

UDK 659.3/.4:81'27
316.77:070

Primljeno: 10. 09. 2019.

Pregledni rad
Review paper

Enita Čustović

KOMUNIKACIJSKO PONAŠANJE U JAVNOM I MEDIJSKOM DISKURSU

Komuniciranje i komunikacijsko ponašanje značajni su fenomeni u oblasti ljudskog djelovanja. Pozicioniranje u javnom i medijskom diskursu neposredno je povezano sa nivoom komunikacijskih kompetencija pojedinca koje presudno utječu na primjerenost i uspješnost njegovog ponašanja u javnoj i medijskoj sferi, kao i na realizaciju i ishod javnog i medijskog diskursa svakog učesnika ponaosob i svih učesnika zajedno. S druge strane, "brzina života" u savremenim društvima diktira i tempo komunikacije, izlažući ljude velikom broju novonastalih situacija i odnosa, čime komunikacija postaje sve većim izazovom. Rad osim teorijske prolegomene o komunikaciji i komunikacijskoj kompetenciji razmatra i neke od bitnih sastavnica komunikacijskog ponašanja u javnom i medijskom diskursu, kao što su kultura dijaloga, etika javne riječi i govor mržnje.

Ključne riječi: komunikacija, komunikacijska kompetencija, komunikacijsko ponašanje, javni diskurs, medijski diskurs

UVOD

*Briljantnost bez sposobnosti komuniciranja
bezvrijedna je u bilo kakvom poduhvatu.*

Thomas Leech

Iako je komuniciranje staro koliko i sam čovjek, njegov značaj i potreba njegova proučavanja nikada nisu dosegli takvu važnost kao danas. Komuniciranje predstavlja jedan od najznačajnijih fenomena u oblasti ljudskog djelovanja: ono je osnovni proces u svakome društvu, odnosno, „suštinski element čovjekovog sporazumijevanja, kooperiranja i ukupnog djelovanja“ (Vreg 1991: 19). Stoga ne čudi izreka da se *mora samo umrijeti i komunicirati*. „Razvoj čovječanstva od čopora i horde do atomske ere bio je dug i mukotrpan. Na tom putu bilo je napretka, ali i stagnacija i padova. Osnovni preduvjet napretka bilo je sporazumijevanje – komuniciranje među ljudima“ (Biškup 1981: 11).

Uzme li se u obzir činjenica da uz pomoć komunikacije (kao procesa razmjene informacija preko dogovorenog sistema znakova), u najširem smislu riječi – egzistiramo, dobijamo zaposlenje, radimo, stvaramo prijateljstva, tumačimo svoje i tuđe ponašanje, iskazujemo zahvalnost, ljubav, nezadovoljstvo, tražimo i pružamo pomoć, podršku, itd. (v. Reardon 1998: 72), postaje jasno koliko je bitno da to činimo valjano. Taj danas veoma raznolik i širok dijapazon komunikacijskih procesa i tokova, u kojima se "prima i daje" enormno veliki broj informacija, podataka, obavijesti, saopćenja... postavlja pred svakog pojedinca težak zadatak da više nego ikada posjeduje egzaktno znanje o jeziku i govoru, tj. ne samo da ovlada svojim jezikom (osnovna pretpostavka), nego da se zna adekvatno i kreativno koristiti njime u različitim prilikama. Poznavanje jezika, govora, znaka i značenja više nije ograničeno na mali broja poznavalaca i onih koji se "usko" bave jezikom¹; to nije i ne smije biti "privilegija" elite. Naprosto, jezička sposobnost (u širem smislu), odnosno *jezičko znanje kao kompetencija koda i upotreba jezika kao kompetencija komunikacije* (upor. Šipka 2005: 20) postali su stvar općeg obrazovanja, dio kulture komuniciranja ili dio kulture uopće. S druge strane, "brzina života" u savremenim društvima diktira i tempo komunikacije, izlažući ljude velikom broju novonastalih situacija i odnosa, čime uspješnost komuniciranja postaje sve većim izazovom. Nažalost, oni kod kojih ta

¹ I pojam "pismenost" izašao je iz okvira svog nekadašnjeg osnovnog značenja, budući da "biti pismen" više ne znači samo "znati pisati". Danas je to mnogo širi pojam koji nerijetko, osim ovladavanja jezičkim normama, podrazumijeva medijsku i informatičku pismenost, poznavanje (barem jednog) stranog jezika i niz drugih znanja, vještina i kompetencija...

“uspješnost” zaostaje ili potpuno izostaje, „morat će se pomiriti s odnosima, karijerom i slikom sama sebe ispod razine koju bi inače mogli postići“ (Reardon 1998: 72). Upravo na nivou “uspješnosti” komunikacije može se govoriti o *raslojavanju komunikatora* na kompetentnije i one manje ili nimalo kompetentne.

U vezi sa prethodno iznesenim, cilj ovog rada orijentiran je upravo prema onim segmentima komunikacije koji doprinose poboljšanju primjerenosti i uspješnosti ponašanja u javnoj i medijskoj sferi. Jasno je da će u pogledu zahtjeva za valjanošću komunikacijskog ponašanja polazišna osnova biti *jezičko znanje kao kompetencija koda*, no posebna pažnja u ovom radu bit će posvećena važnim, no često zanemarenim segmentima komunikacije kao što su *kultura dijaloga, etika javne riječi i govor mržnje*.

1. KOMUNIKACIJSKA KOMPETENCIJA I KOMUNIKACIJSKO PONAŠANJE

Polazeći od hipoteze da nivo komunikacijskih kompetencija pojedinca značajno utječe na primjerenost i uspješnost njegovog ponašanja u javnoj i medijskoj sferi, kao i na realizaciju i ishod javnog i medijskog diskursa u cjelini, u nastavku rada slijedi kratak pregled teoretičara koji su dali bitan doprinos u razumijevanju pojma komunikacijske kompetencije.

1.1. Komunikacijska kompetencija – teoretske postavke

Načelo kompetencije, o kojem je u okviru svoje teorije komunikativne kompetencije govorio i Jürgen Habermas (Jürgen Habermas) proučavajući ravnopravnost komunikacijskih mogućnosti za učesnike u razgovoru ili socijalnom djelovanju, dospjelo je u sferu interesovanja 60-ih godina prošlog stoljeća. Teorijom komunikativne kompetencije bavio se i France Vreg ističući da „proces komuniciranja (kao oblik međusobne interakcije) pretpostavlja komunikacijsko djelovanje komunikacijskih partnera koji se u komunikacijskoj interakciji pokušavaju (spo)razumjeti. Recipijent je onaj komunikacijski djelujući pojedinac koji u komunikaciji želi nešto razumjeti, odnosno s komunikacijskim partnerom podijeliti značenja“ (Vreg 1998: 66). Uvođenje termina kompetencija u lingvistički diskurs vezuje se ponajprije uz Noama Čomskog (Noam Chomsky) i to teoretskom postavkom razlike između *kompetencije* (znanje o jeziku) i *performanse* (stvarne

upotrebe jezika u konkretnim situacijama). Nadalje, Del Hajms (Dell Hymes) 1972. godine uvodi alternativni, širi i, kako se smatralo, realističniji pojam kompetencije, nazivajući ga *komunikacijska kompetencija*. Kako bi razjasnio i dalje razvio pojam komunikacijske kompetencije, Henri Vidovson (Henry Widdowson) je krajem 70-ih godina prošloga stoljeća napravio razliku između kompetencije i sposobnosti. Majkl Kanal (Michael Canale) i Meril Svejn (Merrill Swain) su komunikacijsku kompetenciju razumijevali kao sintezu temeljnog sistema znanja (ono što pojedinac, svjesno ili nesvjesno, zna o jeziku) i vještina (kako pojedinac može upotrijebiti navedena znanja u stvarnoj komunikaciji). Insistiraju na njenoj kompleksnosti, postavljajući model komunikacijske kompetencije koji u početku sadržava tri komponente, odnosno tri područja znanja i vještina: gramatičku, sociolingvističku i strategijsku kompetenciju, a kasnije i četvrtu komponentu (Kanal, 1983, 1984), tzv. "diskursnu kompetenciju" (v. Bagarić, Mihaljević Djigunović 2007: 87).²

Lajl Bahman (Lyle Bachman) i Adrijan Palmer (Adrian Palmer) iznijeli su 1996. godine, na temelju rezultata empirijskog istraživanja i relevantne literature, svoj model komunikacijske kompetencije. Prema ovoj dvojici autora, Bachmanu i Palmeru, na komunikacijsku jezičku sposobnost utječu mnoge osobine korisnika jezika, a oni ih dijele u četiri grupe: opće osobine, tematsko znanje, afektivna shema i jezična sposobnost (v. Bachman, Palmer 1996: 64-68). Uzimajući u obzir navedeno, a u kontekstu ovog rada, čini nam se da se definicija (interpersonalne) komunikacijske kompetencije koju postavlja K. K. Reardon najprihvatljivija – dakle to je „stupanj u kojemu su nečija ponašanja primjerena situaciji i tako omogućuju osobi da ostvari svoje individualne i relacijske ciljeve“ (Reardon 1998: 72). Nadalje, u vezi sa komunikacijskom kompetencijom nužno je spomenuti i dvije vrste društvenih vještina koje Reardon navodi – *kognitivne i bihevioralne* društvene vještine (v. Reardon 1998: 76-90). U nastavku rada, bit će govora o značajkama komunikacijskog ponašanja u javnom i medijskom diskursu.

1.2. Komunikacijsko ponašanje u javnom i medijskom diskursu

Za početak, čini se nužnim razlučiti zašto se u kontekstu ovog rada govori o kompetenciji u javnom i medijskom diskursu, a ne o sposobnosti, odnosno zašto u ovom slučaju ne može biti uspostavljena sinonimija. Pojam *komunikacijska*

² Ovdje je nužno naglasiti da se spomenuti autorski par bavio uglavnom komunikacijskom kompetencijom pri usvajanju stranog jezika, međutim, zaključci do kojih su došli mogu se primijeniti i šire u sferu komunikacijskog djelovanja i ponašanja u javnoj i medijskoj sferi.

sposobnost bi značio *sposobnost da neko komunicira* uopće, bez obzira na to kako i koliko valjano to činio. S druge strane, *kompetencija* bi upravo značila tu *valjanost ili stepen valjanosti komunikacije*, ali tako da „kompetencija nije nešto što je ili prisutno ili odsutno u apsolutnome smislu, nego da je to varijabla, koju svako posjeduje u određenom stupnju. Komunikacijska ponašanja mogu biti više ili manje kompetentna u postojećim odnosima, situacijama i uz postojeće sudionike“ (Reardon 1998: 72).

Značaj proučavanja ove problematike višestruk je, ne samo zbog svoje aktuelnosti, nego i zbog vidne zanemarenosti. Zbog složenosti komunikacijskih kompetencija, mnoge se nauke sistemski bave izučavanjem ovog fenomena, a u novije vrijeme prisutniji je interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup u njihovom proučavanju. Poznato je da je jezik osnovno sredstvo komuniciranja među ljudima, povezivanja ljudi, međutim, mnogi problemi u bosanskohercegovačkoj jezičkoj situaciji, „osobito oni proistekli iz korelacije jezik – nacija i jezik – nacionalne politike, zapravo jesu posljedica postupka mistifikacije jezika u svrhu njegova iskorištavanja za unaprijed zacrtane izvanjezičke ciljeve koje postavljaju nacionalne elite“ (Vajzović 2008: 361). Na taj način, osnovno svojstvo komunikacije biva zanemareno i ona poprima oblike manipulacije, te utječe na šire društvene odnose (stvaranje različitih tenzija).

Govorenje u javnosti nekada je bila stvar privilegije – veoma se oprezno odlučivalo o tome ko će i kada istupiti u javnost. Danas, zahvaljujući novim medijima, gotovo svako može javno reći svoje mišljenje, onako, bez zadržke, ne štedeći dostojanstvo i integritet drugoga i pozivajući se na „slobodu izražavanja“, potpuno pogaziti činjenicu *da sloboda jednoga prestaje ondje gdje počinju prava drugoga*. Javno, danas, nastupaju i istupaju svi, dajući sebi za pravo da raspravljaju i iznose mišljenje o predmetu svoga interesovanja, bilo da se time bave profesionalno ili onako, usput, iz hobija ili obijesti, bez obzira na raslojavanje po bilo kom osnovu: spolnom, starosnom, nacionalnom, individualnom, funkcionalnom, teritorijalnom, socijalnom... O (ne)kvaliteti javnih nastupa u BiH svjedoče i sve učestalije javne klevete neistomišljenika, prepucavanja, demantiji, narušavanje ugleda određene osobe, izlaganje javnoj poruzi, osudi, odnosno, ponašanje neprimjereno javnom diskursu, naročito u domenu političke komunikacije, zaboravljajući da „jezik u političkom komuniciranju ima svoju kulturnu komponentu kako na individualnom tako i na kolektivnom (društvenom) planu. U prvom slučaju, radi se o: kulturi govora koju ima jedan političar, načinu interpretiranja političkih poruka, poznavanju stranih jezika – odnosno načinu diplomatskog odnošenja prema stranim državicima i sl. tome. U drugom slučaju, na jezik se gleda kao na krucijalnu stvar svake društvene

zajednice. U sferi komuniciranja, postoje pretenzije za dominacijom jednog jezika i samim tim širenja određenih kulturno-nacionalnih vrijednosti“ (Šaćić 2004: 103-104).

U vezi sa komunikacijskim ponašanjem u javnom i medijskom diskursu valja u obzir uzeti tri veoma važna segmenta – kulturu dijaloga, etiku javne riječi te huškačku retoriku i govor mržnje. Vodeći računa o svakome od njih doprinijet će se podizanju nivoa komunikacijskih kompetencija učesnika i, u konačnici, uspješnosti ostvarenja komunikacijskih ciljeva u javnoj i medijskoj sferi.

1.2.1. Kultura dijaloga

Dijaloška kultura podrazumijeva uvažavanje sagovornika, razmjenu mišljenja bez uvreda, odsustvo nipodaštavanja, podmetanja, netolerancije ili, još gore, govora mržnje. U takvom tipu komuniciranja prevladava snaga argumenata i činjenica, a ne argument snage političkog, ideološkog, kulturnog ili bilo kojeg drugog nasilja nad sagovornikom. Najvažnija pretpostavka dijaloške komunikacije jeste ravnopravnost sudionika i to ne samo dok dijalog traje, već sve dok traju posljedice dijaloga. Nažalost, na javnoj sceni u Bosni i Hercegovini sve češće na površinu isplivava najniža razina kulture dijaloga.³ Iako je „javna sfera“ arena u kojoj se odvija javna debata i formiraju mišljenja o pitanjima od opšteg značaja” (Gidens 2007: 465), učesnici javnog i medijskog diskursa umjesto otvorenog razgovora nerijetko koriste argument snage bez slušanja sugovornika, budući da se dijalog smatra borbom u areni iz koje neko mora izaći kao pobjednik ili poraženi. „Dobri maniri podrazumevaju visok stepen samokontrole. Kontrola je znak zrelosti, prisebnosti, znak razumevanja i poštovanja drugih; staložena osoba pokazuje visok stepen oslobođenosti. Kontrola emocija je posebno značajna u poslovnom okruženju. Prepuštanje izrazito temperamentnim reakcijama ili preterano pokazivanje emocija i insistiranje na njima, može da ugrozi poverenje u nekoga. Pokazivanje ljutnje i besa je, takođe, nepoželjno ponašanje, jer provocira sukob. Osoba sklona rešavanju situacija kroz vikanje, galamu

³ V. tekst na: http://www.slobodnaevropa.org/content/kultura_dijaloga_uvrede_umjesto_dijaloga/24269257.html

⁴ Z. Peruško ističe kako je „javna sfera pojam koji je u engleski jezik, a kroz njega i u druge, ušao zbog lošeg prijevoda Habermasovog pojma *Offentlichkeit* kao javne sfere umjesto javnosti (*Strukturwandel der Offentlichkeit*, 1962., prevedeno na engleski 1989. kao *Structural Transformation of the Public Sphere*). Splichal navodi da je do 1989. u svjetskim časopisima objavljeno samo 15 znanstvenih članaka koji su u naslovu imali pojam „javna sfera“, dok su između 1990. i 2005. objavljena 343 članka (2008: 6). Iako se ponekad pogrešno zamjenjuje za javnost, javna sfera ima i vlastito značenje” (Peruško 2011: 26).

i svađu, zapravo je nesigurna i nestabilna ličnost. Kada se uspostavi kontrola nad sopstvenim ponašanjem i reakcijama, tada se otvara mogućnost za kontrolisanje drugih“ (Marković 2003: 174), jer „i najbrižljivije planirana komunikacija, željeni transfer informacija, može pod dejstvom emocionalnih činilaca doživjeti potpuni krah“ (Damjanović 1990: 240).

1.2.2. Etika javne riječi

Tolerisanje javne zloupotrebe jezika, a kako to R. Bugarski navodi u svojoj knjizi *Nova lica jezika*, zapravo je „nakaradno shvaćanje demokracije kao svačije nesputane slobode da govori i čini što ga je volja, bez ikakvih posljedica zbog kršenja elementarnih normi civilizovanog ponašanja“ (Bugarski 2002: 45). Upravo zato, nužno je upoznati se sa etičkim normama, te osposobiti za poštivanje tih normi. „Etika je nauka o moralu. Svrstavaju je među filozofske nauke. U osnovi, bavi se razmatranjem pojmova i fenomena dobra, vrline, dužnosti i odgovornosti. Pošto dobro, vrlina, dužnost i odgovornost ne postoje "in abstracto" (istina, Platon je upravo tako tvrdio), nego u vezi sa čovjekom i ljudima, tj. u vezi sa odnosima između ljudi – etika nužno obuhvata i proučava i sferu komunikacije. Izvan te sfere, ona, zapravo, i ne postoji“ (Nuhić 1999: 13).

1.2.3. Huškačka retorika i govor mržnje

Bugarski navodi da termin "govor mržnje" (prema engl. hate speech) „označava verbalno izražavanje snažnih negativnih osjećanja usmjerenih prema nekoj društvenoj grupaciji koja se označava kao antagonistička“ (Bugarski 2002: 209). Djelatnici u javnim nastupima nerijetko koriste neprikladan govor, prema političkim neistomišljenicima se odnose netolerantno, a verbalnim nasrtajima i nekorektnim ponašanjem šire govor mržnje i netrpeljivosti. Te otrovne strijele, međutim, ne pogađaju samo one na koje su direktno usmjerene, već i javnost uopće, jer javne ličnosti govorom i ponašanjem utječu na formiranje javnog mnijenja. Govor mržnje najveće domete postiže kada ga „proizvode i preko kontrolisanih medija emituju vodeće političke snage, zajedno sa onim intelektualnim i duhovnim krugovima koji im se u tome složno pridružuju, iz ubjeđenja ili interesa“ (Bugarski 2002: 210).

Nažalost, kada jednom postane uobičajen i podrazumijevajući, govor mržnje iz javnog života teško se povlači. "Razlog zašto mnogi danas upotrebljavaju veoma opore riječi u parlamentarnim klupama i skupštinskim aulama i za govornicama je u

tome što obično taj govor koriste oni politički slabiji, politički nemoćniji, koriste oni na koje se nikako ne može pažnja obratiti – i ne bi se obratila pažnja zarad i apropo njihovih političkih programa, političkih ideja ili političkih stavova kao nečega novoga što donose na bh. političkoj i društvenoj sceni. I kada nema tako nečega i kada nema toga, onda je jasno da ostaje nešto drugo ne bi li se skrenula pažnja, ne bi li se pokušali dobiti neki eventualni i potencijalni glasači. I onda je tu najbolji sigurno jedan govor mržnje i jedna netolerancija koja može kod nekih ciljnih grupa koje još uvijek žive u jednom takvom ambijentu izazvati određene simpatije.”⁵

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Specifičnost konfuzne, politikom determinirane društveno-jezičke stvarnosti, nerijetko do apsurdnosti isprepletene, sukobljene i ponekad potpuno nacionalno isključive, dodatno usložnjava ionako složenu komunikacijsko-jezičku situaciju. Istraživanje i analiza komunikacijske kompetencije u javnom i medijskom diskursu predstavljalo bi svojevrsni izazov za svakoga ko se bavi jezikom i komunikacijom. Pritom, svaka serioznija analiza mora uzeti u obzir sljedeće: nivo komunikacijskih kompetencija u javnom i medijskom diskursu u značajnoj mjeri zavisit će od općeg, profesionalnog i jezičkog obrazovanja; podizanje nivoa komunikacijskih kompetencija učesnika u javnom i medijskom diskursu od primarnog je značaja, budući da nizak nivo komunikacijskih kompetencija utječe na šire društvene odnose; javna komunikacija političke elite ponekad ukazuje na nizak stepen poštivanja etike i kulture dijaloga; primjenom metoda i tehnika političkog marketinga, dobro planirano i osmišljeno, primjereno, te adekvatno realizirano komunikacijsko ponašanje političkog dužnosnika može doprinijeti uspjehu političke stranke na izborima, odnosno, osvajanju ili zadržavanju vlasti. Svaki učesnik javnog diskursa, nužno bi trebao imati *znanje (šta?)* i *vještinu (kako?)*, što, osim ovladavanja vještinom izražavanja (usmenog i pismenog), podrazumijeva kvalitetnu ličnu komunikaciju, sposobnost da se “iznese” javni nastup (ili istup), profesionalnu upućenost, asertivnost, prezentacijske vještine, šarm i ljubaznost, odgovornost prema sebi i drugima, poštivanje kulture dijaloga, etike javne riječi i još mnogo različitih sposobnosti i osobina, koje u konačnici utječu na primjerenost i uspješnost komunikacijskog ponašanja.

⁵ Više na: http://www.slobodnaevropa.org/content/kultura_dijaloga_uvrede_umjesto_dijaloga/24269257.html

BIBLIOGRAFIJA

KNJIGE

1. Bachman, Lyle, Adrian Palmer (1996), *Language Testing in Practice: Designing and Developing Useful Language Tests*, OUP, Oxford
2. Biškup, Josip (1981), *Osnove javnog komuniciranja*, Školska knjiga, Zagreb
3. Bugarski, Ranko (2002), *Nova lica jezika*, Biblioteka XX vek, Beograd
4. Damjanović, Mijat (1990), *Menadžerska revolucija*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
5. Gidens, Entoni (2007), *Sociologija*, Ekonomski fakultet, Beograd
6. Marković, Marina (2003), *Poslovna komunikacija*, Clio, Beograd
7. Nuhić, Muhamed (1999), *Javna riječ i odgovornost*, Filozofski fakultet, Tuzla
8. Peruško, Zrinjka (2011), *Uvod u medije*, Naklada Jesenski i Turk - Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
9. Reardon, Kathleen K. (1998), *Interpersonalna komunikacija - gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb
10. Šaćić, Nermina (2004), *Politička socijalizacija i mediji*, Internews B&H, Sarajevo
11. Šipka, Milan (2005), *Kultura govora*, Institut za jezik u Sarajevu, Sarajevo
12. Vajzović, Hanka (2008), *Jezik i nacionalni identiteti*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo
13. Vreg, France (1991), *Demokratsko komuniciranje*, NUB BiH, Sarajevo
14. Vreg, France (1998), *Humana komunikologija*, Tiskara HD Lučko, Zagreb

ČLANCI

1. Bagarić, Vesna, Jelena Mihaljević Djigunović (2007), "Definiranje komunikacijske kompetencije", *Metodika*, Vol. 8, br.1, Učiteljski fakultet, Zagreb, 84-93.

INTERNET IZVORI

1. Nikolić, Maja (2011), „Ne-kultura dijaloga: Uvrede umjesto razgovora“, Pristupljeno 10.09.2019. http://www.slobodnaevropa.org/content/kultura_dijaloga_uvrede_umjesto_dijaloga/24269257.html

COMMUNICATION BEHAVIOR IN PUBLIC AND MEDIA DISCOURSE

Summary:

Communication and communication behavior are significant phenomena in the field of human action. Positioning in public and media discourse is directly related to the level of communication competence of an individual. Communication competence can be considered as crucial for the appropriateness and success of his or her behavior in the public and media sphere, as well as for the realization and outcome of the public and media discourse of each participant individually and all participants together. On the other hand, the “speed of life” in modern societies also dictates the pace of communication. People are exposed to a large number of emerging situations and relationships that makes communication an increasingly challenging. In addition to the theoretical stronghold on communication and communication competence, the paper examines some of the essential features of communication behavior in public and media discourse, such as the culture of dialogue, the ethics of public words, and hate speech.

Key words: communication; communication competence; communication behavior; public discourse; media discourse

Adresa autora
Autors' address

Enita Čustović
Univerzitet u Sarajevu
Fakultet političkih nauka
enita.custovic@fpn.unsa.ba