulturološko-povijesnog shvaćanja identiteta, zasnovanih na zajednicama komunikacije, sjećanja i iskustva, on sagledava Europu kao multilingvalni prostor sa bezbroj nacionalnih i narodnih povijesnih sjećanja i s ograničenim zajedničkim iskustvima.

Europska javna sfera se također smatra apsurdom i nadnacionalni javni diskurs jednostavno nema pretpostavki da se stvori. Za to nedostaju forumi i prijenosnici rasprave u obliku europskog medijskog sistema, kao i polarizirajući faktori, interesne grupe, prekogranične europske partije i teme koje tangiraju interese građana Europe, kao i mogućnosti da građani učestvuju u odlučivanju povodom tih tema (referendum). Još uvijek su pažnja i fokus masmedijalne javnosti usmjereni ka dešavanjima unutar nacionalnih država, te je dominantan način formiranja javnog mnijenja i dalje nacionalni, kaže Gerhards (1993: 99). On svoju hipotezu potvrđuje istraživanjem medijske zastupljenosti europskih tema u Njemačkoj kroz period od 1961. do 1990. godine i zaključuje da procentualno značaj europskih institucija kao izvora informacija ostaje konstantan i beznačajan s prosječno 0,9 posto. On također kritizira pretpostavke sadržane u Ugovoru iz Nice (2001) da se javnost može stvoriti političkom odlukom (Gerhards, 2002: 143, 135).

Za “pesimiste” europsko društvo ne postoji, nije prethodno postojalo, niti će postojati u skoroj budućnosti. Dva nezaobilazna problema se moraju riješiti prije nego što se i počne govoriti o karakteru europskog društva, a to su pitanje europskog identiteta i identifikacije s Europom te javna sfera i medijski prostor, gdje bi se odvijala diskusija o europskim temama i stvaralo europsko javno mnijenje. Argumentacija “pesimista” uspostavlja analogiju između društva i javnosti u nacionalnim državama i nemogućnosti primjene istih kriterija na europskom nivou. Analogija se gradi na pretpostavci da se na društvo, javnost i identitet smije gledati isključivo na ovaj nacionalni način. Međutim, smatram da treba postaviti pitanje da li i na koji način se može zamisliti europsko društvo van “metodologije nacionalnih država”?

### Transnacionalizacija javnosti i društva u Europskoj uniji

Europa, koja ne govori zajedničkim jezikom, koja ne posjeduje kolektivni identitet, koja poznaje tek ograničenu zajedničku povijest, te se rijetko sa sobom solidarizira, pak treba da međusobno komunicira i stvara začetke nadnacionalne javnosti. Ali kako? Smatram da to može putem naizmjenične međusobne komunikacije pojedinih nacionalnih javnosti, pogotovo o



europskim temama. Značaj rasprave o europskim temama potvrđuje Schäfer (2006: 354): demokracija u Europskoj uniji se može poboljšati samo tako što zvanične odluke postanu svima dostupne i dio javne debate.

Ovakav pristup napušta model javnosti nacionalnih država koji se temelji na zajedničkoj kulturi i povijesti i zasniva se na konstitutivnom djelovanju trenutne komunikacije u Europskoj uniji. Javni europski diskurs koji se nadograđuje i intenzivira na kraju bi se pozitivno odrazio i na europsku javnost i zajednički identitet. Kao oblik “integracije putem deliberacije” kroz učešće u deliberativnom diskursu te kroz izgradnju institucionalno-pravne strukture konstituira se političko integrirana europska demokracija koja prevazilazi granice isključivo nacionalnih identiteta (Huget, 2007: 71). Iako je koncept Hugeta trenutno neostvariv, Gripsrud na osnovu anketa pokazuje da bi građani Europe bili spremni na prvi korak. Naime, postoji jasan interes za neki oblik javne rasprave na europskom nivou. Anketa koju navodi sadrži pitanja o interesu ispitanika za javno mišljenje i mnijenje građana drugih EU-zemalja o nekolicini bitnih političkih i društvenih tema. Šezdeset posto ili više odgovora su bili potvrdni po svim temama, a kod pojedinih tema je međusobna radoznalost bila preko osamdeset posto. Rezultati su relativno ujednačeni kroz svih (tadašnjih) 25 članica Europske unije<sup>10</sup> (Gripsrud, 2007: 484). Gripsrud interpretira ovo kao naznaku o prihvatanju Europske unije kao “političkog entiteta” koji ima snažan utjecaj na odlučivanje o izuzetno važnim sadržajima. Posebnu ulogu pridaje satelitskoj televiziji, koja je omogućila širenje nacionalnih TV kanala daleko preko državnih granica. U istoj anketi je 37 posto ispitanika navelo da prati TV kanale iz drugih europskih zemalja (Gripsrud, 2007: 485-487).

Ovaj pristup ne teži stvaranju europske javne sfere i javnosti, barem ne u nacionalno-državnom obliku. Europski javni prostor kako ga zamišljaju “optimisti”, skupa s paneuropskim komunikacijskim strujama, europskim akterima i europskim temama, nije moguće ostvariti. Sredstva komunikacije u obliku europskih medijskih sistema koji postoje ili su postojali nisu u stanju povesti javnu nadnacionalnu debatu. Ti sistemi nisu masovnog već elitnog karaktera, često su vrlo kratkotrajna pojava, ili se jako subvencioniraju iz kase Europske unije. Kako ovaj, kao ni model europeizacije nacionalnih javnosti, nije moguće ostvariti bez većih i teško zamišljivih ustupaka, Koopmans i Erbe (2003: 5) se potpuno distanciraju od nacionalno-državnog koncepta javnosti. Oni predlažu model zasnovan na međusobnoj relevantnosti uključenih aktera. O temama iz “europskog inozemstva”<sup>11</sup> se pritom raspravlja i prosuđuje unutar nacionalnih javno-

sti, te se rezultirajuće javno mnijenje i ostala mišljenja “vraćaju” u zemlju porijekla. Zatim traže dalje dokaze intenziviranog prekograničnog dijaloga nacionalnih javnosti i dolaze do zaključka da je europeizacija primjetna kod određenih tematskih polja (Koopmans & Erbe, 2003:25). Istraživanje ovog komunikativnog “zgušnjavanja” je vrlo blisko sociološkom pojmu europske integracije koji postavlja Jan Delhey (2005: 11). On sagledava naizmjenične, horizontalne isprepletenosti između nacionalnih europskih društava, ocjenjujući ih u biti transnacionalnim, usmjerenim ka jednom ili više društava, a ne ka jednoj supranacionalnoj sredini.

### Zaključak: ka europskom društvu?

Tri navedena modela se mogu sažeti kao (1) supranacionalni europski model – “optimisti”; (2) vertikalna europeizacija sa dvosmjernom komunikacijom isključivo između nacionalnih društava i europske politike – “pessimisti”; te (3) horizontalna europeizacija kao recipročna komunikativna isprepletenost između europskih nacionalnih društava – transnacionalni pristup. Ovaj zadnji može biti izražen u slaboj varijanti s međusobnim izvještavanjem i jakoj varijanti s direktnim prekograničnim utjecajem.

Zaključujem da je pitanje o postojanju europske javnosti pogrešno postavljeno. Umjesto toga treba glasiti *kakva* europska javnost postoji? Javnost kakva egzistira u nacionalnim državama s jedinstvenim identitetom i međuljudskom solidarnošću sigurno ne postoji u Europi. Nacionalna država je još uvijek primarni oslonac društva i javnosti, kao što i mediji – forumi javnog diskursa – prvenstveno djeluju na nacionalnom nivou. Društvene i javne europske strukture koje postoje nisu dovoljno čvrste da bi stvorile kolektivni identitet među Europljanima. Međutim, omogućuju određen nivo međusobne komunikacije, relevantnosti i znatiželje. Za početak bi ovo moglo biti dovoljno da se diskusija o nacionalnim temama jedne države prenese na ostale europske države, te da se o europskim temama diskutira simultano i preko državnih granica putem postojećih nacionalnih javnosti. Ova transnacionalizacija komunikacije i javnosti je moguća iako još slabo izražena. Kao što Habermas govori, javna sfera se prvenstveno mora naporno konstruirati od slučaja do slučaja (Habermas, 1964: 55), što važi i za europsku javnost u kojem god obliku se stvarala.

Sve u svemu, ne izgleda baš najbolje za europsko društvo. Međutim pokrenute javne debate između nacionalnih država ne stvaraju samo transparentnost i međusobnu relevantnost, već i pospješuju kolektivne procese učenja i izgradnje međusobnog povjerenja kroz koje se nacionalne javnosti

moгу diskurzivno približivati. Vremenom se ovako mogu stvoriti uvjeti za čvrst zajednički identitet Europljana. Europsko društvo i europska javnost zato predstavljaju činjenicu *sui generis* u nastajanju.

### *Bilješke*

- <sup>1</sup> Centralno uspostavljen i javno emitiran TV servis je ključni prijenosnik osnovnih informacija i prijeko potrebna platforma društvene koherencije i identiteta [prijevod: D. Kapidžić].
- <sup>2</sup> Lingenberg ovaj model proširuje za jednu kulturno-političku dimenziju, dodajući zahtjev za jedinstvenim jezikom i zajedničkim identitetom (Gripsrud, 2007: 483; iz Lingenberg, 2006: 123).
- <sup>3</sup> Koopmans (2003) spominje sličan model o kome ću još govoriti.
- <sup>4</sup> [Politički identitet je ponajprije] komplet društvenih i političkih vrijednosti i principa koje prepoznavamo kao vlastite, ili kroz koje se osjećamo kao “mi”, kao politička grupacija ili entitet [prijevod: D. Kapidžić].
- <sup>5</sup> Da je takav način konstruiranja identiteta moguć, potvrđuju Beetham i Lord navodeći da se osjećaj zajedništva (shared identity) može stvarati endogeno, unutar političkog sistema, i da ne mora nužno postojati kao dovršena cjelina (*toute entière*) prije nego što počne funkcionirati prema vani (egzogeno) (Hugot, 2007: 48; iz Beetham & Lord, 1998: 20).
- <sup>6</sup> Četiri slobode europskog tržišta kao jedinstvenog ekonomskog prostora unutar Europske zajednice (EZ) jesu: (1) slobodni promet robe; (2) sloboda kretanja radnika; (3) slobodni promet usluga; i (4) sloboda kretanja kapitala.
- <sup>7</sup> Istraživanje Hansa Joasa i Klausa Wiegandta (2005) u kojem su naučnici iz humanističkih i društvenih nauka analizirali kulturne tradicije i vrijednosti koje su nastale u Europi tokom proteklih povijesnih epoha.
- <sup>8</sup> Izvori: Flash Eurobarometer 162, Eurobarometer 61, Delhey 2005.
- <sup>9</sup> Ne postoji čvrst politički identitet Europljana kao Europljani [prijevod: D. Kapidžić].
- <sup>10</sup> Eurobarometer anketa 189a – istraživanje na terenu obavljeno tokom septembra 2006.
- <sup>11</sup> Pod “europskim inozemstvom” se podrazumijevaju ostale zemlje članice Europske unije, ili u širem značenju sve zemlje Europe osim vlastite.

### *Literatura*

- Cerutti, Furio (2003) *A Political Identity of the Europeans?* Thesis Eleven 72: 26-45.
- Delhey, Jan (2005) *Das Abenteuer der Europäisierung, Überlegungen zu einem soziologischen Begriff europäischer Integration und zur Stellung der Soziologie zu den Integration Studies*, Soziologie, 34/1: 7-27.
- Eder, Klaus (2003) *Öffentlichkeit und Demokratie*, u: Jachtenfuchs, Markus, Beate Kohler-Koch (ur.): *Europäische Integration*, 2. izdanje: 85-120, Opladen: Leske + Budrich.
- Eriksen, Erik Oddvar, John Erik Fossum (2004) *Europe in Search of Legitimacy: Strategies of Legitimation Assessed*. International Political Science Review 25/4: 435-459.

- Gerhards, Jürgen (1993) *Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit*. Zeitschrift für Soziologie: ZfS 22/2: 96-110.
- Gerhards, Jürgen (2002) *Das Öffentlichkeitsdefizit der EU in Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien*, u: Kaebler, Hartmut, Martin Kirsch, Alexander Schmidt-Gernig (ur.): *Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert*. 135-158, Frankfurt: Campus.
- Grimm, Sonja, Wolfgang Merkel (2006) *Die Grenzen der EU: Erweiterung, Vertiefung und Demokratie*, u: Alber, Jens, Wolfgang Merkel (ur.): *Europas Osterweiterung: Das Ende der Vertiefung?* 183-206, WZB-Jahrbuch 2005, Berlin: Sigma.
- Gripsrud, Jostein (2007) *Television and the European Public Sphere*, European Journal of Communication 22: 479-492
- Habermas, Jürgen (prijevod: Sara Lennox, Frank Lennox) (1964) *The Public Sphere: An Encyclopedia Article*, New German Critique, No. 3. (jesen, 1974): 49-55.
- Habermas, Jürgen (2004) *Ist die Herausbildung einer europäischen Identität nötig und ist sie möglich?* u: Habermas, Jürgen: *Der gespaltene Westen. Kleine politische Schriften*. 68-82, Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen, Jacques Derrida (2003) *Nach dem Krieg – Die Wiedergeburt Europas*. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 31.5.2003.
- Huget, Holger (2007) *Demokratisierung der EU. Normative Demokratietheorie und Governance-Praxis im europäischen Mehrebenensystem*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imhof, Kurt (2002) *Öffentlichkeit und Identität*, u: Kaebler, Hartmut, Martin Kirsch, Alexander Schmidt-Gernig (ur.): *Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert*: 37-56. Frankfurt: Campus.
- Karolewski, Ireneusz Pawel (2007) "Bürgerschaft und kollektive Identität in Europa", WeltTrends 15/54: 11-23.
- Kielmansegg, Peter Graf von (1996) *Integration und Demokratie*, u: Jachtenfuchs, Markus, Beate Kohler-Koch (ur.): *Europäische Integration*: 47-71. Opladen: Leske+Buderich.
- Koopmans, Ruud, Jessica Erbe (2003) *Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication*. Discussion Paper SP IV 2003-403, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) [<http://skylla.wzb.eu/pdf/2003/iv03-403.pdf> – pristup: 12.8.2009].
- Langguth, Gerd (2003) *Wem gehört die Idee eines "Kerneuropa"? Habermas' Europa-Thesen im Spiegelbild der Realitäten*. Neue Zürcher Zeitung, Internationale Ausgabe, 12.8.2003, Nr. 184 [[http://www.gerd-langguth.de/artikel/NZZ\\_habermas.htm](http://www.gerd-langguth.de/artikel/NZZ_habermas.htm) – pristup: 10.8.2009].
- Müller, Hans-Peter (2007) *Auf dem Weg in eine europäische Gesellschaft? Begriffsproblematik und theoretische Perspektiven*. Berliner Journal für Soziologie 17/1: 7-31.
- Nuhanović, Asad (1998) *Fenomen javnosti*. Sarajevo: Promocult.
- Schäfer, Armin (2006) *Nach dem permissiven konsens. Das demokratiedefizit der Europäischen Union*. Leviathan 34/3: 350-376.
- Scharpf, Fritz W. (1999) *Regieren in Europa. Effektiv und demokratisch?* Frankfurt/M, New York: Campus Verlag.
- Weber, Max (1980) *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der Verstehenden Soziologie*. 5. izdanje, Tübingen: Mohr Siebeck.

*Abstract*

The European Union is an ever more important factor in everyday life of Europeans. But how much does the opinion of Europe's citizens influence the EU's policies? Citizens affect politics through the public sphere which forms through interpersonal communication within a society. The question is if there is a public sphere, or a society and public, at the European level? In this article I shall give an overview of the debate on European society and public, thereby attempting an individual classification and synthesis. I conclude that it is not possible to think about European society and public from a nation-state perspective and to compare it to them. European society can only be formed through a transnationalization of existing national public spheres and is a form sui generis still evolving.