

NIKOLINA BORČIĆ

STRUČNJAKINJA ZA POLITIČKU KOMUNIKACIJU, IMIDŽ I JEZIK, AUTORICA KNJIGE 'VRAG JE U DETALJU' S PODNASLOVOM 'DISKURS I IMIDŽ U POLITICI', GOVORI O NEOČEKIVANOM POLITIČKOM DVOBOJU

Moć imenovanja stvari ima onaj tko vlada: što je dobro, što je korupcija i što nije...



Trump i Milanović nisu usporedivi. Milanoviću je uvijek jako važno da kaže istinu, odnosno svoj pogled na situaciju, i ta istina može se reći ovako ili onako. Ali pretjeruje u etiketiranju i u argumentima ad hominem i ne bi bilo dobro da nam to postane standard, naglašava naša sugovornica



Razgovarao
Branimir Pofuk

U biblioteci Janus zagrebačke izdavačke kuće TIM press nedavno je objavljena knjiga pod naslovom "Vrag je u detalju", s podnaslovom "Diskurs i imidž u politici". Bio je to povod za razgovor s njezinom autoricom Nikolinom Borčić, stručnjakinjom za političku komunikaciju, imidž i jezik.

Nakon završenog studija njemačkog i ruskog jezika i književnosti prvi je doktorat napravila iz područja lingvistike, nakon čega se posvetila komunikologiji, doktoriravši i na tom području. Knjiga je prepuna konkretnih primjera i usporednih

lingvističko-komunikoloških analiza govora hrvatskih političara tijekom posljednjih nekoliko godina, uz primjere iz svijeta, poput utjecaja Donalda Trumpa na populistički i zabavljajući diskurs u politici.

No trenutak u kojem smo razgovarali pobrinuo se za mnogo svježih primjera i obrata u hrvatskoj politici uoči još jednih izbora.

Što ste do prošlog petka očekivali od predizborne kampanje i samih izbora koji su pred nama?

Očekivala sam predvidljivu kampanju, prilično lošu, mnogo više usmjerenu na međusobno rušenje vjerodostojnosti nego na sadržaj, i to na predvidljiv način koji smo i do sada cijelo vrijeme gledali. Općenito, naša komunikacija u politici i o politici rijetko je kvalitetna u smislu sadržaja. Ljudi vole komentirati kada netko napravi neki šou ili bilo što drukčije od uobičajenog, a nismo naviknuti na argumentaciju i kvalitetno iznošenje programa. Zbog sve-

ga toga nisam imala nikakva velika očekivanja. Ali ni u snu nisam mogla zamisliti ovakav obrat koji, vjerujem, nitko od nas nije ni očekivao ni predvidio.

Prije nego što nastavimo o tom obratu, definirajte nam najprije što znači sadržajnost? Je li to, na primjer, niza nje statističkih podataka o dosadašnjim postignućima kakvo smo slušali na Općem saboru HDZ-a?

Tu imamo dvije razine. To jest sadržaj, ali primarna je komunikacijska taktika. U ovom slučaju odabrana je afirmacijska komunikacijska taktika u kojoj se o vlastitim uspjesima može govoriti kroz koliko-toliko provjerljive ili vidljive podatke ili rezultate. To je konkretan sadržaj koji je provjerljiv, a iznosi se u svrhu povećavanja vlastite vjerodostojnosti. Međutim, iluzija je da kod nas komunikacija u politici i o politici može biti samo takva. Ljudi ne vjeruju političarima, a često se radi o općim obećanjima koja ionako nisu provediva u jednom

mandatu. Što znači poboljšati život građana? Nekim građanima život će doista biti poboljšan, a drugima neće. Puno je tu rupa koje treba popuniti sadržajem. To bi trebalo konstantno i dosljedno pratiti, provjeravati, raspravljati o konkretnim primjerima, recimo zašto ste napravili ovu, a ne onu cestu... Druga vrsta rasprave usmjerena je na način, na osobe, na etiketiranje, na argumentaciju koja je pogrešna jer ne ide ad rem nego ad hominem. Te dvije razine djeluju po principu spojenih posuda i to nije samo hrvatski problem, nego odraz stanja stvari posvuda. Samo što se u uređenim državama, a ja kao primjer volim uzimati Njemačku, ipak malo više i kontinuirano propituje "za" i "protiv" na konkretnim primjerima pa su ljudi i više naviknuti na taj tip informacija, dok kod nas u principu prevladava interpretacija.

Vaša knjiga zove se "Vrag je u detalju". Je li taj vrag i u onome što se pri takvom nabranju postignuća neke

stranke prešuti?

Da, kao i u onome što se spomene. U politici nema objektivne istine. Uvijek postoje primjeri koji onome koji govori idu u prilog, kao i oni suprotni. I tu dolazimo do moći jezika. Birajući naslov knjige, vodila sam se njemačkom poslovičicom. Nijemci su precizni. U svakoj izjavi, u svemu što govorite, možete odabrati strateški pristup u kojem je važan taj detalj. Naša najveća moć u životu je stvaranje značenja. Njemački lingvist Leo Weisgerber definirao je tu našu najveću moć pojmom koji na hrvatski prevodimo kao "urječavanje". To je način na koji opisujemo i stvaramo značenje svijeta oko nas i način na koji sve to razumijemo.

Uzmimo za primjer tvrdnju Andreja Plenkovića izrečenu na Općem saboru HDZ-a da su njegova stranka i Vlada upravo uzorni primjer borbe protiv korupcije.

Onaj tko vlada odabirom perspektive, tko ima moć da mediji preno-

se njegove izjave, ima mogućnost imenovati stvari: što je dobro, što je normalno, što je korupcija i što nije korupcija, što je borba protiv korupcije, a što nije. Onaj tko je tu vješt i strateški upravlja svojim govorom, može nametnuti značenja. To je ta preciznost. Nisam mogla ni sanjati da će naslov moje knjige biti sudbina ovih izbora. Na primjer, kako će netko komu jezik i komunikacija nisu struka moći točno odrediti što je zabranjeno, a što nije zabranjeno u trenutačnom hrvatskom političkom diskursu, u razgovorima o predizbornom razdoblju? Uvijek imamo tekst i podtekst, ono što je izgovoreno i ono što nije izgovoreno, a svima nam je jasno. Na primjer, tko može odrediti krši li predsjednik SDP-a upozorenje Ustavnog suda ako javno citira upravo to upozorenje da ne smije spominjati Zorana Milanovića kao premijerskog kandidata. Vama se u tom trenutku u svijesti javi jednadžba Zoran Milanović = premijerski kandidat, po principu one reklame "nemoj misliti na torticu". George Lakoff napisao je sjajnu knjigu "Nemoj misliti na slona" (Don't Think of an Elephant), u kojoj se bavi vrijednostima i uvjerenjima američkih republikanaca i demokrata. U njoj pokazuje kako izbor riječi u ljudima asocira znanje, informaciju. Oduvijek je najveća moć bila u jeziku. Sjetimo se nacizma i riječi kojima su označavani Židovi. U DDR-u se nije smjela koristiti riječ nezaposlen, nego osoba koja traži posao. U Putinovoj Rusiji ono što se događa u Ukrajini ne naziva se ratom, nego isključivo specijalnom vojnom operacijom. Tako se stvaraju konstrukti. Za mene je do sada kod ovih izbora najvažnije to što se najviše bavimo imenovanjem, opisanjem onoga što je zabranjeno, a što nije. A to je nemoguće odrediti jer ne može se jednom odlukom ukinuti podtekst, ne može se ljudskom mozgu zabraniti da stvara određene slike pri samom spomenu te odluke. To je sada postala komunikacijska taktika SDP-a koju bih ja nazvala nomen est omen. Sve to pokazuje koliko je govor o politici, kao i politika sama, moćno oruđe upravljanja ljudima, a okolnosti su takve, ne samo kod nas, da je sve prilično pojednostavljeno i da se koristi leksik koji bi u prijašnjim razdobljima bio nezamisliv i neprihvatljiv kod ljudi na tako visokim političkim pozicijama.

Iznenaduje li vas u tom pogledu išta u načinu komunikacije Zorana Milanovića?

Dugo ga pratim i analiziram i oduvijek je bio oseban. Sadašnji način obraćanja snažniji je i oštiji u odnosu na vrijeme kada je bio premijer i kada je primjerice Tomislava Karamarka pozivao da izađe i bori se s njim na izborima.

Što mislite o obratu koji se dogodio prošlog petka na razini iznenađenja, nećeg što apsolutno nitko tog dana nije očekivao ili predvidio?

To je apsolutno bilo veliko iznenađenje izrazito snažnog djelovanja i učinka. Brojni interpretatori nisu bili spremni za to i još uvijek se ne snalaze najbolje. Novo stanje opisuju starijim sredstvima. Predsjednik Milanović svojom je objavom tog petka u potpunosti izokrenuo jezik kojim se govori o trenutačnim događanjima. U kontekstu semantičkog ratovanja, o kojem mnogo pišem u svojoj knjizi, on je izveo jedan od najsnažnijih poteza, koji zovemo okupacijom pojma. U ovom slučaju on je okupirao pojmove kao što su nesposobnost institucija i nepovjerenje u institucije, jednako kao što HDZ kontinuirano pod svojim retoričkim okriljem, kao da samo njima pripada, drži pojam domoljublja. Teško je sve to analizirati i snaći se u tome bez dubokog poznavanja jezika i komunikacije. U formi čiste negacije imenice i glagoli u našoj svijesti ostavljaju dublji otisak nego u afirmativnom obliku. Na primjer, ako kažem da ne smijem reći da je neki Marko uspješan, do vas će svejedno doći informacija da je Mar-

ko uspješan, bez obzira na to što sam ja rekla da to ne smijem reći. Dakle, ispada da se gubimo u detaljima, ali da, zahvaljujući Milanoviću, sada svi mogu vidjeti kako se na dojmu i značenju dobiva i gubi na detaljima.

Znači, kad netko izjavi da ne smije reći tko mu je premijerski kandidat, proizvodi snažniji dojam nego što bi to činila jednostavna afirmativna izjava?

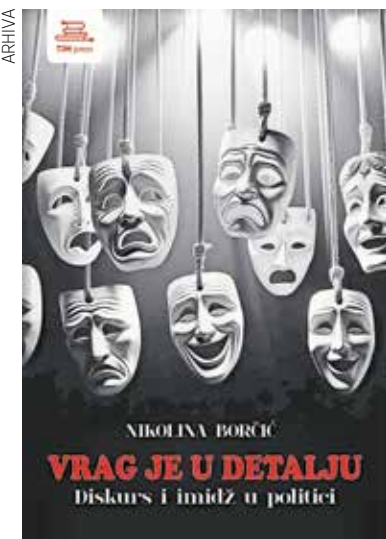
Da. K tomu, izjave ne možemo analizirati izvan konteksta trenutka. A momentum je snažan šok i ogroman priljev pažnje koji su dobili Zoran Milanović i SDP, kako od ljudi koji inače prate politiku tako i od onih koji je ne prate. Taj momentum je stvoren i njegovi akteri više ne moraju ponavljati svoju priču. Dovoljno je da kažu: "Eto, ja to ne smijem." Čak ne moraju više reći ni što to ne smiju. To je povuklo za sobom sva ostala događanja i izjave u ta četiri dana, sve do odluke, odnosno upozorenja Ustavnog suda i moram reći da me je strah što nas još sve čeka u idućem razdoblju.

Možemo li reći da su Zoran Milanović i SDP u ta četiri dana zapravo već odradili svoju cijelu predizbornoj kampanju, koja službeno još nije ni počela?

Oni su odradili lansiranje. A kad nešto lansirate, morate to znati i održati. Ne kopiram predsjednika, nego i sama volim poslovice pa ću reći da svatko može stradati od vlastitog mača ako ne uspije prepoznati što mu je plus i kada treba stati i primijeniti drugačiju taktiku. Oni su u ta četiri dana stekli takav veliki plus, ali trebat će ga znati zadržati i prepoznati kada pretjeruju te odlaze korak predaleko. U prvim su danima na svoju stranu dobili određeni dio publike i glasača koji su do tada bili nezainteresirani i pasivni. Ako pretjeraju, to mogu ugroziti, a kod Zorana Milanovića to je uvijek problematična crta, sklonost da ne stavi točku kada treba, nego kaže previše i ode predaleko i preširoko. Vidjet ćemo. Četiri tjedna u tom smislu i vrlo kratko i vrlo dugo razdoblje. Ovisi i kako će se ponašati druga strana, koliko će im davati na težini, a koliko će se držati vlastitog narativa.

Predsjednik Milanović kao trenutak vlastite odluke precizno je odredio trenutak imenovanja novog državnog odvjetnika Turudića i očito računao na to da o tome javno izgovara ono što jako mnogo ljudi misli...

Cijeli slučaj gospodina Turudića ogromnu pažnju javnosti dobio je u trenutku objave privatnih prepiski, a vjerujem da većina ljudi danas zna tko je kome rekao "di si, radosti" i "di si, lipa". Način na koji se ta priča zavrtjela i bila prisutna u medijima dio ljudi mobilizirao je da prema svemu tome zauzme neki stav. Na taj se momentum naslonio i predsjednik Milanović označivši trenutak imenovanja gospodina Turudića kao razlog svojih odluka i postupaka. Dobro se sjećam kako su novinari 2021. godine, tijekom korone, pitali predsjednika Milanovića kako to da baš i ne kritizira premijera Plenkovića. A on je odgovorio, citirajući srpskog književnika Matiju Bečkovića: "Čeracemo se mi još, sve može biti osim da se ne čeramo, samo sada nije vrijeme." A sada je očito došao taj trenutak, to vrijeme za direktan sukob u kojem



Birajući naslov knjige, vodila sam se njemačkom posloviceom. Nijemci su precizni, kaže Nikolina Borčić

će jedan ili drugi pobijediti. Samo što smo mi kao društvo žrtve tog sukoba. Jako bih voljela da se ljudi zainteresiraju za sadržaj, jer svakog od nas, zanimala nas politika ili ne, politika prati u stopu i odlučuje o mnogočemu u našem životu. Zato me žalosti svaki put kad čujem da netko kaže da ga politika uopće ne zanima. Sada su se mnogi zainteresirali i nadam se da će ipak u ova četiri tjedna biti i sadržajnih rasprava s nekim konkretnim podacima i vizijom, a ne samo i isključivo o tome što je zabranjeno, a što nije.

Sobzirom na nemogućnost, kako kažete, zabrane podteksta i asocijacija vaše će ljudi imati, koliko s gledišta vaše struke uopće ima smisla odluka, odnosno upozorenje Ustavnog suda?

Želim samo naglasiti koliko je u tim stvarima važno biti precizan. Riječ je o domeni komunikacije, jezika, teksta i podteksta. Dobro se zna u kakvoj sredini živimo, znaju se akteri i način njihove komunikacije. Kada se u tom kontekstu nešto ide zabraniti, druga strana i to može iskoristiti kao još jedan momentum kreiranja pažnje. Tu je jako važan osjećaj odgovornosti i da konačno shvatimo kako je komunikacija doista naša najveća moć. Kada bismo svi bili sposobni precizno komunicirati, točno imenovati i objasniti svoje misli i ideje, ne bismo imali nikakvih problema sa svijetom oko sebe. Na tom polju svatko od nas snalazi se kako umije i može i na svakodnevnoj razini to je dovoljno. Ali, način komunikacije na visokim političkim razinama ima i dalekosežnije posljedice. Pogledajmo samo kako Trump gradi strategiju komunikacije u ovoj svojoj novoj kampanji. Cilj je prezentirati glavne točke svoje strategije, slabosti protivnika i odabrati način na koji će se prezentirati vlastita vizija, kroz strategiju polupune ili poluprazne čaše. Pobjednik je onaj koji će više svojih slušatelja navesti da razmišljaju i gledaju na stvari onako kako ih on predstavlja. A tu su i nadimci, još jedan vrlo moćan instrument u političkoj komunikaciji. Ako je itko bio kreativan na tom polju, bili su to jedan prema drugome predsjednik i premijer. S jednim nadimkom možete ispričati cijelu priču o nekom

čovjeku. U ovoj situaciji kod nas sada ima jako puno prostora za interpretacije i manipulacije i sljedeće razdoblje svima će biti jako izazovno, pogotovo nama koji sve to profesionalno pratimo. Nikako ne želim reći da je dobro manipulirati, apsolutno nije jer gubimo priliku čuti išta od programa. Sada se sve svodi na borbu s dojmom i perspektivom. A bit će i jako zanimljivo pratiti tko će odabrati koju taktiku i koliko će u tome biti dosljedni. Također je jako važno koliko će tko biti dobar u prepoznavanju "mini-momentuma", trenutaka kada ćete, kome i na koji način nešto reći da to odjekne, da utječe na stav birača i da ne bude percipirano ni kao previše ni kao premalo.

Je li vam Zoran Milanović ikada djelovao kao čovjek koji taktizira s riječima, pomno planira i dozira što će kome i u kojem trenutku reći?

Mislim da je on jako načitan i da ima jako specifičan idiolekt – kako stručno nazivamo sveukupan način izražavanja. Ako biste ljudima čitali izjave političara, ne navodeći tko je što rekao, većina bi sigurno nepogrešivo prepoznala ono što je izgovorio Zoran Milanović. On privlači ljude i time što je prepun suprotnosti. Dok govori, spaja riječi i pojmove koji bi za 99,9 posto ljudi bili nespojivi. U tome je istodobno i njegov problem, što u svakoj izjavi daje previše podteksta, otvori još deset drugih priča. Mislim da ga ljudi puno bolje razumiju kad je umjeren, kao što je bio u prvoj izjavi prošlog petka. Nisam sigurna da baš svjesno kontrolira koliko će različitih poveznica i metafora nakrcati u pojedina obraćanja. Njegovo ogromno znanje je vidljivo, kao i glavna misao, ali moj je dojam da ga ta misao često ponesu da doda još nešto, pa još nešto i još nešto...

Ne mogu zamisliti spin-doktora ili pisca govora koji bi spojio u istoj rečenici krapinskog pračovjeka i crnu slavonsku svinju poput njega. Je li to istovremeno i znak njegove autentičnosti?

Da, to je definitivno znak njegove autentičnosti, a i mislim da nije tip osobe koja bi ikoga slušala, premda vjerojatno s puno ljudi razgovara. Sjećam se konferencije u Njemačkoj, još u vrijeme Angele Merkel i prve migrantske krize, kada sam htjela usporediti način i stil komunikacije njemačke kancelarke i Zorana Milanovića, tadašnjeg premijera, na temu migranata. I onda pročitam njegovu izjavu: "I što? Dovest ćemo vojsku na granicu da pleše bećarac?" Pa sad vi to prevedite i objasnite Nijemcima (smijeh).

A koliko vam se čini autentičan Andrej Plenković kada podiže glas i vičući završava govor na saboru HDZ-a?

Kod njega se vidi da se naviknuo na hrvatski stil. Sjećam se njegovih prvih predizbornih sučeljavanja 2016. godine. Bio je odgovorno argumentiran, trudio se dobro predstaviti i obraniti svoje teze. Ali, nakon ovih osam godina u hrvatskom retoričkom ringu i on je promijenio svoju retoriku i dijelom prihvatio drukčiji način komuniciranja. Koliko je autentičan, opet ovisi o prigodi i podtekstu. Povišenim glasom može se prenijeti jako puno emocija. Kada sam u okviru Erasmus držala predavanja u Francuskoj, ispitala sam

dojmove stranih studenata o hrvatskim političarima, o kojima nisu znali ništa. Većini je u stvaranju dojma bila najvažnija upravo modulacija glasa koja im je prenosila puno informacija. U ovom slučaju povišena modulacija glasa bila je Plenkoviću način kako da pokaže snagu. U neplaniranoj situaciji u kojoj ide u predizbornoj kampanji i borbu s onim čije se ime ne smije spomenuti, on na svaki način nastoji ojačati svoj autoritet i snagu jakog vođe. Uz dužno poštovanje onima koji tako ne misle, dio naših ljudi još uvijek je izrazito patrijarhalan i snažan muškarac nije netko tko je fin, umjeren i blag u argumentaciji. Određenom dijelu ljudi zna se svidjeti žezla retorika i Andrej Plenković nakon obrata koji se dogodio nije mogao pred članstvo svoje stranke izaći na blag i smiren način.

Kako će izgledati kampanja ako ne bude sučeljavanja glavnih suparnika?

Jedna od stvari koje me jako zanimaju jest i ta kako će se i koliko SDP znati nositi sa strategijom s kojom je počeo. Čelnici pojedinih stranaka već se sada suočavaju i pred nama su četiri tjedna u kojima će i netko u sučeljavanju sjediti iz SDP-a kao "premijerski kandidat" ili osoba koja je glavna za nešto. Tko? Vidjet ćemo koliko su se dobro, odnosno jesu li se uopće strateški pripremili za tu opciju, koja im može donijeti i dodatnu podršku, ali isto tako i okrenuti od njih dio birača i omogućiti konkurentskim strankama da poentiraju. To je vidljivo i u raspadanju lijeve koalicije. Pojedinci su na taj način dobili vidljivost, što će im dobro doći za lokalne izbore, ali većina stvari, zbog kojih izražavaju neslaganje, bile su im poznate i prije prošlog petka. Ne vjerujem da će se četiri tjedna moći razgovarati samo o tome što je zabranjeno i isplivat će još mnogo priča i tema. Jedna od glavnih karakteristika Peđe Grbina do sada je bila da reaktivno komunicira. Njegova je komunikacija inače kvalitetna, argumentacija korektna, ali rijetko je kada on postavljao ton rasprave i teme. S druge strane, vidjet ćemo kako će premijer, HDZ i ostale stranke postaviti svoju međusobnu komunikaciju bez SDP-a. Ja se samo nadam da će doći i tih barem nekoliko trenutaka u kojima će se barem malo razgovarati i o konkretnim programima i vizijama. Općenito je takav trend i u svijetu da sadržaj nije bitku sa šouom, spektaklom. To nije dobro za društvo. Ja bih svakako voljela da ljudi koje izaberemo da u naše ime donose važne odluke budu obrazovani, kompetentni, sadržajni i vrijedni našeg povjerenja. Vidjet ćemo gdje su granice.

Što mislite o usporedbama Milanovića s Trumpom koje se mogu čuti ovih dana?

Na prvu se može stvoriti dojam sličnosti zbog komunikacijske strategije kojoj su glavni alati napadanje, kritiziranje, optuživanje. No to se odnosi na strategije – obojica kritiziraju i etiketiraju kako žele, bez određene točke koju nikada ne prelaze. U Americi ima jako dobrih lingvističkih istraživanja koja pokazuju da je kompleksnost govora kod Trumpa na razini desetogodišnjeg djeteta. On govori vrlo jednostavno, a onda svako malo ubaci neku složeniju riječ koja mu se osobito sviđa pa je često ponavlja, poput "tremendous". Trump je u govoru ne samo puno jednostavniji nego i puno promišljeniji. Svaka sekunda njegovih nastupa čini se scenski vrlo pomno isplanirana, već od glazbene uvertire i izlaska na pozornicu. Tu ima jako puno glume, rujanja, klevetanja i sve je jako pojednostavljeno i svedeno na nekoliko tema. U tom smislu Trump i Milanović nisu usporedivi. Milanoviću je uvijek jako važno da kaže istinu, odnosno svoj pogled na situaciju, i ta istina može se reći ovako ili onako. Ali pretjeruje u etiketiranju i u argumentima ad hominem i ne bi bilo dobro da nam to postane standard. •

SDP i Milanović do sada su odradili lansiranje. A kad nešto lansirate, morate to znati i održati