

ULOGA KOMUNIKACIJSKIH VJEŠTINA U STVARANJU OSOBNOG IMIDŽA NA PRIMJERU IVE SANADERA

Sijarić, Mirela

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Zagreb School of Business / Poslovno veleučilište Zagreb**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:180:391529>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository ZSB - Final papers Zagreb School of Business](#)



POSLOVNO VELEUČILIŠTE ZAGREB

Mirela Sijarić

**ULOGA KOMUNIKACIJSKIH VJEŠTINA
U STVARANJU OSOBNOG IMIDŽA NA
PRIMJERU IVE SANADERA**

završni rad

na

preddiplomskom stručnom studiju

Zagreb, srpanj, 2019. godine

POSLOVNO VELEUČILIŠTE ZAGREB

Preddiplomski stručni studij Marketinga i komunikacija

Smjer manager komunikacija

**ULOGA KOMUNIKACIJSKIH VJEŠTINA
U STVARANJU OSOBNOG IMIDŽA NA
PRIMJERU IVE SANADERA**

završni rad

MENTOR:

doc. dr. sc. Tanja Grmuša , v. pred.

STUDENT:

Mirela Sijarić

Zagreb, srpanj, 2019. godine

SAŽETAK

Tema ovog rada je analiza uloge komunikacijskih vještina u izgradnji osobnog imidža na primjeru bivšeg premijera Ive Sanadera.

Kroz rad ćemo se upoznati sa definicijom i podjelama komunikacije te u kojoj je mjeri naš neverbalni izričaj dominantniji u odnosu na ono što verbaliziramo.

Na tom putu izgradnje i prezentacije sebe ulazimo u psihologiju i barijere koje nas priječe da ostvarimo sebe te na koji način se sa njima možemo izboriti. Dolazimo do saznanja kako je strah naša najveća prepreka u samoostvarenju te nalazimo primjere kako se sa njim suočiti. Unatoč tome što ne možemo sporiti važnost prirodnog talenta, vidjet ćemo da je govorništvo vještina koju možemo nadograditi, unaprijediti i prometnuti se u vrsnog govornika, čak iako smo negdje ocijenjeni kao manje nadareni govornici.

Govor, kao dar svojstven ljudskim bićima, izuzetno je jako oruđe kojim možemo postići svoje i ciljeve društva, ali je vrlo često korišten kao sredstvo manipulacije, poglavito u politici i političkoj komunikaciji kojom se ovaj rad bavi. Na primjeru nekadašnjeg premijera, Ive Sanadera, vidjet ćemo kako nadograditi prirodan talent i nadarenost te se prometnuti u vrhunskog retoričara, ali i kako izgraditi pozitivnu sliku o sebi u javnosti upravo vještim baratanjem riječima i manipulacijom.

Premda je i danas visoko na ljestvici najboljih političkih retoričara, nekadašnji je premijer slikovit primjer na koji način, neovisno o talentu i šarmu kojim je lako priskrbio naklonost javnosti, jednako lako tu nakonost izgubiti postupcima koje nisu u skladu sa riječima, odnosno kad osoba izgubi vjerodostojnost.

Zaključujemo kako je komunikacija sinergija verbalnog i neverbalnog izričaja te, neovisno o dominaciji neverbalne poruke koju šaljemo, čini savršen sklad u kojoj jedno bez drugoga ne bi mogli funkcionirati.

Ključne riječi: *komunikacijske vještine, neverbalna komunikacija, Ivo Sanader, imidž, javni nastup.*

SUMMARY

The topic of this paper is an analysis of the role of communication skills in building a personal image on the example of former Prime Minister Ivo Sanader.

Through this paper, we will be introduced to the definition and division of communication and to what extent our nonverbal expression is more dominant than what we are verbalizing.

On this path of building and presenting ourselves, we enter the psychology and barriers that prevent us from realizing ourselves and learn in what way can we deal with them. We come to know that fear is our greatest obstacle to self-realization, and we find examples of how to deal with it. Even though we cannot dispute the importance of natural talent, we will see that speech skills can be upgraded and improved to turn us into excellent speakers, even if we were previously rated as less talented speakers.

Speech, as a unique gift to human beings, is a very powerful tool for achieving our goals and goals of society in general, but it is often used as a means of manipulation, especially in politics and political communication that this paper is about. On the example of former Prime Minister Ivo Sanader, we will see how to upgrade natural talents and gifts to successfully turn into a top rhetorician, but also how to build a positive image of yourself in the public through just skilful words and manipulation.

Although still high on the list of best political rhetoricians, the former Prime Minister is a picturesque example of how, irrespective of talent and charm, which easily led to public affection, it is equally easy to lose the sympathy of the public with non-conforming procedures respectively when a person loses credibility.

We conclude that communication is a synergy of verbal and non-verbal expression and, regardless of the dominance of the nonverbal message we send, it creates a perfect harmony in which one cannot function without the other.

Keywords: *communication skills, non-verbal communication, Ivo Sanader, image, public performance.*

U Zagrebu, srpanj 2019. godine

IZJAVA STUDENTA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom *Uloga komunikacijskih vještina u stvaranju osobnog imidža na primjeru Ive Sanadera* izradila samostalno, pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora doc. dr. sc. Tanje Grmuša, v. pred.

Izjavljujem da je završni rad u potpunosti napisan i uređen prema Pravilniku o završnom radu na stručnim preddiplomskim i specijalističkim diplomskim stručnim studijima PVZG-a te sukladno uputama u priručniku Metodologija pisanja seminara i završnog rada.

Izjavljujem da je završni rad lektoriran na jeziku na kojemu je napisan.

Izjavljujem i da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj završni rad *Uloga komunikacijskih vještina u stvaranju osobnog imidža na primjeru Ive Sanadera* u javno dostupnom institucijskom repozitoriju *Poslovnog veleučilišta Zagreb* i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14 i 60/15).

Ime i prezime studenta:

Mirela Sijarić

OIB: 2200076394380

(potpis)

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Što je komunikacija?	2
2.1. Proces komunikacije i njegovi elementi	3
2.1.2. Razine komunikacije	3
3. Komunikacijske i političke vještine	6
4. Javni nastup i elementi njegova uspjeha	9
5. Stvaranje imidža	14
5.1. Stvaranje političkog imidža	17
5.2. <i>Spin</i> doktori	18
6. Sinergija verbalne i neverbalne komunikacije	20
7. Neverbalna komunikacija	23
7.1. Što čini neverbalnu komunikaciju?.....	25
7.2. Govor tijela.....	27
7.3. Držanje tijela	27
7.4. Paralingvistički znakovi	28
7.5. Vizualni identitet	30
8. Ivo Sanader – biografija	32
9. Politički uspon	34
10. Stvaranje pozitivnog imidža u javnosti	36
9.1. Jačanje imidža u diplomaciji.....	40
9.2. Snaga.....	43
9.3. Stvaranje <i>branda</i> od sebe i bahatost	47
9.4. Vrhunac moći.....	49
9.5. Odlazak	57
9.6. Povratak	60
10. Zaključak	65
Literatura	68
Popis izvora	68
Popis slika	71

1. Uvod

Vještina komuniciranja nesumnjivo je jedna od najvažnijih ljudskih sposobnosti. Svojstvena je svim ljudima i premda nitko ne spori važnost prirodne nadarenosti, kao i u svemu drugome, tako i u govorništvu, činjenica je da predanim radom i vježbom čak i „ispodprosječni“ govornik može jako puno napredovati te se prometnuti u vrhunskog komunikatora. Komunikacija je, mogli bismo reći, presudan faktor u apsolutno svemu. Od samog dolaska na ovaj svijet mi komuniciramo i pronalazimo načine kako bi nas drugi razumjeli i prihvaćali te se, u konačnici, kretali onim smjerom kojim želimo da idu i tako pridonijeli ostvarenju naših želja. Osim što je nužna da bismo izrazili sebe nama samima i okolini, ona je i sredstvo pomoću kojeg utječemo, uvjeravamo i navodimo u svrhu postizanja osobnih, ali i društvenih ciljeva.

U ovom radu bavit ćemo se ulogom komunikacijskih vještina u izgradnji osobnog imidža na primjeru nekadašnjeg hrvatskog premijera Ive Sanadera.

Na početku rada bavimo se podjelom komunikacije na njezine temeljne komponente – verbalni i neverbalni izričaj te analiziramo kakve su komunikacijske vještine potrebne da bismo se istaknuli kao dobar komunikator, kako u privatnom, tako i u političkom životu.

Ljudima koji se bave javnim poslom i za koje podrazumijevamo da će se obraćati široj publici, od presudne je važnosti posjedovanje i razvoj komunikacijskih vještina kako bi na najbolji način predstavili sebe i svoje ideje javnosti. Vidjet ćemo da je najveća prepreka javnom nastupu strah i pronalaženje rješenja na koji ga se način riješiti.

Na primjerima ćemo prikazati ulogu komunikacije u izgradnji imidža te kako, kod osoba koje imaju razvijene komunikacijske vještine, iste pridonose u izgradnji pozitivne slike u javnosti čime potvrđujemo da smo, u konačnici, sami sebi najbolji stručnjak u odnosima s javnošću.

Uz osnovnu podjelu komunikacija, vidjet ćemo, kroz prizmu stručnjaka, ali i primjera, koliki je utjecaj neverbalnog u odnosu na verbalni izričaj te kako se u dominantnoj mjeri otkrivamo gestama, mimikom i svime onime što nismo izrekli na glas.

Posljednjih nekoliko desetljeća komunikacijske vještine razvijale su se do te mjere da su stručnjaci sve više prepoznavali važnost vizuala – koliko je bitno, često i presudno,

reprezentativno izgledati, te razvijanju vještina govorenja do tog stupnja da je nastao cijeli niz novih grana koje se bave isključivo prezentacijom nas samih u društvu i poslovnom okruženju.

U radu se obrađuju komunikacijske vještine nekadašnjeg premijera, Ive Sanadera, u razdoblju od 2003. do 2009. godine kada je obnašao tu funkciju. Na primjerima ćemo vidjeti kako se prirodan talent dodatno nadograđuje i dovodi komunikacijske vještine do savršenstva te ujedno prikazati na koji način vještine pridonose izgradnji osobnog imidža i brendiranja osobe u javnom životu.

Usprkos nizu istraživanja koja veliku prednost daju neverbalnoj u odnosu na verbalnu komunikaciju, možemo reći kako su komunikacijske vještine savršen spoj verbalnog i neverbalnog izričaja te čine sinergiju veličanstvenog dara zvanog govor.

2. Što je komunikacija?

Komunikacija je proces koji se odvija neprestano: bilo da komuniciramo sami sa sobom, s jednim ili više sugovornika, čak i s cijelim skupinama ljudi – neprestano odašiljemo i primamo poruke. Ne moramo ništa reći, niti naš sugovornik treba odgovoriti kako bismo komunicirali. Najčešće su upravo neverbalni signali oni koji su toliko jaki i jasni da će ih sudionik puno lakše i brže shvatiti nego verbalnu poruku, koja je često dvosmislena i može nas odvesti u sasvim drugom smjeru, ne nužno u onom kojim smo namjerali ići. Stoga je izrazito bitno znati iščitati kako neverbalne, tako i verbalne poruke. Onoliko koliko u tome budemo vješti, toliko smo u „prednosti“ i na dobrom putu da u tome budemo uspješni i na tragu naših ciljeva. „Uzmemo li u obzir činjenicu da je Svjetska zdravstvena organizacija definirala kvalitetu komunikacije kao jednu od pet vještina nužnih za zdrav i sretan život, a u duhu Sokratovih nastojanja da se riječi brižljivo definiraju prije uporabe, na početku je nužno odrediti sam pojam komunikacije.“¹

¹ Tomić, Zoran, *Osnove političkog komuniciranja*, IV. dopunjeno izdanje, 2012., Nakladnici: SYNOPSIS d.o.o., Zagreb, Sarajevo, VISOKA ŠKOLA ZA ODNOS S JAVNOŠĆU I STUDIJ MEDIJA „KAIROS“, Zagreb, str. 21.

„Riječ komunikacija dolazi od latinskog pojma *communicatio*, što znači priopćiti.

Komunikacija je stoga pojam u društvenim znanostima koji općenito označuje sveukupnost različitih oblika veza i dodira između pripadnika društva, a posebno prenošenje poruka s jedne osobe ili skupine na druge. Zbog toga je komunikacija društveno vrlo važna. Ona omogućuje povezano djelovanje ljudi, što je u osnovi svih društvenih pojava.“²

2.1. Proces komunikacije i njegovi elementi

Kako bi se komunikacija uopće mogla realizirati, potrebni su sudionici te poruka koju treba prenijeti. Poruke prenosimo od pošiljatelja komunikacijskim kanalima do primatelja, a njezin je osnovni cilj postići razumijevanje sadržaja te poticanja akcija ili usvajanja novih stajališta.

„U vezi s ovakvim shvaćanjem procesa komunikacije dolazimo do ključnih elemenata tog procesa, kao što su pošiljatelj, poruka i primatelj poruke.

Pošiljatelj je osoba koja želi nešto priopćiti i pokušava postići (spo)razumijevanje. Dakle, to je osoba koja šalje poruku drugoj strani. Naziva se i komunikator ili izvor.

Poruka je informacija ili više informacija, činjenica ili mišljenje. Dakle, poruka je riječ, slovo, pokret, govor tijela, pogled ili bilo koji drugi signal čiji se smisao može protumačiti. Poruka može biti verbalna i neverbalna. Komunikacijska poruka utječe na kognitivna (spoznajna) i afektivna (emotivna) stanja primatelja komunikacijske poruke.

Primatelj ili *recipijent* je ona osoba koja želi nešto razumjeti. Primatelj poruke je implicitno nazočan u činu komunikacije od samog početka enkodiranja poruke.“³

2.1.2. Razine komunikacije

² Tomić, Z. : nav.dj., str. 21.

³ Tomić, Z. : nav.dj., str. 24.

„Pojmu razina komuniciranja autori pristupaju na različite načine. Neki koriste termin razine, drugi vrste, treći tipovi, načini, oblici komuniciranja itd. No, bez obzira na različit terminološki pristup, oni termini, s obzirom na kvantitetu komunikacijskog procesa, vrijeme i način potreban za povratnu informaciju (*feedback*), sugeriraju četiri razine komunikacije.“⁴

1. „*Intrapersonalna* komunikacija
2. *Interpersonalna* komunikacija
3. Skupna komunikacija
4. Masovna komunikacija

Dakle, kod ovakve vrste komunikacije osoba/subjekt je istovremeno i pošiljatelj i primatelj/recipient informacije/poruke. Najčešće intrapersonalna komunikacija prethodi intrapersonalnoj, skupnoj ili masovnoj komunikaciji, ali i ne mora.⁵

„K. K. Reardon navodi *sedam ključnih značajki* po kojima se može prepoznati *interpersonalna komunikacija*. To su:

1. Interpersonalna komunikacija uključuje verbalno, ali i neverbalno ponašanje;
2. Interpersonalna komunikacija uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje ili neku njihovu kombinaciju;
3. Interpersonalna komunikacija nije statična nego je razvojna;
4. Interpersonalna komunikacija uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i suvislost ili koherentnost;
5. Interpersonalna komunikacija odvija se u skladu s nekim unutarnjim i vanjskim pravilima;
6. Interpersonalna komunikacija je aktivnost;
7. Interpersonalna komunikacija može uključivati uvjeravanje (*persuaziju*).“⁶

⁴ Tomić, Z. : nav.dj., str. 29.

⁵ Tomić, Z. : nav.dj., str. 30.

⁶ K.K. Reardon: *Interpersonalna komunikacija*, Zagreb, Alinea, 1998. prema Tomić, Zoran, *Osnove političkog komuniciranja*, IV. dopunjeno izdanje, 2012., Nakladnici: SYNOPSIS d.o.o., Zagreb, Sarajevo, VISOKA ŠKOLA ZA ODNOS S JAVNOŠĆU I STUDIJ MEDIJA „KAIROS“, Zagreb, str. 30.

„Interpersonalna komunikacija, kao što se vidi, može biti verbalna i neverbalna. Neverbalna komunikacija predstavlja primarni i dominantni komunikacijski model. To potvrđuje i istraživanje A. Mehrabiana, koji je utvrdio da se poruka sastoji od verbalnog (govornog) i neverbalnog dijela (pokreti tijela). U tom kontekstu on govori o tri razine poruke. Prva je razina *vizualna* (kako je kandidat obučen, je li adekvatno obučen i uredan za tu situaciju); druga je *glasovna* (vokal, čist zvuk, boja glasa) i treća je razina *verbalna* (to je jednostavno sadržaj poruke).“⁷

„Prof. Mehrabian je utvrdio i postotak važnosti tih oblika komunikacije i njihov utjecaj na poruku. Prema tomu, vrijednost poruke je:

- ❖ 55% vizualno (govor tijela),
- ❖ 38% glasovno (kako kažemo),
- ❖ 7% verbalno (što kažemo).

Dakle, i po ovom, često citiranom istraživanju, dominira neverbalna komunikacija.“⁸

I dok skupnu komunikaciju možemo opisati kao onu koja se odvija unutar jedne ili više skupina, u kojima povezujemo i dijelimo mišljenja s ostalim pripadnicima skupine te nastojimo pronaći zajednički interes, iz čega zaključujemo da se radi o dvosmjernom pristupu, masovnu komunikaciju karakterizira upravo jednostranost u kojoj se prenose.

„Iz navedenih i drugih definicija masovnih medija mogu se izdvojiti određene specifičnosti, koje se mogu sagledati u sljedećem:

- ❖ Masovna komunikacija je komunikacija pomoću suvremenih medija.
- ❖ Masovne komunikacije ili mediji, kako ističe D. McQuail (2005), prenose informacije, slike, zabavu, simbole do masovne publike. Dakle, masovna komunikacija mora informirati građane o onome što se oko njih događa.“⁹

⁷ Tomić, Z. : nav.dj., str. 30.

⁸ Tomić, Z. : nav.dj., str. 31.

⁹ Tomić, Z. : nav.dj., str. 32.

- ❖ „Masovni mediji trebaju obrazovati u pogledu smisla i značenja 'činjenica'.
- ❖ Mediji moraju pružiti platformu za javni politički diskurs koji će olakšati oblikovanje javnog mišljenja i pružiti javnosti povratne informacije o tom mišljenju.
- ❖ Funkcija medija je dati publicitet državnim i političkim institucijama.
- ❖ Mediji u demokratskim društvima služe kao kanal za zagovaranje političkih stajališta.“¹⁰

Komunikacija je opsežno područje koje nije moguće vezati samo uz jednu granu. Vječita potraga kako ju učiniti uspješnom će i dalje, neovisno o pravilima uspješne komunikacije, ostati izazov upravo stoga što svaki pojedinac zahtijeva poseban pristup, a kompleksnost materije je prevelika da bi se mogla koristiti jedinstvena formula koja će komunikaciju uvijek izvesti na put uspjeha.

3. Komunikacijske i političke vještine

Kako bismo mogli reći da smo svladali vještine uspješnog komuniciranja, potrebno je jako puno rada, ali i tada „posao“ nije gotov. Poznate su riječi velikog Sokrata koji je tvrdio kako „zna da ništa ne zna“. Ipak, jedno je sigurno: ulaganje u sebe na svim poljima siguran je put kojim se možemo postati vješt komunikator, kako u poslu, tako i u životu.

„Svega se u životu možemo odreći, jedino ne možemo prestati komunicirati. Komuniciranje je osnovni proces u svakoj tvrtki i u svakom društvu. Komunikacija je istodobno nužnost i umjetnost, jer se na njezinim dosezima temelji naš poslovni, ali i osobni uspjeh. Naša svakodnevnica, baš kao i svaka djelatnost koja počiva na međuljudskim odnosima, više ne ovisi o kvalifikaciji već o – umijeću komuniciranja. Svakodnevno komuniciramo – s podređenima i nadređenima na poslu, s partnerima uz kavicu, s kupcima na prezentacijama, s dobavljačima na sastancima... Komuniciramo licem u lice, telefonom, internetom; nastupamo u medijima, vodimo sastanke, držimo govore...“¹¹

¹⁰ Tomić, Z. : nav.dj., str. 32.

¹¹ Skoko, B. : nav.dj., str. 38.

„Razgovaramo, pregovaramo, molimo, zahvaljujemo, branimo, uvjeravamo, promoviramo... I kad šutimo, naš izraz lica jasno govori o našem raspoloženju i namjerama.“¹²

„Bez kvalitetnih komunikacijskih vještina, bez obzira na ostale sposobnosti i talente, ni čovjek, ni organizacija ne mogu zauzeti primjereno mjesto na tržištu. Znanstvena istraživanja su dokazala kako uspjeh u gospodarstvu, politici i drugim područjima života i rada, u prvom redu ovisi o komunikacijskim vještinama. Zato je razvoj uspješne komunikacije jedna od najvećih potreba modernog menadžera. Uz temeljne komunikacijske vještine moderni menadžeri na Zapadu nerijetko pohađaju i sate glume pa i diplomacije, budući da često moraju voditi teške pregovore pa i odglumiti kakvu poslovnu ulogu.

Jasno je da te vještine nisu samodovoljne kako biste uspješno upravljali nekom tvrtkom jer bi bez temeljnih ekonomskih i menadžerskih znanja bila riječ o – blefiranju, ali ni najtemeljitija ekonomska znanja u današnjem svijetu nisu dostatna bez vještina komuniciranja i psiholoških vještina.

Kao dokaz navest ćemo još neke svakodnevne menadžerske aktivnosti a koje se temelje isključivo na komuniciranju i psihologiji – odnos na suradnicima na poslu, pregovaranje, vođenje sastanaka, motiviranje ljudi, stvaranje timova, liderstvo, delegiranje poslova, rješavanje problema...“¹³

Činjenica je da su ljudi najbitniji te ako, i uz najveće stručne kompetencije koje možemo posjedovati, nemamo „žicu“ za ljude, sva sposobnost pada u vodu. Ako nismo u stanju motivirati ljude oko sebe, dati im na važnosti, znati ih saslušati i povesti kada treba te, isto tako preuzeti odgovornost kad do toga dođe, moramo preispitati svoje stavove, priznati da smo pogriješili i birati novi smjer.

¹² Skoko, B. : nav.dj., str. 38.

¹³ Skoko, B. : nav.dj., str. 39.

„Upravo zbog činjenice da su ljudi na prvom mjestu, tehnička znanja koja osiguravaju kvalitetu i ekonomska znanja koja osiguravaju učinkovitu proizvodnju i plasman proizvoda, sve su više zasjenjena novim tzv. životnim (ljudskim) vještinama i znanjima. Zapadni teoretičari ekonomije tvrde da se današnja poduzeća sve manje razlikuju prema proizvodima i uslugama a sve više prema poslovnoj filozofiji, nastupu na tržištu i kvaliteti ljudi, a u tom segmentu nije odlučujuće tehničko znanje nego tzv. *soft skills*.“¹⁴

Usporedno s promjenama koje su se događale u poslovnim i društvenim segmentima, tako se kroz povijest mijenjao opis političara i što ga čini uspješnim u odnosu na njegove političke protivnike. Nekadašnji zatvoreni sustavi, čega smo i sami bili dijelom, slavili su diktaturu u kojoj nitko, osim vođe koji je bio slavljen poput božanstva, nije imao pravo na mišljenje. Biti uspješan političar značilo je stvoriti atmosferu straha i umjetnog divljenja iz jednostavnog razloga što građani nisu imali drugu mogućnost i nisu smjeli drugačije.

Društva su se mijenjala, evoluirala, pa je tako i politika kroz stoljeća znatno promijenila svoje ruho. Nepobitna je činjenica da su, u bilo kojem političkom sustavu, političari itekako bili svjesni važnosti komuniciranja i moći uvjeravanja. Napokon, to ih je i dovelo na vlast koje se nitko ne želi olako odreći.

„Suvremeni političar odjednom postaje trgovac, prodavač koji mora plasirati svoj proizvod (ideju) na tržište – i prodati ga. I to njegovanjem vlastite osobnosti, imidža, sposobnosti uvjeravanja, poznavanjem komunikacijskih modela, osnova psihologije, te uvažavanjem publike koja najednom postaje njegov kupac i mjerilo njegova uspjeha.

Prezir prema publici i uzdizanje iznad nje zauvijek odlazi u ropotarnicu prošlosti kao značajka jednopartijskog političara i birokrata, a neki novi 'klinci' udaraju temelje novoj komunikaciji u politici, poslu, glumi i javnim medijima.“¹⁵

¹⁴ Skoko, B. : nav.dj., str. 36.

¹⁵ Španjol Marković, Mirela, *Moć uvjeravanja – Govorništvo za menadžere* (i one koji to žele postati), 2008., Izdavač: PROFIL INTERNATIONAL, Zagreb, str. 12.

„Politička retorika je temeljni instrument političkog komuniciranja. Upravo o jeziku koji je koristi u politici i u vezi s politikom najizravnije ovisi 'pakiranje' politike, konstrukcija spektakla, postavljanje *agende*, kreiranje imidža i drugi instrumenti suvremenoga političkog komuniciranja.

Politički jezik mora funkcionirati kao pokretač društva i poticati društveno djelovanje. Jezik služi kao poticaj, sredstvo ili argumentacija za društveno djelovanje. Riječi mogu podsjetiti, nagovoriti, preklinjati, zapovijediti, označiti, hvaliti ili osuditi. Politički je jezik sličan drugim upotrebama jezika.“¹⁶

Današnji političar se znatno razlikuje od svojih prethodnika. Osim umijeća govorenja, koji je glavni alat njihova „zanata“, suvremeni političari imaju potpuno drugačiju strukturu birača koja je neusporedivo informiranija, zahtjevnija i točno zna što hoće. Kako bi doprli do njih, moraju biti puno suptilniji u komunikaciji, koncizniji u iznošenju svojih programa, činjenica o dosadašnjim dostignućima i budućim planovima te u konačnici, imati usavršene retoričke sposobnosti do te mjere da uvjere glasače kako su upravo oni najbolji izbor u moru prilika.

4. Javni nastup i elementi njegova uspjeha

Nerijetko se može čuti kako je jedan od najvećih ljudskih strahova upravo onaj od javnog nastupa. On nas zaustavlja u namjeri da pokažemo najbolje od sebe, povežemo se s publikom i uvjerimo ju u ono što govorimo, te u konačnici sve osvojimo svojom samopouzdanošću i znanjem.

Svako naše obraćanje drugima je javni nastup i njime pokušavamo „prodati“ sebe, točnije predstaviti se u najboljem svjetlu te uvjeriti sugovornika ili njih više u ono što govorimo: bilo da prodajemo proizvod, uslugu, sadržaj ili ideju, odnosno svoja uvjerenja. Onoliko koliko smo u tematiku upućeni, koliko o njoj znamo te i sami u nju vjerujemo, toliko će publika nama vjerovati i uspjeh ćemo ju uvjeriti u istinitost onoga što im govorimo. Dobra priprema, znanje i vjerodostojnost ključni su elementi uspješnog javnog nastupa.

¹⁶ Tomić, Z. : nav.dj., str. 100.

Kako bismo bili sigurni da nešto dobro radimo, nikad nećemo pogriješiti da se za to dobro pripremimo i na taj način steknemo sigurnost u sebe te povjerenje naše publike, koja je jedan od ključnih faktora i „mjerača“ našeg uspjeha. Međutim, da bismo do toga došli, potrebno je jako puno vježbe. Ne kaže se uzalud – vježbom do savršenstva. I unatoč uvriježenom mišljenju kako je talent ključni faktor u govorništvu, to naprosto nije tako. Predanim radom i upornošću, bez obzira na sve naše strahove koji će uvijek biti prisutni te konstantnim suočavanjem s njima, doći ćemo do onoga što smo od početka htjeli – samouvjerenost stati pred publiku, povezati se s njome i prenijeti joj sve što smo željeli sa puno energije i žara te tako potvrditi da nema nemogućeg kad nešto dovoljno jako želimo. Prisjetimo se samo filma „Kraljev govor“¹⁷ i princa Georgea VI. koji je dokazao kako čak ni govorna mana ne mora biti nesavladiva.

Osim vježbe i pripreme koje su neminovne, najveća prepreka leži u osjećaju koji nas svim aspektima života, a ne samo u govorništvu, vraća unatrag i sprječava da damo najbolje od sebe, a taj irealan osjećaj i velik uteg za životni, poslovni ili bilo koji životni napredak je strah. Jako je puno strahova s kojima se govornik susreće tijekom svoje pripreme i uopće odluke da javno nastupa: od osjećaja izloženosti i bespomoćnosti, pogotovo pred velikim auditorijem, sumnje u svoje govorničke vještine, nedovoljnog poznavanja teme, pa do straha od kritike, autoriteta, samog straha kao takvog do one najveće prepreke – straha od gubitka dobre reputacije.

„Ovo je strah kojeg se najteže riješiti. Kad se jednom dokažete u javnom nastupu, pokažete da baratate materijom, da znate argumentirati, da ste jasni i koncizni, postavili ste letvicu visoko. Tada vam slušači više neće opraštati početničke pogreške.

Ako ste jednom briljirali, sljedeći put morate biti još bolji, ne smijete razočarati. A to nije uvijek lako. Ovaj strah čest je kod vrhunskih predavača, konzultanata, profesora, gurua u bilo kojem području. Tu nam pomaže samo svijest o tome da uvijek možemo biti bolji i truditi se svakodnevno usavršavati.“¹⁸

¹⁷ Britanska povijesna drama iz 2010. godine o životu eng. kralja Georgea VI. koji se cijeli život borio s mucanjem, a nakon što njegov brat Edward VIII. abdicira, dolazi na njegovo mjesto i uz pomoć logopeda sprema se za radijski govor na početku Drugog svjetskog rata.

¹⁸ Španjol Marković, M, nav.dj., str. 36.

„Moramo neprekidno učiti nove tehnike koje ćemo s puno srca i uvijek sa skromnošću profesionalca prezentirati našoj publici te u svaki javni nastup unijeti cijeloga sebe. Trud i dobra volja nikad nisu ostali nezapaženi. Najvažnije je ne uljuljkati se u rutinu i samodopadno živjeti na staroj slavi. To možemo skupo platiti – lošom ocjenom nastupa i prezirom slušača čija smo očekivanja iznevjerili. Stoga, držimo se one 'tko misli da ne može biti bolji, već je prestao biti dobar' i – pripremimo se i učimo za svaki nastup kao da nam je prvi. Skromnost profesionalca znači da gradivo koje izlažemo uvijek ima prednost ispred ega govornika te da smo uvijek spremni uvidjeti da naše mišljenje ne mora biti ispravno. Skromnost profesionalca znači i izražavanje poštovanja prema publici ili pohvale prethodnom govorniku.“¹⁹

Upravo je upoznavanje samog sebe te konstantan rad na sebi ključ uspjeha u poslu, ali i u životu općenito. Time ćemo dodati vrijednost svojem karakteru, znanju i vještinama te na taj način još jednom pružiti sami sebi mogućnost da se još kvalitetnije predstavimo na tržištu prilika. Činjenica je da, uz predan rad i trud, dio uspjeha leži u našoj sposobnosti da svako predstavljanje lijepo „upakiramo“, odnosno da uljepšamo, ušminkamo te po potrebi malo i odglumimo. Jedna od karakteristika dobrog govornika leži u činjenici da ima glumačkog talenta i to ne nužno u negativnom kontekstu. Tu govorimo o talentu ekspresije lica kojom dodatno potkrjepljujemo ono o čemu govorimo, šarmu kojim „zavodimo“ publiku i lakše ju uvjeravamo u sadržaj koji joj prenosimo. Takve vještine često smo imali priliku prepoznati upravo u svijetu politike.

¹⁹ Španjol Marković, M, nav.dj., str. 36.

„Politika je uvjeravanje. Od antičkih vremena, kad se retorika prvenstveno i izučavala u političkom, pravnom i svečanom kontekstu, do danas, retorika je ostala sredstvo i alat političara za objavljivanje ideja i programa. Istini za volju, političari su najviše izloženi javnosti i njihov govor u javnosti neprekidno se analizira i komentira. Javnost od političara očekuje jasno, koncizno i uvjerljivo oblikovanje stavova jer o načinu njihova govora ovisi sklonost građana da prihvate i podrže njihove programe.

U političkom se govoru, međutim, više nego igdje bavi i temom etičnosti, istinitosti i moralnosti njihovih nositelja jer je, s obzirom na njihov dalekosežni utjecaj, vrlo velika i mogućnost manipulacije.

Najveći su i najupečatljiviji upravo politički govori, a njihova slava pronijela se cijelim svijetom. Po inspirativnim i nezaboravnim govorima pamtit ćemo Abrahama Lincolna, Martina Luthera Kinga, Theodora Roosvelta, J.F. Kennedyja...

Po smislu za humor i britkim, inteligentnim i duhovitim dosjetkama upućenim svojim političkim protivnicima u povijest će ući Winston Churchill, Margaret Thatcher, Mark Twain...

Bilo bi šteta na ovom mjestu izostaviti i jednog od posljednjih komunističkih diktatora, predsjednika Kube Fidela Castra, poznatog po svojim i po desetak sati dugim govorima u kojima se obraća narodu Kube. Iako svijet njegove govore često spominje s podsmijehom, moramo priznati da je Castro izgradio neponovljiv imidž originalnog govornika zbog svoje inspiracije, nepresušne energije i strasti kojom je govorio i kojom se održao na vlasti dugi niz godina. Ono što njegove govore čini tako vjerodostojnima jest osobna strast, motivacijska vještina i iskrena osobna vjerovanja koja su njima dominirala. Nikada ne bih rekla da je dobar govornik, no ovu osebujnu ličnost svjetske politike još dugo godina javnost će smatrati iznimnim primjerom uvjerljivog govorništva.²⁰

Usredotočenost na publiku, uspostavljanje odnosa i zadobivanje povjerenja elementi su koje trebamo primjeniti želimo li postići uspjeh u govorništvu, a nesumnjivo je da želimo. Publika itekako osjeća našu energiju, iskrenost i ushićenost našim uvjerenjima. U stanju su nam zbog

²⁰ Španjol Marković, M, nav.dj., str. 23.

toga oprostiti i male govorničke pogreške, čak i blokade, ako osjećaju da iza svega toga stoji iskren pristup. Nju ne možemo zavarati i stoga je najbolje ne riskirati.

„Najvažnija je spoznaja u vezi javnoga govora da je govor dobar ako je govornik usredotočen na publiku. Veoma često u svakodnevnim prezentacijama to nije slučaj. Valja se prisjetiti problema na koje nailazimo kao slušatelji kad se na primjer dogodi da govornik ima jednoličan i dosadan glas, da je materijal nebitan, da je loše strukturiran, da slušatelj sluša selektivno te da ne prima cijelu poruku, da postoji previše unutarnjih ili vanjskih čimbenika koji odvrćaju pažnju, da slušatelj prima informaciju kroz prizmu njegovih predrasuda prema govorniku i situaciji, i tome slično.

Dakle, ako postoji toliko očiglednih problema, zašto uopće govoriti? Zašto ne upotrijebiti neki drugi način komunikacije kao što je pisanje? Zato što govorenje ima neke prednosti u usporedbi s pisanjem. Na primjer, slušatelja na slušanje može potaknuti govornikova osobnost i entuzijizam, govornik može vidjeti slušatelja i reagirati prema situaciji, npr. usporiti, ubrzati tempo ili postaviti pitanje, govornik može osim riječi koristiti i govor tijela, izraz lica te glas da bi prenio entuzijizam, emocije ili naglasio nešto što drži osobito važnim, govornik može prilagoditi i pojednostaviti jezik koji koristi, govornik može navesti manje ili više primjera, ovisno o reakciji koju dobiva od slušatelja, stoga treba koristiti i intuiciju, a ne samo intelekt.

K tome, svaka prezentacija ili javni govor mora zračiti osobnošću, a najlakši je način da se to postigne da se koristi vlastita osobnost. Prednosti su povjerenje, motivacija i emocije na strani govornika koje pridonose kvaliteti prezentacije.²¹

Često se može čuti kako je upravo energija i žar kojim su se govornici obratili svojoj publici ono što je privuklo na slušanje. Upravo je to dobro predstavljanje ono što se pamti. Predavanje će završiti, a da nećemo znati prepričati njegov sadržaj, ali ćemo ipak biti pod dojmom. Zašto? Odgovor je u samim govornicima: njihovom pristupu, šarmu kojim plijene, duhovitošću kojim su cijelo vrijeme publiku držali zainteresiranu, neposrednošću kakvu često od njih ne očekujemo i kojom šalju poruku „I ja sam jedan od vas, da jučer do kasno završavao

²¹ Tafra-Vlahović, Majda, *JAVNI GOVOR priprema, nastup, utjecaj*, 2013., Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zapešić, str. 77.

prezentaciju kako bih mogao stati pred vas“, a često ćemo čuti iskrena priznanja poput „Možda Vam to ne bih trebao reći, ali sinoć sam baš gadno 'zalomio' sa prijateljem kojeg nisam dugo vidio“. Naravno, toliko razinu iskrenosti ne možemo očekivati od političara, ali neke umjerenije varijante „priznanja“ kojima će se približiti publici su uvijek dobrodošle. Na taj se način govornici rješavaju početne treme, koja je uvijek prisutna, a publika odlično reagira na takav iskren i nesvakidašnji pristup.

„Iz svega što je do sada rečeno bjelodano je da učimo javni govor kako bismo u tome bili bolji, a razlog je za to u tome što vjerujemo da ćemo kao dobri govornici biti uspješni u svemu što radimo. To zaista jest tako. Kvalitetni govornici su oni koje publika pamti, kojima vjeruje, koji publiku uspijevaju uvjeriti. Nije daleko od istine da je persuazija moćna vještina nadarenih i naprednih. Njome ljudi postaju moćni, pomoću nje postaju bogati, njome se tiskaju knjige i kupuju imanja, persuazija je krvotok moćnog i učinkovitog svakodnevnog življenja, a umjetnost persuazije pokreće svijet.“²²

Javni nastup, jednako kao i vještine govorenja, jedino vježbama možemo dovesti do savršenstva. Kvalitetnom pripremom, govornim vježbama i svladavanjem straha od nastupanja pred širom publikom upornim javnim nastupanjem doći ćemo do razine gdje će svaki naš nastup biti sve sigurniji, a obraćanje publici slobodnije i prisnije dok ne dođemo do toga da ju s lakoćom možemo uvjeriti u ono što joj želimo prenijeti na način da se ona osjeća na prvom mjestu i da su prvenstveno njezini interesi i potrebe zadovoljene. Upravo tada možemo reći da smo uspješno svladali umjetnost persuazije.

5. Stvaranje imidža

Nebrojeno se puta može čuti kako određeno poduzeće, slavna osoba ili političar ima dobru reputaciju u javnosti, točnije ima dobar imidž, odnosno percepcija javnosti o njima je negativna, jer im je imidž narušen nekim događajem, nespretnom izjavom ili postupkom.

²² Tafra-Vlahović, Majda, nav.dj., str. 156.

Imidž je, dakle, ono kako nas javnost i vanjsko okruženje doživljava, kakav dojam stječe o nama. I dok su potrebne godine truda kako bi se sagrađio, dovoljan je samo jedan trenutak da on nepovratno nestane, uništi sav trud i potencijalno se nikad više ne izgradi ponovno. Upravo je ta činjenica njegova glavna značajka – ta „fragilnost“, osjetljivost koja začas može srušiti sve ono što je godinama pomno stvarano. Puno smo puta bili svjedoci, pogotovo je to čest slučaj kod javnih osoba, kako je jedna nepromišljena izjava, neprimjeren izlazak ili ponašanje u javnosti utjecalo na njihove karijere koje se nerijetko više nisu vraćale na razinu koju su prethodno imale.

„Riječ *image* ili imidž (ovisno kako se ta riječ koristi u hrvatskom jeziku) postala je općeprisutna, pa tako slušamo kako političari i tvrtke 'popravljaju' ili 'mijenjaju' svoj *image*, kako je nekome zbog krize ili lošeg poslovanja narušen *image*, kako je netko angažirao *image makere* kako bi dobio na popularnosti itd. Mnogi pritom poistovjećuju identitet i *image*, iako je riječ o značajnoj razlici između ta dva pojma. Ukratko rečeno, *image* odgovara na pitanje – tko su oni? Odnosno – kakvi su oni? (dakle, stajalište drugih o nama ili nas o nekome), dok *identitet* daje odgovor na pitanje – tko smo mi? (dakle, kako se sami doživljavamo i definiramo).

Mnogo je literature posvećeno pojmu *image* i pod tim pojmom se obično podrazumijeva slika, osjećaj, asocijacija koja se stvara u čovjekovoj svijesti pri viđenju ili spomenu nekog subjekta (osobe, institucije, korporacije ili države), odnosno dojam ili predodžba koju javnost već ima o tom subjektu. Definicije *imagea* često spominju i 'fabriciranje' stvarnosti ili imitaciju, što ukazuje na mogućnosti manipuliranja tom 'javnom slikom'.²³

„Budući da je *image* naša slika u očima drugih ili odraz naše osobnosti, identiteta, on je podložan mnogobrojnim utjecajima i zato nastaje prilično kompleksno. Na njega utječu ranija iskustva, predrasude, stereotipi, znanja, dezinformacija i sl.²⁴

²³ Skoko, B. : nav.dj., str. 50.

²⁴ Skoko, B. : nav.dj., str. 51.

„Upravo zbog toga oni su često i glavni uzrok stvaranja sasvim pogrešnog i nerealnog *imagea* nekog subjekta.

S druge strane, iako u stvaranje *imagea* možete uložiti godine truda, on se može promijeniti u roku nekoliko minuta. Dovoljna je veća krizna situacija ili negativna afera u novinama i naša slika o nekome se može promijeniti.“²⁵

„Prvi uvjet za oblikovanje *imagea* jest poznavanje dotičnog objekta, bilo da je riječ o pojedincu, organizaciji ili državi jer je *image* u svojoj biti svojevrsna refleksija njihove osobnosti, odnosno identiteta u različitim javnostima. Na širenje i važnost pojma *image* tako je presudno utjecao razvoj medija: tiska, fotografije, visokotiražnih magazina, filma, radija, televizije...“²⁶

„U svijesti ljudi slike koje nas okružuju postale su presudne za formiranje svijesti i njihovo ponašanje. Ljudi su se počeli prilagođavati novostvorenim standardima i imitirati viđene, odnosno, nametnute ideale ili uživljavati se u zadane predodžbe.

To su iskoristile korporacije i političari te su i sami počeli stvarati umjetne slike ili predodžbe o sebi i smišljeno ih plasirati u javnost kako bi se prikazali još boljima nego to uistinu jesu. Prema tome, pojednostavljeno rečeno, *image* može biti slika u javnosti nekog subjekta, ali istodobno i jasno osmišljena osobnost subjekta, smisleno plasirana u javnosti. U novije vrijeme, zahvaljujući razvoju komunikacijskih sredstava i promotivnih tehnika, *image* subjekta često zasjenjuje njegov original jer postaje živopisniji i privlači više pozornosti od njega samog.“²⁷

Tako možemo zaključiti kako je imidž danas najmoćnije sredstvo kojim možemo sebe predstaviti ciljnim javnostima u onom svjetlu u kojem želimo da nas vide. Jasno je da tome prethodi dugotrajan proces i mukotrpan rad jer, neovisno o projekciji koju svojim sposobnostima i vještinama oblikujemo sliku javnosti o sebi, nepobitno je da iza te slike mora stajati čvrsta podloga i kredibilitet kao osnovni preduvjeti za stvaranje dobrog imidža u javnosti.

²⁵ Skoko, B. : nav.dj., str. 51.

²⁶ Skoko, B. : nav.dj., str. 53.

²⁷ Skoko, B. : nav.dj., str. 54.

5.1. Stvaranje političkog imidža

Jedno od istaknutijih područja u kojem je imidž od presudne važnosti jest upravo politika. U bespoštednoj borbi za svaki glas, ali prvenstveno za status i poziciju, imidž je itekako bitna, ako ne i najbitnija karika u procesu političkog pozicioniranja. Pred važnije događaje kao što su lokalni, parlamentarni i predsjednički izbori, svjedoci smo afera koje se plasiraju kako bi se protivnike „izbacilo iz utrke“, a trenutak kad će takve informacije dospjeti u javnost pomno je smišljen. Sve to može poljuljati, pa i uništiti sliku u javnosti koja je godinama pažljivo stvarana. U politici ćemo najčešće vidjeti udarce „ispod pojasa“, vrijeđanje i vulgarnost kao sastavni dio strategije za osvajanje glasova te trenutke u kojima su akteri sposobni izvući iz sebe najteže negativne i manipulativne emocije pravdajući se time kako „cilj opravdava sredstvo“.

S razvojem sredstava masovnog komuniciranja, a posebno sa pojavom interneta i brzinom protoka informacija, pojavile su se nove tehnike u političkom marketingu kojima je glavni zadatak oblikovanje javnog mnijenja. Zbog strelovitog napretka tehnologije, danas je pristup i utjecaj na mišljenje ciljanih skupina dostupniji nego ikad dosad. Cilj je jasan – zauzimanje političke pozicije, a s njome dolazi nešto još puno važnije – politička moć.

„Možemo reći da postoji više različitih pojavnih oblika marketinga s obzirom na cilj i svrhu djelovanja:

- Društveni
- Politički
- Tržišni.

Društveni marketing podrazumijeva marketing koji koriste ustanove, organizacije ili agencije ukoliko žele prodati ideju, imidž ili program. U doslovnom prijevodu s engleskog jezika, imidž predstavlja odraz ili sliku, dok u širem smislu označava percepciju koju osobe imaju o svemu što ih okružuje (okolini, organizacijama, proizvodima, uslugama...) koje nude te osobe koje tamo rade ili su povezane njima.²⁸

²⁸ Anić, Natalia: Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga, National security and the future, 13 (3), 2012., str. 72 – 83., 74. str., <https://hrcak.srce.hr/file/148452>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

„Stoga, političku stranku ili pojedinca možemo prikazati kao subjekt koji program ili imidž osobe nudi ciljanoj publici kao svoj proizvod.

Politički marketing je dakle upravljački proces kojem je cilj da se putem oblikovanja, ponude i razmjene političkog proizvoda oblikuju, nametnu i zadovolje interesi postojećih i mogućih birača. S obzirom da ni na jednom tržištu ne postoje idealni uvjeti, pa tako niti ovdje, kod zadovoljavanja interesa birača moramo istaknuti da se ovdje nerijetko ne radi o pravom zadovoljavanju interesa birača nego, od stane medija stvorenoj, percipiranoj potrebi birača i političkoj stranci (pojedinca) koja nudi rješenje upravo za te, percipirane, potrebe birača. To rješenje, odnosno, politički proizvod, ima vrijednost izraženu u političkom programu na političkom tržištu. Političko tržište odnosi se na političku javnost odnosno građane, gdje se 'prodaju' imidž kandidata i njihovi politički programi.“²⁹

5.2. *Spin* doktori

U cijelom procesu izgradnje političkog identiteta i u konačnici imidža, pojavljuje se iznimno bitna funkcija, koja djeluje u pozadini, „iz sjene“, i pomaže u stvaranju i oblikovanju pozitivnog imidža u javnosti. Ta se funkcija naziva *spin* doktori i relativno je noviji pojam u odnosima s javnošću, gdje se pojavljuje od sredine 80-ih godina prošlog stoljeća. Kako i sam naziv ukazuje, *spin* u doslovnom prijevodu s engleskog znači preokret. Iz toga zaključujemo kako je njihov zadatak da preokrenu postojeću situaciju u korist svojih klijenata. Često se u javnosti polemizira o etičnosti *spin* doktora koje se karakterizira kao manipulatore koji se služe neistinama kako bi stvorili pozitivnu sliku u javnosti ljudi ili organizacija koje su ih angažirale.

„*Spin* doktori mijenjaju imidž političara od negativnog u pozitivni. Iako je prema definiciji pojam *spin* doktor neutralan, u javnosti se često povezuje sa manipuliranjem informacijama, njihovim 'friziranjem' i negovorenjem istine. Gdje je tu postavljena granica etičnosti? Laž bi vjerojatno bila neka donja granica ispod koje nitko ne bi smio ići, jer *spin* doktori koji lažu, vrlo obično gube svoj posao brzo nakon toga.“³⁰

²⁹ Anić, Natalia: Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga, *National security and the future*, 13 (3), 2012., str. 72 – 83., 74.-75. str., <https://hrcak.srce.hr/file/148452>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

³⁰ Furdek, Sunčica, Znete li što su spin doktori?, *Magazin HRT-a*, 2016., <https://magazin.hrt.hr/347157/znete-li-sto-su-spin-doktori>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

„Jer onog trenutka kada se to otkrije teško mogu nastaviti sa svojim poslom u nekim uljuđenim, razvijenim zemljama, ističe docentica Grbeša. Danas *spin* doktori ne zastupaju samo političare i popravljaju im imidž već i institucije i slavne osobe. Na čemu moraju počivati odnosi s javnošću i *spin* doktori? Prije svega istini i samo istini. Na jednom povjerenju, dakle i na jednoj vjerodostojnosti, kaže Zvonimir Ancić, glasnogovornik Hrvatske biskupske konferencije.“³¹

„Prema Macanu (www.manjura.hr) pravi je *spin* strateško upravljanje komunikacijama odnosno usmjeravanje priče u smjeru u kojem je nekome potrebno da se neki problem planirano stvori ili promišljeno riješi. To je marketinška vještina za koju je potrebno mnogo znanja i iskustva. Neke od metoda koje *spin* doktori koriste u Hrvatskoj su:

- Selekcija informacija i iznošenje samo pozitivnih,
- Plasiranje negativnih informacija o konkurenciji u javnost kako bi se odvučla njena pozornost i potakla negativna percepcija javnosti prema konkurentima,
- Iskorištavanje usmjerenosti javnosti na neki značajan događaj da bi se manja pozornost privukla negativnim informacijama vezanim uz kandidata,
- Korištenje 'anonimnih' čitatelja ili gledatelja za promociju političke ideje,
- Davanje pažljivo osmišljenih '*off the record*' izjava.

Prema navedenome, može se zaključiti da se *spin* nerijetko koristi u, za naručitelje usluga, kriznim situacijama te da se u tim slučajevima informacija/vijest treba znati prezentirati javnosti tako da je njena negativna posljedica čim manja za osobu ili stranku. Stoga *spin* doktore može nazvati i savjetnicima za imidž. To su vješte osobe koje se koriste svim dostupnim komunikacijskim metodama kojima mogu povećati popularnost kandidata ili smanjiti popularnost protukandidata.“³²

³¹ Furdek, Sunčica, Znete li što su spin doktori?, *Magazin HRT-a*, 2016., <https://magazin.hrt.hr/347157/znete-li-sto-su-spin-doktori>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

³² Furdek, Sunčica, Znete li što su spin doktori?, *Magazin HRT-a*, 2016., <https://magazin.hrt.hr/347157/znete-li-sto-su-spin-doktori>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

„*Spin* doktori koriste vrlo učinkovite metode i pokazuju se izuzetno djelotvornima u političkoj komunikaciji. Stvaraju nove vijesti i informacije skriveno izokrenute u svoju korist. Njihova umjetnost izokretanja činjenica u željenom smjeru djeluje kroz medije vrlo jednostavno jer savršeno poznaju mehanizam upravljanja informacijama te pri tome koriste sofisticirane tehnike.“³³

„Osim toga, vrlo dobro poznaju novinare. Znaju kako novinari odabiru vijesti i kako ih privući novom pričom. Oni upravljaju očekivanjima, stvaraju povlaštene odnose s određenim novinarima koji im trebaju te stvaraju svoju vijest.“³⁴

„Tu dolazimo do pitanja kome zapravo vjerovati? Pišu li mediji istinu ili ono što se od njih očekuje da pišu? Stvara li se time javno mnijenje koje je zapravo isplanirano pod utjecajem određenih interesnih skupina? Informacije se izokreću u smjeru koje pogoduje kandidatima i javnost zapravo iz medija čita ono što *spin* doktori žele prezentirati, a ne ono što uistinu jest. Prikazuje se samo ono što se želi prikazati u namjeri da se kandidat pokaže/prikaže u čim boljoj slici. Pri tome se žele prekriti možda drugi važniji zaključci koje je javnost mogla percipirati da bi dobila čistu, neiskrivljenu i potpunu informaciju, a ne pomno osmišljenu prezentaciju, odnosno oblikovanje informacije. *Spin* doktori dakle izravno utječu na javno mnijenje, vrlo često na način da ga deformiraju.“³⁵

6. Sinergija verbalne i neverbalne komunikacije

Nema jasnije poruke od one koju izgovorimo. Jednom izrečeno više ne možemo povući i stoga nas od malih nogu uče kako bismo pažljivo trebali birati riječi, jer koliko god nas krasila sposobnost govorenja, čak se i najboljim govornicima može dogoditi nespretno izgovorena riječ ili rečenica koja mijenja cijeli kontekst onoga što smo htjeli prenijeti. Ipak, riječ često služi i

³³ Furdek, Sunčica, Znete li što su spin doktori?, *Magazin HRT-a*, 2016., <https://magazin.hrt.hr/347157/znete-li-sto-su-spin-doktori>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

³⁴ Anić, Natalia: Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga, *National security and the future*, 13 (3), 2012., str. 72 – 83., 79. str., <https://hrcak.srce.hr/file/148452>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

³⁵ Anić, Natalia: Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga, *National security and the future*, 13 (3), 2012., str. 72 – 83., 79. str., <https://hrcak.srce.hr/file/148452>, pristup ostvaren 2. 6. 2019.

kao manipulacija. Bilo da se radi o „bijelim lažima“ kojima nastojimo udobrovoljiti partnera, roditelje ili prijateljicu zbog neke nepodopštine ili kašnjenja na sastanak pa im kažemo „kako su danas neobično lijepi“, mislimo i inače su, „ali danas posebno“ pa do onih pomno smišljenih rečenica kojima nastojimo pridobiti nekog na svoju stranu, izvući neku korist ili ciljano zavarati sudionika u komunikaciji. Dakle, neovisno o jasnoći verbalne komunikacije, ona itekako može biti izmanipulirana i drugačije predstavljena. A kako bismo te znakove znali pročitati i općenito bolje razumjeti sugovornika, znakove tražimo u neverbalnim izrazima – položaju tijela, tonu i boji glasa ili gestama kojima se sugovornik služi. Premda su istraživanja dominantno na strani neverbalne komunikacije i tvrde da na nju otpada većina komunikacije, jasno je da verbalni izričaj ne može opstati bez neverbalnog i obrnuto.

„Nije lako ljudsku interakciju secirati i dati jednu dijagnozu koja se odnosi samo na verbalno ponašanje i drugu koja se odnosi samo na neverbalno ponašanje.“³⁶

„Verbalna je dimenzija tako tijesno utkana i suptilno reprezentirana u mnogome od onoga što je prethodno nazvano *neverbalnim* da taj termin ne opisuje uvijek adekvatno ponašanje koje se proučava. Neki od najistaknutijih autora koji su povezani s proučavanjem neverbalnog ponašanja odbijaju odvojiti riječi od gesta pa se stoga u svojem radu koriste širim nazivom *komunikacija* ili *interakcija licem u lice* (McNeill, 2000.). Kendon (1983, str. 17, 20) to obrazlaže ovako:

Opće je zapažanje da se, kad neka osoba govori, često aktiviraju i drugi sustavi mišića osim onih u usnicama, jeziku i čeljusti. Gestikuliranje je organizirano kao dio iste ukupne jedinice aktivnosti koja organizira i govor... Geste i govor mogu se rabiti kao dva odvojena načina reprezentiranja i koordinirani su jer se oba vode istim općim ciljem. Taj je cilj proizvesti obrazac aktivnosti kojim će se moći reprezentirati neko značenje.“³⁷

³⁶ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 10.

³⁷ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 11.

„Također trebamo uočiti da ni načini na koje verbalnom i neverbalnom ponašanju pripisujemo značenja nisu uopće tako različiti. Neverbalne akcije, poput verbalnih, mogu odašiljati više od jedne poruke zaredom – npr. način na koji drugoj osobi neverbalno dajete na znanje da želite nastaviti govoriti može simultano izražavati vašu potrebu za dominacijom nad tom osobom i, možda, vaše emocionalno stanje. Kad stisnete djetetovo rame dok ga korite, možda ćete postići da ono bolje shvati i zapamti, ali možete također izazvati i takvu negativnu reakciju da vas dijete ne posluša.“³⁸

„Osmijeh može biti dio emocionalnog izraza, poruke o stajalištu, dio samoprezentacije ili reakcija kojom slušatelj pokušava utjecati na interakciju. A kao i pri verbalnom ponašanju, značenja koja se pripisuju neverbalnom ponašanju mogu biti stereotipna, idiomatska ili neodređena. Nadalje, istom neverbalnom ponašanju koje je izvedeno u različitim kontekstima može, kao i riječima, biti pripisano različito značenje. Na primjer, gledanje u pod može odražavati tugu u jednoj situaciji, a submisivnost ili nedostatak uključenosti u nekoj drugoj.

Općenito se dakle neverbalni signali, kao i riječi, mogu uporabljivati i uporabljaju se na više načina i u različitim značenjima; poput riječi, neverbalni signali imaju denotativno i konotativno značenje; a kao i riječi, neverbalni signali imaju aktivnu ulogu u komuniciranju naklonosti, moći i responzivnosti.“³⁹

Prema Ekmanu (1965) postoji nekoliko bitnih načina na koje su verbalni i neverbalni izričaj povezani tijekom interakcije među sudionicima u komunikaciji. Spomenuti autor utvrdio je sljedeće načine: ponavljanje, proturječenje, dopunjivanje, zamjenjivanje, isticanje/moderiranje i reguliranje.

PONAVLJANJE – autor smatra da naša neverbalna komunikacija može ponoviti ono što smo usmeno izgovorili. Na primjer, prolaznik nas pita gdje se nalazi autobusni kolodvor i mi mu kažemo da se nalazi nedaleko od nas s desne strane te to još potvrdimo gestikulacijom u kojem sugovorniku pokazujemo smjer, to će se smatrati ponavljanjem.⁴⁰

³⁸ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 11.

³⁹ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 12.

⁴⁰ Usp. Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str.12.

PROTURJEČENJE – tu govorimo o neusklađenosti verbalnih i neverbalnih poruka. Često imamo prilike vidjeti takve situacije upravo kod javnih nastupa i govornika kod kojih je trema očita, ali nesigurnim glasom tvrde kako se dobro osjećaju i kako trema nije prisutna.⁴¹

DOPUNJAVANJE – kod dopunjavanja poruke nisu u sukobu, već se međusobno nadopunjuju što može pomoći boljem razumijevanju poruka. U trenutcima kad nam je razumijevanje od izrazite važnosti, kao na primjer u nekim kriznim situacijama, ulažemo dodatne napore kako bi se verbalne i neverbalne poruke međusobno još bolje dopunjavale.

ZAMJENJIVANJE – često smo svjedoci kako neverbalne poruke mogu u potpunosti zamijeniti one verbalne. Najbolji primjer za to su djeca, kod kojih su neverbalne ekspresije jako izražene pa ćemo tako vrlo brzo shvatiti da je dijete palo i ozlijedilo se kad plačnog lica trči prema majci. Isto tako, ne mora nam opisivati svoju sreću kad nakon vrtića/škole ugleda svoju majku i potrči joj u zagrljaj.

ISTICANJE/UBLAŽIVANJE – onim što neverbalno komuniciramo možemo bitno istaknuti, odnosno ublažiti ono što smo izgovorili. Gestikulacija nam uglavnom služi za isticanje onog što smo izrekli. Ne tako davno bili smo svjedoci velikih uspjeha naše nogometne reprezentacije gdje su naši srebrni reprezentativci, ali još više navijači, sjajan primjer isticanja verbalne poruke. Glasno bodrenje pratile su ruke podignute u zrak, šake pobjednički stisnute kao da su time željeli dodatno podržati reprezentativce u njihovom povijesnom pohodu.⁴²

7. Neverbalna komunikacija

Usprkos neodvojivosti verbalnog i neverbalnog izričaja, spomenuli smo kako su brojna istraživanja uvelike „na strani“ neverbalne komunikacije u smislu njezine ukupne zastupljenosti u komunikacijskom procesu. Stoga možemo reći kako ona predstavlja osnovu komunikacije među ljudima. Od brojnih teza, najzastupljenija je ona dr. Alberta Mehrabiana čija istraživanja upućuju na to kako je 7 % ukupne komunikacije verbalno, 38 % čini ton našeg glasa, a 55 % govor tijela. Matematički predočeno, neverbalna komunikacija čini čak 93 % ukupne

⁴¹ Usp. Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str.12.

⁴² Usp. Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str.16.

komunikacije. Taj podatak dovoljno govori o snazi i važnosti svega onoga što nismo izrekli, ali se jasno dalo iščitati iz naših pokreta, tona glasa i pogleda. Koliko je važna neverbalna komunikacija govori nam i sama činjenica kako novorođenčad počinje čitati ekspresije lica sa svega dva dana starosti, dok se djeca s nepunih godinu dana služe složenijim znakovima rukama. Što nam je još jedna potvrda kako neverbalnu komunikaciju počinjemo koristiti prije verbalne.

Ona je dijelom urođena, ali i jednim dijelom kulturno uvjetovana. Iako neodvojiva od verbalne, znatno se razlikuju oblikom i sadržajem.

„Jasno je da su neverbalni signali ključni dio naše komunikacije. Katkad su oni najvažniji dio naše poruke. Razumijevanje i uspješna uporaba neverbalnog ponašanja presudni su u praktično svakom sektoru našeg društva. Uzmimo ulogu neverbalnih signala u terapijskim situacijama. Terapeuti se koriste neverbalnim ponašanjem kako bi izgradili dobar odnos s klijentima (Tickle-Degnen Rosenthal, 1992). sposobnost čitanja neverbalnih signala povezanih s klijentovim problemima zasigurno im pomaže u postavljanju dijagnoze i liječenju. Dovoljna je mala promjena u tonu glasa ili skretanje pogleda u stranu od pacijenta u krivom trenutku da liječnik prenese poruku koja je vrlo različita od one koju je kanio prenijeti (Buller i Street, 1992). U situacijama u kojima je verbalna komunikacija često ograničena, kao u interakciji sestre i liječnika tijekom operacije, uspješna neverbalna komunikacija doslovce je pitanje života i smrti. Značenje je neverbalnih znakova u umjetnosti – plesu, kazališnim predstavama, glazbi, filmu, fotografiji itd. – očito. Neverbalna simbolika različitih ceremonija i obreda (npr. ukrasi na svadbenim ceremonijama, božićni ukrasi, vjerski obredi, sprovodi itd.) izaziva u onih koji u njima sudjeluju važne i nužne reakcije. Dakako, razumijevanje neverbalnih signala priprema nas za komunikaciju s pripadnicima različitih kultura, klasa ili dobnih skupina, kao i s različitim etničkim skupinama unutar naše kulture (Lee, Matsumoto, Kobayashi, Krupp, Maniatis i Roberts, 1992).“⁴³

⁴³ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 22.

„Neverbalne poruke ne samo da vam pomažu da ustanovite koliko ste dobri u nekom intervjuu za posao, nego su također sastavni dio vašeg uratka na poslu – bilo da on uključuje odnose s javnošću, posluživanje kupaca, marketing, oglašavanje, nadzor ili vođenje (DePaulo, 1992; Hecker i Stewart, 1988). Diplomate često više vole implicitnu nego eksplicitnu prilagodbu, pri čemu se koriste i u velikoj mjeri oslanjaju na neverbalne signale.“⁴⁴

Dakle, neverbalna je komunikacija svaka komunikacija koja se odvija mimo riječi i obavlja mnoge funkcije u odnosu na verbalne poruke pa tako često zamjenjuje govor, regulira razgovor, može ponoviti, upotpuniti ili naglasiti ono što smo izrekli, ali jednako tako i osporiti izgovorene riječi ili čak zavarati druge. Za razliku od verbalne komunikacije, stalno je prisutna te nam govori puno o drugima, najviše ono što sam komunikator ne želi otkriti.

7.1. Što čini neverbalnu komunikaciju?

Neverbalnu komunikaciju čini govor tijela – držanje, ekspresija lica, paralingvistički znakovi (ton, boja glasa, ritam izgovaranja, pauze između govora, tečnost) te vizualni identitet – odjeća, fizički izgled, kosa, nakit i slično.

„Teorije i istraživanja povezana s neverbalnom komunikacijom usredotočuju se na tri primarne jedinice: okolinske strukture i uvjete u kojima se komunikacija odigrava, fizičke karakteristike samih pojedinaca koji komuniciraju i različita ponašanja koja ti pojedinci manifestiraju. Iako je u istraživanjima neverbalnog ponašanja naglasak većinom na izgledu i ponašanju osoba koje komuniciraju, sve se veća pažnja posvećuje utjecaju koji na ljudske transakcije imaju čimbenici koji nisu povezani s ljudima. Ljudi mijenjaju okolinu kako bi im pomogla da postignu svoje ciljeve u komunikaciji; i obratno, okolina može utjecati na naše raspoloženje, izbor riječi i postupaka. Prema tome, ova se kategorija odnosi na one elemente koji utječu na odnos među ljudima, ali nisu izravno dio njega. Okolinski čimbenici uključuju namještaj, arhitektonski stil, unutarne uređenje, uvjete rasvjete, boje, temperaturu, prateće zvukove ili glazbu, i slične stvari unutar kojih se interakcija odigrava.“⁴⁵

⁴⁴ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 23.

⁴⁵ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 7.

„Varijacije u rasporedu, materijalima, oblicima ili površini objekata u interakcijskoj okolini mogu snažno utjecati na ishod nekog interpersonalnog odnosa. Ova kategorija također uključuje ono što bismo mogli nazvati *tragovima aktivnosti*. Primjerice, dok gledate opuške cigareta, koru naranče i stari papir koje je ostavila osoba s kojom ćete ubrzo biti u interakciji, formirate dojam koji će konačno utjecati na naš susret. Percepcija vremena i odabira trenutka uključuje još jedan važan dio komunikacijske okoline. Kada se nešto događa, koliko se često događa i tempo ili ritam aktivnosti jasno su dio svijeta komunikacije premda nisu dio fizičke okoline *per se*.“⁴⁶

Već smo zaključili kako je neverbalna, ali i komunikacija općenito nepresušni izvor novih saznanja te shvaćamo kako je jako puno čimbenika koji utječu na konačan dojam, a da ih dobrim dijelom nismo ni svjesni, kao što je, na primjer, prethodno navedena okolina i prostor.

Ipak, temeljna podjela neverbalne komunikacije, onog što je oku vidljivo i čega smo svjesni je i dalje jednaka. Onoliko koliko budemo vješti u iščitavanju njenih signala, toliko ćemo biti uspješni u komunikaciji i ostvarivanju onog što želimo postići.

„Istraživanja upozoravaju na važnost neverbalne komunikacije: slušatelj pamti 10% onog što se govori, 40% kako se govori, a 50% se odnosi na dojam koji ostavlja govornik (kako izgleda).“⁴⁷

⁴⁶ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 7.

⁴⁷https://www.krenizdravo.rtl.hr/psihologija_p/neverbalna-komunikacija-govori-vise-od-verbalne,
ostvaren 3. 6. 2019.

pristup

7.2. Govor tijela

„Kretnje i položaj tijela obično uključuju geste, pokrete tijela (udova, ruku, glave, stopala i nogu), izraze lica (osmijehe), pokrete očiju (treptanje, usmjeravanje i trajanje pogleda, te širenje zjenice) i držanje tijela. Nabiranje čela, povijanje ramena i naginjanje glave smatraju se tjelesnim pokretima i pozicioniranjem. Konkretno, glavna su područja geste, držanje tijela, dodirivanje, izrazi lica i usmjeravanje pogleda.

Mnogo je različitih gesta (i varijacija tih vrsta), ali su najčešće proučavane sljedeće:

1. o govoru neovisne geste. Te geste nisu vezane za govor, nego imaju svoj izravni verbalni prijevod ili definiciju u rječniku, koja se sastoji od nekoliko riječi ili od rečenice. Među pripadnicima neke kulture ili supkulture postoji visoko slaganje glede verbalnog 'prijevoda' ovih signala. Geste koje se rabe da bi se simbolički prikazalo 'Dobro' ili 'Mir' (koja je također poznata i kao 'V' znak za pobjedu) primjeri su o govoru neovisnih gesti kod velikih segmenata američke kulture.

2. geste povezane s govorom. Te su geste izravno vezano uz govor ili ga prate i često služe ilustriranju onoga što je verbalno rečeno. Te kretnje mogu istaknuti ili naglasiti riječ ili rečenicu, skicirati tok misli, upozoriti na prisutne objekte, prikazati neki prostorni odnos, ritam ili tempo nekog događaja, opisati sliku nekog referenta, prikazati neku tjelesnu radnju ili služiti kao komentar načina na koji je dani proces interakcije reguliran i organiziran.⁴⁸

7.3. Držanje tijela

„Držanje tijela obično se proučava zajedno s drugim neverbalnim signalima kako bi se odredio stupanj pažnje ili sudjelovanja, status u odnosu na drugog partnera u interakciji ili stupanj u kojem se on danoj osobi sviđa.“⁴⁹

⁴⁸ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 9.

⁴⁹ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 9.

„U studijima u kojima se oni koji su bili u interakciji nisu međusobno poznavali, na primjer, naginjanje naprijed povezivalo se s većim sudjelovanjem, većim sviđanjem i nižim statusom. Držanje tijela također je ključni pokazatelj intenziteta nekih emocionalnih stanja, npr. klonulo držanje koje je povezano s tugom, ili ukočeno, napeto držanje koje je povezano sa srdžbom. Stupanj u kojem se položaji tijela kod sudionika u komunikaciji uzajamno odražavaju također može govoriti o dobrom odnosu ili pokušaju da se on izgradi.“⁵⁰

Koliko položaj našeg tijela otkriva o nama govori podatak kako ljudi koji posjeduju glumački talent mogu bolje kontrolirati gornje ekstremitete i čak manipulirati porukama koje žele poslati. Međutim, kako se „spuštamo“, točnije pratimo donje ekstremitete, tu je situacija puno jasnija. Čak i savršeni glumci teško mogu prikriti ono što tijelo samo odaje: tu puno lakše vidimo strah, neizvjesnost, neistinu ili tremu.

„Držanje tijela izvanredno je 'izdajnička' komponenta neverbalnog govora. To je tako jer ljudi najčešće nisu svjesni što rade tijelom, a često niti nogama. Jedno je istraživanje pokazalo da su se nečiji stavovi dali dosta lako sakriti glumljenim izrazima lica, no, kad je lice bilo pokriveno, a ispitanici su gledali samo pokrete tijela, pravi su stavovi bili odmah pročitani. Držanjem tijela mogu se izraziti brojni stavovi i raspoloženja, a njihovo čitanje također je prilično jednostavno. To su znatiželja, zbunjenost, indiferentnost, odbacivanje, samozadovoljstvo, dobrodošlica, odlučnost, traženje, pažljivost, srdžba, uzbuđenje, iznenađenje, dominacija, sumnjičavost, plahost i pogođenost.“⁵¹

7.4. Paralingvistički znakovi

Paralingvistički znakovi podrazumijevaju način na koji smo nešto izrekli: ton kojim je sadržaj izrečen, jačina glasa i tečnost govora ukazuju na to jesmo li smireni, ljuti, uzbuđeni ili sretni. Ono što ne spominjemo često, a svakako je dio paralingvističkog znakovlja jest – šutnja. I njome šaljemo snažnu poruku, neovisno služimo li se njome samo kako bismo uzeli predah,

⁵⁰ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 9.

⁵¹ Leinert, Novosel, S., Komunikacijski kompas, Zagreb: Plejada, 2012., str. 98.

doslovno ostali bez riječi ili napravili pauzu kako bismo dodatno istaknuli ono što namjeravamo reći.

„Glasovno se ponašanje odnosi na to *kako* je što rečeno, a ne što je rečeno. Opisuje niz neverbalnih znakova koji prate sam govor. Općenito se pravi razlika između dvaju tipa zvukova:

1. glasovne varijacije koje proizvode glasnice tijekom govora, a ovise o promjenama u visini, trajanju, glasnoći i šutnji;
2. glasovi koji su primarno rezultat drugih fizioloških mehanizama, osim samih glasnica, npr. ždrijelne, usne ili nosne šupljine.

Većina istraživanja glasovnog ponašanja i njegovih učinaka na ljudsku interakciju fokusirala se na razinu i varijabilnost visine, trajanje zvukova (kratko ili otegnuto), stanke tijekom govora i latenciju odgovora za vrijeme izmjene slijed govorenja, stupanj ili varijabilnost glasnoće, rezonanciju, jasan ili nejasan izgovor, brzinu, ritam, te ubačene zvukove tijekom govora poput 'uh' ili 'hm'. Proučavanje glasovnih signala obuhvaća široki raspon tema, od pitanja koja se usredotočuju na stereotipe u vezi s nekim glasovima do pitanja o učincima glasovnog ponašanja na razumijevanje i persuaziju. Tako čak i specifični zvukovi, poput smijanja, podrigivanja, zijevanja, gutanja, stenjanja i sličnih, mogu biti zanimljivi razmjerno utjecaju koji mogu imati na ishod interakcije.“⁵²

Utjecaj paralingvističkih znakova je vrlo jak. Istraživanja pokazuju da slušatelji posvećuju puno više pozornosti vokalnim porukama, nego izgovorenim riječima kada su upitani da odrede govornikova stajališta. U trenutku kada vokale suprotstavimo verbalnim porukama, slušatelji prosuđuju na temelju paralingvističkih znakova, a ne iz samih riječi.

Tonove koji su u suprotnosti sa izgovorenim riječima nije lako prikriti. Ukoliko govornik želi prikriti ljutnju ili strah, glas će vjerojatno biti glasniji, a ton povišen, dok će ritam izgovora biti nešto brži. Neraspoloženje i tuga proizvode suprotne tonove, tih, manje odlučan i sporiji govor. Paralingvalna komunikacija utječe i na način na koji slušatelji doživljavaju govornika.

⁵² Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 10.

Govornike koji govore glasno i bez zastajkivanja smatra se pouzdanijima od onih koji imaju pauze u govoru i tiši su. Slušaatelji su skloniji vjerovati glasnijim govornicima jer su uvjerljiviji.

7.5. Vizualni identitet

Osim što prije svega ima praktičnu ulogu i štiti nas od različitih vremenskih uvjeta ili im se prilagođava, odjeća i kompletan vizualni identitet vrlo su snažno sredstvo neverbalne komunikacije.

Njome možemo istaknuti društveni status, razinu obrazovanja, moralne standarde, afinitete prema određenom sportu te prema sportu općenito, kao i uvjerenja (religiozna, politička, filozofska). Mnoga su istraživanja dokazala onu staru narodnu tvrdnju da "odijelo čini čovjeka", odnosno da ljude procijenjujemo na osnovu njihova odijevanja. Govornicima koji nose posebnu, otmjenu odjeću, skloni smo više vjerovati. Veća je vjerojatnost da ćemo s većom pozornošću slušati ljude koji su odjeveni u "visokopozicioniranu" odjeću. Te činjenice dovode do zaključka kako je odjeća vrlo važna u stvaranju prvog dojma koji je nužan kako bismo probudili želju druge osobe da nas bolje upozna. Posvećivanje pažnje odjeći i vanjskom izgledu danas je od iznimne važnosti u stvaranju prilike za daljnji napredak.

"Mnogi ljudi znatna financijska sredstva troše na odjeću, obuću, rublje, nakit, naočale, mirise, na uređenje stana i automobile. Neki to mogu osuđivati ili smatrati beskorisnim, no ovdje se radi o jednom od oblika 'investiranja' u vlastiti imidž, dakle, u marketing samoga sebe. Ne čudi stoga da danas briga za izgled varira od nedovoljne do gotovo apsurdne opsjednutosti mladošću i ljepotom. Industrije koje po svijetu 'pomažu oko toga', oko dobre forme i dobrog izgleda, sve više profitiraju u poslovnom smislu. Istina, 'odijelo ne čini čovjeka' no, istovremeno, je također velika istina da ono određuje njegov početni imidž, a taj je najčešće mnogo važniji za odnose od nekih eventualnih otkrića o ličnosti osobe, koja se mogu, ali i ne moraju pojaviti kada osobu bolje upoznamo."⁵³

Koliko je vizual bitan te kolika je snaga poruke i dojma koji odašilje, rano je prepoznato upravo u svijetu politike. Proučavajući kako pridobiti glasače na svoju stranu, na koji ih način

⁵³ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 74.

privući i dobiti taj toliko željeni glas više, stručnjaci političkog marketinga i komunikacija brzo su uvidjeli važnost estetike i vizuala, jer moramo biti iskreni, oku je uvijek ugodnije vidjeti lijepo nego manje lijepo, atraktivno nego prosječno. To je do te mjere izraženo da su ljudi skloniji više vjerovati lijepim, nego neatraktivnim govornicima.

„Političari su odavno prepoznali važnu ulogu neverbalnog ponašanja. Za predsjednika Lindona Johnsona priča se da je bio vrlo osjetljiv na ono što neverbalni znakovi mogu komunicirati. Navodno je upozorio svoje osoblje da dan nakon ubojstva predsjednika Johna F. Kennedyja ne stoje pred prozorima Bijele kuće ili s ulice gledaju u nju iz straha da će se doimati kako se nadaju moći. No, televizija i, osobito, predsjedničke rasprave na televiziji usredotočile su i kandidate i glasače na ulogu neverbalnog ponašanja kao nikad prije. Umorne, predebele, fizički neprivlačne političke vođe iz nedavne prošlosti zamijenili su mlađi, lijepi, snažni kandidati koji glas javnosti mogu osvojiti svojom neverbalnom privlačnošću.

Godine 1960. u vrijeme prve rasprave između predsjedničkih kandidata Richarda Nixona i Johna Kennedyja, analitičari su o Nixonovu neuspjehu govorili često u terminima načina na koji se predstavio na televiziji, tj. njegove izrasle brade koja se nazirala iza scenske šminke, uvjeta osvjetljenja koji su isticali umorno lice, odijela koje se stapalo sa pozadinom itd.“⁵⁴

„Analiza pokreta koju je napravio Davis (1995, str. 213) pokazuje da je Nixonov izgled bio samo jedna od njegovih neverbalnih slabosti. Nixon sjedi u napetom, stisnutom položaju, dok Kennedy sjedi s prekriženim nogama, lako opuštenih ruku i drži se uspravno. Na snimkama napravljenima kamerom može se vidjeti Nixona kako čvrsto stišće govornicu i dugo ne čini nikakve geste, iako su pokreti njegove glave jasni i odrješiti. Osim toga, Nixon pokazuje koban obrazac pretjeranog treptanja – ne samo uobičajeno često (više od jednom u sekundi) nego povremeno i s tolikim brzim treptajima da mu se oči svaki tren zatvaraju. U usporedbi s njim, Kennedy jasno pobjeđuje unatoč svom prilično običnom i sputanom nastupu. Televizija, čini se, napose koristi političaru koji može biti šarmantan, ali mu nedostaje ideja... Na televiziji nije važno što on nema ideja.“⁵⁵

⁵⁴ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 24.

⁵⁵ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 25.

„Ono što gledatelji žele da s njima podijeli jesu osobine koje ima kao ličnost. On ne smije biti državnik ni čelnik; mora se samo pojaviti na vrijeme. Uspjeh i neuspjeh lako se mjere: koliko često ga se poziva? Ako je dovoljno često, postigao je svoj cilj – napredovao je od 'političara' do 'poznate osobe', što je skok u statusu koji iskazuju zahvalni gledatelji koji imaju osjećaj da su napokon dobili nešto na osnovi čega se mogu odlučiti.“⁵⁶

8. Ivo Sanader – biografija

„Ivo Sanader je hrvatski političar rođen 8. lipnja 1953. godine u Splitu. Političku karijeru započeo je 1990. godine, kada je u Innsbrucku, gdje je studirao, osnovao ogranak HDZ-a. 2003. godine postao je 8. predsjednik Vlade Republike Hrvatske te je smjenio prethodnika Ivicu Račana.

Osnovnu školu upisao je 1960. godine u rodnom naselju Dugobabe, te ju je završio 1968. godine kao odličan đak. Kao djeca iz siromašne obitelji, Ivo te njegovo troje braće i jedna sestra, upisani su u Nadbiskupsku klasičnu gimnaziju u Splitu te iste godine smješteni u sjemenište, gdje su imali adekvatan smještaj i hranu. Iz Sanaderove generacije poznati su mnogi hrvatski svećenici, a među njima i don Anđelko Kaćunko.“⁵⁷

„Po svršetku gimnazijskog školovanja odlazi u Rim na studij filozofije. No ubrzo uviđa da mu se tamo baš i ne sviđa te se vraća u Split. Nakon povratka u rodni Split upoznaje svoju buduću suprugu Mirjanu s kojom će se 1978. godine i vjenčati. Nakon vjenčanja mladi bračni par odlazi u Innsbruck (Austrija) na studij. Mirjana upisuje studij arheologije, a Ivo komparativnu književnost i romanistiku. Godine 1982. godine diplomira je na temu "Nazor o svijetu u kazališnom dijelu" Jeana Anouilha.“⁵⁸

⁵⁶ Knapp, L., Mark, Hall, A., Judith: nav.dj., str. 25.

⁵⁷ <https://www.biografija.com/ivo-sanader/>, pristup ostvaren 26. 6. 2019.

⁵⁸

<https://blog.dnevnik.hr/hdzusrcu/2007/11/1623665452/biografija.html?page=blog&id=1623665452&subpage=0&subdomain=hdzusrcu>, pristup ostvaren 3. 6. 2019.

„Nakon završetka studija bračni par se vraća u Hrvatsku. Nakon povratka Ivo prvi posao pronalazi u marketinškom Dalmacijaturista. No, tu nije ostao zadugo. Pronalazi novo radno mjesto u nakladničkoj tvrtki Logos gdje se zapošljava na radnom mjestu programskog urednika. Pet godina kasnije (1988.) postaje glavni i odgovorni urednik.

Karijeru u nakladničkoj kući prekida iznenadni otkaz (istovremeno otkaz dobiva i njegova supruga). Na Odsjeku za germanistiku Filozofskog fakulteta u Zadru otvara se slobodno radno mjesto za koje mu i njegov bivši mentor sa sveučilišta u Innsbrucku, Zoran Konstantinović, daje preporuku. Ali Sanader se odlučuje sa suprugom otići u Austriju. U Austriji osniva dvije privatne tvrtke. Odlaskom u Austriju ne gubi veze sa domovinom. Pred kraj osamdesetih u Austriji osniva ogranak HDZ-a, te ostvaruje prve kontakte sa Franjom Tuđmanom.

U Split se vraća u praskozorje rata. Po povratku u Split od splitskog gradonačelnika Onesnina Cvitana zatraži razgovor nakon kojeg Cvitan konstatira da Sanader ima odgovarajuću strukturu i reference za rad na mjestu intendanta HNK. Dolaskom na mjesto intendanta Sanader je češće i u medijima.

Sa mjesta intendanta splitskog HNK Sanader odlazi u kolovozu 1992. godine (nakon što je izabran za zastupnika u Zastupničkom domu Sabora) na mjesto ministra znanosti, tehnologije i informatike na kojem ostaje do siječnja 1993. godine.

Krajem studenog 1995. godine postaje Predstojnik ureda predsjednika Republike Hrvatske i postaje glavni tajnik Vijeća obrane i nacionalne sigurnosti (VONS) nakon što je Šarinić razriješen dužnosti na vlastiti zahtjev. U siječnju 1996. godine postaje član Zajedničkog vijeća za suradnju između Republike Hrvatske i Federacije Bosne i Hercegovine. Nešto kasnije Šarinić se vratio pod okrilje predsjednika Republike Hrvatske Franje Tuđmana, a Sanader je smijenjen s te dužnosti (studen 1996.) i vraćen u Ministarstvo vanjskih poslova na staro radno mjesto zamjenika ministra vanjskih poslova.“⁵⁹

59

<https://blog.dnevnik.hr/hdzusrcu/2007/11/1623665452/biografija.html?page=blog&id=1623665452&subpage=0&subdomain=hdzusrcu>, pristup ostvaren 3. 6. 2019.

„Na 5. općem Saboru HDZ-a izabran je za predsjednika stranke naslijedivši na tom mjestu Franju Tuđmana (do tada je unutar stranke obnašao dužnost člana Predsjedništva HDZ-a i međunarodnog tajnika stranke). Dolaskom na čelo HDZ-a uporno radi na modernizaciji i jačanju stranke što na izborima 23. studenog 2003. rezultira pobjedom HDZ-a i donosi Sanaderu mjesto hrvatskog premijera.“⁶⁰

Na toj funkciji ostaje do sredine 2009. godine, kada daje ostavku na mjesto premijera i svih stranačkih funkcija te svoje mjesto prepušta Jadranki Kosor, dotadašnjoj potpredsjednici HDZ-a i ministrici obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti.

9. Politički uspon

Sanaderov dolazak na vlast 2003. godine označio je početak neke nove ere Hrvatske demokratske zajednice, ali i generacije političara općenito.

Smatrao je da prošlost trebamo cijeniti i odnositi se prema njoj s poštovanjem, ali da je naša dužnost da djelujemo u sadašnjosti, a razmišljamo o budućnosti čime se uvelike razlikovao od svog političkog prethodnika Franje Tuđmana koji je bio sklon vraćati se u prošlost, gajiti nacionalne razlike i veličati nacionalizam kao takav.

Sanaderu nacionalizam nije bio bitan i nije na njemu planirao graditi svoju političku karijeru. Sloganom „Ljudi ispred politike“ nagovijestio je novo doba u kojem će naglasak biti na građanima i njihovom boljitku te najavio okupljanje kvalitetnih i sposobnih ljudi koji će mu u tome pomoći.

Imao je viziju stvaranja i vođenja moderne europske države, koja će napokon prepoznati i iskoristiti svoje potencijale i postati dio cijenjene i jake europske zajednice. Život izvan granica naše zemlje otvarao mu je vidike, vidio je priliku u Europi i Europskoj uniji, često je govorio

⁶⁰

<https://blog.dnevnik.hr/hdzusrcu/2007/11/1623665452/biografija.html?page=blog&id=1623665452&subpage=0&subdomain=hdzusrcu>, pristup ostvaren 3. 6. 2019.

kako bez nje ne možemo te isticao u kojoj ćemo prednosti tek biti jednom kad postanemo članicom.

Ivo Sanader kao nova generacija političara savršenog obrazovanja i vladanja svjetskim jezicima predstavljao je vođu kakvog do tada nismo imali – mladog čovjeka ugodnog izgleda, kojem je bila iznimno bitna vanjska prezentacija, uvijek besprijeekorno i sukladno prilici odjeven, a ništa manje bitna nije bila niti njegova energija i samouvjerenost kojom je plijenio te zahvaljujući kojoj je postigao vrhunac svoje karijere i došao na mjesto premijera. Javnosti, koja je bila zasićena starijom generacijom političara opterećenih prošlošću, dolazak na vlast nekoga poput Sanadera predstavljalo je veliko osvježenje, dobrodošla promjena u svakom pogledu.

Upravo zbog toga što je bio drugačiji i otvoreniji, ugodnog izgleda i neupitnog šarma, dočekan je raširenih ruku. I nije se trebalo čitati između redaka, bilo je kristalno jasno kako mu narod neizmjerljivo vjeruje.



Slika 1. *Ivo Sanader.*

Izvor:

https://www.jutarnji.hr/migration_catalog/ivo_sanader/2134998/ALTERNATES/LANDSCAPE_1180/ivo_sanader, pristup ostvaren 3. 6. 2019.

10. Stvaranje pozitivnog imidža u javnosti

Sanader je, poučen već zavidnim iskustvom u međunarodnim poslovima i diplomaciji, ali i prethodnom, ne manje bitnom, radnom iskustvu u kazalištu, znao da je prezentacija izrazito važna.

Narodu je, do tada naviknut na distanciranost i veličanje vođa kojima nitko nije ravan i ne može im se približiti, došao kao osvježenje, netko njima blizak i jedan od njih.

Nakon dolaska na vlast u studenom 2003. godine, odlučio je da će jedan od prvih službenih posjeta biti posjet Istri, gdje je dočeka Novu godinu. Bio je to pomno promišljen Sanaderov potez. Naime, Istra je regija u kojoj njegova stranka nikad nije dobila većinu na izborima niti u jednom gradu osim, povremeno, u Pazinu.

Kada je došao u Umag na doček, građanima se obratio na tečnom talijanskom jeziku. Veći dio regije je dvojezično područje, drugi službeni jezik je talijanski i dobar dio starije populacije čak i ne priča hrvatski, nego isključivo talijanski. Sanader je tada dočekan s oduševljenjem zbog pažnje koju je posvetio tim ljudima, načina na koji im se obratio i poruke koju je tad poslao: da je Istra dio Hrvatske i kako poštujemo različitosti, odnosno dodatnu vrijednost u vidu ostavštine talijanske povijesti koja je neminovno ostavila traga na regiju. Ta je gesta bila jako popraćena u medijima i Sanader je prikupio puno političkih bodova u regiji u kojoj je to, do tada, praktički bilo nemoguće izvesti.

Nastojao je svugdje biti prisutan i iskoristiti svaku minutu medijskog prostora, koja mu je, kao premijeru, bila dostupna.

Često se pojavljivao na dobrotvornim skupovima, slikao s djecom i družio se građanima prilikom javnih nastupa, nastojao se tako približiti narodu i poslati poruku kako je jedan od njih.

Od svog je prethodnika naslijedio i nastavio praksu prijema sportaša nakon uspjeha koje bi ostvarili na nacionalnim i međunarodnim natjecanjima. Znao je da je sport najljepši način kojim se zemlja može predstaviti u svijetu, a naša mala zemlja takvih je promotora imala nebrojeno.

Premijer ih je rado primao i posvećivao im vrijeme, dajući do znanja da zna koji trud i vrijednost stoji iza tih uspjeha, ali i da prepozna i cijeni promociju zemlje koju samo sport može predstaviti na tako poseban i pozitivan način.

Ti su prijemi bili medijski jako popraćeni i često su u javnost izlazile fotografije s tih druženja. U vrijeme poslijeratne Hrvatske, u teškom periodu tranzicije koju je pratilo loše ekonomsko razdoblje, sport je bio svijetla točka naše zemlje, narod su iznimno veselili uspjesi naših sportaša koji su bili slavljani i voljeni. Prepoznavši njihov značaj, njegovao je ta druženja koja je koristio i kao sredstvo samopromocije.



Slika 2. Sanader i rukometaši nakon osvajanja srebra.

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=C24UXbTyOJSPtAaM-JyYCg&q=ivo+sanader+i+prijem+rukometa%C5%A1a&oq=ivo+sanader+i+prijem+rukometa%C5%A1a&gs_l=img.3...5372.9554..9825...1.0..1.281.4012.0j21j1.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.S8jX1xrp7HU#imgsrc=zp7s0rrCnFkF1M;, pristup ostvaren 27.06.2019.

Na gornjoj slici možemo vidjeti opuštenog i dobro raspoloženog premijera, koji se rukometašima obratio sljedećim riječima:

„Dragi prijatelji, ostvarili ste sjajan uspjeh za Hrvatsku i njene građane, a prije svega za mlade. Da nije bilo vas i vaših uspjeha ne bi bilo SP-a ni dvorana u Hrvatskoj.“⁶¹

„Iako je broj izraza lica znatan, moguće je utvrditi svega nekoliko osnovnih izraza koje je onda moguće shematski prikazati. To su radost, iznenađenje, strah, tuga, srdžba, gađenje, stid i bol. Koji su od tih izraza najprihvatljiviji u komunikaciji, odnosno, koji od njih projiciraju najbolji imidž? Budući da se, ponovimo, izraz lica većinom interpretira kao stav prema sugovorniku („izvana prema unutra“), očito su to izrazi interesa, zadovoljstva i iznenađenja. Kako vidimo, prihvatljivih je osnovnih izraza lica razmjerno malo. To ne znači da u nastojanju projiciranja pozitivnog imidža moramo postati stereotipni, odnosno, pokazivati uvijek jedan te isti izraz. Unutar svakog osnovnog izraza postoje i brojne varijante, njihove kombinacije, tako da poruke licem, unatoč navedenim ograničenjima mogu i dalje ostati dosta raznolike.

Upozorit ćemo da se kod navedenih izraza interesa, iznenađenja i zadovoljstva, lice 'otvara' (obrve se podižu, oči i zjenice šire, mišići razvlače u stranu, a k tome se mogu otvoriti i usta). Takav opći smjer pokreta naći ćemo i kod ostalih dijelova tijela kad netko izražava tendenciju zbližavanja ili pokazuje bliskost, dakle 'afilijativnu' dimenziju odnosa.“⁶²

Iskustvo koje je prethodno stekao bilo mu je od velike pomoći i Ivo Sanader je sigurnim koracima gradio pozitivan imidž među građanima, svojim stranačkim kolegama, ali i političkim suparnicima.

„Iako toga često nismo ni svjesni, mi stalno nešto prodajemo u odnosu s drugima – odnosno u našim odnosima s javnošću. Prema tome prva pouka u osobnom PR-u glasi da moramo postati svjesni te 'samoprodaje'. Druga se lekcija odnosi na to da znamo što prodajemo – da postanemo svjesni sebe kao proizvoda, jer što god prodavali ipak smo upravo mi kao osobe u prvom planu.“⁶³

⁶¹ <https://www.jutarnji.hr/arhiva/video-vlada-i-rukometasi-pjevaju-morsku-vilu/4007229/>, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

⁶² Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 87.

⁶³ Skoko, B. : nav.dj., str. 187.

„Bez obzira je li u pitanju ideja, molba, projekt ili genijalan proizvod koji nudimo budite svjesni da će ih drugi kupiti ako smo im mi prihvatljivi, odnosno ako su prethodno 'kupili' nas. Da bi se gradili kvalitetni osobni odnosi s javnošću, najprije treba – dakle – definirati sebe kao 'proizvod', odnosno svjesno graditi vlastiti identitet.“⁶⁴

„Identitet je ono što zapravo jesmo – kako se ponašamo, kako se odnosimo prema drugima, kako govorimo i kako radimo, kako se odijevamo, kakvu glazbu slušamo, kakav je naš stil, kakva je naša razina znanja i kakve su naše sposobnosti... Međutim, prije nego drugi upoznaju te naše karakteristike, primjerice pri prvom susretu ili nastupu – u prvi plan dolazi naš izgled, naša pojavnost.“⁶⁵

„Da bi vas tržište 'kupilo' vaš sadržaj morate dodatno upakirati u kvalitetan omot a to je vaš izgled: vaša njegovanost, vaša tjelesna težina, odjeća koju nosite, držanje koje zauzimate, cipele u kojima hodate. Naš izgled mora u potpunosti odražavati osobine koje želimo ponuditi drugima.

Naravno, ne zaboravite da se svakodnevno milijuni ljudi nastoje prodati a previše njih u tome ne uspijeva jer prodaju ono što nisu. Prema tome trebate biti i ostati prirodni i vjerni sebi, pored cjelokupne šminke i odjeće – koja ne smije nositi vas već vi nju!“⁶⁶

Nesumnjivo, Ivo Sanader je jako dobro znao kako „prodati“ sebe, dijelom je to znanje stekao kroz profesionalni razvoj, ali mu dobrim dijelom ne možemo osporiti prirodni talent koji je vješto koristio i, vidjet ćemo kroz primjere, od svojeg lika i djela napravio *brand*.

⁶⁴ Skoko, B. : nav.dj., str. 187.

⁶⁵ Skoko, B. : nav.dj., str. 188.

⁶⁶ Skoko, B. : nav.dj., str. 191.

9.1. Jačanje imidža u diplomaciji

Diplomacija i poznavanje jezika pomogli su mu u stvaranju utjecajnih prijateljstava na europskoj političkoj sceni koja je Sanader sve više stjecao i pažljivo ih održavao.

U toj početnoj fazi svoje vladavine stvorio je temelje da bude slavljn i voljen od svog naroda, te cijenjen i rado viđen suradnik svojih stranih kolega istovremeno sve više radeći na stjecanju i utvrđivanju međunarodnog ugleda.

Sanader je rado primao, ali i odlazio na prijeme kod svojih stranih kolega. Nakon *summita* NATO-a u Bukureštu povodom pristupa u Savez, za koji je pozivnicu dobila i Hrvatska, tadašnji predsjednik SAD-a, George Bush Jr., posjetio je našu zemlju.

Premijer je tada zahvalio Bushu na snažnoj potpori Hrvatskoj, ocijenivši taj posjet "krunom bilateralnih odnosa Hrvatske i SAD-a"⁶⁷ te ocijenio njihove odnose dobrima, ali i naglasio da mogu biti još i bolji.



Slika 3. Premijer i predsjednik SAD-a, George Bush Jr. za vrijeme susreta u Zagrebu.

⁶⁷ <https://vlada.gov.hr/print.aspx?id=8071&url=print>, pristup ostvaren 27. 6. 2019.

Izvor:

https://www.google.com/search?q=sanader+i+bush+jr+za+vrijeme+susreta+u+zagrebu&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjCyZewu8_iAhXJyaQKHdTLA6gQ_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=IBfkQOkPY26vNM;, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

Na slici 3 možemo vidjeti ravnopravan položaj tijela i ruku premijera Sanadera i predsjednika Busha koji pokazuje ravnopravnost u odnosima, otvorenost i spremnost za suradnju i komunikaciju. Njihova su tijela otvorena jedno prema drugom.

"Slično kao oči, trup okrećemo u smjeru osobe koja nas privlači ili interesira, što smo s njome prisniji, i što u nju imamo više povjerenja. Izrazita okrenutost od osobe osjeća se kao odbijanje, antipatija, nepovjerenje ili skrivanje nečeg. Neki smatraju da u slučaju kada je glava okrenuta na jednu, a trup na drugu stranu, upravo trup pokazuje našu pravu usmjerenost, odnosno mjesto kuda želimo 'otići' ili gdje želimo biti!"⁶⁸

Gotovo identičan prikaz imamo na idućoj slici, gdje je premijer sa njemačkom kancelarkom Angelom Merkel. Tijela koja su okrenuta jedno prema drugome jasno daju do znanja da su u prijateljskom odnosu i potpuno jednaki, a osmijesi na licima ukazuju na međusobnu simpatiju. Zanimljivo je i kako slika otkriva jaku osobnost obje ličnosti. Položaj ruku otkriva kako je kancelarka, iako znatno „krhkija“ izgledom, osoba snažnog karaktera i potpuno ravnopravna zamjetnoj premijerovoj pojavi.

⁶⁸ Leinart, Novosel, S. : nav.dj., str. 99.



Slika 4. Sanader s njemačkom kancelarkom Angelom Merkel.

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=hnMUXeawGYj0tAbe54HoDg&q=sanader+i+merkel&oq=sanader+i+merkel&gs_l=img.3...50637.52903..53120...1.0..0.199.1648.0j9.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.SpVxhw0cTA0#imgrc=FQj99z8ExFUSrM; pristup ostvaren 27. 6. 2019.



Slika 5. Ivo Sanader i predsjednik Boris Tadić u Beogradu 2009. godine.

Izvor:

http://arhiva.dalje.com/slike/slike_3/r1/g2009/m03/y166198376753103026.jpg, pristup ostvaren 29. 12. 2016.

S druge strane, na slici 5 imamo zanimljiv, nešto drugačiji primjer rukovanja i položaja tijela. Slika je nastala za vrijeme Sanaderovog posjeta Beogradu 2009. godine. Tu imamo jasan primjer kako dvojica državnika imaju različit pristup susretu. Sanaderov trup je blago okrenut od predsjednika Tadića, a prilikom rukovanja svoj dlan lagano naginje prema "dolje" i time jasno pokazuje kako je u tom susretu on taj koji dominira. Trup Borisa Tadića je okrenut prema Ivi Sanaderu, prilikom rukovanja njegov dlan okreće se prema "gore" čime dolazi u podređen položaj. Svojom lijevom rukom blago tapše Sanaderovu, pokazujući time dobrodošlicu i dodatan izraz srdačnosti prema svome sugovorniku. Interesantan primjer koji pokazuje dva suprotna pristupa na istoj fotografiji. Zaista, slika govori tisuću riječi.

9.2. Snaga

Ivo Sanader je, kako je vrijeme odmicalo, postajao najmoćnija figura hrvatske političke scene.

Sve više "utakmica u nogama", intervju, govora, političkih kampanja, borbe sa opozicijom, ali i sa stranačkim kolegama prometnule su ga savršenog lidera. Njegova snaga je rasla, samopouzdanje bivalo sve jače i vidljivo je koliko je kroz vrijeme u kojem je vladao napredovao u retorici i javnom nastupu.

Prirodno izražene osobnosti i energije, njegovi su nastupi bivali sve briljantniji. Uglavnom je bio u prilici govoriti pred većim brojem ljudi i zanimljivo je kako je uvijek pogledom ravnomjerno "kružio" po dvorani, dajući pritom do znanja da se svim sugovornicima jednako obraća i na taj način svima davao jednako na važnosti, a s druge strane, da "kontrolira" njihovo ponašanje, odnosno, njihovu pozornost.



Slika 6. Premijer za vrijeme javnog nastupa.

Izvor:

https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+obra%C4%87anje+publici&tbm=isch&tbs=rimg:CSP634eKVkENIjgKt9IfmSEZFdZu66t2_1_1u2EonIeT-ahZCkyvKX60i1MIIUalN2cNfRbwJ5PECxahTTQDNSDMNJmSoSCQq30h-ZIRkVEcXZIQIhl3XNKhIJ1m7rq3b_1-7YRoA24Ys9izOMqEgkSich5P5qFkBG8CFGM_14rq6SoSCaTK8pfrSLUyEXCG7MdKyQpHKhIJUhRqU3Zw19ERVMFP7-1kAD0qEglvAnk8QLFqFBGSTgkhVQFnyoSCdNAM1IMw0mZEBTOjKkG6qLT&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiMisbOm4njAhXWW80KHZKGAAbQQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgsrc=ZuTSNhK9jj0pUM; pristup ostvaren 27. 6. 2019.

„Gledanje se također smanjuje kod osoba koje nešto izlažu. Obično osoba koja izlaže samo povremeno pogledava sugovornika, ostvarujući time povremeni 'nadzor' nad njegovim ponašanjem. Ponovimo, gledanje ima obvezujući karakter, ali i kontrolnu funkciju. Govorniku je važno ustanoviti koliko ga sugovornik, odnosno slušateljstvo, prati i prihvaća.“⁶⁹

⁶⁹ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 89.

„To je normalan način ponašanja za vrijeme izlaganja i isforsirano gledanje u oči sugovornika ne samo da nije potrebno već može biti i štetno. Gledanjem otkrivamo što je slušateljstvu možda nejasno ili ono u što ne vjeruju. Tada dodatno objašnjavamo pojačavajući kontakt očima.

Kod gledanja za vrijeme izlaganja najvažniji su trenuci početak i kraj odlomaka, odnosno, smislenih cjelina. Ako se na početku ili na kraju odlomka, umjesto u sugovornika pogleda u pod, strop ili u stranu, pogoršava se veza sa sugovornikom, a ovaj ima dojam da govornik nije baš suviše zainteresiran, da nije siguran u ono što govori, da je neiskren ili da nešto skriva. To isto vrijedi i za situacije u kojima netko izlaže čitajući tekst, posebno kad je riječ o predavačkim situacijama ili sastancima.

Što se tiče osobe u ulozi slušača, ona gleda znatno više. Time sebi olakšava interpretaciju verbalnog aspekta poruke, a ujedno kontrolira iskrenost govornika. Potpuni izostanak gledanja u oči sugovornika (i onda kad za to ne postoje neki od navedenih razloga) lako se interpretira kao da osoba ima nešto protiv sugovornika, ili da želi ostati rezervirana, na udaljenosti, ili da nešto s njome nije u redu. Ovo je posebno opasno jer 'izdaje' nečiju nesigurnost ili pomanjkanje entuzijazma.

Dakle, gledanje sugovornika poželjno je pojačati kada u komunikaciji trebamo pojačati utjecaj, kad nekoga želimo u nešto uvjeriti, kada kod partnera postoje neke sumnje u ono što govorimo.⁷⁰

Često je tijekom izlaganja širio ruke, dlanove lagano podižući prema "gore", čime je signalizirao otvorenost i iskrenost prema slušatelju. Od svojih političkih početaka Ivo Sanader isticao se po svom vizualu. Visok i ugodnog izgleda, već samom svojom pojavom odavao je samouvjerenost i dominaciju.

⁷⁰ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 89.

"Nalazi govore (Hickson III, M.L. & Stacks, D.W., 1993.) da su ljudi skloni različitim tipovima pripisivati određene osobine, na bazi stavova i osjećaja koje u njima potiču samom građom tijela, što već nije svejedno za kreiranje imidža i oblikovanje komunikacijskog odnosa. Skloni su prve 'prepoznati' kao ovisne, mirne, relaksirane, tople, tolerantne – ukratko, kao osobe koje bi rado vidjeli u krugu svojih prijatelja; drugima pripisuju sklonost dominaciji, energičnost, efikasnost, rječitost, kompetitivnost, argumentiranost – dakle, kao nekoga tko je 'stvoren' da bude šef ili vođa; treće vide kao napete, nervozne, precizne, ambiciozne, sumnjičave itd."⁷¹

Izrazitu je pažnju pridavao svom vanjskom izgledu, uvijek besprijeckorno odjeven. Odjela nikada nisu bila prevelika ili premala, nego savršeno krojena, po mjeri. Uvijek je bio odjeven primjereno situaciji i samim time odavao i poštovanje sugovornicima, publici, trenutku i mjestu gdje se nalazio. Estetika i modni detalji, posebice satovi, čiju je zavidnu kolekciju posjedovao, bili su mu jako bitni.

"Tako dolazimo do spoznaje da je jedna od osnovnih funkcija odjeće, kao i ostalih predmeta koji pripadaju nekoj osobi, potvrđivanje vlastitog imidža, dakle neka vrsta *feedbacka* ili povratne informacije koju sami sebi priskrbujemo. Vjerojatno je riječ o još jednom primjeru čovjekove potrebe za usklađenošću, logičnošću ili smislom u doživljaju sebe i svoje okoline.

U slučaju odjeće, obuće i drugih objekata koje posjedujemo, takva se usklađenost postiže izborom predmeta koji nam daju pravu povratnu informaciju ili *feedback*. Pokazuju, dakle, tko smo ili kakvi bismo željeli biti.

Dakle, većina promatrača uzima odjeću, obuću i ostale 'akcesorije' neke osobe kao znak njenih osobina i stavova."⁷²

⁷¹ Leinart, Novosel, S. : nav.dj., str. 73.

⁷² Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 75.



Slika 7. *Ivo Sanader vizual.*

Izvor:

<https://ezadar.rtl.hr/ostalo/galerije/2514999/stil-ive-sanadera/?slika=1024889>, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

9.3. Stvaranje *branda* od sebe i bahatost

Zemlja je već bila u periodu pred globalnom ekonomskom krizom, suočavala se s ozbiljnim gospodarskim problemima, nezaposlenost je munjevitom rasla kad je u javnost dospjela informacija o enormnoj vrijednosti ručnog sata sa kojim je Sanader slikan. Sat je bio samo dio bogate premijerove kolekcije. Prema niti jednom parametru nije si mogao priuštiti sat takve vrijednosti, bez obzira na visinu primanja. Unatoč pozornosti koju je izazvao kada je u javnost dospjela informacija o vrijednosti sata koji posjeduje i gnjeva građana, koji su se s punim pravom pitali od kuda toliko vrijedan sat na ruci premijera, to ga nije omelo da i dalje nosi omiljeni modni dodatak.



Slika 8. *Poziranje sa skupocjenim satom.*

Izvor:

https://www.google.com/search?q=sanader+i+sat&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi8q6T8xs_iAhUFJhoKHf2tAQ0Q_AUIECgB&biw=1920&bih=920#imgrc=aPuthX9u4DFbIM, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

Tom gestom pokazao je izrazitu samouvjerenost, dominaciju i veliku dozu samodopadnosti kojom kao da je poručivao: "Ne možete mi ništa, ja sam najmoćnija osoba u državi."

Ivo Sanader je zaista, za vrijeme svoja dva mandata kao premijer, bio najmoćnija osoba u državi. Bez obzira na razna šuškanja po kuloarima o nezakonitim radnjama, pričama o navodnim aferama, njegovoj potvrđenoj sklonosti prema skupim statusnim simbolima, bogatoj kolekciji umjetnina, premijer je bio na vrhuncu moći.

Rado je viđen gost na svim javnim događanjima, svi su željeli bio dio njegovog društva, slikali se i pokazivali s njime u javnosti. Kako u službenim, tako i u neslužbenim prilikama. Ljeti su često u javnost dospijevale slike s premijerovih luksuznih ljetovanja na jahti "Malo vitra", koja je bila u vlasništvu Sanaderovog prijatelja. Nekoliko godina kasnije, vlasništvo jahte je bilo pod istragom USKOK-a koji je istraživao tko je stvarni vlasnik jahte, budući da su dobili prijavu da je vlasnik - sam premijer.

Gledajući s određenim vremenskim odmakom, Ivo Sanader je napravio svojevrsni *brand* od svoga lika i djela.

9.4. Vrhunac moći

Premijer je u svom političkom zenitu u punom smislu te riječi. Unatoč sve glasnijim pričama o aferama i gospodarskom kriminalu, po drugi put osvaja povjerenje građana i dobiva još jedan mandat za sastav Vlade.

Njegova retorika je sve bolja, a javni nastupi su dovedeni do savršenstva. Sve je manje kompromisa u njegovoj komunikaciji kako sa suradnicima, tako i s predstavnicima medija.

„Kao potvrdu tome, dovoljno je sjetiti se Ive Sanadera. Nitko ne može poreći njegove impresivne govorničke sposobnosti. Štoviše, kad razmišljamo o dobrim govornicima na hrvatskoj političkoj sceni, njegovo će ime svakom pasti na pamet.“⁷³

Kao osoba izrazito snažne energije i dinamike, svojim je dubokim i sugestivnim glasom dobivao na povjerenju i uvjerenosti. Govorne vježbe pomogle su mu da dugo govori bez prekidanja i da nema pauze u govorima koje su uglavnom kod govornika uzrokovane nedostatkom zraka. Uvježbano disanje iz dijafragme rezultiralo je pauzama samo kada je nečemu htio dati posebnu važnost, odnosno naglasiti ono o čemu u tom trenutku govori.

„Za imidž su veoma važne trajne karakteristike nečijeg glasa. Suviše visok, hrapav, nazalan, isprekidan glas, sigurno ne pridonosi pozitivnom imidžu osobe. Naprotiv, dublji, 'zvučan', 'zaobljen' glas interpretira se u smislu pozitivnih osobina ličnosti. Takve osobe doživljavamo kao sigurne, jake, otvorene, pouzdane, a pridajemo im i čitav niz drugih pozitivnih osobina.“⁷⁴

⁷³ Kišiček, G. *Retorika i politika*, 2018. Naklada: Jesenski i Turk, str. 31.

⁷⁴ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 83.

„Na projekciju imidža također djeluje melodija govora i, nadasve, brzina govora. Sjetimo se samo koliko nam muke predstavlja slušanje osobe koja govori veoma sporo, s dugim stankama između riječi i rečenica. Brži govor se, nasuprot tome, doživljava kao znak ekstrovertiranosti, samopouzdanja i kompetentnosti, iako, posebno kada je veoma visok, kao znak napetosti ili nervoze.“⁷⁵

Obraćanja, posebice njegovim biračima, ali i na skupovima na kojima je htio ostaviti poseban dojam i povjerenje, do izražaja je dolazila i snažna ekspresija lica i gestikulacija rukama.

„Gestikulacija privlači pozornost i postaje predmetom interpretacije u smislu imidža u trenutku kad počne odstupati od 'normale', tj. od onoga što je u određenom krugu i u određenoj situaciji prihvaćeno – usklađivanje uloge i načina komuniciranja.“⁷⁶

„Što zapravo projicira pretjerana gestikulacija?

Najčešće visoki energetske nivo, ali (ovisno o tipu gestikulacije) i stanovitu nesigurnost, potrebu za dokazivanjem samoga sebe, pomanjkanje kontrole, emocionalnost, ili, na kraju, 'borbu' sa materijom.

Naravno, potrebno je osvijestiti vezu između 'jačeg' temperamenta ljudi iz južnih krajeva za razliku od onih iz sjevernih zemalja što se itekako odražava na gestikulaciji pa i imidžu...“⁷⁷

⁷⁵ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 83.

⁷⁶ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 92.

⁷⁷ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., str. 93.



Slika 9. *Ivo Sanader temperament.*

Izvor:

https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+rka+u+zraku&tbm=isch&tbs=rimg:CUZmyJR6mteCIjgZlckGLFre_1Ds8Qgiy0Gv60c9ahVQLHF_1udwiGZzzW-aVXNdZqvw-siZU1pVML6JGEqvoYIOILWioSCRkhwoYsWt78EeTteoVOcCDrKhIJOzxCCLLQa_1oRPyzprDjYzMUqEgnRz1qFVAscXxFybkdZwQ0ieyoSCe53CIZnPNb5EYJ6dWmDvFnkKhIjpVc11mq_1D6wRx460MbTV0XEqEgmJITWIUwvokREu59-aRmmmcioSCYSq-hgg4gtaEYaynKjryyb8&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiYj7CP18_iAhWH6qQKHfDOB7kQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=920&dpr=1#imgrc=RmbIIHqa14Ii6M; pristup ostvaren 27.

6. 2019.

Temperament premijera možemo povezati i s njegovim južnjačkim korijenima i poznatim dalmatinskim temperamentom, što zorno prikazuje gornja slika.

Uz često podizanje šake u zrak, čime je simbolizirao pobjedu i snagu, sve češće su u premijerovoj komunikaciji u prvom planu ruke i dlanovi koje često spušta prema "dolje", što je znak dominacije i želje za kontrolom.



Slika 10. *Podignuta šaka kao znak dominacije.*

Izvor:

[https://www.google.com/search?q=ivo+sanader&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjn0_jeoYnjAhXKKs0KHW2ODrMQ_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=hKr6GCDiC1pUCM](https://www.google.com/search?q=ivo+sanader&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjn0_jeoYnjAhXKKs0KHW2ODrMQ_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=hKr6GCDiC1pUCM;); pristup ostvaren 27. 6. 2019.



Slika 11. *Dlanovi prema "dolje".*

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=NikUXZLeOIy-tQamsITgCA&q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&oq=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&gs_l=img.3...3806.3806..4019...0.0..0.183.183.0j1.....0....1..gws-wiz-img.tQ6EGiGKJB8#imgsrc=0Q_BFbv03VZ3uM:, pristup ostvaren

27. 6. 2019.

Isto tako, o obraćanjima podiže kažiprst u zrak kada želi potvrditi svoju autoritativnost ili kada, pak, nesvjesno prijeti i želi da ga se osobito ozbiljno shvati.

"Uzdignuti kažiprst također spada u važne znakove neverbalnog komuniciranja. Često ga možemo vidjeti kod osoba koje drže govore pred publikom i koriste pojačanu gestikulaciju. No, uzdignuti kažiprst neke analitičare podsjeća na simboličku palicu kojom nekome prijetimo ili ga prozivamo za nešto.

U tome može biti nešto istine, no valja voditi računa da ta kretnja može značiti i želju da na nešto upozorimo ili mobiliziramo pažnju slušatelja."⁷⁸ Na idućoj slici imamo prikaz uzdignutog kažiprsta kojeg je Sanader često podizao tijekom izlaganja.



Slika 12. *Komunikacija kažiprstom.*

⁷⁸ Leinert, Novosel, S.: nav.dj., str. 97.

Izvor:

[https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+ljudi+ispred+politike&tbm=isch&tbs=rimg:Cf9lpL4DRlzkIjg8tDpAEpse-UdBb2tHyJw7CIR-MNskZJhoIHWmJBq3WxJMM_1ZfMo6KvQiWVV6Qjx0i30vcSIy3vioSCTy0OkASmx75EbADxh_1U-FjQKhIJR0Fva0fInDsRPUronJCigrUqEgkKVH4w2yRkmBEk-b8zJ_18aOCcoSCWggdaYkGrdbEZvR_1Ii0vrU4KhIJEkwz918yjooRUbuGGKwc2-cqEgm9CJZVXpCPHRHgVtJbmB9ooCoSCSLfS9xIjLe-EW6cH39TPhpD&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjmjYvWkonjAhX1B50JHZwGCWlQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=q_hSbILRkrbo8M](https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+ljudi+ispred+politike&tbm=isch&tbs=rimg:Cf9lpL4DRlzkIjg8tDpAEpse-UdBb2tHyJw7CIR-MNskZJhoIHWmJBq3WxJMM_1ZfMo6KvQiWVV6Qjx0i30vcSIy3vioSCTy0OkASmx75EbADxh_1U-FjQKhIJR0Fva0fInDsRPUronJCigrUqEgkKVH4w2yRkmBEk-b8zJ_18aOCcoSCWggdaYkGrdbEZvR_1Ii0vrU4KhIJEkwz918yjooRUbuGGKwc2-cqEgm9CJZVXpCPHRHgVtJbmB9ooCoSCSLfS9xIjLe-EW6cH39TPhpD&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjmjYvWkonjAhX1B50JHZwGCWlQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=q_hSbILRkrbo8M;); pristup ostvaren 27. 6. 2019.

Glava je uvijek visoko uzdignuta, a držanje izrazito uspravno. Kao da je i time htio poručiti: "Ja sam vođa."

"Ispravno, a to znači uspravno držanje može se interpretirati u smislu mobiliziranosti i energičnosti osobe. Uspravno držanje interpretira se i u smislu imidža, i to tako da osoba koja je 'ravna', pravilnog držanja, dobiva na statusu, ugledu i moći."⁷⁹



Slika 13. *Sanader držanje.*

⁷⁹ Leinart, Novosel, S.: nav.dj., 98.

Izvor:

https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+stav&tbm=isch&tbs=rimg:CaTK8pfrSLUyIjJokaFYIzGDtRiCWVCC3640oaq0dSMQM0oi3dURN10maFLuxQhnVTMmMJVt1qjl2lr4g6tOVareyoSCcmiRoVgiMYOEYMEDLBdl0dVKhIJ1GIJZUILfrgRwaYVTYo_1n-4qEgnShqrR1IxAzRGGMSTSI7VxSoSCSiLd1RE3XSZERwzAtH35EpWKhIJoUu7FCGdVMwRXHUIPdgwEawqEgmYwlW3WqOXaRFC9bKGhWcIYSoSCWviDq05Vqt7EWK9Z7PrgIjg&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiAjJvfn4njAhXaLc0KHQQ9DjgQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=Y3uZEiCEI9L4PM:, pristup ostvaren 27. 6. 2019.

Kako je u verbalnoj komunikaciji sve češće pokazivao aroganciju prema suradnicima i novinarima, prekidajući ih na sjednicama usred izlaganja i oduzimajući im pravo da dalje govore, često je neverbalno dodatno potvrđivao to ponašanje. Korištenjem takozvanih regulatora jasno bi prekidao konverzaciju. Na primjer, "presijecanjem" ruke u zraku prekidao bi suradnika u pola rečenice ili novinara u pitanju i na taj način označio da je konverzacija gotova. Takav primjer možemo vidjeti na idućoj slici.



Slika 14. Komunikacija "regulatorima".

Izvor:

https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+ljudi+ispred+politike&tbm=isch&tbs=rimg:Cf9lpL4DRlzkIjg8tDpAEpse-UdBb2tHyJw7CIR-MNskZJhoIHWmJBq3WxJMM_1ZfMo6KvQiWVV6Qjx0i30vcSIy3vioSCTy0OkASmx75EbADxh_1U-FjQKhIJR0Fva0fInDsRPUronJCigrUqEgkKVH4w2yRkmBEk-b8zJ_18aOCcoSCWggdaYkGrdbEZvR_1Ii0vrU4KhIJEkwz918yjooRUbuGGKwc2-cqEgm9CJZVXpCPHRHgVtJbmB9ooCoSCSLfS9xIjLe-EW6cH39TPhpD&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjmjYvWkonjAhX1B50JHZwGCWIQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=u73uKCU9-6WKDM; pristup ostvaren 27.

6. 2019.

Svoju moć zaokružuje prethodno spomenutim pogledom. Kao govornik, ravnomjerno upućuje pogled svojim slušateljima i rijetko gleda u zabilješke. Tečnost prilikom govora, dinamika i komunikacija pogledom potvrđuju njegovu dominaciju.

Na slici 15 možemo vidjeti njegovo uvijek uspravno držanje i kažiprst koji je često tijekom obraćanja bio u zraku, dvije značajke koje su obilježile njegove javne nastupe.



Slika 15. Ivo Sanader gestika.

Izvor:

<http://www.znet.hr/wp-content/uploads/Ivo-Sanader1-e1292495465970-475x316.jpg>,

pristup ostvaren 4. 6. 2019.

Pred sam kraj vladavine Ivo Sanader bio je vrhunski isprofiliran komunikator i političar, a funkcija koju je obnašao i snaga koju je posjedovao dovele su ga do vrhunca moći gdje je često pokazivao autoritativnost, dominaciju, ali i aroganciju i bahatost.

9.5. Odlazak

Ivo Sanader 1. srpnja 2009. godine saziva izvanrednu novinarsku konferenciju na kojoj objavljuje da se zbog osobnih razloga odlučio povući iz politike i da daje ostavku na mjesto premijera Republike Hrvatske.

Najavljuje potpuno povlačenje iz politike, da se ne planira kandidirati za mjesto predsjednika Republike Hrvatske te da podnosi ostavku kako na mjesto premijera, tako i na sve stranačke funkcije.

Takav potez premijera u trenutku kada su njegova politička moć i kult nedodirljivosti koji je stvorio oko sebe na vrhuncu šokirao je sve. Zvučalo je nevjerojatno da itko želi napustiti status, privilegije i sve pogodnosti koje je uživao u tom trenutku.

Kako su i sami komunikološki stručnjaci ocijenili, izjava Ive Sanadera bio je govor pun demagogije, nedorečenosti i na koncu, bez konkretnog odgovora zašto odlazi i napušta državu u trenutku kada joj je pomoć potrebija nego ikada, budući da je ekonomska kriza zahvatila cijeli svijet, pa tako nije zaobišla niti našu zemlju.

Bez obzira na opće poznatu premijerovu samouvjerenost, žustar i energičan hod te sam dolazak pred novinare kojima se pomalo bahato i u svom stilu, obratio s: „Što me gledate tako?“, moglo se iščitati da premijeru nije lako i da mu nije nimalo ugodno. To su rijetke situacije u kojima je iskazivao bilo kakvu nervozu, nekontrolirane pokrete i kada njegova verbalna komunikacija nije bila usklađena s neverbalnom.

Već prilikom samog ulaska u prostoriju ispred sebe je držao bilješke koje nije ispuštao cijelo vrijeme iz ruku i koje su mu u toj situaciji poslužile kao "štit". Tijekom izlaganja čvrsto je stiskao pozornicu i time odavao nervozu i nelagodu.



Slika 16. *Ivo Sanader podnosi ostavku.*

Izvor:

https://www.dw.com/image/4447652_4.jpg, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

Njegova inače savršena verbalna i neverbalna usklađenost tom prilikom nije bila prisutna, Sanader je često nekontrolirano mahao rukama, pogotovo u dijelu kada su novinari krenuli sa pitanjima. I u tom dijelu njegov je govor bio neisprekidan, brži i dinamičniji nego inače. I samim govorom htio se zaštititi od neugodnih pitanja za koja je znao da slijede.

Jasno se vidjelo da ne želi duljiti s izlaganjem te kako čim prije želi napustiti prostoriju i fizički se maknuti od okruženja koje mu u tom trenutku nikako nije odgovaralo. Na kraju konferencije, na uporno novinarsko pitanje da obrazloži razloge ostavke, na sebi svojstven način, glasom u kojem nije bilo mjesta suprotstavljanju, odgovorio je: "Pa neću se ja sad svađati ovdje sa Vama. Ja sam svoje razloge rekao." Još jedanput je pogledom zaokružio po prostoriji pozdravljajući prisutne, lagano kimnuo glavom, zahvalio se na suradnji i napustio prostoriju.

Novinari su ostali zatečeni i željni informacija, ali nitko se nije usudio suprotstaviti premijeru kada je tako nastupio.

Bez obzira na nesigurnost koju je u trenucima prikazao kada je podnosio ostavku, Ivo Sanader je već tad dao naslutiti da to nije njegovo konačno opraštanje iz politike i da je njegov odlazak privremen.

Tijekom svog posljednjeg obraćanja članovima stranke kao premijer, održao je govor u kojem se vrlo jasno ocrtavala njegova samouvjerenost i sigurnost u potpunu odanost svojih suradnika. Buduću nasljednicu, Jadranku Kosor, koju je tada i službeno tako predstavio, opisao je tada kao svog vjernog podanika i time ju prilično podcijenio, kao i ostale svoje suradnike.



Slika 17. *Sanader i Jadranka Kosor na Općem saboru HDZ-a.*

Izvor:

<https://ezadar.rtl.hr/ostalo/galerije/2514999/stil-ive-sanadeslikara/?=826353>, pristup

ostvaren 4. 6. 2019.

Slika jasno pokazuje dominantan Sanaderov položaj u odnosu na Jadranku Kosor. Zagrljaj prikazuje prisnost, ali u položaju trupa koji je blago odmaknut te u položaju Sanaderove šake jasno vidimo premijerovu samouvjerenost i dominaciju u ovom odnosu.

Moć koju je posjedovao u tom trenutku bila je jača od bilo kakvog straha ili sumnje i Sanader je zaista u tom trenutku vjerovao da se ništa neće promijeniti te da će mu njegovi suradnici, koje je tretirao kao podanike, čuvati poziciju sigurnom, dok se "bure ne stišaju", pa će nastaviti uhodanim putem.

Ponovio je ono što je rekao tijekom podnošenja ostavke, a to je kako „on odlazi iz politike, ali ne i politika iz njega“ te da će i dalje biti prisutan u stranci kao njezin počasni predsjednik, s pravom sudjelovanja u donošenju odluka. Bilo je jasno da će Sanader i dalje biti politički prisutan, zasad „iz sjene“ te šalje poruku: „Vratit ću se.“

9.6. Povratak

Godina dana od podnošenja ostavke i Sanaderov boravak izvan granica zemlje, uglavnom u SAD-u, protekli su u otvaranju većeg broja istraga u USKOK-u vezano za njegovu povezanost s gospodarskim kriminalom, korupcijom i prodajom državnih firmi kako bi priskrbio osobnu novčanu korist.

Tijekom tog perioda njegovog odsutstva i svakodnevnog otkrivanja potencijalne umiješanosti u razne kriminalne radnje, poljuljan je njegov imidž u javnosti. Budući da je uglavnom bio fizički odsutan, nije imao priliku braniti se, odnosno opovrgavati navode i optužbe koje su mu stavljane na teret.

Početak listopada 2010. godine Sanader se prvi put pojavljuje u javnosti i to u svojstvu ispitanika pred saborskim povjerenstvom o INI.

Stručnjaci su taj nastup ocijenili kao jedan od njegovih najboljih nastupa. Od samog dolaska pred Povjerenstvo, u svom prepoznatljivom stilu, odlučnog i samouvjerenog hoda te, kao i uvijek, besprijekornog izgleda, Ivo Sanader je započeo svjedočenje u kojem je briljirao.

Pogledom je konstantno komunicirao sa 30-ak članova povjerenstva ravnomjerno im se obraćajući, kako pojedinačno kad bi mu svaki član postavljao pitanja, tako i u grupnoj konverzaciji.

Svaki njegov pokret bio je pomno istreniran i bivši premijer je došao spreman na sva moguća pitanja i scenarije. Nevjerojatna je njegova sigurnost u nastupu. Nakon početnog mirnijeg ulaska u raspravu, kako je vrijeme odmicalo, sve je više vladao situacijom.

Često je u izlaganju kimao glavom čime je dodatno potvrđivao ono o čemu je govorio.

"Kimanje glavom srednjim tempom signalizira prihvaćanje i potvrđivanje onoga što upravo radi sugovornik. Dakle, odobravanje i pozitivan stav prema sugovorniku. Posljedica je da sugovornik pojačava djelovanje u istom smjeru. To je važan pokazatelj predavačima dok se obraćaju studentima kao i osobama koje vode sastanke."⁸⁰

Tijekom izlaganja često je baratao naočalama kao sredstvom dominacije. Spuštao bi ih, pa ponovno vraćao na lice i povremeno uputio pogled Povjerenstvu preko ruba naočala. Na taj je način kontrolirao situaciju i još jedanput naglasio svoju nadmoć.



Slika 18. *Naočale kao sredstvo komunikacije.*

⁸⁰ Leinert, Novosel, S.: nav.dj., str. 91.

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=0YAUXaaPNizctQbP6K7ABg&q=ivo+sanader+pogled&oq=ivo+sanader+pogled&gs_l=img.3...1326321.1327433..1328131...0.0..0.187.1256.0j7.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.kiljtQrIqSY#imgrc=KV2UqKQ1vwmnyM:, pristup ostvaren 27. 6. 2019.

Vrlo slično kao i sa naočalama, postupao je sa kemijskom olovkom. Često "mahanje" olovkom u smjeru člana Povjerenstva kojem se u tom trenutku obraćao jasno je iskazivao nadmoć u odnosu na slušatelja i dodatno potvrđivao da se "baš njemu obraća."



Slika 19. Baratanje kemijskom olovkom tijekom izlaganja.

Izvor:

https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjX8enXronjAhVVYs0KHR8tDv8Q_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=A_zK4gS4uSN1hM:, pristup ostvaren 27. 6. 2019.

Osim izvrsne pripremljenosti na ono što ga čeka, Sanader je imao još jedan snažan motiv da se predstavi na najbolji mogući način – popravljao je imidž koji je dobarano bio poljuljan u javnosti, ali je jednako tako iskoristio priliku da javno se obračuna s bivšim stranačkim kolegama koji su mu do prije godinu dana iskazivali odanost, a sada su mu okrenuli leđa.

Toliko je dominirao tijekom trosatnog izlaganja, da se kojim slučajem rasprava pratila bez tona i da je imao nekoliko osoba na svojoj strani prostorije, izgledalo bi kao da on ispituje povjerenstvo, a ne obrnuto. Nadaleko poznata dominacija i strahopoštovanje koje je izazivao doveli su do toga da je jednom članu povjerenstva prilično podrhtavao glas kada je bio njegov red za postavljanje pitanja.



Slika 20. *Sanader nadmoćan pred istražnim povjerenstvom INA-e.*

Izvor:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=NIkUXZLeOIy-tQamsITgCA&q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&oq=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&gs_l=img.3...3806.3806..4019...0.0..0.183.183.0j1.....0....1..gws-wiz-img.tQ6EGiGKJB8#imgrc=qMylApDEw4dfjM; pristup ostvaren

27. 6. 2019.

Nakon nekog vremena, predsjednica povjerenstva ga je upitala treba li pauzu, na što je odgovorio da njemu odmor ne treba i da mogu napraviti stanku jedino u slučaju ako oni to žele.

Nakon višesatnog izlaganja u kojem se šalio i dobacivao dosjetke, čovjek pred kojim je u tom trenutku pljuštalo more optužbi koje su prijetile da slavljem i lagodan život zamijeni rešetkama, niti u jednom trenutku nije pokazivao nelagodu ili strah od onoga što sutra donosi.



Slika 21. *Ivo Sanader pred istražnim povjerenstvom.*

Izvor:

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQX29k79uqFJLVmiDPVik29HIYz9DkIZGORaYYU34x2FiGXAxVq>, pristup ostvaren 4. 6. 2019.

Njegov prirodno urođen talent za komunikaciju i retoriku vježbom je doveden do savršenstva.

Bez obzira na sva daljnja događanja, optužne spise napisane na tisuće stranica te u konačnici zatvorske osude na dugogodišnju kaznu zatvora zbog gospodarskog kriminala i ratnog profiterstva, Ivo Sanader je još dulje vrijeme od podnošenja ostavke bio politički živ te uživao podršku određene skupine ljudi bez obzira na negativan i neslavan završetak političke karijere.

Medijski prostor koji je dobivao nakon izlaska iz zatvora uglavnom je iskoristavao kako bi javnosti prenio poruku da je nevin, naglašavajući kako nikada ne bi odlazio s mjesta premijera da se smatrao krivim jer bi se time, naravno, doveo u nepovoljan položaj.

Izrazito je bio pažljiv u javnim nastupima počevši od samog vizuala, gdje su njegova odijela nešto skromnija, a sat više nije prisutan kao modni dodatak. Igrajući na kartu emocija, prikazivao se kao domoljub koji nije želio trgovati hrvatskim teritorijem kako bi zemlja dobila članstvo u Uniji.

Pažljivo je oblikovao svoje poruke htijući ostaviti dojam poštene osobe, često napominjući kako je žrtva zavjere i hajke koja je pokrenuta protiv njega. Nije više bilo poznate arogancije i bahatosti u nastupima. Oni su sada bili puno blaži, nema napada na političke suparnike, pa čak niti na stranačke kolege koji su ga izdali. Ostao je uporan u nastojanjima da popravi svoj teško narušeni imidž i kredibilitet te ostavi dojam osobe sa integritetom. Jer kako bi inače tolike godine vodio zemlju?

Ono što se nije promijenilo niti poslije njegovog pada je i dalje savršena usklađenost sadržaja s neverbalnim porukama koje je ostavljao.

Međutim, vrijeme i djela donijeli su svoje. Ivo Sanader je izgubio povjerenje i vjerodostojnost koja se godinama gradi, a potrebno je malo ili gotovo ništa da se nepovratno izgubi. U njegovom slučaju toga je bilo puno.

10. Zaključak

Komunikacija postoji otkad je i nas. Komunicirali su i naši davni pretci koji nisu znali govoriti, ali su se služili gestikulacijama i znakovljem kojim su se savršeno jasno razumjeli. Upravo zbog toga bismo mogli reći kako je neverbalna komunikacija osnova komunikacije koja je postojala puno prije negoli smo znali verbalizirati naše misli.

Ona je vještina sa kojom se radamo i koju nadograđujemo. U kolikoj mjeri ćemo ju razviti ovisi o našim prirodnim predispozicijama, ali prvenstveno o tome koliko smo spremni vježbati i učiti.

Komunicirati počinjemo svojim dolaskom na svijet i, iako još nesvjesni svojeg postojanja, instinktivno ostvarujemo prve kontakte sa najbližima koje prepoznamo po obrisima, mirisu i glasu što dodatno potvrđuje kolika je njezina snaga.

Kroz povijest se razvijalo čovječanstvo, pa tako i vještina komuniciranja, koja je vrlo rano prepoznata kao izrazito snažno sredstvo svojstveno svim živim bićima. Njime se možemo služiti na razne načine, manipulirati, upravljati, ali i podržati, motivirati i inspirirati.

Kroz ovaj rad imali smo priliku vidjeti kolika je snaga neverbalnog izričaja, ali kako on u simbiozi s verbalnom tvori savršen sklad te kako se radi o dvije neodvojive komponente. Veličanstvenost koju pruža dar govora dodatno zaokružujemo neverbalnom komunikacijom i porukama koje šaljemo. Kad ih uskladimo do te razine da savršeno prate jedna drugu, možemo reći da smo uspjeli.

Na koji način se može povezati verbalna komunikacija s onim što neverbalno odašiljemo vidjeli smo kroz primjer bivšeg premijera, za kojeg nesumnjivo možemo reći da je izrazito nadaren govornik, koji je svoj prirodni talent godinama nadograđivao i oblikovao dok ga nije doveo do savršenstva.

U radu smo obuhvatili razdoblje od početaka njegove vladavine pa do odlaska s mjesta Predsjednika Vlade, koje je, mogli bismo reći, najzanimljiviji period njegovog retoričkog izraza i razvoja. Kroz svakodnevnu komunikaciju sa stranačkim i oporbenim kolegama, institucijama, građanima, predstavnicima sedme sile te inim tijelima, zanimljivo je promatrati razvoj i smjer kojim se kretao. Također, ne manje važno, promatrano s aspekta karakternih osobina, zaključujemo kako one itekako pridonose smjeru u kojem će se govornik kretati i oblikovati.

Kod premijera imamo interesantne primjere kako su njegova samouvjerenost, prezentnost i samodopadnost utjecali na njegov verbalni i neverbalni izričaj koji je bio silovit, izrazito dominantan, često autoritativan i nadmoćan. Koliko god je to verbalno bilo jasno, njegova neverbalna komunikacija bila je usklađena sa verbalnom do te mjere da je u potpunosti potkrijepljivala svu dominantnost kojom je zračio.

I da nije prevladala tamna strana premijerove ličnosti koja je ambiciju pretvorila u košmar, mogli smo imati na čelu države čovjeka koji bi nas svojom pojavom, obrazovanjem i modernom političkom orijentacijom usmjerio u sam gospodarski, politički i društveni vrh te možda čak i danas ispisivati lijepe stranice hrvatske povijesti.

Literatura

1. Kišiček, G. *Retorika i politika*, 2018. Naklada: Jesenski i Turk
2. Knapp, L. Mark, Hall, A., Judith, *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*, 2002
3. Leinart, Novosel, S. , *Komunikacijski kompas*, 2012. Naklada: Plejada
4. Skoko, B. , *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću: Knjiga eseja i praktičnih uputa za snalaženje u jednome od najpoželjnijih zanimanja današnjice*, 2006., Millenium promocija, Zagreb
5. Španjol Marković, M.: *Moć uvjeravanja – Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postati)*, 2008., Izdavač: PROFIL INTERNATIONAL, Zagreb
6. Tafra-Vlahović, M.: *JAVNI GOVOR priprema, nastup, utjecaj*, 2013., Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić
7. Tomić, Z., *Osnove političkog komuniciranja*, IV. dopunjeno izdanje, 2012., Nakladnici: SYNOPSIS d.o.o., Zagreb, Sarajevo, VISOKA ŠKOLA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU I STUDIJ MEDIJA „KAIROS“, Zagreb

Popis izvora

1. Anić, Natalia: Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga, *National security and the future*, Vol. 13, No. 3, 2012., 12 str.,<https://hrcak.srce.hr/file/148452>, 2. 6. 2019.
2. Furdek, Sunčica, Znete li što su spin doktori?, *Magazin HRT-a*, 2016., <https://magazin.hrt.hr/347157/znete-li-sto-su-spin-doktori>, 2. 6. 2019.
3. https://www.krenizdravo.rtl.hr/psihologija_p/neverbalna-komunikacija-govori-vise-od-verbalne, 3. 6. 2019.
4. <https://www.biografija.com/ivo-sanader/>, 26. 6. 2019.
5. <https://blog.dnevnik.hr/hdzusrcu/2007/11/1623665452/biografija.html?page=blog&id=1623665452&subpage=0&subdomain=hdzusrcu>, 3. 6. 2019.
6. https://www.jutarnji.hr/migration_catalog/ivo_sanader/2134998/ALTERNATES/LANDS CAPE_1180/ivo_sanader, 3. 6. 2019.
7. https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=C24UXbTyOJSPTaAM-JyYCg&q=ivo+sanader+i+prijem+rukomet%C5%A1a&oq=ivo+sanader+i+prijem+rukomet%C5%A1a&gs_l=img.3...5372.9554..9825...1.0..1.281.4012.0j21j1.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.S8jX1xrp7HU#imgrc=zp7s0rrCnFkF1M, 27.06.2019.

8. <https://www.jutarnji.hr/arhiva/video-vlada-i-rukometasi-pjevaju-morsku-vilu/4007229>, 4. 6. 2019.
9. https://www.google.com/search?q=sanader+i+bush+jr+za+vrijeme+susreta+u+zagrebu&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjCyZewu8_iAhXJyaQKHdTLA6gQ_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=IBfkQQkPY26vNM, 4. 6. 2019.
10. <https://vlada.gov.hr/print.aspx?id=8071&url=print>, 27. 6. 2019.
11. https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=hnMUXeawGYj0tAbe54HoDg&q=sanader+i+merkel&oq=sanader+i+merkel&gs_l=img.3...50637.52903..53120...1.0..0.199.1648.0j9.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.SpVxhw0cTA0#imgrc=FQj99z8ExFUSrM, 27. 6. 2019.
12. http://arhiva.dalje.com/slike/slike_3/r1/g2009/m03/y166198376753103026.jpg, 29.12.2016.
13. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+obra%C4%87anje+publici&tbm=isch&tbs=rimg:CSP634eKVkENIjgKt9IfmSEZFdZu66t2_1_1u2EonleT-ahZCkyvKX60i1MIUaIN2cNfRbwJ5PECxahTTQDNSDMNJmSoSCQq30h-ZIRkVEcXZIQIhl3XNKhIJ1m7rq3b_1-7YRoA24Ys9izOMqEgkSich5P5qFkBG8CFGM_14rq6SoSCaTK8pfrSLUyEXCG7MdKyQpHKhIJUhRqU3Zw19ERVMFP7-1kAD0qEglvAnk8QLFqFBGSTgkhVQFnjyoSCdNAM1IMw0mZEBtOjKkG6qLT&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiMisbOm4njAhXWW80KHZKGAAbQQ9C96BAGBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=ZuTSNhK9jj0pUM, 27. 6. 2019.
14. <http://ezadar.rtl.hr/ostalo/galerije/2514999/stil-ive-sanadera/?slika=1024889>, 4. 6. 2019.
15. https://www.google.com/search?q=sanader+i+sat&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi8q6T8xs_iAhUFJhoKHf2tAQ0Q_AUIECgB&biw=1920&bih=920#imgrc=aPuthX9u4DFbIM, 4. 6. 2019.
16. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+rka+u+zraku&tbm=isch&tbs=rimg:CUZmyJR6mteCIjgZiKGLFre_1Ds8Qgiy0Gv60c9ahVQLHF_1udwiGZzzW-aVXNdZqvw-siZU1pVML6JGEqvoYIOILWioSCRkhwoYsWt78EeTteoVOcCDrKhIJOzxCCLLQa_1oRPyzprDjYzMUqEgnRz1qFVAscXxFybkDZwQ0ieyoSCe53CIZnPNb5EYJ6dWmDvFnkKhIJpVc11mq_1D6wRx460MbTV0XEgEgmJITWIUwvokREu59-aRmmmcioSCYSq-hgg4gtaEYaynKjryyb8&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiYj7CP18_iAhWH6qQKHfDOB7kQ9C96BAGBEBg&biw=1920&bih=920&dpr=1#imgrc=RmbIIHqa14Ii6M, 27. 6. 2019.
17. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjn0_jeoYnjAhXKKs0KHW2ODrMQ_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=hKr6GCDiC1pUCM, 27. 6. 2019.
18. <https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=NikUXZLeOIy-tQamsITgCA&q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BENim+povjerenstvom+INE&oq=ivo+sa>

- nader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&gs_l=img.3...3806.3806..4019...0.0
 ..0.183.183.0j1.....0....1..gws-wiz-img.tQ6EGiGKJB8#imgrc=0Q_BFbv03VZ3uM,
 27. 6. 2019.
19. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+ljudi+ispred+politike&tbm=isch&tbs=rimg:Cf9lpL4DRlzkIjg8tDpAEpse-UdBb2tHyJw7CIR-MNskZJhoIHWmJBq3WxJMM_1ZfMo6KvQiWVV6Qjx0i30vcSIy3vioSCTy0OkASmx75EbADxh_1U-FjQKhIJR0Fva0fInDsRPUronJCigrUqEgkKVH4w2yRkmBEk-b8zJ_18aOCosCWggdaYkGrdbEZvR_1Ii0vrU4KhIJEkwz9l8yjooRUbuGGKwc2-cqEgm9CJZVXpCPHRHgVtJbmB9ooCoSCSLfS9xIjLe-EW6cH39TPhpD&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjmyYvWkonjAhX1B50JHZwGCWIQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=q_hSbILRkrbo8M,
 27. 6. 2019.
20. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+stav&tbm=isch&tbs=rimg:CaTK8pfrSLUyIjjJokaFYIzGDtRiCWVCC3640oaq0dSMQM0oi3dURN10maFLuxQhnVTMmMJVt1qjl2lr4g6tOVareyoSCcmiRoVgjMYOEYMEDLBdl0dVKhIJ1GIJZUILfrgRwaYVTYo_1n-4qEgnShqrR1IxAzRGGMSTSI7VxSoSCSiLd1RE3XSZERwzAtH35EpWKhIJoUu7FCGdVMwRXHUIPdgwEawqEgmYwlW3WqOXaRfC9bKGhWcIYSoSCWviDq05Vqt7E WK9Z7PrgIjg&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiAjJvfn4njAhXaLc0KHQQ9DjgQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=Y3uZEiCEI9L4PM:, 27. 6. 2019.
21. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+ljudi+ispred+politike&tbm=isch&tbs=rimg:Cf9lpL4DRlzkIjg8tDpAEpse-UdBb2tHyJw7CIR-MNskZJhoIHWmJBq3WxJMM_1ZfMo6KvQiWVV6Qjx0i30vcSIy3vioSCTy0OkASmx75EbADxh_1U-FjQKhIJR0Fva0fInDsRPUronJCigrUqEgkKVH4w2yRkmBEk-b8zJ_18aOCosCWggdaYkGrdbEZvR_1Ii0vrU4KhIJEkwz9l8yjooRUbuGGKwc2-cqEgm9CJZVXpCPHRHgVtJbmB9ooCoSCSLfS9xIjLe-EW6cH39TPhpD&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjmyYvWkonjAhX1B50JHZwGCWIQ9C96BAgBEBg&biw=1920&bih=969&dpr=1#imgrc=u73uKCU9-6WKDM,
 27. 6. 2019.
22. <http://www.znet.hr/wp-content/uploads/Ivo-Sanader1-e1292495465970-475x316.jpg>,
 4. 6. 2019.
23. https://www.dw.com/image/4447652_4.jpg, 4. 6. 2019.
24. <https://ezadar.rtl.hr/ostalo/galerije/2514999/stil-ive-sanadeslikara/?=826353>, 4. 6. 2019.
25. https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=0YAUXaaPNIzctQbP6K7ABg&q=ivo+sanader+pogled&oq=ivo+sanader+pogled&gs_l=img.3...1326321.1327433..1328131...0.0..0.187.1256.0j7.....0....1..gws-wiz-img.....0j0i24.kiljtQrIqSY#imgrc=KV2UqKQ1vwmnyM, 27. 6. 2019.
26. https://www.google.com/search?q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjX8enXronjAhVvYs0KHR8tDv8Q_AUIECgB&biw=1920&bih=969#imgrc=A_zK4gS4uSN1hM, 27. 6. 2019.

27. https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=NikUXZLeOIy-tQamsITgCA&q=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&oq=ivo+sanader+pred+istra%C5%BEnim+povjerenstvom+INE&gs_l=img.3...3806.3806..4019...0.0..0.183.183.0j1.....0....1..gws-wiz-img.tQ6EGiGKJB8#imgrc=qMylApDEw4dfjM, 27. 6. 2019.
28. <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQX29k79uqFJLVmiDPVik29HIYz9DkIZGORaDkI34x2FiGXAxVq>, 4. 6. 2019.

Popis slika

Slika 1. <i>Ivo Sanader.</i>	35
Slika 2. <i>Sanader i rukometaši nakon osvajanja srebra.</i>	37
Slika 3. <i>Premijer i predsjednik SAD-a, George Bush Jr. za vrijeme susreta u Zagrebu.</i>	40
Slika 4. <i>Sanader s njemačkom kancelarkom Angelom Merkel.</i>	42
Slika 5. <i>Ivo Sanader i predsjednik Boris Tadić u Beogradu 2009. godine.</i>	42
Slika 6. <i>Premijer za vrijeme javnog nastupa.</i>	44
Slika 7. <i>Ivo Sanader vizual.</i>	47
Slika 8. <i>Poziranje sa skupocjenim satom.</i>	48
Slika 9. <i>Ivo Sanader temperament.</i>	51
Slika 10. <i>Podignuta šaka kao znak dominacije.</i>	52
Slika 11. <i>Dlanovi prema "dolje".</i>	52
Slika 12. <i>Komunikacija kažiprstom.</i>	53
Slika 13. <i>Sanader držanje.</i>	54
Slika 14. <i>Komunikacija "regulatorima".</i>	55
Slika 15. <i>Ivo Sanader gestika.</i>	56
Slika 16. <i>Ivo Sanader podnosi ostavku.</i>	58
Slika 17. <i>Sanader i Jadranka Kosor na Općem saboru HDZ-a.</i>	59
Slika 18. <i>Naočale kao sredstvo komunikacije.</i>	61
Slika 19. <i>Baratanje kemijskom olovkom tijekom izlaganja.</i>	62
Slika 20. <i>Sanader nadmoćan pred istražnim povjerenstvom INA-e.</i>	63
Slika 21. <i>Ivo Sanader pred istražnim povjerenstvom.</i>	64