



DR. SC. VEDADA BARAKOVIĆ

Strukturiranje sadržaja bosanskohercegovačkih masovnih medija pod utjecajem odnosa s javnostima

Rezime

Odnosi s javnostima (PR komunikacija) sve je prisutniji i razvijeniji oblik javnog komuniciranja društvenih struktura sa okruženjem i u Bosni i Hercegovini. Društvene strukture u BiH ovakav vid komunikacije primjenjuju relativno kratko, ali dovoljno efikasno da su se njihovi PR odjeli uspjeli nametnuti ne samo kao (kredibilan) izvor, već i kao nezaobilazna karika u procesu strukturiranja masmedijskih sadržaja. Krajnji cilj ovakvog utjecaja jest konstituiranje diskursa (ciljnih) javnosti i generiranje takvih stavova (ponašanja) koji će stvoriti naklonost, razumijevanje i podršku u ostvarivanju misije i ciljeva organizacije.

Organizacije u Bosni i Hercegovini dospijevaju u masovne medije koristeći se metodama novinarske epistemologije, kreiranjem pseudodogađaja, ali i dostavljanjem medijima informacija upakovanih u gotove novinarske forme (tzv. supsidijar-

ne informacije) koje redakcije uglavnom objavljuju. Najčešće je riječ o organizacijama koje su utjecajne i društveno relevantne, pretežno o organima državne (entitetske i lokalne) vlasti, te o međunarodnim organizacijama. Spomenute organizacije po pravilu imaju dobro razvijene PR odjele koje prema medijskom podsistemu svakodnevno diseminiraju različite sadržaje. Medijski podsistem u BiH iznimno je složen i refleksija je stanja u ostalim podsistemima. Pored podijeljenosti medijskog prostora na tri paralelne komunikacijske zajednice, konstituisane oko političkih etnozajednica, masovni mediji u BiH pod snažnim su utjecajem centara moći izvan BiH. Ovakva medijska slika stvara pogodno tlo za ostvarivanje agenda setting funkcije masovnih medija, teorije koja pretpostavlja da mediji diktiraju teme koje će javnost u određenom vremenu smatrati posebno važnim i o kojima će javnost u

određenom vremenu razmišljati i raspravljati. Štampa je medij koji je posebno pogodan za kreiranje diskursa javnosti kroz agenda setting funkciju. Relativno jeftina produkcija formi za printane medije omogućava organizacijama diseminaciju ovakvih informacija bez posebnih ulaganja, a redakcijama smanjuje napore na prikupljanju i obradi sadržaja.

Međutim, u bosanskohercegovačkim uvjetima štampa nije dovoljno efikasan kanal zbog disperzirane čitalačke (etno) publike i konkurencije, pa čak i dominacije štampe iz susjednih država. Radio također ima disperziranu publiku i lokalnog je karaktera, te je bosanskohercegovačka javnost televiziju označila kao medij s najvećim kredibilitetom i kao medij koji najčešće koristi za informisanje o zbivanjima u okruženju. Stoga organizacije posebno nastoje utjecati na informativne sadržaje tv stanica. Taj utjecaj različit je na državnom, entitetskim i lokalnim nivoima a glavne determinante ovakvog utjecaja su etnička polarizacija javnosti, političko uređenje, te dominantno prisustvo međunarodne zajednice, što su ujedno i diskontinuirani faktori utjecaja PR komunikacije na sadržaje masovnih medija u odnosu na ostale zemlje u tranziciji. Ove varijable artikulišu teme koje se putem medijske agende mogu nametnuti kao agenda javnosti. To su teme koje nisu u disonanciji s psihosocijalnom strukturom recipijentata i to samo u određenim društvenim situacijama koje etno-javnosti percipiraju kao faktore stabilizacije vlastitog okruženja.

Abstract

PR communication today is more and more developed kind of public commu-

nication of social structures with its environment in Bosnia and Herzegovina. Such kind of communication social structures in Bosnia and Herzegovina apply for relatively short time, but enough efficiency to impose own PR offices as (credible) sources as well as unavoidable link in a process of mass media content structuring. End goal of such influence is construction of (target) publics discourse and generating such attitudes (behavior) which will produce favor, understanding and support in the approaching of mission and goals of an organization. Organizations in Bosnia and Herzegovina are coming into the channels of mass communication using methods of journalistic epistemology, creating pseudo events and sending information packed in journalistic forms ready for publishing (subsidiary information) to editorial offices which this information are often publishing. These organizations are powerful and socially relevant, mainly governmental (entity and local) organizations as well as international organizations, which have well developed PR departments that daily disseminate various information to the mass media in BiH. Media subsystem in BiH is very complex and it is a reflection of the situation in the other subsystems. Besides separated media space within three parallel communication subsystems constituted in its political (ethnic) communities, mass media in BiH are under strong influence of centers of power outside BiH. Such media picture creates suitable opportunity for agenda setting function application. Thesis on agenda setting function of mass media assumes that mass media dictates themes which will be treated as very important in certain period and on which

public will discuss and think about. Print media are especially suitable for creating public discourse through agenda setting function. Relatively inexpensive production of journalistic forms for print media provides dissemination of information for organizations without special investment and reduces costs of collecting and preparation of news to editorial offices. Print media in BiH are not sufficiently effective channel because the (ethnic) public is dispersive and because of presence, even domination of print media from neighboring countries. Radio stations also have dispersed publics and local character, so public in BiH noted television as the media with the highest credibility and most often source of information on events in the environment. Therefore organizations are trying to influence at informative contents of TV stations. Such influence is different at state, entity and local levels and main characteristics and distinctive factors of influence of PR communication at mass media content and indirectly at public discourse in BiH are ethnic polarization of public and political structure with dominant presence of international community. These variables articulate themes which should be imposed as public agenda through media agenda. These themes are not in a dissonance with psychosocial structure of recipients and occur only in a certain social situation which ethnic publics perceive as the factors of own environment stabilization.

Biografiji

Vedada Baraković, rođena je 10. septembra 1958. godine u Gračanici, gdje je završila osnovno i srednje obrazovanje, di-

plomirala je na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu, Odsjek za žurnalistiku, 1987. a magistrirala na istom fakultetu 2004. godine na postdiplomskom studiju *Bosna i Hercegovina u savremenom svijetu* sa temom *Odnosi s javnostima u Federaciji Bosne i Hercegovine*, te stekla zvanje magistra žurnalistike. Doktorsku disertaciju pod nazivom *Strukturiranje sadržaja bosanskohercegovačkih masovnih medija pod utjecajem odnosa s javnostima* odbranila je na Fakultetu političkih nauka 2007. godine i time stekla zvanje doktora žurnalističkih nauka. Radila je u „Fering“ d.o.o, Međunarodnoj organizaciji za migracije, „Kokaprodukt“ d.o.o, u Općini Gračanica, te u holandskoj organizaciji Geesink. Sarađivala je sa *Našim danima*, *Večernjim novostima*, *Bosanskim reporterom*, *Biljegom vremena*, te lokalnim radio stanicama. Objavila više stručnih i naučnih radova, te učestvovala na naučnim i stručnim skupovima iz oblasti komunikologije i odnosa s javnostima. Učestvovala je u istraživanjima tržišta i stavova javnosti za domaće i međunarodne organizacije. Od 2000. godine angažovana je na Odsjeku za žurnalistiku Filozofskog fakulteta kao asistent, od 2004. kao viši asistent, a 2009. godine izabrana je u nastavno zvanje docenta. Udata je i majka je jedne kćerke. Govori engleski i ruski jezik. □

Bibliografija

NAUČNI I STRUČNI RADOVI

1. Etika odnosa s javnostima – istina kao preduslov razvoja dvostruke odgovornosti, *Zbornik radova Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli*, IV, 2003. (Tekst obrađuje etička pitanja odnosa s javnostima kao oblika javnog komuniciranja savremenih socijalnih struktura sa okruženjem, fokusirajući se na problem istine i odgovornosti. S uvodnom dis-

tinkcijom čemu služe novinari – prvenstveno pravu javnosti da zna, a čemu odnosi s javnostima – potrebama i interesima svojih klijenata, obje se profesije tretiraju kao profesije s odgovornostima prema svojim javnostima da zna istinu prije svega.),

2. Tradicionalni i novi mediji i javno mnijenje, Zbornik radova Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, V, 2004. (Ovaj rad analizira utjecaj masovnih medija na konstituiranje javnog mnijenja. Razvoj masovnih medija u savremenom društvu podijelio je teoretičare u shvatanju utjecaja masovnih medija na konstituiranje kritičke, rezonujuće javnosti i razvoj javne debate.),

3. Odnosi s javnostima u Federaciji Bosne i Hercegovine, *Stav*, Časopis za kulturu, umjetnost i društvena pitanja, godina III, broj 8-9, Tuzla, 2004. (U tekstu su analizirani odnosi s javnostima kao preovlađujući oblik javne komunikacije suvremenih socijalnih struktura sa okruženjem u domaćim uvjetima.),

4. Gutenbergova galaksija – kolaps ili transformacija? Zbornik radova Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, godina V, 2006. godine (Ovaj rad analizira rezultate prožimanja informatike, telekomunikacija i medija u digitalnom okruženju. Ovakva simbioza različitih tehnologija omogućila je i prožimanje i stapanje medija, pa se danas ne može sa sigurnošću i preciznošću povući crta gdje jedan medij prestaje a drugi počinje.),

5. Odnosi s javnostima i pošteno izvještavanje u Bosni i Hercegovini, Zbornik radova Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, VII, 2008. godine (U radu je analizirana bosanskohercegovačka komunikacijska zajednica s polazištem da je ona zapravo refleksija stanja u ostalim podsistemima društva i kao takva dezintegrirana i polarizirana oko etničkih centara moći. Masovni mediji u ovakvim uslovima posreduju poruke do parcijalizirane javnosti, a njihova je objektivnost zamagljena i opterećena etničkim vizurama, što otežava integriranje komunikacijske i zajednice općenito),

6. Utjecaj međunarodnih organizacija na agendu dnevnih listova u Bosni i Hercegovini, Dubrovački medijski dani, Uloga odnosa s javnostima u kreiranju javnog mnijenja, 2007. (Na primjeru utjecaja međunarodnih organizacija na kreiranje sadržaja dnevnih novina u Bosni i Hercegovini autorica pokazuje da savremene društvene strukture preko svojih PR službi mogu kreirati medijsku, a posred-

no agendu javnosti. Kroz analizu medijskih sadržaja autorica pokazuje da se informacije pripremljene na temeljima novinarske epistemologije i upakovane u prepoznatljive novinarske forme, u masovnim medijima objavljuju bez ili uz neznatne korekcije.),

7. Stanovnici ravne ploče; (dez)orijentacijska funkcija masovnih medija, Obrazovanje odraslih, Broj 2, Vol. VIII, Sarajevo, 2008. (U ovom radu autorica proučava aktuelnu komunikacijsku situaciju u Bosni i Hercegovini i zaključuje da samo istinita, blagovremena, nepristrasna ali i potpuna informacija koja će ponuditi širi društveni kontekst, uzroke i eventualne posljedice događaja, jedina može biti platforma za donošenje (ispravnih) političkih odluka u sredinama sa složenom strukturom kakva je BiH.),

8. Nevladine organizacije i agenda setting funkcija masovnih medija, Civilno društvo u BiH: historijski razvoj i aktuelni izazovi, Fondacija Friedrich Ebert, Sarajevo, 2008. godine (U ovom tekstu autorica istražuje značaj podrške javnosti u ostvarivanju ciljeva nevladinih organizacija kao esencijalnih u ukupnim aktivnostima i području djelovanja ovog sektora),

9. Javna percepcija nevladinog sektora u Bosni i Hercegovini, Civilno društvo i ideologija u BiH: Civilno društvo u kontekstu neoliberalnih ideja i ideologija, Fondacija Friedrich Ebert, Sarajevo, 2008. godine (Tekst se bavi ulogom nevladinog sektora u jačanju civilnog društva. Uloga ovog sektora neosporna je i posebno važna za jačanje demokratskog društva u tranzicijskim zemljama. Pored finansijskih problema nevladine organizacije u ovakvim društvima se susreću i s problemom percipiranja njihove uloge i misije od strane javnosti.),

10. Medijska produkcija i posredovanja traumom; Puls demokratije; Fond Otvoreno Društvo Bosne i Hercegovine, Sarajevo, decembar, 2008. godine (Tekst razmatra recentnu dinamiku javnih posredovanja traumom i suočavanja s prošlošću u BiH, a autorica naročito akcenat stavlja na trenutno vladajuće lokalne/globalne medijske ekonomije, vezane za pitanje simbolizacije traume u bosanskohercegovačkom društvu tranzicijskog spektakla. Autorica analizira masmedijske sadržaje kao recikliranje slika i recitiranje proglašenja, obavještenja, dopisa s raznih institucionalnih adresa postdejtonskog javnog imaginarija.) □