

---

## **Politička komunikacija: na razmeđu medijskih i političkih studija**

---

ZRINJKA PERUŠKO

Ovaj broj *Političke misli* bavi se temom političke komunikacije. Analizom novih pojava medijalizirane politike u razdoblju tekuće modernosti bave se i komunikacijska i politička znanost. Sve naglašenije mjesto koje u suvremenom društvu i politici zauzimaju komunikacijski mediji te izvedene društvene promjene koje se na specifičan način reflektiraju i u sferi politike pridonijeli su razvoju političke komunikacije kao poddiscipline i komunikacijske i političke znanosti. Područje je i šire utemeljeno u interdisciplinarnim prilogima izvorišnih disciplina politologije, sociologije, filozofije, psihologije i lingvistike.

Ako i na politiku i na društvo gledamo kao na konstrukcije u kojima su nezabilazni i komunikacija i mediji, tada je nezamisliv studij politike bez osvrta na taj središnji aspekt. Od vremena tiska i radija do vremena društvenih mreža promijenio se način na koji političari komuniciraju sa svojim biračima, ali i puno više od toga. Dok je spektakl bio glavni oblik politike u televizijskoj galaksiji, zahtjev za proširenjem i produbljenjem participacije može se povezati s promjenama koje su nastupile s multimedijalnošću sve više (mobilnog) umreženog društva.

Nove medijske tehnologije i novi obrasci njihove upotrebe ne mijenjaju samo prakse medijske produkcije i medijskog sadržaja, nego i obrasce ponašanja i očekivanja od političkih aktera, uključenosti i isključenosti na razini lokalnih i međunarodnih teritorija i odnosa te građanske participacije.

U najvažnija područja analize u poddisciplini političke komunikacije, koja očekuju adekvatan teorijski i empirijski angažman, treba ubrojiti režirane aspekte politike kao predstave (McNair, 2003), trend pada povjerenja u političke institucije i medije, smanjenje interesa mladih generacija za političke informacije i formalnu politiku, negativne utjecaje profesionalizacije i manipulacije političkim porukama na građane i njihovu političku participaciju, neznatne učinke klasičnih izbornih kampanja i potencijale novih oblika komunikacije s biračima (Bennett i Iyengar,

2008: 713), nastanak i održavanje/promjene medijskih sustava (Hallin i Mancini, 2004) te odnose medijskih i političkih sustava (Norris, 2009). Gurevitch, Coleman i Blumler (2009: 178) naglašavaju pet temeljnih promjena u karakteru političke komunikacije koje omeđuju i temeljno suvremeno istraživačko usmjerenje poddiscipline: (1) sveprisutnost informacija i komunikacijske tehnologije u kojoj industrije, nekadašnji monopolisti njihove proizvodnje i distribucije, više nemaju prevlast; (2) difuznije i fragmentirano razumijevanje i konstituiranje javnosti; (3) promjene u ulozi televizije od koje se očekuje da omogući javnu raspravu i “univerzalnu vrijednost”, a ne više javnu uslugu i “zajedničko znanje”; (4) nova definicija građanstva zbog promjene u odnosu i značenju javnog i privatnog; (5) te prihvaćanje od strane vlada da je nužno uključivanje javnosti/građana i njihovih mreža u upravljanje složenim društvima.

U ovom tematskom broju *Političke misli*, prvi put posvećenom političkoj komunikaciji, objavljujemo priloge koji govore o najvažnijim pitanjima te znanstvene poddiscipline. U članku Tome Jantola raspravlja se o ulozi i mjestu građana kao onih koji aktivno tvore zajednicu oporbene javnosti te se tako javljaju kao ključna karika demokracije, gdje se javnom komunikacijom ostvaruje pravo građana kao odsutnog suverena. U članku Paola Mancinija analizira se razvoj pojma “medijski sustav” u komunikacijskoj disciplini te u usporedbi između upotrebe pojma u komparativnoj komunikacijskoj i političkoj znanosti (kao medijski sustav i politički sustav). U mom članku obrazlaže se novi model za komparativnu analizu postsocijalističkih medijskih sustava trećeg demokratskog vala upotrebom pristupa historijskog institucionalizma, te se naglašavaju tri ključna vremenska perioda. Hajrudin Hromadžić u svom članku raspravlja o političkom spektaklu kao obliku medijske konstrukcije politike. U ovom tematskom broju objavljujemo i tri članka koja se bave stranačkom politikom u kontekstu političke komunikacije. U tekstu Suzane Kunac, Dražena Lalića i Martine Andrijević analiziraju se spotovi za izbornu kampanju hrvatskih parlamentarnih izbora 2011. godine te se kampanja uspoređuje sa svjetskim trendovima i ocjenjuje njezin doprinos demokraciji. Zlatan Krajina analizira spotove u kampanji za referendum o pristupanju Hrvatske EU. Damir Velički analizira nove oblike političke organizacije i medijske komunikacije kroz pitanje piratskih stranaka u Švedskoj i Njemačkoj i njihova komuniciranja na internetu.

Temat zaokružujemo prijevodom teksta Jürgena Habermasa o političkoj komunikaciji u medijskom društvu, koji je izvorno objavljen u časopisu *Communication Theory*, 16 (2006). Zahvaljujemo izdavaču Wileyu na ljubaznoj dozvoli da tekst objavimo u prijevodu.

## LITERATURA

- Bennett, W. L., Iyengar, S. (2008) A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication* 58: 707-773.
- Gurevitch, M., Coleman, S. i Blumler, J. (2009) Political Communication – Old and New Media Relationships. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 625: 164.
- Hallin, D. C. i Mancini, P. 2004. *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press. Cambridge.
- McNair, B. (2003) *Uvod u političku komunikaciju*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Norris, P. (2009) Comparative Political Communications: Common Frameworks or Babelian Confusion? Review Article for *Government and Opposition*.