

KRIZNO KOMUNICIRANJE POLITIČKIH STRANAKA U RH

Kranjec, Vedran

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Zagreb School of Business / Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:180:922202>

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

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



Repository / Repozitorij:

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



VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Vedran Kranjec

KRIZNO KOMUNICIRANJE POLITIČKIH
STRANAKA U RH

(završni rad)

Zagreb, studeni 2016.

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Preddiplomski stručni studij

Smjer manager komunikacija

**KRIZNO KOMUNICIRANJE POLITIČKIH
STRANAKA U RH**

(završni rad)

MENTOR

Goran Luburić, mag. oec.

STUDENT

Vedran Kranjec

POSVETA

Pisanje završnog rada je za mene bio veliki izazov. Srećom, u svladavanju tog izazova nisam bio sam. Koristim priliku zahvaliti se svim nastavnicima Visoke poslovne škole u Zagrebu koji su me tijekom studija kvalitetno vodili i koji su mi omogućili da dođem do završne faze studiranja. Siguran sam da će mi znanje i vještine koje sam stekao zahvaljujući njima biti od velike koristi kako u mojem osobnom tako i u mojem budućem poslovnom životu.

Na kraju se posebno zahvaljujem mojem mentoru, mag. oec. Goranu Luburiću, koji me je, uza sve svoje obveze, uspio kvalitetno pratiti i pomagati u radu te svojim strpljenjem i dobrim savjetima pridonijeti izradi ovog završnog rada..

SAŽETAK:

Bilo da je riječ o tvrtkama ili političkim strankama, osnova dobrog poslovanja je u dobro postavljenoj komunikaciji, a to se naročito odražava u kriznim situacijama. Ovim sam radom pokušao složene situacije prikazati na jednostavan način jer to potvrđuje da se razumije suština problema i kako se treba s njime nositi kada se pojavi. Primjeri iz prakse u kombinaciji s teoretskim izlaganjima pojedinih autora pomogli su mi da sagledam suštinu kriznog komuniciranja. Jednostavno rečeno, bez dvosmjerne komunikacije nema uspjeha a ni rezultata. Za sve pa tako i za ovu aktivnost je potrebna dvosmjerna razmjena iskustava, znanja i vještina. Bez kombinacije ovih elemenata dolazi do komunikacije u obliku „pokvarenog telefona“. Ponekad, čak i tumačenje jedne riječi može uzrokovati složeni problem koji može zahtijevati objašnjenje na nekoliko stranica. Nekada se upravo zbog neprimjerene upotrebe jezičnih izraza može dogoditi neprepoznatljiva reakcija. Za jednu osobu može se raditi o beznačajnoj riječi dok kod druge može isprovocirati neprepoznatljivu reakciju. Stoga je potrebno paziti kod različitih načina izražavanja, naročito usmenog, upotrebu svake riječi pa čak i govora tijela. Kako ne bi došlo do kontraproduktivnog efekta, potrebno je dobro odvagati i razmisliti što u pojedinom kontekstu pojedina izrečena riječ znači. S obzirom na već navedeno, treba uvijek imati u vidu da se nitko nije naučen rodio, da treba biti svjestan te činjenice te da se za otklanjanje nedostataka treba konzultirati struku, u ovom slučaju stručnjake za komunikaciju odnosno komunikologe. Uz pomoć stručnjaka za komunikacijske vještine mogu se eliminirati svi oblici lošeg komuniciranja. Svatko tko ima redovito nastupe u javnosti, treba biti svjestan svojih komunikacijskih nedostataka te da se one mogu smanjiti. Nedavno smo se imali priliku susresti se s različitim načinima javnog nastupa na parlamentarnim izborima kada se bila angažirala profesionalna tvrtka za komunikacije i slučaj kada je angažman takve tvrtke zapostavljen. Posljedice zanemarivanja komunikacijskih vještina u javnim nastupima dovele su do gubitka parlamentarnih izbora.

Ključne riječi: kriza, komuniciranje, politička stranka, izbori i biračko tijelo

ABSTRACT:

Whether it comes to companies or political parties, the basis of good business is located in a well settled communication, and this is particularly reflected in crises. With this, work I tried to show the complexity of the situation in a simple way because it confirms that the essence of the problem is understood and how it should be treated it when it occurs. Examples from praxis in combination with the theoretical presentations of the respective authors helped me to see the essence of crisis communication. For everything as well as for this activity the two-way exchange of experience, knowledge and skills are needed. Without the combination of these elements, the communication leads to the results in the form of a "broken telephone." Sometimes, even the interpretation of a single word can cause complex problems, which requires clarification on a few pages. Then because of the inappropriate use of language expression, the reaction could be very unrecognizable. For one person, it is either meaningless word while for the other can provoke an unrecognizable reaction. Therefore, it is necessary to pay attention to different kind of expressions, particularly verbal, use of each word and even body language. In order to avoid the counterproductive effect, it is necessary to balance well and consider it in the context of particular individual pronounced wordings. Referring to already mentioned, one should always keep in mind that no one is born taught to be aware of this fact and that the removal of shortcomings need to consult the profession, in this case, communication experts and communicators. With the help of experts in communication skills can be eliminated all forms of bad communication. Anyone who has regular presentations in public should be aware of own communication disadvantages and that they can be reduced. Recently we had the opportunity to meet with various modes of presentations in public when the professional company for communication is hired and the case when the involvement of such companies is left behind. The consequences of neglecting communication skills in public appearances lead to the loss of the parliamentary elections.

Keywords: crisis communication, political parties, elections and the electorate



Zagreb, 23. studeni 2016. godine

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom *Krizno komuniciranje političkih stranaka u RH* izradio samostalno, pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora Gorana Luburića, mag. oec.

Izjavljujem da sam suglasan da se trajno pohrani i objavi moj završni rad *Krizno komuniciranje političkih stranaka u RH*

u javno dostupnom institucijskom repozitoriju *Visoke poslovne škole 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, 60/15).

Ime i prezime studenta:

Vedran Kranjec

OIB:
13931280499

(potpis)

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
2.	KRIZNA KOMUNIKACIJA	3
2.1.	DEFINICIJA KRIZE	3
2.2.	KRIZNO KOMUNICIRANJE I POSLJEDICE	7
2.3.	KAKO POSTUPATI U KRIZNOJ SITUACIJI?	7
2.4.	PRIMJERI IZ PRAKSE U REPUBLICI HRVATSKOJ	9
3.	POLITIČKE STRANKE U RH	11
3.1.	POJAVA VIŠESTRANAČJA U RH	11
3.2.	DEFINICIJA POJMA POLITIČKE STRANKE U RH	12
4.	PROCESI KOMUNICIRANJA POLITIČKIH STRANKA	17
4.1.	PROCESI KOMUNICIRANJA U POLITIČKIM STRANKAMA - OPĆENITO	17
4.2.	ZNAČAJKE KOMUNICIRANJA U DJELOVANJU POLITIČKIH STRANKA	19
5.	PRIMJERI LOŠEG KOMUNICIRANJA POLITIČKIH STRANKA U REPUBLICI HRVATSKOJ	20
6.	ZAKLJUČAK	27
	LITERATURA	28

1. UVOD

S obzirom na svakodnevno bombardiranje putem sredstava javnog informiranja vezanim za parlamentarne i izvanredne parlamentarne izbore tijekom 2015. i 2016. godine odlučio sam izabrati temu završnog rada pod nazivom: Krizno komuniciranje političkih stranaka u Republici Hrvatskoj.

Na prvi pogled činilo mi se da će faze rada biti lakše osmisliti s obzirom da se dvadeset i četiri sata dnevno na moglo čuti, vidjeti, pročitati vezano uz komuniciranje glavnih aktera izbora - političke stranke, bit teme mog završnog rada. Mislio sam da ću prilikom obrade ove teme biti u mogućnosti detaljno obrazložiti svaku fazu političkog djelovanja pojedinih stranaka, ali prilikom osmišljavanja cjelokupnog rada uvidio sam da se ne radi o laganom zadatku bez obzira na sveprisutnost pojmova vezanim za moj završni rad. Prepreka se pojavila prilikom odabira literature. Iako je krizno komuniciranje sveprisutno u svim porama društva, sada i u povijesti, nema previše literature koja bi dovoljno dobro preslikala javno dostupna zbivanja i povezala ih uz krizno komuniciranje.

Mentor me je upozorio na problem vezan uz literaturu i uputio me je na određene autore i literaturu, koja će mi biti od pomoći u osmišljavanju i izradi moga rada, te me uputio i na korištenje internetskih sadržaja. Ma koliko sam se i sam trudio pretraživanjem kataloga i baze podataka Knjižnica grada Zagreba i Nacionalne i sveučilišne knjižnice grada Zagreba nekako su se najčešće nametali autori Richard Luecke, Božidar Novak, Božo Skoko i Zoran Tomić. Kasnije koristeći se literaturom navedenih autora sama po sebi nametnula mi činjenica vezana uz izreku „manje je više“ što je bio slučaj u odabiru literature za moj završni rad.

Kroz svoj završni rad htio sam ukazati na problem koji prati kako čelnike tako i ostale članove svih političkih stranaka u republici Hrvatskoj. Premalo pažnje polažu na načine komuniciranja sa svojim biračkim tijelom. Imam osjećaj da ponekad za sebe misle da su neka odabrana bića čija je glavna zadaća da se brinu o sebi i da pri tome ne vode nimalo brigu da kroje sudbinu ljudima koji su ih izabrali i koji će ih ili neće u nekom drugom periodu ponovno birati, te da se pri tome nimalo ne srame svojih krivih postupaka ne vodeći brigu o onima koji su ih izabrali. Međutim mišljenja sam da je baš ovaj period između redovnih i izvanrednih parlamentarnih izbora bio prilika da se isti zamisle nad sobom i

svojim postupcima i da malo i sami posegnu za svim raspoloživim sredstvima koja bi ih usmjerila kako na najbolji mogući način djelovati u javnom životu ukoliko žele i dalje sudjelovati u njemu, a naročito kako se ponašati u kriznim situacijama.

Republika Hrvatska je relativno mlada država te još uvijek „uči“ kako na pravi način politički djelovati, kako u zemlji, tako u inozemstvu. Postupci članova pojedinih stranaka, bez obzira na njihove godine iskustva su ih nažalost nebrojeno puta odveli u krivom smjeru, jer su podcijenili ulogu druge strane vezane uz politiku. Naime, politika je interdisciplinarna djelatnost koja zahvaća sve pore života, stoga svatko tko se time bavi treba raditi dvadeset četiri sata dnevno i nikada se ne opušitati i nikada baš nikada zaboraviti na biračko tijelo bez obzira pripadalo njihovoj političkoj opciji ili opciji njihovih političkih protivnika.

Izvanredni parlamentarni izbori 2016. godine pokazali su da biračko tijelo više nije samo bezlična masa koje se inertno kreće putem koji su odabrali njihovi vođe, već je u izborima učestvovalo bilo aktivno ili pasivno, zavisi da li su izašli na izbore ili ne i naravno ukoliko su izašli na izbore kome su dali svoj glas. Na neki način ovi izbori bili su kazna za sve one koji su previše često zaboravili tko ih je izabrao, te ih potom zaboravio, a često i omalovažavao.

U konačnici pobjednik ovih izbora je biračko tijelo koje je pokazalo svoju drugu stranu, izazvanu načinom komuniciranja onih koje je trebalo birati u odnosu na njih koji su ih trebali birati.

2. KRIZNA KOMUNIKACIJA

Bilo da se radi o čovjeku pojedincu ili grupi ljudi pripadnicima interesnih skupina sama pomisao na riječ kriza ne izaziva ni malo oduševljenja. Čak sama riječ kriza i bez neke dublje analize izaziva u čovjeku nelagodu. Svi imamo neku negativnu percepciju vezanu i na samo spominjanje te riječi. U životu svaki od nas prolazi kroz nekoliko kriznih situacija bilo da je to gubitak drage osobe, gubitak posla, bolest, neka od prirodnih katastrofa i tako bi mogli nabrajati u nedogled. S pravom možemo reći da je u suvremenom svijetu, kojega karakterizira sve jača globalizacija i stalan napredak tehnologije i tržišnog gospodarstva kriza postala uobičajeni dio svakodnevice svakog od nas. Nadalje kriza nije privilegija samo čovjeka kao pojedinca. Kroz krizu nisu otporne ni pravne osobe kao što su poduzeća i organizacije. (Novak, 2001).

2.1. DEFINICIJA KRIZE

Prema Anićeve Rječniku, kriza je vrlo teško stanje nakon kojeg se očekuje ili razrješenje ili katastrofa (u bolesti i sl.). Kolokvijalno označava nestašicu. Ekonomska kriza teško je stanje u ekonomiji praćeno povećanjem nezaposlenosti i siromašenjem. Različite su upotrebe izraza kriza i značenja riječi kriza, ovisno o tome kako ih mi stvarno upotrebljavamo. Prema Ekonomskom leksikonu,³ kriza je veći privredni poremećaj koji se u pretkapitalističkim načinima proizvodnje iskazuje kao kriza nedovoljne proizvodnje, dakle oskudica sredstava za život uslijed elementarnih nepogoda, prirodnih katastrofa itd., a u kapitalističkom načinu proizvodnje kao kriza prekomjerne proizvodnje, odnosno ekonomska kriza hiperprodukcije.¹

Pojam kriza označava težak, sveobuhvatan poremećaj u društvenom, političkom, ekonomskom životu, iz kojeg je izlazak u pravilu vrlo težak i obično dugotrajan. Navodi se da se riječ kriza upotrebljava i u prenesenom značenju (primjerice u liječničkoj znanosti - pošto je u kakvoj bolesti groznica postala najjača, čas u koji se počne smanjivati te se bolest okreće nabolje, a gdje i nagore). Rječnik pravi razliku između: apstinencijske krize, društvene krize, gospodarske (ekonomske) krize, krize identiteta, krize srednjih godina, parlamentarne, kao i kriznog stožera, kriznog područja, kriznog stanja i kriznog žarišta.²

¹ Vladimir Anić, Rječnik hrvatskoga jezika, 199:289

² Rječnik hrvatskoga ili srpskoga jezika, Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti, obrađuje P. Budmani, Zagreb 1898.-1903., dio V., str. 583

Analogno ekonomskoj, sagledavamo i političku krizu. Krizna situacija predstavlja sveobuhvatan poremećaj u društvenom životu (političkom i ekonomskom) iz kojeg je izlazak u pravilu vrlo težak i obično dugotrajan. Društvena kriza označava stanje poremećenih odnosa u društvu opterećenom raznim neriješenim problemima. Tumači se da označava odnose u kojima je jedna strana usmjerena protiv druge s ciljem podčinjavanja svojoj vlasti, moći ili volji, nenasilnim (primjer M. L. Kinga iz 1963. godine, Marš na Washington) ili nasilnim promjenama društvenih sustava. Stoga je važan pristup rješavanju krize: smanjiti nasilje mirnim sredstvima (konflikti su uobičajen dio ljudskog života), primijeniti demokratske metode (ne pomodarske demokratske metode), detektirati kriminalno nasilje u politici, iznalaziti optimalna rješenja koja neće beskrajno dugo nametati pretjerane obveze društvu, uz nadvladavanje uzroka nesporazuma i kriznih situacija. Krize se pojavljuju na individualnoj ili društvenoj razini. Na individualnoj razini predstavljaju povećanu napetost, psihičko opterećenje, izloženost stresu, otežanu orijentaciju u vremenu i prostoru u procesu odlučivanja, odnosno predstavljaju promjenu u uobičajenom funkcioniranju neke osobe. Na društvenoj razini pokazuju prijetuću društvenu situaciju u političkim, ekonomskim, socijalnim i kulturnim sustavima. Predstavljaju prepreku, bitnu promjenu koja ometa normalan rad i izaziva drugu pojavu kao svoju posljedicu. Kao razlog da se izbjegnu izbor ili donošenje odluke najčešće posluži kao opravdanje da sama sebi postane svrhom. U tome se nalazi objašnjenje što joj se uglavnom pripisuje negativno značenje.

Krizom se označava vrlo teško stanje nakon kojeg se očekuje ili razrješenje ili katastrofa. Bitno je i povezivanje pojmova krize u različitim znanstvenim disciplinama. Medicinski leksikoni navode da je kriza bitna prekretnica, osobito u bolesti, koja onda dovodi ili do ozdravljenja ili smrti organizma. Općenito, pojmom kriza u najširem smislu te riječi obuhvaćeno je stanje kojem prijeti ono što je vrlo opasno u lošem smislu. Odnosi se na odlučujuću prekretnicu u razvoju ili ostvarivanju politike ili druge društvene djelatnosti, na najvažniji trenutak jednog sustava ili procesa. No kriza nije samo negativna za pojedinca ili društvo. U njoj se nalazi sposobnost za otkrivanje novih mogućnosti koje ne samo da pomažu u svladavanju teškoća nego otvaraju nove mogućnosti razvoja i viši stupanj razvijenosti. Drži se da onaj tko za svoj neuspjeh krizu proglasi odgovornom zanemaruje vlastitu sposobnost, što neizravno pokazuje da se više poštuju problemi nego rješenja. Stoga se izdvaja da je istinska kriza - kriza nesposobnosti. Ustrajnim govorom o krizi i pokazanom neefikasnošću kriza se samo promovira, kao što se šutnjom o krizi izbjegava napor i ne preuzimaju obveze (sposobnost razumijevanja različitih kriznih situacija). Kriza bilo kojoj osobi i bilo kojem narodu može biti pravi blagoslov jer sve krize donose napredak (procjena stanja,

prepoznavanje signala ranog upozorenja, vještine analize, sinteze i kritičkog promišljanja). Prema Albertu Einsteinu, onaj tko nadilazi krizu, nadilazi sebe, a da sam ne bude pregažen. Problem koji se ne rješava predstavlja „krizu na čekanju, kaže Henry Kissinger. Pojednostavljeno rečeno, ako zanemarujemo i ne rješavamo svoje probleme, odnosno rješavamo ih, no nedovoljno uspješno i nedovoljno brzo, oni će postajati sve veći i na kraju će se zapravo pretvoriti u krize. U tome valja tražiti razloge zbog kojih se od ove riječi zazire i zašto ima negativna obilježja. Valja imati na umu i to da krizne situacije ne nastaju same od sebe i to je jedan od razloga zašto je izrazito važno uzdići se iznad uzroka krize (primjerice definicija rata prema Klauzevicu, „akt nasilja da bi se suparnik primorao da radi onako kako mi želimo“, označava moć čovjeka nad čovjekom). Važno je životno opredjeljenje biti svoj. U takvom načinu razmišljanja poraz ne postoji. (Adizes, 2009.).

Ne postoji ni jedna općenito prihvaćena definicija krize. (Novak, 2001.) krizu možemo promatrati kroz tri različite definicije;

- ozbiljan incident koji utječe na čovjekovu sigurnost, okolinu, proizvode ili ugled organizacije
- okolnosti u kojoj su ugroženi sigurnost, život ili čak opstanak pojedinca ili organizacije
- neplanirani i neželjeni proces koji traje određeno vrijeme, a na koji je moguće samo djelomično utjecati te se može završiti na različite načine

Tri značajke koje prema B. Novaku vrijede za sve krize bez obzira gdje se one javljaju;

- iznenadnost
- nesigurnost
- vremenski tjesnac

Kriza je za organizaciju, kako navodi B. Skoko³ okolnost u kojoj više ne može djelovati. Ona ugrožava organizacijsku sposobnost funkcioniranja, onemogućava postizanje ciljeva, pa i sam opstanak organizacije. Čak i kriza za koju nam se na prvi pogled čini kako nema tako dramatične razmjere, njezin negativan utjecaj na image organizacije može postati tako velik da ugrozi njezin dugoročan opstanak.

³ B. Skoko: Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb, 2006.

„Krizna je promjena - bilo nagla ili postupna – koja donosi neki ozbiljan problem koji treba odmah riješiti.“ (Luecke, 2005.).

Sumirajući navedene definicije krize i njezine osnovne značajke možemo reći da se kriza događa mimo naše volje iznenada da nas pogađa htjeli mi to ili ne i čini nas ranjivima i nesigurnima i da se sve to odvija velikom brzinom i ne ostavlja nam puno vremena za donošenje ključnih odluka. Unatoč navedenom možemo uočiti da nismo bespomoćni vezano za kriznu već da se možemo uhvatiti u koštac s njom. Krizne situacije su sastavni dio okruženja kako pojedinca tako i organizacije i zato ne treba igrati ulogu noja i gurati glavu u pijesak, već krizu treba pretvoriti u priliku za poboljšanje, oblikovanje nove strategije, novi natjecateljski izazov i ubrzano rješavanje odgađanih problema.

Ukoliko smo nepripremljeni može se dogoditi da vrlo teško prevladamo nastanak krize i kao posljedica toga može se dogoditi da se moramo boriti se za vlastito preživljavanje. S druge strane ako smo dobro pripremljeni možemo gledati na krizu ne kao problem već kao izazov koji može potaknuti analizu postojećih rezultata i pronalaženje načina za njihovo poboljšanje.

Matematičkim rječnikom gore navedeno možemo prikazati i kao jednadžbu

$$\text{KRIZA} = \text{OPASNOST} + \text{PRILIKA}^4$$



⁴ Ašanin Gole: Strateško načrtovanje odnosov z javnostmi, Izvorni znanstveni članek: Teorija in praksa, Ljubljana, 1998.

2.2. KRIZNO KOMUNICIRANJE I POSLJEDICE

Krizno je komuniciranje interaktivni proces, a može se definirati kao razmjena informacija i mišljenja prije, tijekom, te nakon izbijanja krizne situacije. Pod pojmom „krizna situacija“ podrazumijeva se specifični, neočekivani i neuobičajeni događaj koji stvara visoki stupanj neizvjesnosti i prijetnje ili doživljaja prijetnje prioritetima pojedine organizacije. Krizno komuniciranje uključuje pojedince, skupine i ustanove (organizacije). Poruke su u kriznom komuniciranju često višestruke, s ciljem eliminiranja utjecaja krize i smanjivanja utjecaja krize na minimum. (Renko, 2005.)

Kada ne postoji plan kriznog komuniciranja događa se kod poslovnih subjekata gubitak prihoda odnosno povećanje troškova i gubitak reputacije tvrtke a u ovom smislu političke stranke. Preventivno je potrebno raspolagati informacijama, reagirati promptno uz predviđanje događaja. Ne smije se dogoditi da se reagira u trenutku kada se dogodi krizna komunikacija, već treba djelovati prije nastanka krizne komunikacije, a to znači da treba obostrano komunicirati a ne jednostrano. Ključ uspjeha leži u pravovremenoj komunikaciji i predviđanju mogućih situacija te postavljanje mogućih rješenja.

Sve je propisano, pa tako i pojedine faze svake krize, bilo da je riječ o maloj i velikoj krizi svaka od njih mora proći kroz pet faza, a to su početak, uspon, vrhunac, pad i završetak krize. Krizne situacije su posljedica ljudskog djelovanja ili prirodnih sila.

Definicija krize podrazumijeva da se radi o neočekivanom događaju. Do krize će doći prije ili kasnije, u jednom ili u drugom obliku. U kojem će se obliku kriza manifestirati, gotovo je nemoguće pouzdano predvidjeti. Zdrava logika nalaže da je pametnije na vrijeme složiti plan za reakciju u kriznoj situaciji, nego li u panici tražiti pomoć. Na logično pitanje kako se pripremati ako ne znamo za što, postoji i jednostavan odgovor: trebamo poznavati problematiku da bismo se mogli pripremiti. (Previšić, 2004)

2.3. KAKO POSTUPATI U KRIZNOJ SITUACIJI?

Kako ne bi došlo do iznenađenja potrebno je predvidjeti situacije i pokušati komunicirati u vlastitu korist. Time se dobiva na prednosti i smanjuje se mogućnost akcije u kojoj ćemo se braniti od napada. Potrebno je osigurati sigurnost informacija, dopustiti pristup informacijama, usmjeriti komunikacijski proces, koristiti različite kanale

komunikacije, biti dostupan svim medijima, javnosti i djelatnicima, te s njima zadržati povezanost. Treba uvijek imati na umu da je dobra i aktivna komunikacija ključ uspjeha. Nedostatak komunikacije rezultira krizom.

Protiv krizne situacije najbolje se je braniti informacijom koja će dati pouzdane odgovore vezane za krizno stanje. Treba koristiti sva moguća sredstva informiranja. Informacija mora biti brza, točna i konkretna, neopterećena nebitnim informacijama.

Informacija mora biti usko povezana s komunikacijom.

Informacija mora biti pouzdana, a komunikacija mora biti glasna i jasna. Treba dati odgovor na pitanja;

- što se dogodilo
- što se poduzima
- što će se poduzeti. (Novak, 2001.)

Ako se želi postići kod drugih suosjećanje s onima koje je pogodila kriza, istinu o kriznoj situaciji treba im priopćiti na opće prihvatljiv način, jer kao je već spomenuto kriza pogađa svakoga i svaki od nas se može poistovjetiti s onim kojega kriza pogađa.

Odnos medija i novinara u kriznim situacijama je vrlo bitna. Cit: „**Istina je da upravo mediji svojim izvještajima najviše oblikuju mišljenje ljudi i time sudbonosno utječu na njihov ugled.**“ (Novak, 2001.)

Cit. „Općeniti savjeti za razgovor s novinarima

Budite ljubazni !

Nikada ne gubite živce !

Ne budite zajedljivi i nemojte netočno odgovarati !

Pomozite novinaru i brzo reagirajte !

Ako ne znate odgovor, recite to otvoreno. Potrudite se i potražite ga. Ne obećavajte ništa ako ne možete održati obećanje.

Ako ne možete dati neke informacije, recite razlog.

Uvijek govorite istinu.

Ne budite dvosmisleni.

Zadržite se u granicama svoje odgovornosti.

Ako niste uvjereni da ste razumjeli pitanje, zamolite novinara da ga ponovi.

Držite se činjenica. Ne iznosite svoje vlastito mišljenje.

Ne spominjite stvari za koje ne želite da se pojave u priči.

Izbjegavajte žargon. Govorite jednostavnim, svima razumljivim jezikom.

Pratite o čemu se govorilo u intervjuu i u nastaloj priči.“ (Novak, 2001.)

Po mom mišljenju da su se čelni ljudi političkih stranaka u Republici Hrvatskoj zajedno sa svojim stranačkim kolegama držali samo gore navedenih savjeta bez da su poduzimali išta drugo politička situacija vezana za vremenski period između parlamentarnih izbora 2015. i izvanrednih parlamentarnih izbora 2016. godine izgledala bi bitno drugačije.

2.4. PRIMJERI IZ PRAKSE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Budući da praktični primjeri mogu najbolje prikazati funkcioniranje realnog svijeta, u nastavku dajem prikaz kako su pojedini mediji analizirali pozitivne strane političkog komuniciranja. Kako dobra komunikacija može uroditi plodom i da se dobro uloženi novac čak i u malim iznosima može vratiti nekoliko puta, samo je potrebno stručno poznavanje obiju strana komunikacije i što se želi postići.

Primjena kriznog komuniciranja na primjeru iz političkog promoviranja političke stranke MOSTA⁵ zorno prikazuje što znači kvalitetno komunicirati:



Izvor fotografija: <http://abcportal.info/clanak/bozo-petrov-most-inzistira-na-jedinstvenoj-vladi-hdza-sdpa-i-mosta>

Cit: „Zahvaljujući stručnosti tvrtke Grizli komunikacije, na političkoj sceni u izbornoj kampanji za parlamentarne izbore 2015. godine pojavila se sasvim nova politička stranka MOST- puni naziv MOST NEZAVISNIH LISTA. Gotovo nitko tko je prvi puta čuo za tu

⁵ Grizli komunikacije: <http://www.poslovni.hr/marketing-i-mediji/grizli-komunikacije-vratile-graanima-vjeru-u-politiku-304889> - pristup ostvaren 12.09.2016.

stranku nije razmišljao na način da će ista imati veliku ulogu u budućem političkom djelovanju. Međutim dogodilo se upravo suprotno. Nepoznati ljudi iz malih sredina izbili su u prvi plan.“ (Poslovni dnevnik, 2015.)

Ovdje možemo uočiti odabir dobre strategije u ostvarivanju zajedničkog cilja koja se temeljila na suradnji MOSTA i GRIZLI KOMUNIKACIJE d.o.o. za usluge - Agencije za promidžbu.

Prema riječima kreativnog direktora GRIZLI KOMUNIKACIJA Thomasa Bauera suradnja s Mostom NL i njegovom agencijom ostvarena je u trenutku kada su se u Hrvatskoj pripremale promjene koje nekima i dan danas djeluju nestvarno; "Suradnja Grizlija i Mosta zapravo je započela slučajno, iako smo direktor agencije Tomislav Čehulić i ja itekako zainteresirani za politiku. Tomo je godinama za Radio 101 izvještavao iz Vlade i Sabora, a ja sam prilično poznat kao aktivist te sam se čak okušao kao političar na lokalnoj razini, Grizli kao agencija vrlo je malo radio poslove za političke stranke i tijela za političke stranke i tijela državne ili lokalne uprave. Jednostavno, nismo bili povezani s pravim ljudima i nismo se profilirali u tom smjeru. Znali smo da je Most prilika da se dokažemo".

Prema riječima direktora Grizli Komunikacija, Thomasa Bauera, MOST je 2015. godine bio mala, širem krugu ljudi, potpuno nepoznata politička opcija. Kao takva politička stranka imala je vrlo ograničena sredstva koja je mogla koristiti u svojoj izbornoj kampanji, ali MOST je sa svojim novim stavovima na već potrošenoj političkoj sceni bio veliki izazov za agencije koje su angažirane u izbornim kampanjama. Nije bilo velike dvojbe od strane MOSTA da prihvate GRIZLI kao promotora svoje izborne kampanje. Prema riječima T. Bauera; "Prvi put smo se sastali s Mostom jer smo poznavali neke ljude koji su volonterski radili za njih. Odmah im se svidjelo to što čuju od nas, shvatili su da znamo dosta o politici i tržišnim komunikacijama. Vrlo brzo smo se dogovorili i bili nježni kada je u pitanju cijena.

Izborna kampanja MOST-a završila s 19 mandata za ulazak u Sabor. To je činjenica za koju možemo reći da je povijesno promijenila političku scenu u Republici Hrvatskoj.

Agenciju Grizli s vođenjem izborne kampanje za MOST riskirala je i profitira. Prema riječima T. Bauera; „Naravno, zasluge niti približno nisu samo na Grizliju, ali može se reći da smo mi zanatski i strateški odradili dobar posao. U PR dijelu komunikacije, bilo je važno čuvati Most i njegove lidere od pokušaja prljave kampanje i krizno komunicirati. "

Na žalost, suradnja između MOSTA i GRIZLIJA je u kasnijem periodu prekinuta, ali je dok je trajala ta suradnja je primjer kako uzajamnim povjerenjem i zajedničkim djelovanjem doći do željenog cilja.

Cit: „Kako bi se razumjela obilježja dobrog komuniciranja u praksi, najbolje se može prikazati kroz opis događaja prometne nesreće Radimira Čačića koji je bio u ulozi vozača osobnog vozila i koji je svojom vožnjom usmrtio dvije osobe iz Mađarske. Svjestan svoje političke uloge i imajući na umu što je sve prouzročio ovaj nesretni događaj, gospodin Čačić se obratio javnosti i ponajprije članovima obitelji stradalih osoba osjećajnim pismom priznajući time krivnju i suosjećajući se s trajnim gubitkom stradale obitelji. Prema riječima novinara kolumne Politika ovo je primjer ⁶ dobrog komuniciranja dok s druge strane prema Tomiću Čačić je od početka špekulirao kako bi očuvao svoju političku poziciju uoči parlamentarnih izbora“ (Tomić, 2010.).

Cit: „Možemo zaključiti da se svaki vozač bilo kojeg vozila može naći na mjestu Radimira Čačića, ali rijetki od nas su javne osobe stoga za istu stvar ne smiju biti dvostruka mjerila nego se treba postupati na isti način, ma koliko to bilo teško osobito kod „osoba s jako izraženim političkim ambicijama“ (Tomić, 2010.)

3. POLITIČKE STRANKE U RH

3.1. POJAVA VIŠESTRANAČJA U RH

Pad Berlinskog zida promijenio je tijek povijesti kako Njemačke tako i svih europskih zemalja, a naročito onih koje su bile komunističke, zahtijeva promjene u smjeru demokratizacije i liberalizacije društva, prelazak na tržišnu privredu i u konačnici politički pluralizam, tj. višestranački sustav. Isto se odrazilo i na zemlje s područja bivše Jugoslavije. Savez komunista Hrvatske se reformira i liberalizira te krajem 1989. godine dopušta održavanje višestranačkih izbora i donosi odluku o legalizaciji stranaka koje su nastale iste godine. Do prvih izbora, održanih u travnju i lipnju 1990. godine, u Hrvatskoj nastaju trideset i tri političke stranke, od kojih su najznačajnije Hrvatska demokratska zajednica, Hrvatski socijalno-liberalni savez i reformirani Savez komunista Hrvatske koji mijenja ime u Savez komunista Hrvatske – Stranka demokratskih promjena. (Poslovni dnevnik, 2014.)

⁶ <http://pollitika.com/krizni-pr-slucuj-g-radimira-cacica>Dnevnik man - Ned, 07/02/2010 - 23:22
pristup ostvaren 12.09.2016.

3.2. DEFINICIJA POJMA POLITIČKE STRANKE U RH

Pojam političkih stranaka obuhvaća interesne političke organizacije koje u demokratskom sustavu imaju zadaću reprezentacije, konkurencije i integracije. To znači da one predstavljaju programe i interese različitih društvenih slojeva. U svojoj konkurentskoj ulozi omogućuju nadmetanje nositelja određenih programa, te da djeluju integracijski radi postizanja ravnoteže u funkcioniranju.

Prema Zakonu o političkim strankama, „Narodne novine“, br. 76/93, 111/96, 164/98, 36/01, 28/06, čl. 1 i 2, definicija pojma politička stranaka kako slijedi: Političke stranke su svojim slobodnim osnivanjem izraz demokratskog višestranačkog sustava kao najviše vrednote ustavnog poretka Republike Hrvatske.

Nadalje, pravni položaj, uvjeti, način i postupak za osnivanje, registriranje prestanaka i financiranje političkih stranaka uređuje se ovim Zakonom. Prema čl. 2 političke stranke u, smislu ovog Zakona, su pravne osobe koje politički djeluju u skladu s ciljevima i utvrđenim programom i statutom.

Možemo zaključiti, vezano za zakonsku regulativu, Registrirane političke stranke su udruge čiji su ciljevi izraženi u programu i statutu usmjereni na stvaranje i oblikovanje političke volje te političko djelovanje građana, a koje su upisane u Registar političkih stranaka Republike Hrvatske, koji vodi Središnji državni ured za upravu. U registar se upisuju političke stranke koje ispunjavaju formalne uvjete prema Zakonu o političkim strankama, a jedan od osnovnih uvjeta je da političku stranku mogu osnovati najmanje 100 punoljetnih, poslovno sposobnih državljana Republike Hrvatske. Upisom u registar politička stranka postaje pravna osoba, te može djelovati na području Republike Hrvatske u skladu sa svojim statutom.

Vezano za sudjelovanje u parlamentu (Hrvatskom saboru) putem zastupnika s njihovih izbornih lista političke stranke se dijele na;

- Parlamentarne političke stranke – političke stranke koje putem zastupnika s njihovih izbornih lista sudjeluju u radu parlamenta (Hrvatskom saboru)
- Izvan parlamentarne političke stranke – političke stranke koje putem zastupnika s njihovih izbornih lista ne sudjeluju u radu parlamenta (Hrvatskom saboru)

POPIS PARLAMENTARNIH STRANAKA U RH STANJE SRPANJ 2016. GODINE

1. Bandić Milan 365 – Stranka rada i solidarnosti
2. Blok umirovljenici zajedno - BUZ
3. HRAST - Pokret za uspješnu Hrvatsku
4. Hrvatska demokratska zajednica
5. Hrvatska demokršćanska stranka
6. Hrvatska inicijativa za dijalog
7. Hrvatska narodna stranka - liberalni demokrati
8. Hrvatska seljačka stranka
9. Hrvatska socijalno-liberalna stranka
10. Hrvatska stranka prava dr. Ante Starčević
11. Hrvatska stranka umirovljenika
12. Hrvatski demokratski savez Slavonije i Baranje
13. Hrvatski laburisti - Stranka rada
14. Istarski demokratski sabor
15. Most nezavisnih lista
16. Narodna stranka - reformisti
17. Nezavisna lista Stipe Petrina
18. Promijenimo Hrvatsku
19. Samostalna demokratska srpska stranka
20. Socijaldemokratska partija Hrvatske
21. Živi zid

Izvor: <http://www.sabor.hr/stranke>

BROJ IZVAN PARLAMENTARNIH STRANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ
STANJE SRPANJ 2016 BIO JE 128.⁷

1. "Hrvatska straža" Nacionalna stranka - HS NS
2. Abeceda demokracije - Abeceda
3. Agenda mladih demokrata - AMD
4. Akcija bjelovarsko-bilogorska - ABB
5. Akcija hrvatske republikanske seljačke stranke - Akcija HRSS
6. Akcija hrvatskih umirovljenika - AHU
7. Akcija mladih - AM
8. Akcija slavonsko baranjskih umirovljenika - ASBU
9. Akcija socijaldemokrata Hrvatske - ASH
10. Akcija umirovljenici zajedno - AUZ
11. Akcija za bolju Hrvatsku - ABH
12. Autohtona hrvatska seljačka stranka - A-HSS
13. Autohtona – Hrvatska stranka prava - A-HSP
14. Autohtona slavonsko posavska stranka - ASPSP
15. Autonomna regionalna stranka Hrvatskog primorja, Gorskog kotara, otoka i Rijeke - ARS
16. Banijska demokratska stranka - BDS (Dvor)
17. Blok poljoprivrednika Hrvatske - BPH
18. Blok umirovljenici zajedno - BUZ
19. Čabarski pokret mladih - ČPM
20. Dalmatinska liberalna stranka - DLS
21. Dalmatinski demokrati - DD
22. Demokratska kneginečka stranka - DKS
23. Demokratska partija Srba - DPS (Zagreb)
24. Demokratska prigorsko-zagrebačka stranka - DPS (sv. Ivan Zelina)
25. Demokratska stranka slavonske ravnice - Slavonska ravnica
26. Demokratska stranka umirovljenika - DSU
27. Demokratska stranka žena - DSŽ
28. Dubrovački demokratski sabor - DDS
29. Glas razuma
30. Glas Zaprešića - nezavisna lista - GZ
31. Gospodarska stranka - GS
32. Građanska akcija Lumbarda - G.A.L.
33. Građanska stranka Sisak - GSS
34. Hrast - Pokret za uspješnu Hrvatsku
35. Hrvatska 21. stoljeća - Hrvatska 21.
36. Hrvatska demokratska regionalna stranka - HDRS (Sisak)
37. Hrvatska demokratska seljačka stranka - HDSS
38. Hrvatska demokratska stranka Dalmacije - HDSD
39. Hrvatska demokršćanska stranka - HDS
40. Hrvatska europska stranka - HES
41. Hrvatska kršćanska demokratska unija - HKDU-(2007./)
42. Hrvatska pučka stranka - HPS

⁷ Primjer popisa izvanparlamentarnih stranaka – Izvor
http://www.wikiwand.com/hr/Popis_politi%C4%8Dkih_stranaka_u_Hrvatskoj, pristup ostvaren 12.09.2016.

43. Hrvatska radnička stranka - HRS
44. Hrvatska republikanska zajednica - HRZ (politička stranka)
45. Hrvatska romska demokratska stranka - HRDS
46. Hrvatska socijalno-liberalna stranka - HSLS
47. Hrvatska stranka mladih - HSM
48. Hrvatska stranka nezaposlenih - HSN
49. Hrvatska stranka prava 1861 - HSP 1861
50. Hrvatska stranka prava - HSP
51. Hrvatska stranka pravne države - HSPD
52. Hrvatska stranka rada - HSR
53. Hrvatska stranka zelenih – Eko savez - Zeleni
54. Hrvatska čista stranka prava - HČSP
55. Hrvatski demokratski centar - HDC
56. Hrvatski demokratski slobodarski savez Dalmacije - HDSSD
57. Hrvatski oslobodilački pokret - HOP
58. Hrvatski rast - HRAST
59. Hrvatski socijaldemokrati - HSD
60. Hrvatski zbor - Zbor
61. Hrvatsko pravaško bratstvo - HPBratstvo
62. Hrvatska zora-stranka naroda-HZSN
63. Hrvatsko zvono
64. Istarska socijaldemokratska nezavisna stranka - ISDNS
65. Istarska stranka umirovljenika - Partito Istriano dei Pensionati - ISU-PIP
66. Istarski socijaldemokratski forum – Foro social democratico Istriano
67. Jadranska socijaldemokratska stranka Hrvatske - Jadranski socijaldemokrati - JSD
68. Jedino Hrvatska – Pokret za Hrvatsku - Jedino Hrvatska
69. Ladonja
70. Liburnijska stranka - LIST
71. Lista za Rijeku - RI
72. Ljevica Hrvatske
73. Loza nezavisna lista - Loza
74. Maksimirska građanska inicijativa - ZAJEDNO - MGI - ZAJEDNO
75. Međimurska stranka - MS
76. Međimurski demokratski savez - MDS
77. Moje malo Međimurje - 3M
78. Most nezavisnih lista - MOST
79. Nacionalni demokrati - ND
80. Naša stranka - NS
81. Nezavisna lista Ante Đapića - NL Ante Đapića
82. Nezavisna lista Milana Bitunjca
83. Nezavisna lista Stipe Petrina - NLSP
84. Nezavisni seljaci Hrvatske - NSH (2012/.)
85. Nova generacija - NG
86. Nova Hrvatska - NH
87. Nova srpska stranka - NSS
88. Obiteljska stranka - Os
89. Partija podunavskih Srba - PPS
90. Paška stranka – Pag - PSP
91. Piratska stranka - PS
92. Pločanska stranka - PLS

93. Podravska stranka - PS(Koprivnica)
94. Pokret za modernu Hrvatsku
95. Posavsko slavonska stranka - PSS(Stranka
96. Primorsko goranska stranka umirovljenika - PGSU
97. Primorsko goranski savez - PGS
98. Rapski pučki sabor - RPS
99. Sabor hrvatskih Roma
100. Savez hrvatskih umirovljenika i seniora - SHUS
101. Savez za promjene (politička stranka) - SP
102. Snaga Roma Hrvatske - SRH
103. Socijalistička partija Hrvatske - SPH
104. Socijalistička radnička partija Hrvatske - SRP
105. Splitska stranka umirovljenika - SSU
106. Srednjoeuropska akcija – Pokret za Srednju Europu - SEA-PZS
107. Srpska narodna stranka - SNS
108. Stranka demokratske akcije Hrvatske - SDA Hrvatske
109. Stranka Dubrovnik regija - SDR
110. Stranka hrvatskog zajedništva - SHZ
111. Stranka običnih ljudi - SOLJ
112. Stranka penzionera - SP (Sisak)
113. Stranka umirovljenika - SU
114. Stranka umirovljenika Hrvatske - Blok umirovljenici zajedno - SUH
115. Stranka zajedno - Zajedno
116. Volim Hrvatsku - VH
117. Za grad
118. Zagorska demokratska stranka - ZDS
119. Zagorska stranka - ZS(Zabok)
120. Zagrebačka nezavisna lista - ZNL
121. Zavjet za Hrvatsku - ZZH
122. Zelena alternativa – Stranka potrošača - ZA-SPOT
123. Zelena lista
124. Zelena stranka - ZS
125. Zeleni Hrvatske
126. Zeleni Istre
127. Zeleni savez
128. Zeleni zajedno

4. PROCESI KOMUNICIRANJA POLITIČKIH STRANAKA

4.1. PROCESI KOMUNICIRANJA U POLITIČKIM STRANKAMA - OPĆENITO

Političke odnose s javnošću ostvaruju različite političke stranke, sa svojim čelnicima, državna uprava te predstavnici zakonodavne i izvršne vlasti. Pitanje koje se u javnosti često postavlja jest način na koji se sve ostvaruje i tko kontrolira informacije? Tko ih usmjerava prema različitim vrstama ciljnih javnosti? Jačanje političke moći i prednost onoga tko prvi posjeduje informaciju, odavno je prepoznato kao iznimna vrijednost na svim područjima života. (Tomić, 2016.)

Prema Tomićevom navodu, onaj koji posjeduje informaciju u ključnom trenutku može kvalitetno i pravovremeno donositi odluke. Ukoliko se raspolaže zastarjelim informacijama dolazi do konfliktnih situacija koja za sobom povlače krizno komuniciranje. Vještina korištenja osnovnih komunikacijskih alata, garantira političkoj stranci uspješnost njenog djelovanja i osigurava kvalitetan rad na dugi rok. Ako nije uspostavljen odnos s javnošću, onda ni nema političkog komuniciranja a niti političke stranke.

Odnosi s javnošću su zasebna funkcija upravljanja koja pomaže u uspostavljanju i održavanju uzajamne komunikacije, razumijevanja, prihvaćanja i suradnje između organizacije i njenih javnosti; oni uključuju upravljanje problemima ili temama, pomažu zainteresiranima da budu stalno informirani o javnom mnijenju te da djeluju sukladno njemu, definiraju i ističu odgovornost zainteresiranih u službi javnog interesa, pomažu zainteresiranima da idu u korak s promjenama i korisno ih primjenjuju, služe kao „radarska mreža“ i predviđaju buduće trendove, koriste istraživanja te valjanu i etičku komunikaciju kao svoje glavno oruđe (Cutlip, Center, Broom, 2000.).

Još su grčki teoretičari pisali o volji javnosti i njenom značenju. Dakle, početke povijesti političkog komuniciranja moguće je, u izvjesnom smislu, tražiti u povijesti grčkih teoretičara. Kada govorimo o antičkoj retorici kao počecima političkog komuniciranja, tada prije svega treba misliti na određene pristupe komuniciranju i tehnike koje su imale utjecaj na moderno političko komuniciranje.

Korijene razvoja odnosa s javnošću u Hrvatskoj moguće je naći već šezdesetih godina prošlog stoljeća. Radno mjesto PR menadžera u hotelu Esplanadi godine 1964. prvo je na kojem je rukovoditelj tog odjela svjesno obavljao određene zadatke kako bi se potaknuli odnosi između hotela i okruženja te utjecalo na okolinu. Godine 1968. u Podravki bila je u Sektoru za prodaju zaposlena posebno zadužena osoba za odnose s javnošću. S

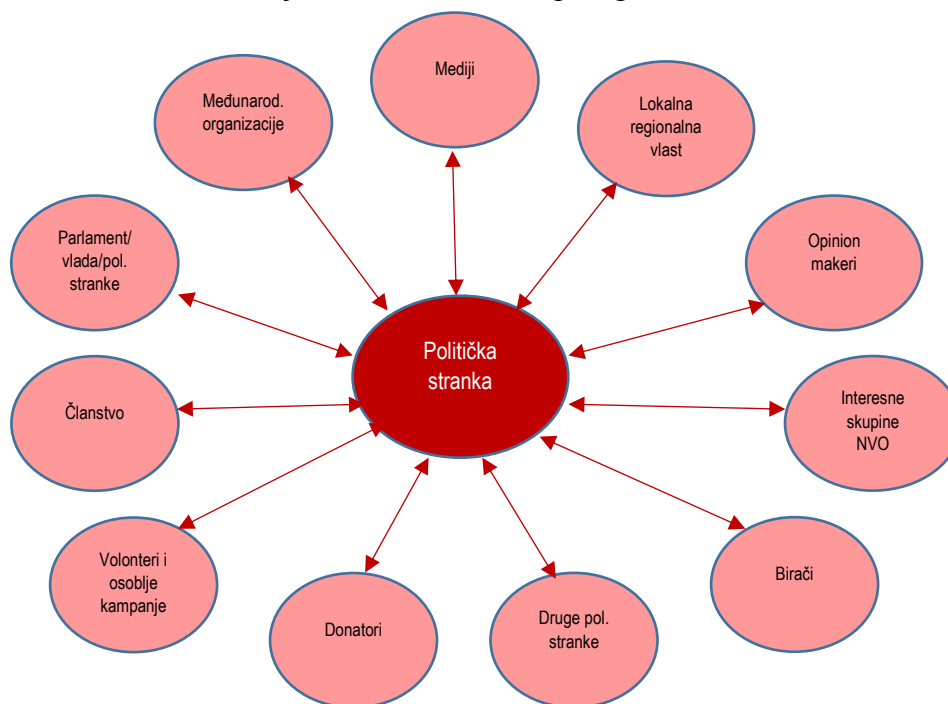
razvojem turizma na Jadranu, razvija se i radno mjesto za odnose s javnošću u hotelijerstvu. Gospodarstvo, a ni politika još nisu osjećali potrebu za stručnjacima za odnose s javnošću (Tomašević, 2002.).

Možemo zaključiti da je komunikacija u obliku odnosa s javnošću u Hrvatskoj relativno novi pojam a naročito ako gledamo na područje politike, u našem slučaju političkih stranaka.

Pridavanjem sve veće važnosti odnosima s javnošću dolazi zbog razvoja novih oblika komuniciranja kroz razvoj i unaprjeđenje medija. Niti jedna politička stranka ne koristi odnose s javnošću na isti način. Prema Tomiću, nekoliko modela:

- Stranačku komunikaciju vodi profesionalni komunikator
- Ulogu glasnogovornika vodi politički dužnosnik
- Stranačku komunikaciju vodi ured za odnose s javnošću (Tomić, 2016.)

Bez obzira za koji se model odluči, uvijek treba voditi računa da je centar zbivanja politička stranka i da tome trebaju sve aktivnosti biti prilagođene.



Slika 73. Komunikacija političke stranke i ciljnih javnosti⁸

Uvijek treba voditi računa o okruženju u kojem se nalazi politička stranka. Zorno predmetno okruženje prikazuje Slika 73. Komunikacija političke stranke i ciljnih javnosti (Tomić, 2016.).

⁸Izvor: prof. dr. sc. Zoran Tomić: Odnosi s javnošću – teorija i praksa II. Dopunjeno i izmijenjeno izdanje, Synopsis, Zagreb – Sarajevo 2016.

4.2. ZNAČAJKE KOMUNICIRANJA U DJELOVANJU POLITIČKIH STRANAKA

Osnovna značajka demokratskog društva jest da narod, građani biraju vlast, odnosno vladajuće. U tom i takvom društvu vladajućoj eliti je važno što njeni građani misle o njoj (ili im je to manje važno). Taj proces je proporcionalan, tako da građani žele znati i biti informirani o postupcima vladajućih. Prema tome, riječ je o dvosmjernoj komunikaciji, od vlasti prema građanima i od građana prema vlasti. Dvosmjerna komunikacija ne može se odvijati ako ne postoji demokratski dijalog među suprotnim stranama. Samo po sebi prosljeđivanje informacija od strane medija nije dovoljno, ključna je komunikacija, odnosno dijalog između javnosti i političara. (Čerkez, 2009.)

Prema Tomiću, u komunikacijskom lancu između političke stranke i medija odvija se proces uzajamnog djelovanja kojeg sačinjava veliki broj elemenata značajnih za uspješno komuniciranje. Oni se ovisno o vremenu i predmetu komunikacije razvijaju i nadograđuju pri čemu se uvijek vodi računa elementi u nastavku jednako bitni i to:

- Politička stranka
- Mjesto odnosa s javnošću u stranačkoj strukturi
- Aktivnosti političkih odnosa s javnošću strateške razine
- Aktivnosti političkih odnosa s javnošću u taktičkoj razini
- Javnost političkih stranaka
- Unutarstranačka demokracija
- Odnosi s medijima
- Kontrolirani i nekontrolirani mediji
- Upravljanje internim komunikacijama
- Tehnike i alati stranačkih donosa s javnošću (Tomić, 2016.)

Iako se radi o sastavnima elementima komunikacijskog lanca, koji su ovdje samo taksativno navedeni njihov značaj se ne smije zanemariti jer se svaki pojedinačni element može obrazložiti na bezbroj stranica u smislu sprege medija i političkih stranaka. No, kako je u ovom završnom radu naglasak na kriznom komuniciranju, svako daljnje obrazlaganje bi nas udaljilo od osnovne teme ovog rada.

Bez obzira na provedene analize eminentnih stručnjaka iz područja kriznog komuniciranja, još ima prostora za njihovo poboljšanje jer se svakim danom javljaju novi alati za komuniciranje pri tome mislim na medije koji su postali ključ uspjeha svake kampanje.

Usprkos dostupnosti alata za različite oblike komuniciranja, na našoj političkoj sceni svjedoci smo svakodnevnih pogrešaka i brzopletosti, koji su posljedica podcjenjivanja komunikacijskih vještina.

5. PRIMJERI LOŠEG KOMUNICIRANJA POLITIČKIH STRANAKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Slijedom navedenog u nastavku se daje pregled loše komunikacije političkih stranaka u Republici Hrvatskoj koje su prouzrokovale pad vladajućih struktura i potrebu za organiziranjem novih parlamentarnih izbora.

U svakom od navedenih primjera može se vidjeti uloga medija u manipuliranju glavnim političkim dionicima i nesnalaženje istih u kriznim situacijama.

Prva se odnosi na komunikaciju kada je Mirela Holy dobila e-mail poruku za zapošljavanje osobe zaposlenika Ministarstva zaštite okoliša i prostornog uređenja. Budući da se SDP htio prezentirati kao stranka koja je savršena i koja ne prihvaća nikakve pogreške, čelnik stranke je uz podršku ostalih članova Vlade donio odluku o smjenjivanju tadašnje ministrice. Ovaj postupak je trebao služiti kao primjer za sve daljnje aktivnosti tadašnje vladajuće stranke⁹.

No, nažalost tu nije bio kraj, sljedeća afera je bila vezana uz Šegona i Linića, kada je ministar financija pogodio u davanju kredita svom pomoćniku. Kada se dogode ovakve situacije, svi se odmah pozivaju na funkcioniranje institucija, odnosno da one provjere je li se određeni događaj presudan za smjenu ministra ili ne. Iako je slogan tadašnje stranke bio poštenje i poslovanje bez ikakve mrlje, afere su se dalje nizale, pa se tako na popis nepodobnih osoba uvrstio i gradonačelnik Vukovara, Željko Szabo kojeg su vlastite kolege prijavile da je manipulirao novcima koji su bili prikupljeni za ljetovanje djece iz Vukovara i osim toga je pokušao novcem kupiti zastupnicu druge vodeće stranke da prijeđe u njegovu stranku i time osigura većinu u Gradskom vijeću grada Vukovara¹⁰.

Zatim se u lanac afera ukrcala i nova pod nazivom afera 'Porezna' gdje se bivšu šeficu Porezne uprave Čavlović-Smiljanec teretilo da je iskoristila ovlasti kako bi suvlasniku osječke tvrtke OLT, pogodovala kod poreznog duga, na način da je dug od 27 milijuna kuna oprošten od strane države. Sljedeća afera u nizu je bila afera županice Siskačko-moslavačke

⁹ <http://www.express.hr/top-news/zokijeva-vlada-svasta-je-obecavala-ali-je-na-kraju-prate-milijunske-afere-2077#>
pristup ostvaren 04.11.2016.

¹⁰ <http://www.express.hr/top-news/zokijeva-vlada-svasta-je-obecavala-ali-je-na-kraju-prate-milijunske-afere-2077#>
pristup ostvaren 08.11.2016.

županije, Marine Merzel, koja je svoju funkciju iskoristila za vlastiti probitak, koristeći županijsku blagajnu kao svoju osobnu. S obzirom da cijelo vrijeme pričamo o javnom mnijenju, kolumniciranju, odnosima s javnošću, u hrpi afera dogodila se jedna koja je direktno povezana s medijima pod nazivom Medison iza koje se prema novinskim napisima krije pranje novca u iznosu od 300 000 kuna u režiji čelnika još uvijek jedne od vodećih političkih stranaka u Republici Hrvatskoj¹¹.

Nažalost na afere nije bila imuna niti vladajuća stranka početkom 2016. Prilikom formiranja nove Vlade i imenovanja jednog od ministara započela je afera Baraka¹².

Na dan predstavljanja nove Vlade u Saboru i noći u kojoj je izglasano povjerenje novom premijeru Tihomiru Oreškoviću i ministrima, HDZ je medijima poslao životopise novih šefova resora. U CV-u novog ministra branitelja Mije Crnoje pisala je adresa Gradna 85G u Samoboru. No, na toj se adresi, kako se ispostavilo, nalazi samo stračara, i to na neizgrađenom zemljištu, malo većoj livadi.

Ministar Crnoja navodno već godinama živi s obitelji u zagrebačkom naselju Podsused, a što su novinarima potvrdili i susjedi. Budući da Grad Samobor ima manji prirez od Zagreba, novi ministar zbog adrese plaća manja davanja. Iako živi u Zagrebu. (Dubravka Balaško, 2016.).



¹¹ <http://www.express.hr/top-news/zokijeva-vlada-svasta-je-obecavala-ali-je-na-kraju-prate-milijunske-afere-2077#>
pristup ostvaren 08.11.2016.

¹² <http://www.telegram.hr/politika-kriminal/ovo-je-7-najvaznijih-stvari-o-aferi-s-laznim-prebivalistem-ministra-branitelja-mije-crnoje/>
pristup ostvaren 17.11.2016.

Stračara na zemljištu koje je Crnoja dobio od Grada Samobora da na njemu izgradi kuću Robert Anić/PIXSELL.

Sve je završilo na način da je ministar pod pritiskom javnosti podnio ostavku i ostao je zapamćen kao ministar s najkraćim stažem u hrvatskoj Vladi.¹³

I na kraju treba dodati aferu vladajuće stranke koja nije naštetila samo sebi nego i cjelokupnom političkom sustavu RH, jer je za posljedicu imala raspisivanje izvanrednih parlamentarnih izbora. Radi se o aferi *Konzultantica*¹⁴ kada je Tomislav Karamarko zatajio poslove s naftnom kompanijom zbog čega je protiv njega Povjerenstvo za sprečavanje sukoba interesa bilo pokrenulo postupak, a oporba zatražila opoziv.



Foto: Hina, Index

Kada se događaj već dogodio, Karamarko je pokušao objasniti kako se odvijao cijeli poslovni postupak i biranim riječima nastojao uvjeriti javnost da se sve dogodilo prije njegovog stupanja na dužnost i da ne vidi što je tu sporno i zašto je podignuta velika medijska prašina. U svom, se nastupu pozivao na institucije državne vlasti, da one trebaju činiti što im je zadaća i iz tog nastupa se moglo zaključiti da u niti jednom trenutku ne osjeća da je pogriješio odnosno da je komunikacijski sve dobro odradio. Prema novinskim napisima stjecao se dojam da je Karamarko bio okružen krivim savjetnicima odnosno da se bio oslonio na interne savjetnike i da se nije konzultirao s nikim iz vanjskih krugova koji su mu mogli dati nepristrane savjete. Izoliran u svom svijetu nije dao pristup nikakvim informacijama koje bi govorele suprotno, stoga se nije obazirao na nikoga nego je svu svoju

¹³ <http://www.telegram.hr/politika-kriminal/mijo-crnoja-je-ministar-s-najkracim-stazem-u-vladi-a-ovo-je-5-vaznih-izjava-nakon-njegove-ostavke/>, pristup ostvaren 17.11.2016.

¹⁴ <http://www.index.hr/vijesti/clanak/dokument-povjerenstvo-za-sukob-interesa-objavilo-obrazlozenje-odluke-o-aferi-konzultantica/904053.aspx>, pristup ostvaren 17.11.2016.

energiju usmjerio na cilj koji ga je u konačnici primorao na poduzimanje aktivnosti vezanih uz podnošenje ostavke na mjesto predsjednika stranke (Barbara Štrbac, 2016.).

Dio biračkog tijela koji do sada nije bio aktivan isprovocirala je mlađa generacija koja je svojim nastupima i naravno obećanjima ulila novu nadu da se ipak promjene mogu dogoditi i kada se čini da nema izlaza. No, i oni su izgleda pod utjecajem stare političke škole koja je na političkoj pozornici od 90-ih godina na ovamo na čelu sa strankom Živi zid, koristeći nove metode komunikacije među mladima, društvene mreže tj. Facebook, organizirali prosvjede i na prosvjedima koristili retoriku kojom su pobudili interes da se možda ipak nešto može promijeniti jer samo treba izaći na izbore, a ne ostati kod kuće. Kao i bezbroj puta ranije, ponovila se ista priča¹⁵.



Predizborni plakat Živog zida sa čelnikom stranke¹⁶

Cit¹⁷.: „Birači Živog zida, koji su im dali povjerenje te time i osam zastupničkih mandata, mora da ni u najluđim snovima nisu sanjali u kakvu će se cirkusku karavanu ova ekipa pretvoriti. Niska prepucavanja, udarci ispod pojasa, lov za prizemne interese, sve to daleko je od očekivanja razočaranih i protestnih birača koji su na svojim izbornim mjestima birali baš njih nadajući se da će biti baš ono za što se predstavljaju – borci za obespravlenu

¹⁵ <http://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/kako-su-nas-prevarili-pozadina-sukoba-zivozidasi-postali-milijunasi-955411#axzz4QNZmnDWu> pristup ostvaren 17.11.2016.

^{16,17} <http://www.telegram.hr/price/kako-je-nakon-svega-ivan-vilibor-sincic-izrastao-u-najvecu-i-jedinu-nadu-radikalnog-treceg-puta-u-zemlji/> pristup ostvaren 17.11.2016.

populaciju kakve je u našoj zemlji na žalost previše. U svega nekoliko sati od boraca za ljudska prava živozidaši su postali pravi političari koji svoja obećanja zaboravljaju u borbi za vlastite interese, a unutar koje se izdižu iznad običnih smrtnika jer su, eto, oni sada zastupnici kao što je to poručio njihov Ivan Pernar. Problematiku i pozadinu sukoba oko Živog zida i u Živom zidu možda je ponajbolje na svojem Facebook profilu detektirao pravnik Pero Kovačević koji je cijelu priču uobličio u veoma zanimljive brojke.

Za Živi zid je na prijevremenim parlamentarnim izborima glasovalo 117.331 birača i osvojili su osam mandata. Prateći situaciju u vezi stanja u Živom zidu postavlja se pitanje znaju li ti birači zašto su glasovali za Živi zid i koga su izabrali u Hrvatski sabor? Pravno gledajući činjenica da je Ivan Vilibor Sinčić tri dana prije izbora osnovao novu stranku pod nazivom Živi zid – Ivan Vilibor Sinčić je posredno priznanje nelegalnosti skupštine. Sukob između novoizabranog zastupnika Živog zida Hrvoja Runtića i Sinčića dodatno ukazuje o stanju u toj stranci, odnosno strankama. Posebna je priča Ivan Pernar, saborski zastupnik Živog zida koji je tako danas na svojem Facebook profilu odlučio prkositi policiji, navodeći kako se nema namjeru odazvati na obavijesni razgovor. Poziva se na zastupnički imunitet koji još nema jer nije prisegnuo. Odluka o osnivanju nove stranke pod nazivom Živi zid – Ivan Vilibor Sinčić, osim posrednog priznanja nelegalnosti skupštine upućuje na namjeru da Sinčić radi na tome da će novac iz proračuna ići na račun nove stranke. Očito slijedi primjer Drage Prgometa, koji je to isto učinio i osnovao Hrid prije konstituiranja 8. saziva Sabora. Novac je umjesto Mostu dobivala ta nova stranka – objasnio je Kovačević. Inače, novac kojega pravnik spominje, spominjao se i u kampanji za redovne parlamentarne izbore i to od strane Mosta koji se kleo da će se dodatni novac kojega stranke i nezavisni zastupnici dobivaju iz proračuna prestati na taj način razbacivati, što je i logično jer riječ je doista o čistom rasipanju kada se znade za sve povlastice, ali i visoke plaće koje zastupnici dobivaju.

Stranke, naime, za svakog zastupnika mjesečno dobivaju 32 tisuće kuna, dok zastupnice dobivaju deset posto veći iznos, odnosno 35 tisuća kuna. Prema tome pravilniku za svojih šest saborskih zastupnika jer preostali dio pripada koalicijskih partnerima živozidaši bi na mjesečnoj razini trebali ubrati 192 tisuće kuna. Na godišnjoj razini taj iznos drastično raste te se radi o 2 milijuna i 304 tisuće kuna, a za četiri godine koliko se pretpostavlja da će provesti u Saboru iznos koji će sjesti na račun stranke je 9 milijuna 216 tisuća kuna. Zanimljivo je da su živozidaši preko noći doslovno poslali milijunaši pa sada postaju jasniji razlozi radi kojih je Sinčić osnovao stranku koju je nazvao sam po sebi, ali jednako tako valja podsjetiti i na unutarstranačka prepiranja i optužbe u vrijeme kampanje

kada su printali i lijepili plakate po cijeloj zemlji, svaki član po svojem mjestu. Kada se stigli računi one koji su posao obavljali izbacili su iz stranke, a tvrtkama koje su se bavile printanjem i izradom plakata poslali su na adresu izbačenih članova. Da je doista cijela priča na onoj prizemnoj, materijalnoj razini i da je ova ekipa prilično neozbiljna govore i tvrdnje izbačenih članova koji ističu da se svi koji glavnima u stranci smetaju ispisuju iz stranke, a oni kojima duguju novac bivaju smijenjeni s položaja predsjednika gradske ili županijske organizacije.“

Bez obzira što su primjeri lošeg komuniciranja bili medijski popraćeni i od strane komunikologa analizirani, nažalost, u našem se društvu i nadalje ponavljaju primjeri lošeg komuniciranja i kriznog komuniciranja. Našim političarima je na prvom mjestu vlastita taština, a ne stranka koju zastupaju niti biračko tijelo koje ih je postavilo na rukovodeću funkciju. Imaju znanja o komunikacijskim vještinama međutim kada ih treba primijeniti njihov ego je jači od bilo koje naučene lekcije. Skloni su okruživati se ljudima koji im podilaze umjesto da slušaju ljudi koji im govore suprotno, te ih najviše pogađa kritika iz vlastitih redova. Neistomišljenici su im najveći neprijatelji i njih nastoje eliminirati. Koliko je dobro koristiti stručnjake za komunikacije pokazalo se kada je bio angažiran američki stručnjak za navedeno područje. Naime, Alex Braun, PR stručnjak SDP-a je 2015. radio na poboljšanju promidžbenih aktivnosti u predizornoj kampanji te je tako pomogao čelniku SDP unaprijediti različite vještine javnog prezentiranja. Time se 2015. retorika, nastup, ophođenje, vizualna prezentacija, upotreba slogana, medijski nastupi čelnika tadašnje vladajuće stranke Zorana Milanovića okrenula za 360 stupnjeva. Građani skoro nisu mogli prepoznati da se radi o istoj stranci, i što je najbolje anketna istraživanja su stalno bila u plusu, rejting stranke je rastao iz dana u dan.



Foto: HINA, RTL¹⁷

Usprkos svim podukama kako se treba ophoditi s biračkim tijelom, komunikacija se par mjeseci kasnije vratila na stanje kakvo je bilo prije nego što je angažirana američka tvrtka ako ne i gore. Svatko je svjestan svojih mana, ali usprkos svemu ne može pobijediti samoga sebe. Unutarnji ego, je uz sve edukacije u nekim slučajevima, nemoguće nadjačati i onda to za posljedicu ima previsoku cijenu.

Ono što nedostaje u kriznoj komunikaciji jest poslovna inteligencija¹⁸ koja omogućuje pronalaženje informacija potrebnih za lakše i točnije donošenje poslovnih odluka.

Kako bi pojedinac, politička stranka ili poslovni subjekt mogao dobro poslovati, živjeti, raditi, surađivati mora znati koristiti podatke i iz njih izvući potrebne informacije. Raspolaganje i rukovanje informacijama u pravom trenutku je ključ kvalitetne komunikacije. Jedino se na ovaj način može izbjeći svako loše komuniciranje.

Uspjeh će biti zagarantiran ako se bude slijedio ovaj popis aktivnosti:

1. Sve male i velike pogreške priznati bez zadržke
2. Iskreno komunicirati
3. Nema tajni, javna ste osoba
4. Biti spremni na sva neugodna pitanja
5. U slučaju dvojbi, pitati nije sramota
6. Konzultirati stručnjake
7. Voljeti posao kojim se bavite

Iako se na prvu ruku čini o rutinskom poslu kojeg svakodnevno obnašate u obitelji, političkoj stranci, tvrtki to vas može zavarati i odvesti u neuspjeh jer nekada od šume podataka ne vidite stablo. Potrebno je uvijek sve faze provjeravati, kontrolirati i nadzirati te pratiti koje se promjene događaju. Nekada i informacije iz susjednog dvorišta mogu biti korisne za unaprjeđenje ili za dobivanje novih ideja neophodnih za održavanje prvog mjesta u utrci.

¹⁷ <http://www.vijesti.rtl.hr/novosti/1171842/kako-je-poceo-rat-milanovica-i-linica/> pristup ostvaren 17.11.2016.

¹⁸ Liataud, B., Hammond, M.: e – Poslovna inteligencija, Prudens consilium d.o.o, Varaždin, 2006.

6. ZAKLJUČAK

Koliko su vještine kriznog komuniciranja bitne, pokazala je obrada različitih situacija iz politike (Mirela Holy, Zoran Milanović, Ratimir Čačić, Željko Szabo, Marina Merzel, itd.) jer je politika najbolje medijski popraćena i od strane sociologa, psihologa, komunikologa te ostalih zanimanja. Krizno komuniciranje se u Republici Hrvatskoj počelo analizirati i pratiti od 90-ih godina na ovamo, dok je u svijetu od toga napravljena čitava jedna industrija i može se reći da se radi o multidisciplinarnom i globalnom fenomenu.

Svi praktični primjeri iz ovog rada imaju sličan zaplet a onda i rasplet. Vidi se da je općenito komuniciranje s ljudima i među ljudima uvijek najslabija karika za postizanje dobrih rezultata. Bez obzira što pojedini sudionici priča iz kriznih komunikacija čitaju što se događa s njihovim kolegama u poslovnom svijetu i razmjenjuju iskustva na sastancima, neformalnim druženjima i da im je poznato da se razgovorom mogu riješiti bezbrojne zavrzlane, unatoč svemu opetovano čine iste greške i ne mogu se mijenjati, slučaj Milanović i stručna pomoć američkog PR Alex-a Brauna .

Ako se želi dobro i stručno odraditi politički posao onda njemu treba pristupiti profesionalno i s poštovanjem. Nažalost teorija nikad ne može dati odgovore na stvarni život, zato treba pratiti praktičnu primjenu i iz lošeg iskustva izvući pouku. Politikom se mogu baviti osobe koje imaju globalni pogled na svijet i koje cijene struku. Na sva pitanja jedna osoba ne može dati odgovore, ali zato treba konzultirati osobe koje se određenim područjem usko bave. U politici je najveći neprijatelj skrivanje istine i bahato ponašanje. Onaj tko se bavi politikom treba uvijek imati na umu da je dio građana koji su ga izabrali na određenu političku funkciju i da se za tu funkciju treba potruditi i obaviti posao profesionalno i u najboljoj vjeri. Jednostavno rečeno, bilo koji posao pa tako i politički treba voljeti. Cit: „Budi ona promjena koju želiš vidjeti u svijetu“ (Mahatma Gandhi, 1999.).

Sva politička djela će u jednom trenutku postati dio povijesti, stoga se za nju treba i potruditi ako se imalo drži do sebe i svog naroda kojeg se predstavlja u javnosti bilo da je riječ u zemlji ili inozemstvu.

LITERATURA:

1. Adizes, I., (2009)., Kako upravljati u vrijeme krize: (i kako je, prije svega, izbjeći), Zagreb, Asee d.o.o.,
2. Anić, V. (2009). Veliki rječnik hrvatskoga jezika, Novi Liber,
3. Budmani, P. (1898.-1903). Rječnik hrvatskoga ili srpskoga jezika, Jugoslavenska Akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb
4. Cutlip, S., Center, A., Broom, G. (2003), Odnosi s javnošću. Zagreb: Mate
5. Gandhi, Mahatma, The Collected Works of Mahatma Gandhi (Electronic Book), New Delhi, Publications Division Government of India, 1999.
6. Gole, A., (1998). Strateško načrtovanje odnosov z javnostmi, Izvorni znanstveni članek: Teorija in praksa, Ljubljana,
7. Liataud, B., Hammond, M.: e – Poslovna inteligencija, Prudens consilium d.o.o, Varaždin, 2006.
8. Luecke, R., (2005)., Upravljanje kriznim situacijama , Zagreb, Zgombić & Partneri
9. Novak, B., (2001)., Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima, Zagreb, Binoza Press
10. Previšić, J., (2004)., Marketing 2. izmijenjeno i dopunjeno izdanje Zagreb, Ekonomski fakultet
11. Renko N., (2005)., Strategije marketinga. Zagreb: Naklada. Ljevak
12. Skoko, B., (2006)., Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, Zagreb, Millenium promocija
13. Tomašević, A. (2002): Razvoj teorije i prakse odnosa s javnošću, Zagreb, Marketing u praksi,
14. Tomić, Z., (2016)., Odnosi s javnošću teorija i praksa, Zagreb – Sarajevo, Synopsis,
15. Vlašić, G., Mandelli A., Mumel D. (2007)., Interaktivni marketing. Zagreb: PeraGO d.o.o.

INTERNETSKE STRANICE:

1. <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/afere-konzultantica-evo-kako-je-pocela-najveca-politicka-kriza-u-hrvatskoj---440400.html> pristup ostvaren 17.11.2016.
2. <http://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/kako-su-nas-prevarili-pozadina-sukoba-zivozidasi-postali-milijunasi-955411#axzz4QNZmnDWu> pristup ostvaren 17.11.2016.
3. <http://www.express.hr/top-news/zokijeva-vlada-svasta-je-obecavala-ali-je-na-kraju-prate-milijunske-afere-2077#> pristupi ostvareni 04.11.2016. i 08.11.2016.
4. <http://www.index.hr/vijesti/clanak/dokument-povjerenstvo-za-sukob-interesa-objavilo-obrazlozenje-odluke-o-afere-konzultantica/904053.aspx>, pristup ostvaren 17.11.2016.
5. <http://politika.com/krizni-pr-slucaj-g-radimira-cacica> pristup ostvaren 12.09.2016.
6. <http://www.poslovni.hr/marketing-i-mediji/grizli-komunikacije-vratile-graanima-vjeru-u-politiku-304889> pristup ostvaren 12.09.2016.
7. <http://www.telegram.hr/politika-kriminal/ovo-je-7-najvaznijih-stvari-o-afere-s-laznim-prebivalistem-ministra-branitelja-mije-crnoje/> pristup ostvaren 17.11.2016.
8. <http://www.telegram.hr/price/kako-je-nakon-svega-ivan-vilibor-sincic-izrastao-u-najvecu-i-jedinu-nadu-radikalnog-treceg-puta-u-zemlji/> pristup ostvaren 17.11.2016.
9. <http://www.vijesti.rtl.hr/novosti/1171842/kako-je-poceo-rat-milanovica-i-linica/> pristup ostvaren 17.11.2016.
10. http://www.wikiwand.com/hr/Popis_politi%C4%8Dkih_stranaka_u_Hrvatskoj

pristup ostvaren 12.09.2016.