

УДК:  
321.7:316.77(497.11)

Прегледни  
рад

ПОЛИТИЧКА РЕВИЈА  
POLITICAL REVIEW  
Година (XXV) XII, vol=37  
Бр. 3 / 2013.  
стр. 191-126.

*Катарина М. Милошевић\**  
*Ниш*

## УЛОГА ПОЛИТИЧКОГ КОМУНИЦИРАЊА У ЈАЧАЊУ ПОЛИТИЧКЕ ПАРТИЦИПАЦИЈЕ ГРАЂАНА У СРБИЈИ

### Сажетак

*Рад је посвећен теоријској анализи политичког комуницирања, улози актера политичког комуницирања и утицају, како квалитета политичког комуницирања, тако и актера политичког комуницирања, на партиципацију грађана (у циљу утврђивања евентуалне зависности између квалитета политичког комуницирања и степена развијености грађанске партиципације).*

*Основни предмет истраживања у раду је квалитет политичког комуницирања грађана у јавном политичком животу и његов утицај на партиципацију грађана у Србији.*

*Кључне речи: комуницирање, политичко комуницирање, актери политичког комуницирања, политичка партиципација.*

Свака људска интеракција претпоставља размену идеја, информација, емоција, искуства али и битан елемент у комуникативној пракси. Посредовање идеја међу субјектима друштвене праксе представља битну компоненту њихових интеракција, а само комуницирање - механизам тог посредовања. Без ове компоненте сви облици људске праксе остали би ван домета друштвене егзистенције човека. Комуницирање је процес у коме људски однос постаје акт и као такав представља један од битних услова заснивања, кретања и репродукције људских односа. Оно (комуницирање) не може постојати пре стварања узајамног односа између појединаца

\* Докторант, Филозофски факултет, Ниш.

или група, јер је комуницирање процес који је заједнички за оног ко саопштава и за оног ко прима поруку. Са друге стране, функционисање било које заједнице индивидуа немогуће је уколико изостане комуникација међу људима јер комуникативно деловање људи представља неодвојиву компоненту сваког људског односа, без обзира да ли се то деловање остварује у политичкој, економској, културној, моралној, естетској или некој другој сфери социјалног живота.

Етимолошка одређења појмова *комуницирање* и *комуникација* потичу из латинског језика, од латинског глагола *communicare*: учинити нешто заједничким, саопштити али и – причестити се и именице *communicatio* која је изведена из глагола и која означава заједницу, са-обраћање, општење, саопштавање, везу, додир... Основна етимолошка одређења ових појмова упућују на чињеницу да делатност општења која представља сам темељ комуницирања, није ништа друго до успостављање заједнице, односно, друштвености.

У друштвеним наукама, појмови комуникација и комуницирање се често користе као синоними. Ипак, ми у раду полазимо од става да је погрешно поистовећивати *комуницирање* и *комуникацију*. То би заправо значило да изједначавамо друштвени процес и појам из ког је друштвени процес изведен. Иако заступамо став да је погрешно поистовећивати термине комуникација и комуницирање (јер *комуникација* људима омогућава споразумевање и сарадњу, заједнички живот и због тога представља услов настанка и опстанка друштва, а *комуницирање* је један од суштинских процеса људског споразумевања, међусобне кооперације и свеукупног деловања људи у друштву) оригиналне изводе аутора који су се бавили проблематиком политичког комуницирања (користећи термине комуницирање и комуникација као идентичне), у раду преносимо дословце и без икаквих измена.

Комуницирање, било људско било друштвено, нераскидиво је повезано са политичком сфером... и обратно. Везано уз политичко комуницирање, полазимо од мишљења Мирољуба Радојковића који под политичким комуницирањем подразумева „...размену политичких садржаја, повратност информација и договор на релацији политичари-медији-грађани“.<sup>1)</sup> Према овом аутору „Политичко комуницирање настаје у

1) Мирољуб Радојковић, „Политичка комуникација у Србији - оглед из пројекта Пут Србије ка миру и демократији“, *Република*, Београд, XV, 2003, стр. 1.

напонском пољу између власти и политичке јавности, односно између политичког поља и цивилног сектора друштва<sup>2)</sup> У процесу политичког комуницирања, по овом аутору, увек учествују три стране: актери власти, медији и грађани, односно политичка јавност при чему „Највећи део видљиве, делотворне политичке комуникације тече унапред датим каналима и уз помоћ, тј. радом посебних друштвених институција које су намењене јавном и масовном комуницирању - медијима масовног комуницирања“<sup>3)</sup>

Зоран Славујевић сматра да: „Политичко комуницирање чине процеси размене различитих политичких садржаја у троуглу: власт-медији-јавно мњење, односно између три групе актера: политичара, медија и грађана“<sup>4)</sup>

Политичко комуницирање у раду третира се као неизоставањан фактор у дефинисању социјалне и политичке партиципације грађана у јавном животу. Притом, главна пажња није усмерена на комуницирање на институционалном нивоу (интервјуи, наступи на телевизији итд.), радном нивоу или на нивоу комуницирања у функцији представљања и рекламирања (изборне кампање и сл...), већ на континуирано комуницирање које се одвија између представника власти и грађана. Ради се о комуницирању које се тиче актуелних проблема заједнице у којој грађани живе и које директно утиче на њихово учешће у јавном, политичком животу и које се искључиво посредством масовних медија (за које сматрамо да су управо одговорни за повезивање политичких информација и политичке јавности у укупном процесу политичког комуницирања).

Дакако, главни разлог због чега квалитет политичког комуницирања уопште доводимо у везу са политичком партиципацијом грађана, налазимо у претпоставци да квалитетно *информисање* грађана (путем средстава масовног комуницирања) и њихово упућивање у одређена права и обавезе, подстиче стварање и јачање *одговорне грађанске јавности* која би посредовала у решавању проблема градова, општина и државе у којој живе.

---

2) Оп. цит., стр. 1.

3) Оп. цит., стр. 1.

4) Зоран Славујевић, *Савремени политички мит*, Радничка штампа, Београд 1999, стр. 9.

## ПРОБЛЕМИ ДЕФИНИСАЊА ПОЛИТИЧКОГ КОМУНИЦИРАЊА

Британски професор Брајан Мекнеир (Brian McNair) истиче да свака расправа о политичком комуницирању треба да почне признањем како се тај термин показао јако тешким за било какво прецизно дефинисање. Ипак, опште карактеристике политичког комуницирања помажу нам да лакше схватимо дефиницију политичког комуницирања. Једна таква карактеристика свакако је та да се политичко комуницирање као вид масовног комуницирања може схватити као процес политичког општења који се из малобројних центара усмерава ка великој маси појединаца или као размена информација и политичких садржаја између друштвених група.<sup>5)</sup>

Вјекослав Бутиган пише: „Политичко комуницирање је информативна интеракција политичких субјеката ради остваривања појединачних и групних интереса помоћу власти и као таква она прожима читав политички систем стварајући политичку инфраструктуру за координирано и јединствено деловање политичких субјеката да би политички систем успешно функционисао према утврђеним циљевима и принципима“.<sup>6)</sup>

Објашњавајући и дефинишући процес политичког комуницирања, Зоран Томић наводи: „Политичка комуникација је међусобни/интерактивни процес размене политичких садржаја између различитих политичких актера, за и у време политичког (изборног) мандата или избора, путем комуникацијских канала (медија), а у сврху постизања одређених учинака“.<sup>7)</sup>

Тома Ђорђевић у књизи *Комуникација и власт* наводи да „Политичка комуникација представља нераздвојну компоненту сваког од механизма политичког система власти, што значи да се и сама моделира у сенци политичке власти и доминације једне класе над другим класама, групама или слојним структурама“.<sup>8)</sup> Разрађујући комуникацијски слој у структури политичког процеса, аутор истиче да је „Политичко комуницирање основни мотивациони механизам политичког про-

5) Brian McNair, *Увод у политичку комуникацију*, Факултет политичких знаности Свеучилишта у Загребу, 2003, стр. 28.

6) Вјекослав Бутиган, „Утицај модела медијске политике на мултикултурализам на Балкану“, У: *Зборник дискусија Улога масовних медија у развоју демократског мултикултурног друштва и регионалне сарадње*, СВЕН, Ниш, 2004, стр. 27.

7) Зоран Томић, *Основе политичког комуницирања*, Пословне комуникације, Мостар, 2005, стр. 53.

8) Тома Ђорђевић, *Комуникација и власт*, НИРО, Младост, Београд, 1988, стр. 15.

цеса и њеним посредством се тај процес припрема и артикулише у свом субјективно-акционом распону као хијерархијски констелисана сфера социјалних субјеката с политичким компетицијама, и то на општедржавној равни репродукције политичких односа и структура“.<sup>9)</sup>

Становишта страних аутора, који су се бавили политичким комуницирањем не разликују се много од полазишта домаћих аутора. Тако Б. Мекнеир (Brian McNair) овај процес дефинише као „...сврховиту комуникацију у политици која укључује све облике комуникације, како ону којима се служе политичари и други политички актери у сврху остваривања специфичних циљева, тако и комуникацију коју према неким актерима усмеравају неполитичари (бирачи и новински колумнисти) и која се проналази у извештајима и другим облицима медијске расправе о политици“.<sup>10)</sup>

Робер Дентон и Г. Вудвард (R. Denton i G. Woodward) политичко комуницирање дефинишу као „јавну расправу о одређивању извора јавности (приходи), службени ауторитет (коме су дата овлашћења власти да направи легалне, законодавне и извршне одлуке) и службене санкције - што држава награђује или кажњава“.<sup>11)</sup> По овим ауторима, у најбољем случају, језик политичке комуникације “...вредан је посредник који замењује укоренење сукобе и чини могућим промену поретка”.<sup>12)</sup>

Крејг А. Смит (Craig Allen Smith) истиче да „Политичку комуникацију не чини само владина комуникација већ да сваки пут када грађани гледају вести, читају политичку налепницу на аутомобилу, смеју се политичкој шали, разматрају сукобљене политичке ставове или изјаве нешто да није право, они се заправо укључују у политичку комуникацију“.<sup>13)</sup>

Мареј Јакоб Еделман (Murray Jacob Edelman) схвата политичко комуницирање као спектакл и као свесну или подсвесну конструкцију „имица“, проблема и супростављања. У књизи “Конструкција политичког спектакла наводи: „Спектакл је непрекинуто извештавање о новостима, стално конструисање и реконструисање

9) Оп. цит, стр. 15.

10) Brian McNair, оп. цит., стр. 12.

11) Rober Denton i G. Woodward, *Political communications in America*, New York, 1990, стр. 14.

12) Rober Denton i G. Woodward, оп.цит, стр. 14.

13) Craig Allen Smith, *Political Communication*, Harcourt Brace Jovanovich, San Diego, 1990, стр. 62.

друштвених проблема, криза, непријатеља и вођа и тиме стварање узастопног низа пријетњи и нада». <sup>14)</sup>

Франце Врег истиче да „Дистрибуција политичке моћи у сваком друштву зависи од сразмера снаге међу класама или скупинама“ <sup>15)</sup> У вези с наведеним Франце Врег у тексту „Политичко убеђивање и политички маркетинг“ (зборник радова Политички маркетинг) истиче да је једино научно “да политичку комуникацију по садржају делимо на доминантни дискурс владајуће елите и ‘подређени’ дискурс мањинских група. Владајући системи уводе различите облике идеолошке доминације на различитим механизмима субординације, идеолошке пресије и нормативне репресије (казнене и друштвене санкције). Ни један ни други дискурс данас не употребљава више класичне моделе политичке пропаганде који су били ефикасни у органицистичким или функционалистичким друштвеним системима, односно у херметичким тоталитарним уређењима” <sup>16)</sup>

Закључујемо да поље политичког комуницирања обухвата креирање, слање, примање и обраду политичких порука које потенцијално имају значајан директан или индиректан утицај на саму политику али и на грађане и које се најчешће преносе путем медија тј. средстава масовног комуницирања. Такође, пошилаоци или примаоци ових порука могу бити политичари, новинари, чланови интересних група или приватна лица, као и грађани који нису организовани као припадници неке групе (симпатизери).

### УТИЦАЈ АКТЕРА ПОЛИТИЧКОГ КОМУНИЦИРАЊА НА КВАЛИТЕТ ПОЛИТИЧКЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

Наведено је да у раду полазимо и заступамо став М. Радојковића да политичка комуникација настаје у пољу између власти и политичке јавности, односно између политичког поља и цивилног сектора друштва. “У том смислу огроман је број симболичких активности грађана и њихових асоцијација, с једне, и политичких актера и институција власти, с друге стране, које се свакодневно од-

14) Мареј Јакоб Еделман, *Конструкција политичког спектакла*, Политичка култура, Загреб, 2003, стр. 9.

15) Франце Врег, *Демократско комуницирање*, Народна и универзитетска библиотека БиХ, Факултет политичких наука ин Сарајево, 1990, стр. 266-275.

16) Франце Врег, „Политичко убеђивање и политички маркетинг“, у: Зборник радова *Политички маркетинг*, Радничка штампа, Београд 1990, стр. 30.

игравају и обезбеђују динамику политичком комуницирању. Они резонују о стварима политике, процењују јавно презентирани интересе и учествују у расправама поводом тражења заједничке мере прихватљивости конкурентних интереса, која у датом историјском тренутку и под датим околностима може да представља “општи интерес”.<sup>17)</sup>

Такође, на почетку претходног одељка навели смо да се највећи део видљиве политичке комуникације одвија путем средстава масовног комуницирања. Стога, у процесу политичког комуницирања готово увек, поред представника власти и грађана, учествују и медији. Да резимирамо: „У процесу политичког комуницирања увек учествују три стране: актери власти, медији и грађани, односно политичка јавност”.<sup>18)</sup>

У актере политичког комуницирања Брајан Мекнеир убраја: **политичке организације** (политичке странке, јавне организације, скупине за притисак, терористичке организације и владе), **медије и грађане**.<sup>19)</sup> Ми ћемо се за потребе овог рада, одлучити за (као полазну) нешто краћу, али и сажетију дефиницију актера политичког комуницирања М. Радојковића коју смо напред навели.

Везано уз политичке организације, мишљења смо да њих треба посматрати кроз политичке, изборне актере (electoral actor). Мирјана Касаповић у „Изборном лексикону“ (2003) под изборним актерима наводи појединце, друштвене групе, организације или институције које непосредно или посредно учествују у изборима и утичу на њихову природу и исход. „Изборе битно одређују интереси, вриједности, циљеви, стратегије, одлуке и обрасци понашања актера који у њима судјелују”<sup>20)</sup> јер за природу изборног процеса јесу пресудна питања политичких и других актера који учествују у њима.

Други актер у процесу политичког комуницирања су медијске организације. У демократским политичким системима, масовни медији су пријеносници-канални комуникације од грађана до њихових политичких вођа и обрнуто. „Политички актери се морају користити медијима како би њихове поруке биле пренесене жељеној публици. Политички програми, извјештаји о политици, изборни

17) Миролуб Радојковић, оп. цит., стр. 1.

18) Оп. цит., стр. 4.

19) Brian McNair, оп. цит., стр. 13.

20) Мирјана Касаповић, *Изборни лексикон*, Политичка култура, Загреб, 2003, стр. 11.

апели, кампање група за притисак, терористички акти, имају политички значај - и потенцијал за комуникативну учинковитост – само онолико колико се о њима извјештава и колико их медијска публика прима као поруке».<sup>21)</sup> Према томе, сви политички комуникатори морају на неки начин имати приступ медијима, било законима, као код правила политичке равнотеже и непристраниости, било уважавањем или на неки други начин.

Грађани су трећи актер у процесу политичког комуницирања. Они су уједно и бирачи и стога је политичким актерима јако стало до добре политичке комуникације с бирачима, јер без комуникације ниједна политичка порука не може имати никакву важност. С обзиром на учествовање у политичком/изборном процесу можемо разликовати: а) сталне бираче и б) повремене бираче. Неки аутори разликују пет типова америчких бирача с обзиром на различите обрасце активности, те главну оријентацију и њихова друштвена обележја. Према схватању М. Касаповић, то су: „*стручњаци за гласовање*” - гласују редовито, *ограничени судионици* - у изборе се укључују дјеломично, *комуналисти* - гласују редовито, али се клоне изборних кампања, усмјерени су на колективне резултате, *судионици кампања* - гласују редовито и судионици су изборних кампања и *потпуни активисти* – који судјелују у сваком облику и свакој фази избора и јако су укључени у политику“.<sup>22)</sup>

### КАРАКТЕРИСТИКЕ, УЧИНЦИ И ФУНКЦИЈЕ ПОЛИТИЧКОГ КОМУНИЦИРАЊА

Неизоставно питање у анализи политичког комуницирања свакако јесу њени *учинци* и *функције*. Истраживачи учинка политичког комуницирања суочени су с основним епистемолошко-методолошким проблемима: како је могуће тачно утврдити узрочно-последични однос између неког комуницирања и понашања рецепијената, тј. „како се може препознати и измерити последица неке конкретне поруке уколико је изолујемо од контекстуалних чинилаца који утичу на појединца”.<sup>23)</sup>

Упркос сложености мерења учинака политичког комуницирања - јер су они одређени не само садржајем поруке него исто-

21) Brian McNair, оп. цит., стр. 37.

22) Мирјана Касаповић, оп. цит., стр. 11.

23) Brian McNair, оп. цит., стр. 91.



ријским, друштвеним, културолошким контекстом... – постоје три начина за процену учинка политичког комуницирања на ставове и понашање њених актера. Први се може остварити кроз истраживање јавног мњења, други методом посматрања понашања бирача и треће, могу се спровести разна експериментална истраживања на ову тему. Поред ових основних „инструмената”, политички учинци се могу мерити кроз корпоративни и индивидуални имиџ политичара, учинак политичког оглашавања итд.

Колико је заиста могуће овим методама тачно предвидети понашање бирача, остаје отворено питање. У историји су познати случајеви како препознатљиве кампање и „прогурани” имиџ још увијек нису веродостојни показатељи изборног успеха. Стога, остаје отворено питање колико се објективно на овај начин прецизно мерити учинке политичког комуницирања.

Што се тиче *функција* политичког комуницирања, полазимо од става Зорана Славујевића који наводи да „политичко комуницирање има најмање три функције: прва функција *политичко информисање* односи се на размену информација између различитих политичких субјеката, односно представља извјештаје о актуелним политичким догађајима, активностима и особама, изражавање политичких интереса, ставова и уверења различитих актера политичког живота. Друга функција је *политичка едукација и социјализација* – подучавање људи разним политичким знањима, неопходним ради њиховог укључивања у политички живот, знањима о структури политичког система, односно о улогама политичких институција и начину њиховог функционисања, о легитимним политичким актерима, о правилима „политичке игре“, о могућностима политичког деловања грађана итд. И трећа функција политичког комуницирања је, према З. Славујевићу, *политичко увјеравање* односно *политичка персуазивна делатност* – формирање, учвршћивање, промјена ставова људи о политичким догађајима и актерима и потицање људи да учествују у политичком животу. У оквиру ове функције реализују се политичка пропаганда, политички маркетинг, политичко оглашавање, односи с јавношћу и сродне активности.<sup>24)</sup>

24) Зоран Славујевић, оп. цит., стр. 44.

## УТИЦАЈ КВАЛИТЕТА ПОЛИТИЧКОГ КОМУНИЦИРАЊА НА ПАРТИЦИПАЦИЈУ ГРАЂАНА У СРБИЈИ

Мишљења смо да низак степен заинтересованости грађана за решавање сопствених егзистенцијалних и есенцијалних проблема има директног утицаја и на њихов слаб друштвени и политички ангажман и активизам грађана и њихову (не)укљученост у решавање проблема од јавног значаја. Такође, сматрамо да је незаинтересованост грађана за решавање проблема (било сопствених било од јавног значаја) такође последица нечега. Трагајући за тим „нечим“, ауторка рада, дошла је до закључка (и у раду полази од тог става) да су пасивизам и незаинтересованост грађана за процесе јавног презентовања својих интереса и потреба, као и за учествовање у политичким расправама од „општег интереса”, најчешће последица: недовољне информисаности грађана о потреби њиховог укључивања, непознавања законских оквира који омогућавају грађанима да учествују у јавном политичком животу, неповерења грађана у представнике власти и градских институција; неповерења грађана у медије; специфичне исцрпљености грађана (настале услед дугогодишњих политичких превирања), конформизма, монотоније и свакодневне борбе обичног човека за обезбеђивањем елементарних услова за живот.

Низак степен заинтересованости грађана за решавање сопствених егзистенцијалних, али и проблема од јавног значаја, свакако говори о степену и нивоу политичке партиципације грађана али и о квалитету политичког комуницирања (обзиром да смо мишљења да ниво учешћа у јавном политичком животу грађана, зависи и од квалитета политичког комуницирања које се одвија на релацији политичка власт – њени представници, медији и грађани).

Последњих неколико година у свету је нагло порасло интересовање за партиципативне облике државне управе. По страни од питања да ли је интересовање за партиципативне облике управљања настало услед притиска грађана или су власти искрено препознале значај укључивања грађана у изградњу демократије, рад се фокусира на неке од механизма који могу поспешити партиципацију грађана у јавном политичком животу. Мишљења смо да би се политичка партиципација грађана уопште и десила, првенствено мора да буду задовољени основни предуслови и критеријуми за грађанско партиципирање: политичка воља републичких, општинских и локалних власти да укључе грађане у одлучивање, али и

неколико битних претпоставки везаних за политичку комуникацију - правовремено и тачно информисање грађана о расположивим механизмима и каналима за њихово учешће у одлучивању; интензивно комуницирање и редовно слање повратне информације грађанима о судбини њихових предлога; интензивна и уређена интеракција између представника власти и грађана.<sup>25)</sup>

Мишљења смо да су најбитнији индикатори мерења нивоа политичког партиципирања грађана следећи облици учешћа у јавном животу државе или града: 1. изражавање појединачних воља гласањем на редовним изборима и референдумима; 2. учешће у изборним кампањама, 3. учешће у јавним расправама, разговорима о политичким темама са представницима власти (као последица чланства у политичким партијама, синдикатима, формалним групама грађана - формалне мреже); 4. учешће у грађанским иницијативама - обраћање омбудсману и сличним институцијама као и упућивање јавне критике органима власти у циљу подношења петиција, предлога и притужби грађана; 5. ангажовање и деловање преко интересних група, локалних медија или у оквиру група за притисак, удружења грађана - невладиних, хуманитарних, професионалних и других организација грађана (формалне мреже); 6. индивидуални облици учешћа у виду добротворних и филантропских акција; 7. учешће на конгресима, митинзима и демонстрацијама.

На основу резултата досадашњих истраживања изведених на територији Републике Србије, а која се односе на учешће грађана у јавном животу на националном или локалном нивоу, произилази да партнерство локалне власти и грађана и непосредно грађанско учешће, немају правог одјека међу грађанима што за последицу има низак проценат грађана који партиципира у политичком животу низак.<sup>26)</sup> Истраживања такође показују да, у свим бившим социјалистичким земљама, укључујући и Србију, грађани имају значајне резерве према неформалним, али и према формалним облицима сопственог учешћа у управљању јавним пословима, будући да у овим земљама наслеђена политичка култура позитивно не вреднује такав вид грађанског ангажмана.<sup>27)</sup>

25) Катарина Милошевић, «Политичка партиципација грађана и национални идентитет као фактори стабилности друштва и локалних самоуправа», *Политичка ревија*, Часопис за политикологију, комуникологију и примењену политику, 1/2012, стр. 97-121.

26) Стална конференција градова и општина, *Непосредно учешће грађана у јавном животу на локалном нивоу*, 2006, стр. 2.

27) Опширније у: Стална конференција градова и општина, *Непосредно учешће грађана у јавном животу на локалном нивоу*, 2006.

Део објашњења за претходно налазимо у томе што локалне структуре власти не подстичу довољно грађане да активно, заједно са властима, решавају проблеме и учине да локална заједница на најбољи начин искористи своје капацитете у циљу побољшања њихових услова живота. А остало... на нама је да истражимо...

\* \* \*

Претпоставка од које се мора поћи је да су потребе, жеље и спремност грађана Србије да учествују у јавном, политичком животу у великој мери - неизвесни, с обзиром да они и даље живе у средини у којој је политичко поље у великој мери „затамњено“, упркос започетим демократским променама. Тамо где се заиста доносе важне политичке одлуке грађани немају приступа. Реално, политички процес налази се изван и изнад њихових конкретних интереса, а власт им се обраћа само када је на то принуђена. То је још један од разлога зашто грађани исказују мало поверења у политику државе у којој живе, све чешће узвраћајући одбијањем да учествују у јавном политичком животу.

Од битнијих предуслова и критеријума за грађанско партиципација наводимо: постојање стимулативног законског оквира, поверење грађана у локалну управу и постојање снажног цивилног друштва; одређени ниво отворености и транспарентности јавне управе; развијени капацитети локалне самоуправе како би она могла одговорити потребама партиципаторних процеса; грађани треба да располажу релевантним информацијама о раду локалне управе, о политичким опцијама и механизмима партиципације који им стоје на располагању, као и о укупним збивањима унутар дате локалне заједнице.<sup>28)</sup>

Из напред наведеног, могуће је уочити да *информисаност грађана* представља битан мотивациони фактор и услов побољшања њиховог учешћа у политичком животу локалне заједнице. Како је информисање важан сегмент комуницирања као таквог, сматрамо да учешће грађана у јавном политичком животу зависи и од квалитета комуницирања, тј. у нашем случају - од квалитета политичког комуницирања. Квалитет политичког комуницирања, последично, зависи од начина размене информација, повратности информација и договора између актера политичког комуницирања. Степен укључености актера политичког комуницирања (актери власти, медији и грађани) у сам процес по-

28) Оп. цит, стр. 7.

литичког комуницирања, а тиме и домашај утицаја, предодређује стварна расподела друштвене моћи између поменутих актера и у зависности од политичког уређења друштва. Уколико је оно демократско, грађани могу и учествују у процесима одлучивања исказивањем своје воље, док у недемократским и затвореним друштвима, обичан грађанин нема то право, што доказује само једно: степен укључености у политичко комуницирање грађана није равномеран.

Заправо не постоји ни један вид политике који не би уједно представљао комуницирање. Комуникација је у сржи политике када се покушава да се неизбежни конфликт интереса разреши на миран начин, а то значи разговором, преговором или договором. Ако се решење тражи или намеће силом, истовремено на квалитету губе и политика и комуницирање, па би се могло рећи да тамо где престаје политичка комуникација почињу рат или побуна. То смо, уосталом, имали прилику да доживимо много пута у протеклој деценији (не само у Србији, већ и на глобалној светској сцени). Ове, праксом потврђене констатације, терају на закључак да понашање политичких актера у политичком комуницирању може да открије њихова својства. Начин на који се обраћају грађанима и медијима открива колико њихове унутрашње капацитете исто колико и дефиците док дефицит демократских потенцијала у политици, оставља свој траг и на процес политичке комуникације која врви од нејасних речи и туђица.

У јавној, политичкој комуникацији на сцени су само политички актери у интеракцији, посредством медија. Укратко, главни су хероји и следбеници, редитељи и глумци. Тренд емисија у и објективним извештавањем већ количином добијеног новца од донатора. нас и на нашим медијима, јесте довођење оних који су без интелектуалне храбрости или боље речено чија је храброст сведена на голу простоту, вулгарност и празну причу, на лаж храбро изречену за коју се унапред зна да неће бити кажњена. “Пошто су на највишим положајима у влади тако разуздано предали политичкој неистини и пошто су, услед тога допустили да се лаж свугде подједнако рашири, лако се доспева да се у свему претера и да се заборави истина”.<sup>29)</sup>

Објашњење за горе поменућу ситуацију, можемо потражити у неколицини разлога: један може да буде то да “политички играчи”

---

29) Хана Арент, *Истина и лаж у политици*, Филип Вишњић, Београд, 1994, стр. 68.

сматрају да тако себе могу да представе паметнијим, умнијим или мистичнијим. У овом случају, они изгледају недодирљиви за обичне грађане. Другим речима, ако свој рад представе неразумљивим језиком онда он изгледа као необично стручан, као нешто што обичан човек никада не би могао да обавља чак и када би га допала политичка функција. Ово представља карактеристичан пример социјално мотивисаног језичког раслојавања<sup>30)</sup> који се огледа у аргументу или жаргону – врстама специјалног говора “који употребљавају чланови неке групе са јасном намером издвајања од осталог друштва”. Други разлог јесте покушај да се стварност помоћу симболичке замене прикаже другачијом него што јесте. Уместо насиља над чињеницама дешава се насиље над њиховом симболичком заменом и интерпретацијом. Тако коалиција владајућих странака када не жели да јасно одреди рок до којег ће се нешто урадити, често каже да су неке ствари, па чак и циљеви “таргетирани”, или не постоји “јавност рада” у процесу доношења одлука. Али су зато грађани у прилици да свакодневно прате преносе скупштинских заседања. “Директним преносима рада скупштина, власт тврди да је довољно “транспарентна”, мада ће сваки иоле мислећи грађанин моћи да потврди да је ретко кад својим очима видео где су и како заиста донете најважније политичке одлуке. Директан пренос скупштинске расправе који му се нуди као “транспарентност” власти остаје пуко задовољавање једног демократског, политичког ритуала. У оваквој реторици не само да се води “борба за значења” него као да се права значења крију од очију јавности, да би се показало да се ипак демократски ради а да грађани и медији то недовољно разумеју, па су чак и криви ако нам не иде добро.”<sup>31)</sup>

### Литература

- Арент Хана, *Истина и лаж у политици*, Филип Вишњић, Београд, 1994.
- Бутиган Вјекослав, „Утицај модела медијске политике на мултикултурализам на Балкану“, У: Зборник дискусија *Улога масовних медија у развоју демократског мултикултурног друштва и регионалне сарадње*, СВЕН, Ниш, 2004.
- Врег Франце, *Демократско комуницирање*, Народна и универзитетска библиотека БиХ, Факултет политичких наука, Сарајево, 1990.

30) Опширније о томе у: Бранислав Стевановић, *Социо-културне претпоставке савремене демократије*. Докторска дисертација, Филозофски факултет, Ниш, 2002, стр. 353.

31) Миролуб Радојковић, оп. цит., стр. 3.

- Врег Франце, „Политичко убеђивање и политички маркетинг“, у: Зборник радова *Политички маркетинг*, Радничка штампа, Београд, 1990.
- Denton Rober i Woodward G., *Political communications in America*, New York, 1990.
- Ђорђевић Тома, *Комуникација и власт*, НИРО, Младост, Београд, 1988.
- Еделман Мареј Јакоб, *Конструкција политичког спектакла*, Политичка култура, Загреб, 2003.
- Зоран Славујевић, *Савремени политички мит*, Радничка штампа, Београд 1999.
- *Изборни лексикон*, Политичка култура, Загреб, 2003.
- McNair Brian, *Увод у политичку комуникацију*, Факултет политичких знаности Свеучилишта у Загребу, 2003.
- Милошевић Катарина, “Политичка партиципација грађана и национални идентитет као фактори стабилности друштва и локалних самоуправа“, *Политичка ревија*, Часопис за политикологију, комуникологију и примењену политику, бр. 1/2012.
- Радојковић Мирољуб, „Политичка комуникација у Србији - оглед из пројекта Пут Србије ка миру и демократији“, *Република*, Београд, год. XV, март 2003.
- Smith Craig Allenh, *Political Communication*, Harcourt Brace Jovanovich, San Diego, 1990.
- Стална конференција градова и општина, *Непосредно учешће грађана у јавном животу на локалном нивоу*, 2006
- Стевановић Бранислав, *Социо-културне претпоставке савремене демократије. Докторска дисертација*, Филозофски факултет, Ниш, 2002.
- Томић Зоран, *Основе политичког комуницирања*, Пословне комуникације, Мостар, 2005.

Katarina Milosevic

## ROLE OF POLITICAL COMMUNICATION IN STRENGTHENING POLITICAL PARTICIPATION IN SERBIA

### Resume

*The basic premise of this work is that the citizen's participation on the national level is on the low/ unsatisfactory level or even inexistent. We analyzed the participants of the public political life such are the government representatives, media and citizens. They are responsible for these processes as well as the process of information exchange, information feedback, and the agreement between the government representatives and citizens for which we consider being the basic political communication quality indicators.*

*In this paper we analyze the relation between the qualities of: information exchange, information feedback and the agreement between the government representatives, media and citizens together with feeble social political engagement and citizen's activism. We deliberate the role of communication between the local and regional government on one side, and the public on the other in terms of citizen's participation advancement.*

*Today the area for the social and political illusions influencing became more versatile. The participation in public life was minimized to the imitative notion of political activity based on the absorption of TV and radio programs with informative – Romanesque sector being in the lead... Within this unique process the media are basically the tools of beautifying the political reality as well as the social and cultural one.*

*Keywords: communication, political communication, participants, political participation, Serbia.*