

Lejla Turčilo

**OSVRT NA ISKUSTVA POLITIČKE KOMUNIKACIJE
U BOSNI I HERCEGOVINI**

**REMARKS ON EXPERIENCE OF POLITICAL
COMMUNICATION IN BOSNIA-HERZEGOVINA¹**

Sažetak

Članak analizira važna pitanja vezana za političku komunikaciju, kao i načine na koje je ona organizirana u Bosni i Hercegovini. Autorica daje osvrt na političke aktere, političku javnost i medije u Bosni i Hercegovini kao ključne subjekte političke komunikacije, iznoseći stav da politička komunikacija nije organizirana na odgovarajući način uslijed činjenice da politički akteri diseminiraju svoje poruke tek u predizborno vrijeme, a politička javnost gotovo da i ne postoji. Ključna riječ za rješavanje ovih problema političke komunikacije u Bosni i Hercegovini je edukacija, odnosno podizanje političkih i komunikacijskih kompetencija političkih aktera, medija i javnosti.

Ključne riječi: *političko komuniciranje, instrumentalna i ekspresivna dimenzija politike, politički akteri u BiH, bh. politička javnost, mediji, politička i komunikacijska kompetencija, edukacija*

Abstract

This article examines some key issues related to political communication and ways in which political communication is

¹ Izlaganje o iskustvima političke komunikacije u BiH, u nešto izmijenjenoj formi, održano na međunarodnoj konferenciji *Trendovi i perspektive političke komunikacije* u organizaciji Fondacije Konrad Adenauer u Zagrebu, 26. aprila 2006.

organized in Bosnia-Herzegovina. The author gives brief remarks on political actors, political public and media in B&H, as key subjects of political communication, promoting the idea that political communication is not organized in proper manner, due to the fact that political actors only communicate their messages in the time of elections and that political public almost does not exist. Key word for solving this problem in political communication in B&H, according to the author, is: education, that is making political actors, media and public more communicational and politically competent.

Key words: *political communication, instrumental and expressive dimension of politics, political actors in B&H, political public, media, political and communication competences, education*

Uvod

Političko komuniciranje je neraskidiv dio savremenih političkih procesa, pa je i u Bosni i Hercegovini politička komunikacija u posljednjih desetak godina počela dobivati na značaju. Naj-uopćenija definicija političke komunikacije kaže kako je ona “komunikacijski proces koji se odvija u polju između vlasti i političke javnosti, odnosno između političkog i civilnog sektora društva” (Radojković, 2003). U Bosni i Hercegovini, pak, nijedan od ova dva sektora (ni politički ni civilni) nisu dovoljno dobro razvijeni da bi sam komunikacijski proces među njima bio na zadovoljavajućem nivou. Više je ključnih argumenata za ovu tvrdnju, a razmotrit ćemo ih analizom subjekata političke komunikacije u Bosni i Hercegovini.

Politička komunikacija je interakcija *dva ključna subjekta:*

- *Politički akteri* (institucije vlasti, političke stranke, međunarodne organizacije); i
- *Politička javnost* (oni u čije ime i korist se donose političke odluke i o kojima ovisi podrška političkim akterima i njihov opstanak na javnoj sceni),

koja se odvija *na fonu medija: tradicionalnih* (štampa – dnevna i periodična, radio, televizija – javni servis i komercijalne stanice) i *novih* (internet i nove tehnologije).

Koliko su ova dva subjekta u Bosni i Hercegovini u ravnopravnoj poziciji u političkoj komunikaciji, koliko su oni komunikacijski i politički kompetentni i u kojoj mjeri je njihova interakcija demokratska, pluralistička i progresivna?

Politički akteri

Kad je riječ o političkim akterima, treba istaći da politika uvijek i nužno implicira komuniciranje. Pojednostavljeno rečeno, politički akteri se koriste komunikacijom kako bi ostvarili dva ključna cilja: dospjeli na vlast i dobivali podršku javnosti za svoj rad onda kad su na vlasti. Edelman (prema: Sarcinelli, 1998) u tom kontekstu govori o konceptu *simboličke politike* i navodi kako su sva politička djelovanja podijeljena u *dvije dimenzije*:

- *instrumentalnu* (koja podrazumijeva stvarne efekte političkog djelovanja), i
- *ekspresivnu* (koja podrazumijeva predstavljanje političkog djelovanja javnosti).

Specifikum Bosne i Hercegovine, koji neminovno ima odraza i na instrumentalnu i na ekspresivnu dimenziju politike, jest *izuzetno veliki broj političkih aktera*. Dejtonska podjela zemlje uzrokovala je kompleksnu podjelu vlasti i stvorila veliki broj institucija (na državnom, entitetskom, kantonalnom nivou). Prelazak u više-partijski sistem rezultirao je hiperprodukcijom političkih stranaka (na parlamentarnim izborima 2002. godine sudjelovalo je 57 političkih stranaka, na lokalnim (općinskim) izborima 2004. godine 71 politička stranka, dok je za opće izbore 2006. godine prijavljeno 47 stranaka), a agresija i rat u Bosni i Hercegovini “doveli” su u zemlju izuzetno veliki broj međunarodnih organizacija: vladinih i nevladinih, političkih, ekonomskih, kulturnih itd. (Danas u BiH djeluje više od 40 tzv. “velikih” međunarodnih organizacija.) svi ovi akteri dio su političkog sistema i neminovno utječu na političku komunikaciju. Međutim, iako bi se očekivalo da s ovako velikim brojem izvora količina i kvalitet informacija koje su na raspolaganju građanima budu veći, a mogućnost političkog informiranja i educiranja zagarantirana, stanje u praksi daje argumente za oprez: prema podacima *Transparency Internationala*,

građani koji su u 2004. godini tražili informacije od institucija vlasti i političkih stranaka imali su svega 25% šansi da te informacije i dobiju, dok se u 2005. godini ovaj procent neznatno povećao - na 33%.

Politički akteri, s jedne strane, nastoje svojim saopćenjima za medije, konferencijama za štampu i drugim oblicima odnosa s javnošću *utjecati na formiranje agende*, odnosno na stavljanje na javnu raspravu onih pitanja koja su im od značaja i interesa, dok s druge strane *polje u kojem se donose političke odluke uglavnom ostaje zatvoreno za javnost*. Da bi opravdali ovu vrstu isključivanja javnosti iz postizanja konsenzusa kad je riječ o donošenju suštinski bitnih odluka, politički akteri obično slijede argument da je “politički sistem kome su za donošenje političkih odluka neophodne stalne konsultacije sa širokom publikom u potpunosti nepraktičan” (Štambuk, 1999), pa se umjesto sudjelovanja u javnim debatama o nekom političkom pitanju građanima daje jedino mogućnost da putem TV ekrana prate zasjedanja parlamenta ili da, s vremena na vrijeme, postavje pitanje nekom od gostiju u političkim magazinima. I neki predstavnici međunarodne zajednice, kad je riječ o vođenju pregovora o sudbinskim pitanjima bosanskohercegovačke politike i društva, imaju bojazan da bi “političari mogli pooštriti svoje stavove i smanjiti prag tolerancije i spremnosti na pregovore ukoliko budu pod stalnim okom ‘Velikog brata’ inkarniranog u javnosti ispred TV ekrana, jer bi ih javnost mogla smatrati slabim ukoliko mijenjaju svoje prvobitne stavove iz časa u čas tokom pregovora” (Vočkić-Avdagić, 2002), pa se mediji isključuju iz pregovora. Tako je najveći dio pregovora o ustavnim promjenama u Bosni i Hercegovini u februaru i martu 2006. vođen “iza zatvorenih vrata”, a javnost je ostavljena da “čita između redova” *press release*² i izjave političara.

Ono što je također bitno zapaziti jest *politički diskurs* koji se slijedi u javnim debatama, odnosno jezik kojim politički akteri objašnjavaju društvene i političke fenomene i procese u Bosni i Hercegovini. Možemo, uvjetno, reći da je govor mržnje među političkim akterima unekoliko smanjen u odnosu na period nepo-

² *Press release* (engl.) – saopćenje za medije.

sredno nakon rata, ali ga je zamijenio *govor zamaglivanja političke stvarnosti i mistificiranja političkih aktera*. Naime, koriste se brojni strani izrazi, tuđice, nove kovanice, često u pogrešnom značenju i pogrešnom kontekstu (“dubiozan pristup problemima”, “problem je targetiran” i sl.), čime se stvara privid da su problemi bosanskohercegovačke političke stvarnosti krupni, teško rješivi i teški za razumjeti “običnim” građanima, što daje svojevrsan “alibi” političkim akterima za minimalno diseminiranje političkih poruka o ključnim pitanjima za Bosnu i Hercegovinu.

Politička javnost i mediji

Bosanskohercegovačka politička javnost još uvijek je razdijeljena po nacionalnoj, konfesionalnoj, pa i teritorijalnoj osnovi, baš kao što je razdijeljen i medijski prostor. Još jedna bitna diferencijacija bh. javnosti je na tzv. „unutarnju“ javnost (građani koji žive u BiH) i prostorno dislociranu javnost (koju čini bh. dijaspora). Tako izdijeljena javnost u stanju je svojevrsne apatije i rijetko na javnoj sceni kristalizira svoje mišljenje koje bi utjecalo na političke aktere. Mnogi analitičari u Bosni i Hercegovini kao glavnu slabost političke komunikacije navode upravo *komunikacijsku neaktivnost građana*. Građani također obično prate limitiran broj medija, i to iz više razloga: radijski programi uglavnom služe za zabavu, pa emitiraju muzički i reklamni program, TV emisije, posebno dnevni, slične jedna na drugu, a kada se u njima prikazu najvažniji dnevni događaji oni se sutradan pojave i u dnevnim novinama, gotovo u istom obliku; kada građani pročitaju jedne dnevne novine kao da su pročitali sve, dok je cijena sedmične štampe, koja se uglavnom bavi istraživačkim novinarstvom, još uvijek prilično visoka za prosječne bosanskohercegovačke građane.

Možemo reći da su i mediji, ali i politička javnost ostavili prilično veliki i otvoren prostor političkim akterima za „kreiranje dnevnog reda“ po principu: „agencijska vijest + saopćenje za medije + press konferencija + izjave glasnogovornika + razgovori sa ekspertima u studiju o unaprijed zadatim temama“ (Radojković, 2003). Službe za odnose s javnostima političkih aktera za mnoge medije postale su vodećim izvorom informacija,

a uslijed nedovoljne kompetencije javnosti ovako kreirani sadržaji se i recipiraju kao informacije. Tako politički akteri kreiraju stvarnost, mediji je samo posreduju, a građani prihvataju kao gotov čin. Mnoga suštinska, životna pitanja, često ostaju zamaskirana pred temama iz domena tzv. „visoke politike“. Građani nisu stoga u velikoj mjeri spremni da sudjeluju u javnoj, političkoj komunikaciji, jer im je stvoren osjećaj da tom ekspresivnom dimenzijom politike (dakle, komunikacijom) ni na koji način ne mogu utjecati na onu instrumentalnu dimenziju (stvarne efekte političkog djelovanja). Istovremeno, „tradicionalne granice gdje politika završava, a zabava počinje više ne vrijede“ (Street, 2003), pa ozbiljne političke informacije bivaju zamijenjene *infotainmentom*³, što javnosti samo stvara privid da prateći privatni život političara, zabavne sadržaje koji opisuju njihov *red carpet lyfestyle*⁴ i sl. zapravo sudjeluju u političkom životu.

Zaključak

Bosanskohercegovačka politička scena i komunikacija na njoj je, dakle, u razvoju, ali taj razvoj odvija se sporo i trebat će dosta i vremena i napora da se stvore neophodni uvjeti za decentraliziranu, pluralističku i višesmjernu političku komunikaciju. U Bosni i Hercegovini još uvijek nije izvršena tranzicija od *političkog informiranja* (u kojem su građani *objekt* informacije, a politički akteri njen kreator, odnosno *subjekt*) u *političko komuniciranje* (koje bi podrazumijevalo *kooperaciju* i *koordinaciju političkih aktera i političke javnosti na javnoj sceni*). Da bi do ove transformacije došlo, neophodno je razvijati *komunikacijske, ali i političke kompetencije* i političkih aktera i političke javnosti, pa je ključna riječ za unapređenje političke komunikacije u Bosni i Hercegovini: *edukacija*.

³ *Infotainment* (engl.) - kovanica od *information* (informacija) i *entertainment* (zabava) – način prikazivanja informacija na zabavan način.

⁴ *Red carpet lyfestyle* (engl.) – život na crvenom tepihu - glamurozan životni stil, život na visokoj nozi.

Literatura:

- Radojković, Miroljub (2003), *Politička komunikacija u Srbiji*, na: <http://www.republica.co.yu>
- Sarcinelli, Ulrich (1998), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Street, John (2003), *Masovni mediji, politika i demokracija*, Politička misao, Zagreb.
- Štambuk, Vladimir (1999), *Internet i politika*, Verzal press, Beograd.
- Voćkić-Avdagić, Jelenka (2002), *Suvremene komunikacije - ne/sigurna igra svijeta*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo.
- Voćkić-Avdagić, Jelenka (2002), *Političko komuniciranje i demokratska konsolidacija*, Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo.