SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
DOKTORSKA ŠKOLA

Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij
Komunikologija

Antonija Rimac Gelo

POLITIČKA KOMUNIKACIJA I JAVNOST

Doktorski rad

Osijek, 2025.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
DOKTORSKA ŠKOLA

Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij
Komunikologija

Antonija Rimac Gelo

POLITIČKA KOMUNIKACIJA I JAVNOST

Doktorski rad

Osijek, 2025.

JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
POSTGRADUATE UNIVERSITY
DOCTORAL SCHOOL

Postgraduate University Study Program
Communication Studies

Antonija Rimac Gelo

POLITICAL COMMUNICATION AND THE PUBLIC

Doctoral thesis

Osijek, 2025.

Mentor: **prof. dr. sc. Danijel Labaš**, redoviti profesor u trajnom izboru, Hrvatsko katoličko sveučilište Zagreb

Ovu disertaciju posvećujem mojim roditeljima, mami Luci i tati Josipu. Vi ste roditelji koje svako dijete zaslužuje imati. Dali ste korijen i krila. Korijen da znam i cijenim vrijednosti i kućno ognjište iz kojeg potječem i kojem pripadam, a krila da letim gdje želim, rastem i razvijam se, sanjam i ostvarujem snove uz napomenu kako je samo nebo granica. Bez visokog formalnog obrazovanja ali s dovoljno ljubavi, topline i mudrosti uvijek ste bili i ostali najveći uzor, najjači autoritet, nit vodilja i čvrst putokaz kroz život. Hvala vam na tome!

Veliko hvala mojoj obitelji, posebno djeci. Vi ste mene naučili, više od svih knjiga i stručne literature, koliko je komunikacija zapravo važna. Nadam se da ću ja vas, svojim primjerom naučiti, kako se svaki trud, rad i upornost u životu uvijek isplati.

Iskreno zahvaljujem akademiku Željku Reineru, potpredsjedniku Hrvatskog sabora, a mom dugogodišnjem šefu, koji me je kontinuirano motivirao prema daljnjem obrazovanju i usavršavanju pa i upisu ove Doktorske škole.

Posebno hvala mojoj Milici, što postojiš i što si uvijek tu. Hvala ti za nebrojne sate razgovora i čiste iskrenosti. Ti me činiš boljom, ne samo u akademskom, već i u ljudskom smislu.

Hvala prof. dr. sc. Danijelu Labašu na mentorstvu, razumijevanju i strpljenju. I ono dosadno učinili ste zanimljivim.

Hvala prijateljima, a sreća ima vas i prepoznat ćete se, na nesebičnoj pomoći i potpori. S vama je život lakši, tugu dijelimo i sreću množimo.

Hvala svim zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora koji su sudjelovali u istraživanju i odvojili svoje vrijeme za intervju te svim poznatim i nepoznatim osobama koji su sudjelovali u anketi i svojim iskrenim odgovorima pridonijeli kvaliteti samog istraživanja i izradi znanstvenog rada.

SAŽETAK

Svaki čovjek primoran je komunicirati, a često su komunikacijske vještine glavni ključ uspjeha, kako pojedinca tako i organizacije. Čovjek kao društveno biće politički je mislilac i sudionik političke komunikacije. Kao i komunikaciju i politiku je nemoguće izbjeći. Apstinencija na izborima i ignoriranje politike, politička je poruka, a sama politika utječe na svakog pojedinca i društvo u cjelini. Za politiku kao zanimanje komunikacijske vještine preduvjet su rada. U ovoj smo disertaciji temeljem dostupne literature domaćih i stranih autora teorijski prikazali važnost komunikacije i političke komunikacije, za kulturu društva i društvo u cjelini. Naglasak smo stavili na Hrvatski sabor kao predstavničko tijelo građana i nositelja zakonodavne vlasti. U literaturi o političkoj komunikaciji, prema našem mišljenju, neopravdano je zanemarena parlamentarna komunikacija. Naime, glavni alat zastupnika u Hrvatskom saboru izgovorena je riječ, a zastupnici prema Ustavu imaju imunitet te ne mogu biti pozvani na kaznenu odgovornost, pritvoreni ili kažnjeni za izraženo mišljenje i glasovanje u Hrvatskom saboru. U trećem dijelu disertacije prezentirano je istraživanje kojem je cilj bio utvrditi prati li javnost rad Hrvatskog sabora, na koji se način informira, kako vrednuje komunikaciju saborskih zastupnika te utječe li njihova komunikacija na ugled i imidž Hrvatskog sabora kao institucije. Prvi dio istraživanja proveden je putem anketnog upitnika na reprezentativnom uzorku građana s naglaskom na komunikaciju zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora. U drugom dijelu prezentirani su rezultati istraživanja prikupljenih intervjuima sa saborskim zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora, o percepciji vlastite komunikacije i komunikacijskih vještina, te komunikaciji kolega koji su obnašali dužnost u istom sazivu. Istraživanja su potvrdila ranije postavljene hipoteze prema kojima javnost prati rad Hrvatskog sabora, informira se češće preko televizije nego preko drugih medija, komunikaciju saborskih zastupnika smatra važnom, te smatra kako ona utječe na razumijevanje rada, ali i imidž i ugled Hrvatskog sabora. Istraživanje je pokazalo kako javnost komunikaciju saborskih zastupnika smatra neprimjerenom te navodi da se zastupnici ne pridržavaju osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru. Nesporno je kako javnost komunikaciju saborskih zastupnika smatra neprimjerenom, međutim u zaključku je naglašena odgovornost svih sudionika komunikacijskog procesa te potreba postizanja konsenzusa oko političke kulture i vrijednosti društva u cjelini.

Ključne riječi: komunikacija, politička komunikacija, političar, javnost, mediji, Hrvatski sabor

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. KOMUNIKACIJA KAO KLJUČ USPJEHA POJEDINCA I ORGANIZACIJE 3
2.1 Pojam komunikacija 11
2.1.1 Oblici komunikacije 15
2.1.1.1 Usmena (verbalna) komunikacija 16
2.1.1.2 Pisana komunikacija 18
2.1.1.3 Neverbalna komunikacija 20
2.1.2 Razine komunikacije 23
2.1.2.1. Intrapersonalna komunikacija 24
2.1.2.2. Interpersonalna komunikacija 26
2.1.2.3. Grupna komunikacija 28
2.1.2.4. Masovna komunikacija 29
2.1.3. Ciljevi komunikacije 31
2.1.4. Funkcije komunikacije 32
2.1.5. Kontekst komunikacije 33
2.2. Komunikacijski proces 35
2.2.1. Elementi komunikacijskog procesa 37
2.2.1.1. Pošiljatelj ili izvor komunikacije 38
2.2.1.2. Primatelj ili recipijent 39
2.2.1.3. Poruka 40
2.2.1.4. Komunikacijski kanal / medij komunikacije 42
2.2.1.5. Povratna informacija 43
2.2.2. Teorije i modeli komuniciranja 44
2.3. Povijest komunikacije i komunikacijska sredstva 46
2.4. Etika i komunikacija 56
3. POLITIČKA KOMUNIKACIJA I JAVNOST 59
3.2. Političar - glavni akter političke komunikacije 69
3.3. Akteri političke komunikacije 77
3.3.1. Političke organizacije 77
3.3.1.1. Političke stranke 78
3.3.1.2. Javne organizacije 81
3.3.1.3. Grupe za pritisak 83
3.3.1.4. Terorističke organizacije 83

3.3.1.5. Vlade 84
3.3.1.6. Mediji 86
3.3.1.7. Građani 94
3.4. Učinci političke komunikacije 99
3.5. Hrvatski sabor kao nacionalni dom za raspravu najvažnijih dnevnih pitanja i državnih mjera 100
3.5.1. Akti kojima se uređuje rad Hrvatskog sabora 122
3.5.1.1. Ustav Republike Hrvatske i Hrvatski sabor 122
3.5.1.2. Poslovnik Hrvatskoga sabora 124
3.5.1.3. Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor i Zakon o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Hrvatski sabor 127
3.5.1.4. Zakon o pravima i dužnostima zastupnika u Hrvatskom saboru i Zakon o sprječavanju sukoba interesa 128
3.5.1.5. Kodeks o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskome saboru 129
3.5.1.6. Pravilnik o javnosti rada Hrvatskoga sabora i radnih tijela 131
3.5.2. Ustrojstvo i funkcija Hrvatskog sabora te aktivnosti izabranih zastupnika 133
4. ISTRAŽIVANJE - ANALIZA I RAZUMIJEVANJE KOMUNIKACIJE SABORSKIH ZASTUPNIKA U JAVNOSTI 139
4.2. Ciljevi, istraživački problemi i hipoteze 140
4.3. Metodologija istraživanja 141
4.3.1. Opis sudionika 141
4.3.2. Instrumenti 144
4.3.3. Postupak 145
4.4. Rezultati istraživanja 146
4.4.1. Mišljenje javnosti o komunikaciji i radu Hrvatskog Sabora 146
4.4.1.1. Primanje obavijesti o radu Hrvatskog sabora 146
4.4.1.2. Važnost komunikacije saborskih zastupnika za javnost te za razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije 147
4.4.1.3. Primjerenost komunikacije saborskih zastupnika s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora 157
4.4.1.4. Pridržavanje saborskih zastupnika osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru u javnim nastupima 161
4.4.2. Mišljenje saborskih zastupnika o vlastitoj komunikaciji i komunikacija kolega te o vlastitom radu i radu kolega u saboru 178
4.4.2.1. Na koji se način građani i javnost informira o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika te koji oblik komunikacije saborski zastupnici smatraju najvažnijim za informiranje građana o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskog sabora? 178

4.4.2.2. Kako građani i javnost, a kako saborski zastupnici, procjenjuju komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora i koji čimbenici utječu na tu procjenu? 183
4.4.2.3. Kako saborski zastupnici vrednuju vlastitu komunikaciju u saborskim raspravama? 185
4.4.2.4. Kako saborski zastupnici doživljavaju komunikaciju svojih kolega u saborskom okruženju? 199
4.4.2.5. Kako saborski zastupnici komentiraju rezultate istraživanja javnosti o komunikaciji saborskih zastupnika u 10. sazivu Hrvatskog sabora? 200
4.4.2.6. Koje preporuke građani i javnost, a koje saborski zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora, daju zastupnicima budućih saziva Hrvatskog sabora, u cilju poboljšanja komunikacije pri obnašanju zastupničke dužnosti? 202
4.5. Rasprava 205
4.5.1. H1: Javnost se o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskoga sabora češće informira preko televizije nego li preko drugih medija 206
4.5.2. H2: Komunikacija saborskih zastupnika važna je za javnost te razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije 210
4.5.3. H3: Javnost smatra da komunikacija saborskih zastupnika nije primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora 213
4.5.4. H4: Saborski zastupnici kao javne osobe u svojim nastupima ne pridržavaju se osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru 216
4.6. Ograničenja i prednosti provedenog istraživanja 219
4.7. Praktična primjena istraživanja 221
5. ZAKLJUČAK 223
POPIS LITERATURE 228
POPIS SLIKA 243
POPIS TABLICA 244
PRILOG 1. Anketni upitnik za građane 245
PRILOG 2. Agenda za polustrukturirani intervju sa zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora 254
PRILOG 3. Odgovori saborskih zastupnika o utjecaju medija na njihovu komunikaciju 256
PRILOG 4. Odgovori saborskih zastupnika na pitanje „Postoji li nešto na što ste posebno ponosni kao zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikacijskom smislu)?“ 270
PRILOG 5. Odgovori zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora na pitanje „Je li vam je žao zbog neke izjave ili rasprave ili bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru (u komunikacijskom smislu, bilo verbalna ili neverbalna komunikacija)?“ 278
ŽIVOTOPIS AUTORICE 283

1. UVOD

Možemo reći kako je komunikacija stara koliko i ljudsko društvo, a svaki čovjek kao društveno biće primoran je komunicirati. Često su poruke koje čovjek šalje poslane nesvjesno, a na komunikaciju često baš zbog stalne izloženosti komuniciranju gledamo površno. Međutim, komunikacija i komunikacijske vještine ključne su kako za uspostavljanje, održavanje, pa i prekidanje privatnih odnosa, tako i za poslovni uspjeh svakog pojedinca, bez obzira na profesiju i zanimanje. U prvom dijelu disertacije pojasnili smo zašto je komunikacija ključ uspjeha pojedinca i organizacije te smo pobliže objasnili pojam komunikacije, znanstveno područje komunikacijskih znanosti, oblike komunikacije, razine komunikacije, ciljeve i funkcije komunikacije te kontekst u kojem se komunikacija odvija. Posebnu pozornost posvetili smo elementima i objašnjenju samog komunikacijskog procesa te teorijama i modelima komuniciranja. Dali smo i teoretski prikaz povijesti komunikacije s obzirom na razvoj tehnologije i komunikacijskih sredstava. U svjetlu svojevrsne informacijske krize kojoj smo svi izloženi, pojavom i naglim širenjem dezinformacija, poseban naglasak stavili smo na etiku u komuniciranju.

Politika je u svom najširem smislu svaka aktivnost preko koje ljudi stvaraju, čuvaju i mijenjaju pravila po kojima žive. Kao što je svaki čovjek kao društveno biće primoran komunicirati, tako je svaki čovjek društveno biće i svojevrstan politički mislilac te utječe na politiku, a politika, bio on toga svjestan ili ne, utječe na njegov život. Politika bez komunikacije ne postoji, a političko komuniciranje kao fenomen prisutno je kroz povijest od najranijih dana. Zato smo u drugom dijelu disertacije teorijskim okvirom pojasnili političku komunikaciju i njen utjecaj na javnost preko aktera i učinaka političke komunikacije. Posebnu pozornost posvetili smo Hrvatskom saboru kao predstavničkom tijelu građana, nositelju zakonodavne vlasti ali i najistaknutijoj političkoj pozornici i nacionalnom domu za raspravu najvažnijih dnevnih političkih i državnih pitanja. Koliko je komunikacija zastupnika važna govori činjenica prema kojoj sukladno Ustavu zastupnik ima imunitet i ne može biti pozvan na kaznenu odgovornost, pritvoren ili kažnjen za izraženo mišljenje ili glasovanje u Saboru, a izabrani zastupnici svojom komunikacijom utječu na političku i komunikacijsku kulturu, ali i kulturu društva u cjelini.

Baš zbog značenja i utjecaja komunikacije saborskih zastupnika na političku i komunikacijsku kulturu, kao i kulturu društva u cjelini u trećem poglavlju prikazano je istraživanje kojem je cilj bio ispitati kako javnost doživljava političku komunikaciju i rad Hrvatskog sabora, odnosno utvrditi prati li javnost politiku i rad Sabora, na koji način primaju obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima zastupnika, smatraju li građani razinu političke komunikacije

primjerenom s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora kao predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj, kao i utječe li komunikacija saborskih zastupnika na razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Naime, prikazani su ciljevi istraživanja, istraživački problemi te u skladu s ciljevima četiri postavljene istraživačke hipoteze. Pojašnjena je metodologija istraživanja što uključuje opis sudionika i instrumente. Naime, prvi dio istraživanja sastojao se od stratificiranog uzorka opće populacije punoljetnih državljana Republike Hrvatske te je istraživanje provedeno anketnim upitnikom, dok je drugi dio istraživanja proveden intervjuima sa saborskim zastupnicima. Grafički, tablično i tekstualno prezentirani su i pojašnjeni dobiveni rezultati te je izvedena rasprava u skladu s postavljenim istraživačkim pitanjima i hipotezama. Na kraju poglavlja istaknuta su ograničenja i prednosti provedenog istraživanja kao i mogućnosti praktične primjene. Značajno je istaknuti kako pregledom dostupne literature, među domaćim i stranim autorima, većina radova na temu političke komunikacije naglasak stavlja na izvršnu vlast i komunikaciju predsjednika ili članova Vlade te predsjednika države, dok je zanemarena parlamentarna komunikacija. Nismo pronašli istraživanje mišljenja građana o komunikaciji zastupnika Hrvatskog sabora provedenog pomoću anketnog upitnika kao glavnog istraživačkog instrumenta, osim redovnih mjesečnih istraživanja koje provode agencije za istraživanje javnog mnijenja, a u kojem građani samo daju ocjenu Hrvatskog sabora kao institucije. Također, nismo pronašli literaturu ni istraživanje koje govori o samopercepciji komunikacije saborskih zastupnika, tj. koje nam daje uvid u to kako zastupnici u Hrvatskom saboru vrednuju svoju komunikaciju i komunikaciju svojih kolega.

U posljednjem dijelu disertacije prezentiran je izvedeni zaključak iz rezultata istraživanja, provedene rasprave, dostupne literature i dosadašnjih spoznaja.

Na samom kraju disertacije navedeni su popis literature te prilozi koji se sastoje od popisa tablica i grafičkih prikaza, kreiranog anketnog upitnika za građane, kreirane agende za polustrukturirani intervju sa zastupnicima, tabličnih prikaza odgovora zastupnika na pitanja za koja smo procijenili ključnima za ovu disertaciju i to: „Jesu li mediji utjecali na komunikaciju Vas kao saborskog zastupnika? Ako postoji utjecaj medija, smatrate li da je on pozitivan ili negativan? Obrazložite“, „Postoji li nešto na što ste posebno ponosni kao zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikacijskom smislu)?“ i „Je li Vam je žao zbog neke izjave ili rasprave ili bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru (u komunikacijskom smislu, bilo verbalna ili neverbalna komunikacija)?“

2. KOMUNIKACIJA KAO KLJUČ USPJEHA POJEDINCA I ORGANIZACIJE

Proučavajući najraniju povijest ljudske vrste možemo zaključiti kako je i tada postojala komunikacija. Najjednostavnija kamena oružja svjedoče kako su se pripadnici ljudske vrste borili za opstanak loveći životinje, pecajući ribu ili jednostavno skupljajući biljke. Vjeruje se da je još *homo sapiens* razvio govorne sposobnosti te da je artikuliranim govorom rani čovjek mogao lakše surađivati, loviti u grupama, stvarati međusobne veze i rješavati probleme. Prije pojave pisma, koji nam je glavni izvor informacija o prošlim vremenima, sa sigurnošću možemo reći da je čovjek komunicirao jer je ostavio tragove svog postojanja i djelovanja. Arheologija i druge znanosti istražujući stare materijalne ostatke s ciljem rekonstrukcije cjelokupne povijesti čovječanstva daju nam uvid u usložnjavanje ljudskih iskustava i odnosa. Možemo reći da je u davnoj prošlosti, između ostalog, opstanak pojedinca i vrste ovisio o komunikaciji, prenošenju znanja i iskustva. Skoko i Labaš navode da je „povijest ljudskog društva povijest komunikacije“ (Labaš, Skoko,2018, 585)[1]. Pozivajući se na niz znanstvenika koji su se bavili pitanjem komunikacije, autori ističu kako „ljudska egzistencija počiva na komunikaciji“ (Labaš, Skoko, 2018, 588)[2]. Smiljana Leinert Novosel ističe „da je komunikacija stara kao i ljudski rod“ te navodi primjere praktičara komunikacije – začetnika religije koji svoj uspjeh osnivača pojedinih religija mogu dobrim dijelom zahvaliti upravo načinu komuniciranja. Između ostalog navodi primjer Isusa Krista u čijoj se komunikaciji može prepoznati afirmacija sugovornika, zbližavanje sa sugovornikom, komunikacija činom, što su neka od načela komunikacije prepoznata tek u dvadesetom stoljeću (Leinert Novosel, 2012, 22).

„Čovjek se tijekom evolucije odredio upravo kroz proces komuniciranja, razvijajući i ispunjavajući četiri osnovna zahtjeva: prijeku potrebu za komuniciranjem, opstanak kroz komunikaciju, nužnost komuniciranja i zadovoljstvo komuniciranjem (Plenković u Osredečki, 2022, 16).

Put razvoja čovjeka, od najranije povijesti do današnjeg okruženja u kojem živimo, od prvih spoznaja i vjerovanja, magije, mitova i religije do jezika kao smišljenog sustava znakova te simbola i pisma, medija i novih medija, trajao je tisućljećima. Uloga komunikacije kroz cijelo to razdoblje do današnjih dana važna je za pojedinca, organizaciju i društvo u cjelini. „Ne pretjerujemo kad kažemo: jezično kodiranje je muza društva. Bez njegova udvostručenja svih znakova koji fiksiraju identitete evolucija ne bi mogla stvoriti društvo, i zato ni ne nalazimo nijedno društvo kojemu bi nedostajao taj uvjet“ (Luhmann, 2011, 199). Pozivajući se na niz

[1] https://hrcak.srce.hr/file/305349, datum pristupa: 10. 9. 2023.
[2] https://hrcak.srce.hr/file/305349, datum pristupa: 10. 9. 2023.

primjera Leinert Novosel kaže: „Kada bi razloge važnosti komunikacije pokušali grupirati, bilo bi to stoga što kroz komunikaciju utječemo na druge ljude (pragmatični razlozi), zbližavamo se ili udaljavamo, stvaramo zajednice - obitelj i šire (socijalni razlozi), stječemo nadmoć ili ne (hijerarhijski razlozi), komuniciramo kroz umjetnost kao što je slikarstvo, glazba, ples i sl. (estetski razlozi), ukratko, ostvarivanje uspjeha stvaranjem odnosa s drugima“ (Leinert Novosel, 2012, 11). Fox ističe: „Komunikacija je osnova i uvjet uspjeha svih međuljudskih privatnih i poslovnih odnosa“ navodeći kako „nema segmenta društvenog života, profesije i djelatnosti u kojoj komunikacija nije važna. Vještinom komunikacije pojedinac utječe na sugovornike – obitelj, prijatelje, poznanike, suradnike, poslovne partnere, podređene i nadređene. Komunikacija ima ključnu ulogu u stvaranju povoljnih ili nepovoljnih dojmova o pojedincu i organizaciji“ (Fox, 2001, 13).

Uzmemo li u obzir činjenicu koliko vremena tijekom života provedemo komunicirajući te činjenicu kako je čovjek komunikacijsko biće i kako je svaki pojedinac primoran svakodnevno komunicirati u različitim sustavima, bilo privatno ili poslovno i bez obzira kojim se poslom bavi, nameće se zaključak koliko je komunikacija važna svakom pojedincu. Tomić i Jugo ističu: „Brojna istraživanja pokazuju da smo tijekom svog dosadašnjeg života proveli oko 75 posto svakog dana u aktivnoj komunikaciji“ (Tomić, Jugo, 2021, 37). Svaki oblik komunikacije, pa i onaj privatni koji je opušteniji, manje formalan, često popraćen žargonom i kolokvijalnim izrazima, podliježe nekim pravilima. Neka od pravila u osnovi su vrlo stara i predstavljaju bonton, a neka su rezultat različitih istraživanja i mogu nam kao savjet poslužiti u bilo kojoj komunikacijskoj situaciji. Nepoznavanje tih pravila i nevješta komunikacija za posljedice mogu imati nesporazume, prekid komunikacije pa i sukobe. Prirodno dobri komunikatori često ta pravila koriste i savladavaju, a da ih nisu ni svjesni te tako lakše rješavaju sukobe i ostvaruju ciljeve. Ipak mnogi znanstvenici ističu važnost učenja vještina komunikacije. Brajša, pozivajući se na Robbinsa, navodi: „Komunikacija je životno važna interpersonalna vještina za svakog čovjeka. Nju treba učiti i naučiti. Ona nije genetski (nasljedno) poklonjena. Ona se singenetski stiče i usvaja“ (Brajša, 1993, 19). Rijavec i Miljković upozoravaju da „ljudi obično pretpostavljaju da je uspješna komunikacija pravilo, a da su poremećaji u komunikaciji izuzetak. Na žalost, izgleda da se događa upravo suprotno. Nesporazumi u komunikaciji su pravilo, a dobra komunikacija je izuzetak! Unatoč ogromnom napretku u komunikacijskoj i informacijskoj tehnologiji, problemi u komunikaciji nisu se mnogo smanjili. To je i razumljivo, jer komunikacija među ljudima ne ovisi o tehnologiji nego o njihovim psihološkim motivima i situaciji u kojoj se nalaze. Da bismo mogli poboljšati komunikaciju moramo prvo razumjeti zašto i kako se ona odvija“ (Rijavec, Miljković, 2007, 97). Komunikacijske vještine igraju

ključnu ulogu kako u osobnom životu i razvoju, tako i u profesionalnom i mogu se naučiti. Fox ističe kako je „ključan uvjet uspješne komunikacije u prvom redu opsežno zajedničko društveno znanje sudionika“ te navodi kako se komunikacijska kompetencija „može odrediti kao jedinstvo jezične, društvene, kulturne i strateške kompetencije. Ona je spoj jezičnih vještina i društvene interakcije“ (Fox, 2001, 14-15). Jasna i precizna komunikacija omogućuje svakom pojedincu da svoje poruke prenese drugima na jasan i razumljiv način te istodobno predstavi sebe u željenom svjetlu. Naime, često naša komunikacija, bilo da govorimo o verbalnoj, neverbalnoj ili pisanoj komunikaciji definira kako nas drugi percipiraju.

Posjedovati komunikacijske vještine važno je jer komunikaciju kao takvu ne možemo zaobići. Poznata je misao znanstvenika Paula Watzlawicka koja kaže kako ne možemo ne komunicirati: „Nemoguće je ne komunicirati u situaciji kada se dvoje ljudi vide. Jer aktivnost ili neaktivnost, riječi ili šutnja, sve ima vrijednost poruke“ (Leinert Novosel, 2012, 55). Leinert Novosel navodi kako je svaki naš čin istovremeno i komunikacija te ima svoje lice i komunikacijsko naličje. „Njegovo lice je ono što radimo, a naličje, to je njegovo komunikacijsko značenje“ (Leinert Novosel, 2012, 55). Bauer pojašnjava da „ne postoji komunikacija, koja je društveno slobodna, kao što ne postoji društvo, koje je komunikacijski slobodno. Komunikacija nastaje iz društva, ona čini stvari društvenima, to je empirijski dispozitiv društva“ (Bauer, 2007, 188).

Svaki pojedinac već u trenutku rođenja počinje komunicirati. Zato ovdje želimo još jednom istaknuti da kad kao dijete postajemo svjesni svog okruženja, kad prepoznajemo osobe i stvari oko sebe počinjemo biti i svjesni svoje komunikacije. Daljnja socijalizacija u obiteljskom domu, vrtiću i školi, te ukupnom okruženju formira nas kao osobu, ali i kao komunikatora, a komuniciramo u svakoj situaciji, bilo s obitelji i prijateljima, poznanicima, suradnicima, bilo da idemo kod liječnika, u ljekarnu, trgovinu po namirnice ili kupujemo kartu za kino ili koncert. Brajša ističe kako bez interpersonalne komunikacije ne bi ni bilo čovjeka, kako je čovjek rezultat interpersonalne komunikacije i kako o intenzitetu i kvaliteti interpersonalne komunikacije ovisi tempo razvoja i kvaliteta mozga čovjeka, njegova ličnost i identitet (Brajša, 1993). U djelu „Menadžerska komunikologija“ Brajša, pozivajući se na znanstvene dokaze (Bowlby, 1953 i Spitz, 1976), ističe vezu između interpersonalne komunikacije i psihomotornog razvoja djeteta navodeći kako „psihomotorni razvoj djeteta (prvo sjedenjem, prvi koraci, kontrola sfinktera, početak govora, razvoj inteligencije itd.) bitno ovisi o neposrednoj interpersonalnoj komunikaciji djeteta i onih koji ga njeguju, u obitelji roditelja, a u domovima njegovateljica“ (Brajša, 1993, 8). Pozivajući se na brojna istraživanja Tomić i Jugo komunikaciju dovode u vezu s fizičkim blagostanjem, vlastitim pojmom i definicijom o sebi te zdravljem. U djelu „Temelji međuljudske komunikacije“ autori navode kako su „dobri

komunikatori uvijek optimistični. To je važno jer medicinska istraživanja pokazuju da vječni pesimisti, grizući se stalno negativnim emocijama, skraćuju svoj život za 10 godina“ (Tomić, Jugo, 2021, 38).

U profesionalnom okruženju, bez obzira na zanimanje i posao kojim se bavimo, nužno je poznavati komunikacijski proces i posjedovati komunikacijske vještine koje se mogu poboljšati. Često upravo komunikacijskim vještinama možemo zahvaliti za brzinu i kvalitetu napredovanja u karijeri. Možemo imati najbolje ideje, pa i rezultate rada, ali ako ih ne znamo jasno i uvjerljivo prezentirati sigurno će u karijeri napredovati osobe koje posjeduju iste ili slične vještine, ali su bolji komunikatori. Oni ideje i rezultate rada znaju bolje prezentirati i komunicirati. Iz primjera u svakodnevnom životu vidljivo nam je koliko je komunikacija bitna za uspjeh pojedinca i organizacije. Tako Tomić i Jugo navode da „podaci pokazuju da dobri komunikatori postižu veći uspjeh u radu, bez obzira na to o čemu je riječ, povoljno djeluju na rad i osjećaje drugih, zadovoljni su sobom i svojim životom. Zbog toga lakše napreduju na vodeća ili bolja radna mjesta, postižu bolje plaće, uživaju poštovanje kolega i prijatelja, sklapaju lakše poznanstva i prijateljstva, nisu sramežljivi, otvoreni su, primaju darove itd.“ (Tomić, Jugo, 2021, 38). Odgovarajući na pitanje: „Zašto uvijek o komunikaciji“ Leinert Novosel ističe: „Znanje o komuniciranju te prakticiranje komunikacijskih vještina može biti presudno za uspjeh i zadovoljstvo u pojedinoj profesiji, ali i životu uopće“ (Leinert Novosel, 2012, 14). Izražavanje mišljenja na jasan, sažet i razumljiv način, sposobnost slušanja i pravilne interpretacije poruka i informacija te prilagodba različitim komunikacijskim stilovima često su ono što pojedinca izdvaja od drugih. Upravo te vještine pojedinca čine sposobnim za rad u timovima, za vođenje projekata te mu daju mogućnost donošenje ispravnih i pravovremenih odluka. Komunikacijske vještine također omogućavaju izgradnju mreže kontakata koja je izuzetno važna, posebno u kontekstima u kojima je pravovremena informacija temelj za poslovanje, rast i uspjeh. U monografiji „Odnosi s javnošću - teorija i praksa“ Tomić navodi: „Nijedan posao nije otok, izoliran od ostalih i neovisan o njima. U srcu svakog posla (i onog uspješnog i neuspješnog) leži komunikacija“ (Tomić, 2016, 332). Skoko u djelu „Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću“ navodi: „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 njenim 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“ (Skoko, 2006, 38).

U prošlosti se utjecaju komunikacije na život svakog pojedinca nije pridavala velika pozornost. Zašto je to tako najbolje objašnjavaju Lamza-Maronić i Glavaš riječima: „U komunikacijskim odnosima ljudi su bili oduvijek, uzmemo li u obzir dugotrajnu postojanost ljudskog roda, složenih međuljudskih odnosa te potrebe za pripadnošću različitim društvenim skupinama. Mnoga razmišljanja i proučavanja posvećena su upravo promatranju osoba pojedinačno, te ponašanju u društvenom sustavu i skupinama, ali zbog činjenice što je u svakodnevnici komunikacija toliko upotrebljiva i sveprisutna, nije joj se pridavalo neko veće značenje“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 9). I danas se povremeno susrećemo s površnim pristupom prema komunikaciji. Leinert Novosel citira Turkovića koji tvrdi: „Sveprisutna očitost (komunikacije)… je ponekad najtežom preprekom da se nešto teorijski tematizira“ (Leinert Novosel, 2012, 11). U istom djelu autorica, pozivajući se na psihologe koji tvrde kako najteže razumijemo upravo ono što nam je najbliže, ističe kako smo „zbog stalne uključenosti u komunikaciju izloženi jednoj neugodnoj pojavi, takozvanom pogonskom sljepilu“ (Leinert Novosel, 2012, 15).

Danas se komunikaciji pridaje puno više pozornosti. Brojni se znanstvenici iz različitih područja bave istraživanjem komunikacije. Možda je baš to i razlog zbog čega ne postoji jedinstvena definicija komunikacije. Ipak svi znanstvenici koji proučavaju komunikaciju suglasni su kako je komunikacija složen i interdisciplinaran pojam koji se mora promatrati s različitih znanstvenih područja. Potreba za zajedničkim istraživanjima komunikacije dovela je do pojave komunikologije, znanosti „o zakonitostima ljudske komunikacije i njenim primjenama u svim područjima života“ (Leinert Novosel, 2012, 9), dok Lamza-Maronić i Glavaš navode: „Komunikologija … podrazumijeva empirijska istraživanja procesa komunikacije među pojedincima, grupama i društvima… koja prepreke, prekide i nesporazume (koji se pojavljuju pri međuljudskim odnosima i komunikaciji) nastoji svesti na najmanju moguću mjeru“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 9).

Koliko smo kao društvo osvijestili važnost poznavanja i posjedovanja komunikacijskih vještina najbolje govore brojna provedena znanstvena istraživanja i znanstveni radovi, udžbenici i priručnici o komuniciranju. Danas je praktično nemoguće završiti formalno srednjoškolsko obrazovanje, a još manje posjedovati visoku stručnu spremu, a da se nismo susreli s pojmom poslovnog komuniciranja. Za potrebe ove disertacije kojoj je u središtu komunikacija u parlamentu navest ćemo samo neke od primjera, vezano za različita zanimanja. U djelu „Poslovno komuniciranje i poslovni bonton“ Osredečki navodi niz primjera iz prošlosti – od majstora različitih zanimanja i cehova do javnih službi – koji su se već nekada pridržavali pisanih i nepisanih pravila ponašanja i komuniciranja, a neka od tih pravila bez većih preinaka

mogu se prepisati i primjenjivati i danas. Kao djelo koje mu posebno privlači pozornost ističe „O trgovini i savršenom trgovcu“ Dubrovčanina Benedikta Kotruljevića. Osredečki u istom djelu navodi i primjere drugih zanimanja te naputke kako bi pojedinci trebali funkcionirati i komunicirati u suvremenom okruženju. Izdvojit ćemo primjer poslovne tajnice za koju autor kaže kako je „na vjetrometini poslovanja“ te ističe važnost poznavanja komunikacijskih vještina na tom radnom mjestu, a između ostalog tvrdi da „bez obzira na svoje godine, suvremena poslovna tajnica treba savladati osnove internetske pismenosti. To znači pisanje i odgovaranje na e-mailove te njihovo preusmjeravanje, čitanje i pretraživanje vijesti kao i rukovođenje pisačem. Ujedno i prepoznavanje sumnjive pošte i brisanje svake potencijalno zaražene poruke. Još i druga dodatna znanja bit će za svaku pohvalu i uvijek dobrodošla“ (Osredečki, 2021, 218). Govoreći o važnosti komunikacije, pa i u medicini, Đorđević i Braš napominju: „Zaključno možemo reći da učenje komunikacijskih vještina nije nešto što je neobvezno i 'dodatak ostaloj edukaciji' jer njihova pravilna primjena pomaže pri učinkovitosti u svakodnevnoj praksi (Đorđević, Braš, 2011, 28). Nadalje valja istaknuti da je danas većina ljudi svjesna važnosti komunikacije, posebno u odgojno-obrazovnom procesu i kad su u pitanju zanimanja odgajatelja, učitelja, nastavnika i profesora, o čemu piše Marija Bratanić navodeći da se „odgojno djelovanje u međuljudskom odnosu ne može odvijati ako među sudionicima tog odnosa nema interakcije koja se najčešće uspostavlja komunikacijom“ (Bratanić, 1991, 75). O važnosti komunikacije u svećeničkom pozivu pišu Labaš i Skoko[3], a o važnosti komunikacije za menadžere Bahtijarević-Šiber, Sikavica i Pološki Vokić, pojašnjavajući da „nesposobnost komuniciranja jedna od deset najvećih zaprjeka uspješnosti menadžera“ (Bahtijerević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008, 93). Tomić ističe kako menadžeri troše oko 80% svoga vremena na komuniciranje te kako su vještine komuniciranja u današnje doba virtualne komunikacije važnije nego ikada. Pod komunikacijskim vještinama Tomić podrazumijeva vještine interpersonalne komunikacije, vještine slušanja, vještine prezentiranja i vještine pregovaranja (Tomić, 2016). Tomić pojašnjava da su najvažnije menadžerske vještine „osobne, interpersonalne komunikacijske i grupne“ (Tomić, 2016, 333). Pod osobnim vještinama menadžera Tomić podrazumijeva opće vještine kao što je umijeće delegiranja, a za koje je sama komunikacija neophodna. Naime, nismo u mogućnosti uspješno delegirati poslove, prenijeti ovlasti i odgovornost na suradnike i niže rangirane, ako ne umijemo uspješno komunicirati. Pod interpersonalnim vještinama podrazumijeva vještine razvijanja dobrih odnosa i suradnje, vještine utjecaja na druge, vještine savjetovanja i obučavanja i vještine umrežavanja. Svaka od

[3] https://hrcak.srce.hr/file/305349, datum pristupa: 10. 9. 2023.

gore navedenih vještina počiva i razvija se na uspješnoj komunikaciji s ljudima oko sebe. Upravljanje grupama, upravljanje sukobima i upravljanje promjenama Tomić podrazumijeva pod grupnim vještinama (Tomić, 2016), a sve bi te komunikacijske vještine trebali imati i političari.

No, činjenica je da je posljednjih desetljeća digitalizacija radikalno promijenila načine na koje komuniciramo. Sikavica, Bahtijarević-Šiber zaključuju da „timski rad danas postaje imperativ i neophodan odgovor organizacija na povećanje promjenjivosti i složenosti poslovne okoline i unutarnje i vanjske međuzavisnosti“ (Sikavica, Bahtijarević-Šiber, 2004, 383). Uspješan rad bilo kojeg tima, kao i upravljanje sukobima ili upravljanje promjenama također počiva na uspješnoj komunikaciji. Robbins navodi da „mogućnost za pojavu sukoba raste kad ima premalo ili previše komunikacije“ (Robbins, 1992, 178), a „velika većina intervencija za organizacijski razvitak usmjerena je na promjenu stavova i ponašanja pripadnika organizacije pomoću procesa komuniciranja, odlučivanja i rješavanja problema“ (Robbins, 1992, 292). Menadžeri, odnosno lideri – pa i oni politički – uglavnom su odgovorne osobe u organizacijama čiji je zadatak i odgovornost osigurati učinkovitu komunikaciju.

S obzirom kako je komunikologija kao znanstvena disciplina relativno mlada možemo reći da su tvrtke i organizacije rano shvatile važnost komunikacije. Lamza-Maronić i Glavaš ističu primjere kad su u razdoblju od 1927.-1932. Elton Mayo i suradnici proučavajući zaposlenike u tvornici dokazali su da su ljudi društvena bića čije je ponašanje potrebno podupirati „preko međuljudskih vještina kao što su motiviranje, savjetovanje, vođenje i komuniciranje“ te da ljudsko ponašanje utječe na organizaciju i menadžment u sklopu društvenog sustava. Navode i primjer Chestera I. Bernarda koji je u djelu „The functions of the Executive“ (1938) „promatrao komunikaciju kao sredstvo povezivanja ljudi u organizaciji na ostvarenju zajedničke svrhe“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 9).

Motivi istraživanja komunikacije u organizacijama nekad i danas su bitno drugačiji. U prilog ovoj tvrdnji govori kako se jednim od začetnika informacijsko komunikacijske ere smatra Claude Elwood Shannon, američki inženjer elektrotehnike i matematičar koji je radom na tehničkim i inženjerskim problemima osmislio teoriju razmjene informacija i istraživao najuspješnije načine njihova prijenosa. Zajedno s Warrenom Weaverom zaslužan je i za jedan od prvih modela komunikacije. Danas u informacijskom dobu, komunikacija je ključna za koordinaciju aktivnosti, prijenos informacija i donošenje strateških odluka. Znanstvenici, bilo da govorimo o komunikolozima, ekonomistima, psiholozima ili sociolozima posebnu pozornost posvećuju istraživanju organizacije i komunikaciji unutar organizacije (Robbins, 1992). Lamza-Maronić i Glavaš navode kako „organizaciju čini skupina zaposlenih koji zajedničkim

naporima teže doseći viziju i misiju te ostvariti predviđene kratkoročne i dugoročne ciljeve. Svakodnevno poslovanje organizacija temeljeno je na međusobnoj komunikaciji svih članova i vanjskih suradnika, što čini svaku od ovih organizacija jedinstvenom upravo zbog jedinstvenih komunikacijskih odnosa koji se u organizaciji svakodnevno odvijaju“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 19). Isti autori ističu važnost poslovne komunikacije „Komunikacija je vrlo važan dio poslovanja, organizacije i upravljačkog sustava. Prenošenje poruka, vođenje korespondencije, razmjena i obrada informacija, izdavanje i primanje naloga među strukturama u organizaciji, kontakti s poslovnim partnerima, javnošću itd. - sve to sačinjava sustav komuniciranja, bez kojeg organizacija ne bi mogla poslovati“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 18). Rijavec i Miljković zaključuju da je „komunikacija krvotok svake organizacije“ (Rijavec, Miljković, 2007, 96).

Komunikacija izvan organizacije nije jednosmjeran proces u kojem jedna strana samo nudi informacije, a druga ih prima, već podrazumijeva razmjenu informacija. Možemo zaključiti kako je komunikacija ključ uspjeha pojedinca i organizacije. U prilog tome govori i činjenica kako se komunikacija već sto i više godina proučava i na znanstvenoj razini. „Danas komunikacijske znanosti ne obrazuju samo buduće novinare i druge djelatnike u medijima nego i sve širi spektar zvanja koja se bave društvenom komunikacijom, za odnose s javnošću, za djelatnost ekonomske propagande i oglašavanja, za djelovanje u turizmu i međunarodnim komunikacijama, za istraživanje javnog mnijenja i tržišta te za istraživanje samih medija i masovne komunikacije“ (Mataušić, 2007, 30). Autor napominje kako pojedinac koji se bavi društvenom komunikacijom, bez obzira na djelatnost i zvanje – a tu onda uključujemo i političare kao što su saborski zastupnici – mora učiti i poznavati ponešto od svake od ranije navedenih grana (Mataušić, 2007).

Globalna povezanost, ali i novi alati komuniciranja koji su se razvili posljednjih desetljeća omogućili su nam bržu, jednostavniju i jeftiniju razmjenu informacija, ali su nam donijeli i nove komunikacijske izazove. Informacija je postala ključan resurs organizacijama, a organizacije koje potiču otvorenu i transparentnu komunikaciju stvaraju temelje za uspješno poslovanje. Osim informacija ključ uspjeha svake organizacije su ljudi. Kao pojedinci postajemo svjesni važnosti komunikacijskih vještina za osobni, ali i za profesionalni uspjeh. Upravo razumijevanje i prilagođavanje novim oblicima komunikacije postaje sve važnije i čini nas konkurentnima na svim područjima ljudskoga djelovanja, pa tako i na političkom području. Komunikacija je nesporno ključ uspjeha svakog pojedinca i svake organizacije, a na svakom pojedincu je obveza da kontinuirano usavršava svoje komunikacijske vještine, da prihvati kako

je primoran prilagoditi se neizbježnim promjenama te da nosi vlastitu odgovornost za osobni i profesionalni uspjeh.

2.1 Pojam komunikacija

Pojam komunikacija dolazi od latinske riječi communicare, a prema Velikom rječniku hrvatskog standardnog jezika znači: „1. prijenos poruka , obavijesti, ideja osjećaja i dr. od pošiljatelja do primatelja; 2. pronalaženje zajedničkog koda kako bi se postiglo razumijevanje; 3. prometna veza između dvaju odredišta; 4. odnos među ljudima“ (Jojić, 2015, 579).

Iako je poznato kako čovjek komunicira od najranije povijesti čovječanstva, iako svaki čovjek svakodnevno komunicira u različitim situacijama i ulogama, iako se razvila znanost koja proučava komunikaciju, jedinstvene definicije komunikacije, s kojom bi se složili svi znanstvenici posebno u društvenim znanostima, nemamo. Zašto je to tako najbolje obrazlažu njemački znanstvenici Michael Kunczik i Astrid Zipfel koji razlog mnogih pojmovnih varijacija vide u činjenici da za komunikaciju o komunikaciji ili kako je oni nazivaju – metakomunikaciju, nema posebnog sustava simbola. Oni citiraju Watzlawicka, Beavin i Jacksona koji su još 1974. upozorili na to da je potpuno različito govoriti neki jezik i znati nešto o tom jeziku: „Mi kao da smo utkani u komunikaciju, a ipak smo i možda upravo zbog toga gotovo nesposobni komunicirati o komunikaciji“ (Watzlawicka, Beavin i Jacksona u Kunczik, Zipfel, 2006, 10).

Smiljana Leinert Novosel u predgovoru knjige „Komunikacijski kompas“ ističe kako su u svijetu i u nas napisane stotine knjiga o komuniciranju te kako je i sama pročitala brojne ali ju je gotovo uvijek, uz pojedine iznimke, čudilo kako su „knjige o komuniciranju napisane nekomunikativno, popraćeno s puno stručnih termina, podataka i modela“. U istom djelu navodeći kako „komunikacija ima tisuće oblika i tisuće mogućih sadržaja“ nudi nam pojednostavljenu definiciju te kaže da je „komunikacija, očito, pošiljanje i primanje poruka, nekih sadržaja“ te pojašnjava dva moguća značenja komunikacije: „Prvo značenje - ono koje kaže da je komunikacija prenošenje poruka (što se smatra polazištem teorije informacija i komunikacija), za razliku od onog drugog, polazišta komunikologije, koje kaže da je riječ o utjecaju na sugovornika ili samog sebe, pri čemu je važan sadržaj komunikacije i njeni učinci u postizanju životnih ciljeva“ (Leinert Novosel, 2012, 15).

Da se o komunikaciji i vještinama komunikacije ne govori samo u proteklom stoljeću i pojavom komunikologije, najbolje govore primjeri kako najranije zabilješke rasprava o komunikaciji datiraju još iz razdoblja od 500 godina pr.n.e. do 400. godina pr. n. e. Često se razvoj

komunikacije povezuje s razvojem retorike. Antički retoričari, govornici i učitelji govorništva su se već tada posvetili proučavanju umijeća govorništva. Aristotel, filozof koji je izmislio podjelu znanosti na područja prema predmetima i metodama, jedan je od prvih autoriteta i na polju komunikacije. U svom djelu „Retorika“ ističe: „Postoji tri vrste govora koji odgovaraju trima vrstama slušalaca. Svaki se govor sastoji iz tri elementa: lica koje govori, predmeta o kojem se govori i lica kojem se obraća pod kojim podrazumijevam slušaoca na koga se odnosi krajnji cilj, ili predmet govora“ …. „Dosljedno tome, ima nužno i tri vrste govorništva: političko (savjetodavno), sudsko i epideiktičko“ (Aristotel, 1989, 14). Vjerovao je da se komunikacija sastoji od triju elemenata: *ethos* – priroda ili kvaliteta onoga tko govori, *logos* – priroda, struktura i sadržaj poruke i *pathos* – priroda, osjećaji i misli.

Tomić i Jugo navode primjer iz sedamdesetih godina kad su L. A. Samovar i suradnici analizirali 126 definicija komunikacije, uz napomenu da su od tada i nastale brojne druge definicije. Samovar i suradnici su izdvojili samo ono što je zajedničko svim definicijama ~~te~~ smatraju da je „ljudska komunikacija proces putem kojeg se prenose simboli u svrhu izazivanja reakcije“ (Tomić, Jugo, 2021, 41). Autori ističu kako komunikacija ima tri bitne odlike i to: 1. komunikacija je ostvarivanje veze među ljudima; 2. komunikacija je aktivnost i 3. komunikacija se uči (Tomić, Jugo, 2021, 41).

Komunikacija je složen i interdisciplinaran pojam i upravo iz toga proizlaze mnogobrojne definicije komunikacije, a često se te definicije dijelom preklapaju i s nekim drugim terminima. Marko Sapunar u udžbeniku „Osnove znanosti o novinarstvu“ koristi definiciju komunikacije Ch. Coleya koji je još davne 1909. godine komunikaciju definirao „kao mehanizam pomoću kojega opstoje i razvijaju se odnosi među ljudima; taj mehanizam uključuje u sebi sve simbole duha, zajedno sa sredstvima njihova širenja kroz prostor i njihovo održavanje u vremenu“ (Sapunar, 2004, 45). Tomić kaže: „Komuniciranje je oblik sporazumijevanja između živih bića, dakle prijenos poruka između komunikacijskih partnera“ (Tomić, 2016, 283). Ilišin, Marinović Bobinac i Radin tvrde kako svaka socijalna interakcija uključuje komunikaciju „Komunikacija je proces kroz koji ljudi jedni drugima prenose ideje, informacije, stavove, vjerovanja i slično“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 55). „Komunikacija znači stvaranje nečeg zajedničkog u razmjeni različitih simbola između izvora i primatelja“ (Antolović, Sviličić, 2016, 15). Michael J. Rouse i Sandra Rouse citirajući Weicka i Browninga navode: „Komunikacija je proces prenošenja poruke od jedne do druge osobe“ te ističu kako je ključ uspješne komunikacije razumijevanje (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 40). „Komunikaciju smo definirali kao suštinski element sporazumijevanja čovjeka pomoću jezika kao medija simbolno posredovane interakcije (bez da umanjujemo značaj neverbalnih i drugih oblika)“ (Plenković,

1991, 121). Mataušić ističe: „Komunikacija bi dakle bilo djelovanje koje stvara zajedništvo među ljudima“ (Mataušić, 2007, 11), a Bauer tvrdi: „Komunikacija nije samo alat kojim se otkriva stvarnost, ona je rad koji napreduje, socijalni rad u napretku koji stvara zamislivu stvarnost kao prošlost, kao sadašnjost ili budućnost, pa je jedini način stvaranja budućnosti komunikacija“ (Bauer, 2007, 35). Luhmann tvrdi kako je komunikacija sinteza triju selekcija te se „sastoji od informacije, priopćenja i razumijevanja“ (Luhmann, 2011, 169), dok Samovar, Porter i McDaniel smatraju „da je ljudska komunikacija proces putem kojega se prenose simboli u svrhu izazivanja reakcije“. Slikovito opisujući komunikaciju pojašnjavaju da je „komunikacija poput filma, a ne jedne fotografije. Kad komunicirate, riječ ili djelo ne ostaju zamrznuti, već ih odmah zamjenjuje druga riječ ili djelo“ (Samovar, Porter, McDaniel, 2013, 12). Konačno, Antolović i Sviličić pišući o komunikaciji ističu: „Komunikacija je jedna od osnovnih konstanti i pojava. Čak i kad ne komuniciramo šaljemo poruke drugima i okruženju“ (Antolović, Sviličić, 2016, 10).

Precizno definirati pojam komunikacije lakše je ako prije svega odredimo znanstveno područje u kojem se koristi pojam komunikacije, te podjelu komunikacije s obzirom na oblik komunikacije, razine komunikacije, ciljeve komunikacije, funkcije komunikacije i kontekst komunikacije.

Samom komunikacijom bave se komunikacijske znanosti, to jest komunikologija čiji je predmet upravo komunikacija. A kako ističe Mirko Mataušić, „naziv komunikologija stvoren je u hrvatskom jeziku uobičajenim načinom tvorbe naziva za znanost (prema lat. communicatio i grč. logos „smisao, značenje“)“ (Mataušić, 2007, 23).

Prema Hrvatskoj enciklopediji „komunikacijska znanost (komunikologija) je interdisciplinarna znanost koja istražuje najraznovrsnije oblike komuniciranja između živih bića, a obuhvaća proučavanje sadržaja, oblika i tehnika priopćavanja, istraživanje smisla poruka i načina njihova prihvaćanja, te učinka poruka što protječu između pošiljatelja i primatelja“ (HE, 2013).[4] Vreg navodi kako komunikacijska znanost „proučava socijalno ponašanje živih bića (ljudi i životinja), a koncentrira se na ljudsko komuniciranje, koje predstavlja svjesno, intencionalno sporazumijevanje pomoću jezičnih simbola“ (Plenković, 1991, 121). Mataušić navodi da „predmetom komunikologije može biti svaki kulturni fenomen, koji možemo shvatiti kao oblik komunikacije“ (Mataušić, 2007, 24). Prema Hrvatskoj enciklopediji, a prema područjima interesa, komunikologija se dijeli na: „opća komunikacijska znanost (komunikologija) o stvaranju i razgradnji odnosa među ljudima; komunikacija u poslovnim organizacijama (odnosi

[4] https://www.enciklopedija.hr/clanak/komunikacijska-znanost, datum pristupa: 14. 9. 2023.

između pretpostavljenoga i podređenih, timska komunikacija, komunikacija s klijentima); komunikacija u obitelji, među supružnicima, s djecom, među rođacima; komunikacija u obrazovnim i odgojnim situacijama (škola); komunikacija u »slobodnim« situacijama (npr. među prijateljima, u športu); komunikacija s predstavnicima upravnih institucija (npr. s činovnicima, čuvarima reda, u parlamentu); komunikacija među pojedinim kulturama (npr. zapadni kulturni krug, istočni kulturni krug i sl.); komunikacija u promidžbi; komunikacija u odnosima s javnošću; masovna komunikacija (novine, radio, televizija, internet itd.).“[5]

Uzmemo li u obzir činjenicu kako komunikologija proučava procese prijenosa, primanja i obrade informacija među pojedincima, organizacijama, medijima i društvu jasno nam je kako ova disciplina obuhvaća širok spektar tema. U prilog ranijoj tvrdnji svakako govori i činjenica razvoja tehnologije, interneta i digitalnih komunikacija koje su posljednjih 30 godina revolucionarno izmijenile proces komunikacije. Digitalna komunikacija omogućila je masovno širenje informacija, povezanost i mogućnost uključenosti svakog pojedinca u stvaranje sadržaja i to 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Nova tehnološka rješenja i digitalna komunikacija komunikologiji su donijeli nove izazove poput širenja dezinformacija, ugrožavanje privatnosti na internetu, različite zlouporabe i pojavu cyberbullynga.

Mogli bismo zaključiti kako je komunikologija ili komunikacijska znanost jedno od najvažnijih znanstvenih područja u suvremenom svijetu jer istražuje kako ljudi komuniciraju, ali i kako oblikuju društvene procese i stvaraju društvene norme. Komunikologija nije samo alat za razumijevanje, već je ključ razumijevanja međuljudskih odnosa, društvenih struktura ali i opće kulture suvremenog društva. Pretpostavljamo kako će uloga komunikacijske znanosti u budućnosti biti sve važnija s obzirom na proces globalizacije, razvoj interneta i digitalnih tehnologija ali i pojavu umjetne inteligencije. Na komunikologiji je zadaća iznalaženja rješenja na postojeće komunikacijske izazove i osiguravanje etične i odgovorne uporabe alata komunikacije u službi javnosti, a uzimajući u obzir temu naše disertacije valja istaknuti kako je izuzetno važno istraživati komunikaciju saborskih zastupnika, jer se ona bavi i istraživanjem verbalne i neverbalne političke komunikacije.

[5] komunikacijska znanost. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. datum pristupa: 14. 9. 2023. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32687>.

2.1.1 Oblici komunikacije

Komunikacija je naime, kao što smo već spomenuli, bez obzira na oblik, ključna za uspostavljanje, održavanje pa i prekidanje međuljudskih odnosa i u privatnom i u javnom životu. Ne možemo govoriti o odnosu bez bilo kakve interakcije sudionika komunikacije, a kakav će se odnos u konačnici razviti ovisi prije svega o sudionicima u komunikacijskom procesu te načinu kako oni doživljavaju sebe ali i druge sugovornike. Znanstvenici su danas suglasni kako se komunicirati može na različite načine, kako komunikaciju možemo različito tumačiti te kako svaki od sudionika, u proces komunikacije unosi i vlastite komunikacijske značajke, što će posebno biti vidljivo u istraživačkom dijelu naše disertacije s obzirom na komunikaciju saborskih zastupnika.

Oko same podjele komunikacije, prema oblicima komuniciranja, znanstvenici nisu u potpunosti suglasni. Tako Leinert Novosel tvrdi da se „ljudi u komunikaciji koriste dvama oblicima komunikacije: analogijskom i digitalnom. Analogijsku komunikaciju zovemo još i neverbalnom, dok se digitalna pretežno ostvaruje na verbalni način, uporabom riječi i brojaka“ (Leinert Novosel, 2012, 20). Fox ističe kako „i ljudi i životinje komuniciraju pomoću osjetila“ te smatra logičnim podjelu komunikacije prema osjetilima, ali i prema ulozi jezika. Dalje razrađuje svoju podjelu i to prema osjetilima na slušno-govornu komunikaciju, vizualnu komunikaciju, taktilnu komunikaciju i komunikaciju okusom i mirisom, a prema ulozi jezika komunikaciju dijeli na verbalnu i neverbalnu (Fox, 2001, 20-21). Svaki od oblika komunikacije uglavnom je podložan daljnjem dijeljenju. Tako Brajša samo interpersonalnu komunikaciju dijeli na verbalnu i neverbalnu, sadržajnu i odnosnu, osobnu i neosobnu, svjesnu i nesvjesnu. Autor nudi i daljnje podjele komunikacije prema načinu na koji se ponašamo i kako komuniciramo s drugima i to na komunikaciju ovisnu o drugima, komunikaciju usmjerenu protiv drugih, komunikaciju za druge, površnu komunikaciju prema drugima, komunikaciju distanciranu od drugih i komunikaciju s drugima (Brajša, 1993), što se u kontekstu naše disertacije pokazuje kao vrlo znakovita podjela koju vrijedi istražiti i protumačiti.

Pri tome valja reći da uspješna komunikacija – pa i u parlamentarnom kontekstu – zahtjeva odabir najboljeg i najprimjerenijeg oblika komuniciranja s obzirom na kontekst i ciljeve komunikacije. Svaki od oblika komuniciranja ima svoje prednosti i nedostatke. Razumijevanje različitih oblika komuniciranja i njihova pravilna uporaba omogućava učinkovitu razmjenu informacija, smanjuje nesporazume i zaprjeke u komuniciranju te pomaže u izgradnji odnosa, kako osobnih tako i profesionalnih.

Veliki broj komunikologa slaže se s Michaelom J. Rouseom i Sandrom Rouse koji tvrde kako se „svaki oblik komuniciranja oslanja na različite kodove i može biti izložen različitim kanalima“. Oni komunikaciju dijele na usmenu, pisanu i neverbalnu (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 45).

2.1.1.1 Usmena (verbalna) komunikacija

Ljudi često pojam komunikacije poistovjećuju s verbalnom komunikacijom, zaboravljajući druge oblike komunikacije. Verbalna komunikacija osnovni je i najčešće korišteni oblik razmjene informacija među ljudima i podrazumijeva korištenje riječi za izražavanje misli, ideja, emocija, želja i stavova. Čovjek je društveno biće, a samim time verbalna komunikacija prisutna je u svakodnevnom životu svakog pojedinca i nemoguće ju je izbjeći. Uporaba verbalne komunikacije podrazumijeva se kod svakog obraćanja bilo članovima obitelji, prijateljima, poznanicima ili samo kurtoaznog pozdravljanja. Verbalnu komunikaciju nemoguće je izbjeći i u bilo kojem poslovnom okruženju, ali nemoguće ju je izbjeći i ako ne komuniciramo s drugima, već smo samo izloženi bilo kojem mediju.

Verbalna komunikacija podrazumijeva upotrebu jezika kao simbola koji nosi određena značenja. Luhmann ističe da „jezik nastaje da bi se govorilo, on nastaje kao medij usmene komunikacije“ (Luhmann, 2011, 220), a Stolac i Vlastelić pojašnjavaju da se „verbalna komunikacija može predstaviti nizom glagola koji opisuju aktivnosti: govorim/ slušam/ pišem/ čitam, a pojavnice su riječi, rečenice i tekstovi“ (Stolac, Vlastelić, 2021, 94). Često se verbalna komunikacija poistovjećuje isključivo s govorom i samim sadržajem poslane poruke, a zaboravljaju se važni elementi kao što je slušanje ali i ton, modulacija glasa i intonacija. Tomić i Jugo tvrde da je „verbalna komunikacija najčešći oblik interpersonalne komunikacije koji uključuje govorenje i slušanje“ (Tomić, Jugo, 2022, 68), što je posebno važno i za komuniciranje u javnom prostoru, pa i parlamentu.

Pozivajući se na znanstvenike koji su ranije proučavali proces komunikacije, Leinert Novosel tvrdi da se „približno polovica komunikacijske aktivnosti sastoji od primanja usmenih poruka, dakle slušanja“ (Leinert Novosel, 2012, 120) te nabraja više načina na koje možemo ne slušati i pojašnjava kako slušati možemo ili površno ili usredotočeno te je upravo usredotočeno slušanje razlog uspješne komunikacije (Leinert Novosel, 2012), što se dobro može primijeniti i na komunikaciju saborskih zastupnika, čija će komunikacija biti predmet našega istraživanja u nastavku rada. Jer, „danas brojne profesije i pojedinci zanemaruju vještinu slušanja iako

istraživanja pokazuju kako najbolji komunikatori nisu osobe koje imaju dar govora već imaju dar ili disciplinu slušanja“ (Tomić, Jugo, 2022, 277). Tomić i Jugo definiraju slušanje kao „složen proces koji obuhvaća četiri elementa: 1. sluh, 2. pozornost (pažnju), 3. razumijevanje i 4. pamćenje“ (Tomić, Jugo, 2022, 279) te pojašnjavaju kako „slušanje uključuje interpretaciju, evaluaciju i reakciju“ slušatelja, nude niz savjeta i tehnika kako aktivno slušati te pozivajući se na Wienera ističu dvije osnovne slušateljeve odgovornosti: „učiniti da proces komunikacije djeluje učinkovito i točno“ te „učiniti da poruke govornika učine ono za što su namijenjene da čine“ (Tomić, Jugo, 2022, 278).

Više je karakteristika verbalne komunikacije koje su važne i za komunikaciju u politici i javnosti. Jedna od glavnih je preciznost jer ljudi koriste riječi kako bi definirali i pojasnili složene pojmove te prenijeli misli i osjećaje na lak i razumljiv način. Verbalna komunikacija je brza i uglavnom učinkovita jer omogućava brz prijenos informacija, ali i trenutno primanje povratne informacije o našoj komunikaciji. Pravilnim tumačenjem povratnih informacija u procesu komunikacije u mogućnosti smo odmah reagirati te verbalno otkloniti eventualni nesporazum u komunikaciji i svoju komunikaciju bilo da govorimo o stilu komuniciranja, strukturi rečenica ili uporabi tonova prilagoditi publici i drugim sudionicima procesa komunikacije. Brajša pojašnjava kako mislimo riječima i analiziramo stvari koje imenujemo i etiketiramo, a Vera Birkenbihl tvrdi kako verbalno ili digitalno komuniciramo lijevom hemisferom moždane kore. To znači da koristimo lijevu hemisferu moždane kore s kojom „otkrivamo pravila i zakonitosti, analiziramo detalje, razmišljamo linearno i uzročno-posljedično, razvijamo klasičnu znanost i kontinuirano idemo korak po korak“ (Brajša, 1993, 38).

Iako svi svakodnevno razgovaramo i često podrazumijevamo kako znamo komunicirati, svaki oblik komunikacije, pa tako i verbalni, sa sobom donosi i određene izazove. U svakodnevnom životu svjedoci smo brojnih nesporazuma, a iznimka nije ni politička komunikacija. Uzrok može biti u nedovoljnom poznavanju jezika ili kulture sudionika procesa komunikacije, komunikacijskog konteksta, ali i u činjenici kako različiti ljudi, često temeljem svojih osobnih iskustava, iste riječi tumače različito. Isto tako publika ili sudionici komunikacije mogu krivo protumačiti naš ton glasa, intonaciju i brzinu govora. Emocionalno stanje govornika, bilo da govorimo o tremi ili strahu od javnog nastupa, često rezultiraju pogrešnom uporabom verbalne komunikacije, što može rezultirati isto tako pogrešnim tumačenjem naše poruke i poslanih informacija. Zato je važno uz pravilnu uporabu verbalne komunikacije voditi računa o povratnim informacijama koje primamo od sudionika u komunikacijskom procesu i svoje poruke prilagoditi sugovorniku. Upravo usmjerenost na publiku i sugovornika jamac je dobre

komunikacije i izgradnje kvalitetnijeg odnosa, o čemu bi jamačno računa morali voditi svi oni koji djeluju u javnosti, a i u politici.

Odnos koji se komunikacijom stvara među sudionicima u komunikacijskom procesu temeljna je preokupacija komunikacijske znanosti. Vertikalnu, horizontalnu i dijagonalnu ili radnu dimenziju komunikacije otkrio je Robert F. Bales, psiholog koji se još 1970. godine bavio proučavanjem komunikacije u malim, radnim skupinama (Bales, 1970). Danas se puno više s ovim pojmovima susrećemo u radovima znanstvenika koji se bave poslovnom komunikacijom i komunikacijom u organizacijama. Bez obzira radi li se o poslovnoj ili privatnoj komunikaciji, u komunikacijskom odnosu uvijek možemo prepoznati jednu od ove tri dimenzije. Leinert Novosel pojašnjava kako osobe koje se žele zbližiti koriste horizontalnu dimenziju, osobe koje žele pokazati svoju snagu su usmjerene na vertikalnu dimenziju, dok osobe koje žele biti korisne koriste dijagonalnu ili radnu dimenziju (Leinert Novosel, 2012, 44).

Ivo Škarić u djelu „Temeljci suvremenog govorništva" ističe važnost verbalnog komuniciranja, ali pojašnjava i druge oblike komuniciranja, naglašavajući važnost odabira pravilnog oblika komuniciranja za uspješnu komunikaciju i postizanje željenog ishoda komuniciranja. Također, ističe jasne razlike između različitih oblika komuniciranja. Tako uspoređujući govorenje i pisanje tvrdi kako je govor organiziran za prostorni (specijalan) kanal dok je pismo organizirano za vremenski (temponirani) kanal. „Razlika je između govorenja i pisanja u tome što je govorenje uvijek s nekim, a pisanje uvijek u samoći" (Škarić, 2000, 29). Škarić zaključuje „Ljudi koji ne umiju čitati i pisati neuki su, a ljudi koji ne mogu govoriti defektni" (Škarić, 2000, 26), a o ovim njegovim uvidima i tumačenjima nužno je razmišljati i u kontekstu političke komunikacije kojom se bavi naša disertacija.

2.1.1.2 Pisana komunikacija

„Komunikaciju u kojoj su sredstvo prenošenja poruka napisane riječi nazivamo pisanom komunikacijom" (Tomić, Jugo, 2021, 69). Sličnu definiciju pisane komunikacije nude i Bahtijerević-Šiber, Sikavica i Pološki Vokić koji tvrde kako je pisana komunikacija „sposobnost jasnog izražavanja i prenošenja ideja, stavova i informacija u pisanom obliku" (Bahtijerević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008, 94). Robbins ističe kako „pismene komunikacije uključuju memorandume (bilješke), pisma, faks poruke, organizacijske stručne listove, obavijesti izvješene na oglasne ploče ili bilo koje druge obavijesti koje se prenose

pisanom riječju ili simbolima“ (Robbins, 1992, 118), a mi bismo danas svakako morali dodati i poruke elektroničkom poštom.

Kroz povijest oblik i sredstva pisane komunikacije su se mijenjala, ali njena funkcija ostaje ista. Pisana riječ omogućuje trajno bilježenje misli čime se stvara temelj za prenošenje i očuvanje informacija i znanja, kroz generacije. Pisana riječ omogućuje prenošenje, bolje razumijevanje i očuvanje kulture, ali i cijelog društva.

Za razliku od verbalne komunikacije, u kojoj ton, modulacija glasa i intonacija, pa i neverbalna komunikacija igraju važnu ulogu u prenošenju informacija, pisani oblik omogućava jasno i promišljeno izražavanje te preglednost. Osredečki pojašnjava da „pismeno komuniciranje zahtjeva jasan i nedvosmislen izričaj, jednostavan jezik (što ne znači siromaštvo vokabulara), sintaktičku i pravopisnu točnost, te ekonomičnost sadržaja“ (Osredečki, 2022, 51). Pisana komunikacija ostavlja mogućnost pošiljatelju da u željenom vremenu oblikuje svoje misli, bira odgovarajuće riječi te odabere strukturu kojom će na najbolji način poslati svoju poruku. Sigurno svaki čovjek manje vremena provede promišljajući o temi prije nego nešto izgovori, nego razmišljajući o temi, prije nego ju napiše, pa će stoga zanimljivo biti i vidjeti rezultate našeg istraživanja koji bi mogli potvrditi ovu tvrdnju. Samom pisanju mora prethoditi razmišljanje. J. M. Rouse i S. Rouse pojašnjavaju da „pisanje, među ostalim, znači predstaviti publici sažetak ili zaključak vašeg procesa razmišljanja“ (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 113), a Duraković ističe da „svaka uspješna poruka započinje s jasnim ciljem koji povezuje potrebe pošiljatelja s potrebama publike. Ako odmah počnemo pisati, a da nismo razjasnili svoj cilj ni svoju publiku, uzaludno ćemo potrošiti vrijeme i energiju i stvoriti nekvalitetnu poruku“ (Duraković, 2019, 228). Preciznost pisane komunikacije smanjuje mogućnost nesporazuma i omogućava primatelju da poruku primi u željeno vrijeme, temeljitije razmisli o poruci, pročita tekst više puta, analizirajući ga iz različitih perspektiva. No, pisana komunikacija nije uvijek najbolji oblik komunikacije za prenošenje poruke, baš zbog potrebnog vremena, kako pošiljatelju da poruku pravilno oblikuje i pošalje, tako i primatelju da poruku pročita, analizira i ispravno protumači.

Buble zaključuje da su „glavni nedostaci pisane komunikacije u tome što se troši mnogo vremena i što nam nedostaje promptna povratna informacija“ (Buble, 2006, 374), a Luhmann tvrdi da „s pismom počinje telekomunikacija, komunikativna dosežnost onih koji su prostorno i vremenski odsutni“ (Luhmann, 2011, 226). Razvojem tehnologije, pojavom interneta i digitalnih alata brzina i dostupnost pisane riječi značajno se povećala, ali je i značajno promijenila oblik pisane komunikacije. Tomić i Jugo navode da „u pisane komunikacije na papiru ubrajamo pisma i memorandume, a u elektroničke pisane komunikacije ubrajamo e-

poštu, mrežne stranice, chat komunikacije i sl.“ (Tomić, Jugo, 2021, 69), što smo već istaknuli u našem radu objašnjavajući da je tehnološki napredak unaprijedio brzinu i dostupnost pisane komunikacije, ali je i donio nove izazove, pa i u komunikaciji u političkoj sferi. Naime, smanjena pažnja posvećena formalnosti i detaljnosti, kao i skraćeni formati pisane komunikacije (poput SMS poruka, chat komunikacije ili komunikacije na društvenim mrežama ili platformama poput platforme X), otvaraju mogućnost za pogrešno slanje, ali i tumačenje pisane komunikacije.

Škarić ističe kako je pismo umjetna memorija tj „pismo je izmišljeno da bi fiksiralo poruku“ (Škarić, 2000, 29). Baš zbog te tvrdnje pisano komuniciranje u svakodnevnom životu, bilo privatnom ili poslovnom, nemoguće je izbjeći. U suvremenom svijetu postoji tendencija smanjivanja pisanog komuniciranja na papiru prije svega zbog uštede vremena, smanjenja troška i ekološke osviještenosti. Ipak pisano komuniciranje zbog toga ne gubi na važnosti i uporabi premda papir zamjenjuju suvremeni oblici komuniciranja i elektronička komunikacija. Elektronička komunikacija zadržava glavnu prednost pisane komunikacije, tj. ostaje nam pisani trag za razliku od usmene komunikacije, a pri tom je dostupna i jednostavna za korištenje, omogućuje gotovo trenutnu razmjenu poruka s fizički udaljenim osobama, troškovi primjene su izrazito niski, lakši je tehnički pristup tj. forma pisma je unaprijed određena i univerzalna.

Pisana komunikacija predstavlja most između naše prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, a u svijetu koji se mijenja brže nego ikad prije i u kojemu tehnologija oblikuje sva područja našeg života, pisana komunikacija ostaje pouzdan način dijeljenja informacija, povezivanja ljudi i očuvanja znanja.

2.1.1.3 Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija predstavlja jedan od osnovnih oblika ljudske interakcije, koji često govori i više od riječi. Naime, nemoguće je komunicirati verbalno, a da istodobno ne odašiljemo i neverbalne poruke, dok neverbalno možemo komunicirati bez da izgovorimo i jednu jedinu riječ. „Neverbalna komunikacija jest sposobnost da se izražavanje ideja pojača uporabom govora tijela, pokreta, izraza lica (facijalne ekspresije) i tona glasa te uporabom slika (ikona) i simbola“ (Bahtijerević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008, 106), što je itekako vidljivo i u parlamentarnoj političkoj komunikaciji, a o čemu će više riječi biti u sljedećem teorijskom poglavlju, ali i kod interpretacije rezultata provedenog istraživanja.

Znanstvenici desetljećima proučavaju i istražuju odnos verbalne i neverbalne komunikacije tijekom ljudske interakcije. Svaka poslana poruka potpuno značenje i smisao dobiva tek kad se u obzir uzme izgovoreni sadržaj, ali i neverbalna komunikacija pošiljatelja. Još je Ekman 1965. godine detektirao sljedeći odnos verbalnog i neverbalnog u ljudskoj interakciji: „Ponavljanje, proturječje, dopunjavanje, zamjenjivanje, isticanje/ublažavanje i reguliranje“ (Knapp, Hall, 2010, 12). Knapp i Hall ističu kako „verbalni i neverbalni sustav funkcioniraju zajedno kao dio šireg komunikacijskog procesa“ te u djelu „Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji“ navode niz primjera gdje pokušaji njihova jasnog razlikovanja nisu bili osobito uspješni (Knapp, Hall, 2010, 11).

Škarić pak ističe kako se neverbalni znaci sprežu s govornima tako što: „1. ili podupiru ono što se govorom izriče (redundantni su), 2. ili dopunjuju govor (komplementarni su mu), 3. ili se suprotstavljaju onome što govor izriče (konfliktni su)“ (Škarić, 2000, 177), a Brajša pojašnjava kako osim što neverbalna komunikacija utječe na verbalno poslani sadržaj poruke ona ima i funkciju s obzirom na osobnu, odnosnu i utjecajnu razinu. „Na ličnoj razini neverbalnim porukama izražavamo svoja emocionalna stanja, namjere i očekivanja, ali i otvaramo sebe drugima. Na odnosnoj razini neverbalnim porukama izražavamo stavove prema izgovorenim sadržajima, određujemo uzajamne stavove prema izgovorenim sadržajima, određujemo uzajamne stavove i odnose, odražavamo i reguliramo strukture moći i socijalni poredak kao i naše opće duhovne stavove. Na utjecajnoj razini neverbalne poruke predstavljaju snažno sredstvo priopćavanja, kao i utjecaja naših poruka, stimuliraju ih ili koče komunikacijski feedback i dijalog“ (Brajša, 1993, 36).

Dok se verbalnom komunikacijom koristi samo čovjek, neverbalnom komunikacijom koriste se i životinje. Taj oblik komunikacije nazivamo protokomunikacija. Činjenica je kako je u davnoj prošlosti i ljudima to bio jedini način komunikacije. Leinert Novosel ističe kako je ovaj oblik nesvjesne komunikacije usađen u naše gene te ju nije moguće imitirati te tvrdi kako mi ne vladamo protokomunikacijskim porukama već one upravljaju nama (Leinert Novosel, 2012).Pozivajući se na ranija istraživanja, autorica pojašnjava da je „neverbalni dio komunikacije veoma često nesvjesne prirode i mi ga otkrivamo tek kad nas na nj netko upozori“ i dodaje kako „Birdwhistell smatra da se 65 % komunikacije odvija neverbalnim putem, a Mehrabian da na čiste riječi otpada samo 7% komunikacije.“ Leinert Novosel naglašava kako neverbalna komunikacija djeluje daleko jače i izravnije od izgovorenih riječi (Leinert Novosel, 2012, 69). Glavni razlog zbog kojeg je neverbalna komunikacija toliko važna je nemogućnost potpune kontrole neverbalnih znakova i neverbalne komunikacije, kao što Rijavec i Miljković i pišu: „Glavni razlog je taj što je to kroz ljudsku povijest dugo bio jedini način komunikacije.

Jezik je nastao kasnije, a u početku su ljudi komunicirali isključivo neverbalnim znakovima. Osim toga, dok su riječi pod našom svjesnom kontrolom neverbalni znakovi to nisu (osim ako ljudi nisu posebno uvježbani). Dakle, mi možemo nekom slagati riječima, jer možemo svjesno odabrati što ćemo mu reći. Ali postoji velika vjerojatnost da ćemo se nesvjesno odati nekom kretnjom ili izrazom lica“ (Rijavec, Miljković, 2002, 3).

Antolović i Sviličić ističu da „istraživanja pokazuju da neverbalna komunikacija privlači do 93 % pozornosti slušatelja. Stoga možemo zaključiti da taj oblik komunikacije presudno djeluje na ukupan komunikacijski proces i samu efikasnost komunikacije“ (Antolović, Sviličić, 2016, 17). Bez obzira na ranije iznesenu tvrdnju, neverbalna komunikacija često može biti uzrok mnogih nesporazuma i zato pri tumačenju neverbalnih znakova trebamo biti posebno oprezni. Rijavec i Miljković upozoravaju da „ni jedan znak nema neko određeno značenje sam po sebi, nego ga moramo promatrati u kontekstu ostalih znakova, ali i riječi koje osoba pritom izgovara“ (Rijavec, Miljković, 2002, 9). Autorice u istom djelu skreću pozornost i na druge karakteristike specifične za neverbalnu komunikaciju, koji nas mogu zbuniti u tumačenju, pa izdvajaju kako isti znak može imati različito značenje, ali i različiti neverbalni znakovi mogu imati isto značenje, a ista poruka može sadržavati suprotne verbalne i neverbalne znakove (Rijavec, Miljković, 2002).

Stolac i Vlastelić neverbalnu komunikaciju uspoređuju s pisanom komunikacijom, tj. s interpukcijskim znakovima u pisanoj komunikaciji. „Neverbalni znakovi, npr. mimika kao facijalna ekspresija ili geste kao pokretni dijelovi tijela, prenose poruke, namjere ili osjećaje, pa ih zapravo možemo usporediti s interpunkcijskim znakovima u pismu – oni su svojevrsna vizualizacija interpunkcije u govoru. Tako nam pogled na sugovornikove širom otvorene oči i pokret rukom može reći ono što nam uskličnik govori u pismu – afektivnost, emocionalnu uključenost i naglašavanje poruke. Ili, pak, očita stanka usred rečenice koja vizualizira trotočku. Svakako prenese stav govornika prema poruci, stav koji je time dodatno istaknut, dodatno podcrtan“ (Stolac, Vlastelić, 2021, 94). Suvremena tehnologija je promijenila način komuniciranja, ali neverbalna komunikacija nije izgubila na svojoj važnosti. Pisana komunikacija ograničava mogućnost neverbalnih znakova, ali danas u elektroničkoj pisanoj komunikaciji ili digitalnoj pisanoj komunikaciji, osim interpukcijskih znakova sve češće smo svjedoci uporabe emojia i gifova u prenošenju emocija ili tona poruke. S druge strane u digitalnoj interakciji, bilo da govorimo o video online sastancima, čak i kad nismo fizički prisutni facijalna ekspresija prenosi neverbalne poruke. Bahtijerević-Šiber, Sikavica i Pološki Vokić pojašnjavaju kako „facijalna ekspresija uključuje izraz lica i mimiku, kontakt očima i

druge znakove kojima ljudi izražavaju mišljenja, stavove i osjećaje, a da često toga nisu ni svjesni“ (Bahtijerević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008, 107).

Prije više od 50 godina Ekman je dokazao da su osnovni izrazi lica, tijekom doživljavanja emocija, urođeni, univerzalni i neovisni o kulturi u kojoj smo rođeni ili u kojoj živimo. Definirao je šest osnovnih emocija, a to su: sreća, tuga, sram, strah, ljutnja, iznenađenje i gađenje (Ekman, Friesen, 2003). Njegova podjela postala je podloga za sva buduća istraživanja neverbalnog ponašanja. Nesporno je kako kultura utječe na našu neverbalnu komunikaciju. U prilog tome govori i činjenica kako se u današnjem globaliziranom svijetu sve češće susrećemo s pojmom interkulturne kompetencije koja podrazumijeva poznavanje kako verbalne tako i neverbalne komunikacije. Piršl napominje: „Biti interkulturalno kompetentna osoba znači ne samo efikasno se služiti stečenim znanjem (akademskim, profesionalnim, iskustvenim, životnim), sposobnostima, vještinama, vrijednostima i željama za poboljšanjem shvaćanja i poštovanja kulturnih različitosti i sličnosti, već i aktivno i odgovorno sudjelovanje u izgradnji ključnih promjena koje se događaju tijekom interkulturalne komunikacije tj. interakcije u određenoj situaciji i/li sredini i tako doprinijeti smanjivanju napetosti, nerazumijevanja, sukoba, a jačanju solidarnosti i spremnosti na društvenu akciju. Činjenica je da je usvajanje interkulturalne kompetencije dugotrajan, cjeloživotni razvojni i dinamični proces u kojem se pojedinac konstantno osobno nadograđuje“ (Piršl, 2014, 211)[6].

Neverbalna komunikacija ima značajnu, ako ne i ključnu ulogu, pri uspješnom komuniciranju. Razumijevanje neverbalnih znakova, njihova pravilna uporaba i oprezno tumačenje poboljšat će naše komunikacijske vještine, otklonit će potencijalne nesporazume i unaprijedit će naše odnose s drugim ljudima.

2.1.2 Razine komunikacije

Kako postoje različiti termini i nazivi za oblike komunikacije tako oni postoje i za razine komunikacije, a znanstvenici oblike i razine komuniciranja često i poistovjećuju. Kao što smo već ranije spomenuli u ovome radu, prema Tomiću i Jugi postoje četiri razine komunikacije: „intrapersonalna komunikacija, interpersonalna komunikacija, grupna komunikacija i masovna komunikacija“ (Tomić, Jugo, 2021, 70).

[6] https://hrcak.srce.hr/file/256779, datum pristupa: 10. 10. 2023.

Uzmemo li kao kriterij podjele broj sudionika uključen u proces komuniciranja, kao i vrijeme i način potreban za povratnu informaciju, ova podjela se čini logična. U nastavku disertacije ćemo kratko pojasniti što podrazumijeva svaka od ranije navedenih razina, a te teorijske spoznaje koristit će nam u istraživačkom dijelu rada i interepretaciji rezultata našeg istraživanja.

2.1.2.1. Intrapersonalna komunikacija

Dok dio znanstvenika smatra kako je za komunikaciju potrebno sudjelovanje najmanje dvije osobe, drugi dio znanstvenika tvrdi kako je komunikacija moguća i kad u komunikacijskom procesu sudjeluje samo jedna osoba, tj. „osoba/subjekt istovremeno je i pošiljatelj i primatelj/recepijent informacije/poruke“ (Tomić, Jugo, 2021, 70). Samokomunikacija ili razgovor nas samih sa sobom nazivamo intrapersonalna komunikacija. Ona je dio našeg svakodnevnog života jer intrapersonalno komuniciramo kad držimo monolog, razmišljamo, molimo se, analiziramo vlastite osjećaje ili situacije u kojima smo se našli ili ćemo se tek naći, pravimo plan aktivnosti, procjenjujemo mogućnosti prije donošenja odluka, razgovaramo sami sa sobom i sl. Najčešće kažemo kako intrapersonalna komunikacija prethodi interpersonalnoj ili drugim oblicima komunikacije, jer je čovjek komunikativno, ali i misaono biće. Misao i unutarnja komunikacija se događa pomoću riječi i upravo te riječi i taj oblik komunikacije postoji u čovjeku prije nego bude izgovoren (Tomić, Jugo, 2021, 70).

Na prvi pogled nam se čini kako intrapersonalna komunikacija ne sadrži osnovne komponente komunikacijskog procesa te kako u ovom obliku komunikacije izostaje veza ili odnos među ljudima. Iako ovo može biti valjan argument autorima koji tvrde kako intrapersonalna komunikacija nije oblik komunikacije, autori koji tvrde suprotno naglašavaju važnost komunikacije i odnosa sa samim sobom za psihičko i fizičko zdravlje svakog pojedinca (Kunczik, Zipfel, 2006; Reimann, 1968). U današnjem vremenu povećanih psihičkih smetnji i mentalnih oboljenja, ubrzanog tempa života i stresa kojem smo izloženi, ovaj oblik komunikacije zadobiva sve više pažnje. Intrapersonalnom komunikacijom ili razgovorom sa samim sobom razvijamo samosvijest te bolje upoznajemo sami sebe, svoje reakcije i svoje ponašanje. Također, pri svakom izboru promišljanje i analiziranje potencijalnih posljedica pomaže nam donijeti ispravniju odluku, ali i samo zadovoljstvo donesenom odlukom uvijek je veće ako smo o njoj dobro promislili. Unutarnji dijalog omogućuje nam da analiziramo svoje emocije, lakše se nosimo s teškim situacijama, ublažimo stres i održavamo emocionalnu stabilnost. Također intrapersonalna komunikacija važna nam je za razvoj kako vlastitog

mišljenja tako i kritičkog mišljenja, koje je u današnjem svijetu važno svakom pojedincu, a posebno političarima. Buchberger pojašnjava „kritički misli onaj koji ima stav o nečemu, a formirao ga je tako što misli svojom glavom. Kritičko mišljenje znatno je složeniji koncept od procesa samostalnog formiranja vjerovanja, uključuje mnoge misaone procese koji prethode procesu formiranja (vlastitog) stava. Kritičko mišljenje uključuje, kao početnu poziciju, radoznalost, otvorenost i postavljanje pitanja o onome što se tvrdi. Uključuje preispitivanje, analizu i vrednovanje onoga što se tvrdi i na temelju čega se tvrdi. Uključuje istraživanje pouzdanih izvora informacija pa izdvajanje bitnih i točnih informacija o onome što se tvrdi. Nadalje, uključuje usporedbu onoga što se tvrdi s drugim i/ili suprotnim tvrdnjama te uključuje zamišljanje različitih situacija iz različitih perspektiva. Rezultat je tog složenog procesa zauzimanje stava, ali kroz tri moguća oblika: (a) oblikovanje vlastita stava; (b) razložno zauzimanje tuđeg stava, stava onoga drugoga ili (c) suzdržavanje od stava i zadržavanje skepse“ (Buchberger, 2012, 16).

Previše kritičan stav pojedinca o samom sebi sigurno je jedna od negativnih strana intrapersonalne komunikacije. Takva negativna intrapersonalna komunikacija utječe na samopoštovanje svakog čovjeka. Jelić tvrdi da „samopoštovanje definiramo kao rezultat formiranoga pojma o sebi, odnosno kao vrednovanje ili evaluaciju sebe“ (Jelić, 2012, 444)[7]. Nisko samopoštovanje vodi prema nesigurnosti, aneksioznosti, narušava naše emocionalno zdravlje i u konačnici utječe na odnose s drugima. Spehnjak i Plenković pojašnjavaju da je „intrapersonalna komunikacija kao refleksija o sebi samome temelj rasuđivanja u nastalim okolnostima te se ne smije podcjenjivati. Iako se radi o misaonim procesima koji su prikriveni, implicitni i ne mogu se neposredno opažati, oni bitno utječu na svjesno rješavanje problema, osmišljavanje djelovanja, rada, života, pozitivnih promjena. Iako se izvanjski ne čini da utječe na socijalnu aktivnost, ona predstavlja njeno središte iz kojeg se crpe temeljni principi daljnjeg ostvarivanja komunikacije. Uzroci mnogih konfliktnih komunikacijskih situacija su upravo na intrapersonalnom području. Središte intrapersonalnog aspekta je područje duhovne dimenzije čovjeka. To središte može biti nedovoljno razvijeno, pa tada možemo govoriti o nedostatku cjelovitosti koja se manifestira kroz negativan govor, manjak interakcije s drugima i slično“ (Spehnjak, Plenković, 2015, 152)[8]. Dok Šorđan pojašnjava da je „model duhovnog svijeta komuniciranja mogući put koji od razumijevanja vodi ka spo/razumijevanju“ (Šorđan, 2009,109)[9], Spehnjak i Plenković tvrde da je „čovjek cjelina tjelesne, psihičke i duhovne

[7] https://hrcak.srce.hr/file/125916, datum pristupa: 11. 10. 2023.
[8] https://hrcak.srce.hr/file/219378, datum pristupa: 11. 10. 2023.
[9] https://hrcak.srce.hr/file/63881, datum pristupa: 11. 10. 2023.

strukture koje se međusobno isprepliću, te je nužno da su sve te strukture u međusobnom skladu“ (Spehnjak, Plenković, 2015, 150)[10].

Kroz pažljivo promišljanje i rad na sebi, razvijanjem svjesnog i pozitivnog unutarnjeg dijaloga intrapersonalna komunikacija može nam poslužiti kao glavni alat za osobni rast i razvoj, a to nas čini boljim komunikatorom u svakodnevnom, ali i javnom i političkom prostoru.

2.1.2.2. Interpersonalna komunikacija

Interpersonalna komunikacija odnosi se na interakciju dvoje i više ljudi. Antolović i Sviličić pojašnjavaju da je riječ o onom obliku„komuniciranja gdje je osoba izvor poruke koju prenosi drugoj osobi (Antolović, Sviličić, 2016, 14), dok Brajša ističe da je „interpersonalna komunikacija namjerno ili nenamjerno, svjesno ili nesvjesno, planirano ili neplanirano slanje, primanje i djelovanje poruka unutar neposrednih licem u lice odnosa među ljudima“ (Brajša, 1993, 23).

Reardon izdvaja sedam ključnih značajki koje interpersonalnu komunikaciju razdvajaju od ostalih oblika komuniciranja te piše da „interpersonalna komunikacija uključuje verbalno, ali i neverbalno ponašanje; spontano, uvježbano i planirano ponašanje, ili neku njihovu kombinaciju; Interpersonalna komunikacija nije statična nego razvojna; uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i suvislost ili koherentnost; odvija se u skladu s nekim unutarnjim i vanjskim pravilima“ a isto tako da je „interpersonalna je komunikacija aktivnost“ i da „može uključivati uvjeravanje ili persuaziju“ (Reardon, 1998, 20).

Svi svakodnevno sudjelujemo u interpersonalnoj komunikaciji i ona je neizostavan dio našeg života. Znanstvenici naglašavaju važnost interpersonalne komunikacije kako za osobne odnose, tako i profesionalne, ali i društvo u cjelini, pri čemu mi ističemo važnost političke komunikacije kojom se pobliže bavimo u našem radu. Naime,-preko interpersonalne komunikacije stvaramo i održavamo odnose, bilo da govorimo o obiteljskim, prijateljskim, partnerskim ili bilo kojim drugim oblicima privatnih i profesionalnih odnosa. Interpersonalna komunikacija prenosi informacije sadržaja i informacije odnosa. Tomić i Jugo pojašnjavaju da je „informacija sadržaja stvarno značenje riječi koje izgovarate. Informacija odnosa sadrži signale koji pokazuju kako svaki od vas promatra vaš odnos“ (Tomić, Jugo, 2021, 124).

[10] https://hrcak.srce.hr/file/219378, datum pristupa: 11. 10. 2023.

Interpersonalna komunikacija osim na odnose utječe i na naše fizičko zdravlje i to od najranijeg djetinjstva. Pozivajući se na Bowlbya i Spitza, koji su klinički dokazali važnost interpersonalne komunikacije za psihički i fizički razvoj te preživljavanje djeteta, Brajša ističe da upravo interpersonalna komunikacija u najranijoj dobi djeteta utječe na njegov psihofizički razvoj (Brajša, 1993). Brajša objašnjava vezu interpersonalne komunikacije i razvoja naše ličnosti i identiteta, kao i utjecaj interpersonalne komunikacije na mozak čovjeka navodeći kako „o intenzitetu i kvaliteti interpersonalne komunikacije ovisi aktiviranje modula, a to znači i razvijanje i funkcioniranje našeg mozga“ (Brajša, 1994, 15).

Tatković, Diković i Tatković navode da su „preduvjeti uspješne komunikacije: samopoštovanje i slika o sebi, otvorenost, ljubaznost i toplina, izbjegavanje stereotipa i predrasuda“ (Tatković, Diković, Tatković, 2016, 11). Zapravo, uspješna interpersonalna komunikacija zahtjeva posjedovanje komunikacijskih vještina, jer i taj oblik komuniciranja podrazumijeva postojanje barijera i prepreka. Ako govorimo o psihološkim barijerama možemo istaknuti bilo koji oblik straha, anksioznosti ili stresa te bilo koji oblik predrasuda koje mogu ometati proces komunikacije. Sudionici komunikacijskog procesa također zaboravljaju važnost slušanja, a loši slušatelji, često i nesvjesno dovode do frustracija i uzrokuju prekid komunikacije. U današnjem globaliziranom svijetu jezične i kulturne razlike česte su barijere interpersonalne komunikacije. Nesporazume među sugovornicima mogu izazvati nedovoljno poznavanje jezika i terminologije te kulturološki standardi. Zato moramo uvijek imati na umu kako ono što je prihvatljivo u jednoj kulturi može biti nepristojno, nerazumljivo ili čak i uvredljivo u drugoj. U prošlosti su fizičke barijere bile glavna prepreka interpersonalne komunikacije jer nije postojala mogućnost komunikacije između udaljenih sugovornika. Razvojem komunikacijske tehnologije, bitno su izmijenjene mogućnosti komuniciranja, pa je ova barijera dijelom uklonjena. Naime, danas je moguće putem primjerice video poziva ostvariti slanje, primanje i djelovanje poruka licem u lice između fizički udaljenih pošiljatelja i primatelja poruke. Tomić i Jugo pojašnjavaju da „iako se interpersonalna komunikacija tradicionalno zamišlja kao proces koji se događa između ljudi koji se susreću licem u lice, socijalna se interakcija sve više ostvaruje uporabom takvih komunikacijskih tehnologija kao što su računala i mobilni telefoni, dodajući na taj način novu dimenziju ovom području komunikacijskog istraživanja“ (Tomić, Jugo, 2021, 121).

Neuspješna komunikacija uvijek rezultira nesporazumom ili čak i konfliktom, što često primjećujemo i u političkoj komunikaciji i u parlamentu, ali se ona ipak dogodila, na što nas upozorava već spomenuta Reardon. No, upravo je interpersonalna komunikacija najvažniji oblik komunikacije kojim rješavamo konflikte, jer bilo kakve nesuglasice najčešće rješavamo

razgovorom, tj. otvorenim dijalogom, aktivnim slušanjem i brzom povratnom informacijom, koja sugovornicima nudi najbrži način za rješavanje nesuglasica i eventualno pronalaženje kompromisnog rješenja.

2.1.2.3. Grupna komunikacija

Samim rođenjem čovjek postaje pripadnik nekog oblika grupe. Također, kroz život namjerno ili nenamjerno, svjesno ili nesvjesno, pripadamo i drugim grupama. Tako rođenjem postajemo članom obiteljske zajednice, polaskom u školu postajemo članom razredne i školske grupe, prema vjeroispovijesti postajemo npr. član župne i crkvene zajednice, izborom hobija i različitih aktivnosti postajemo član tih grupa, a primorani smo živjeti u nekoj društveno-političkoj zajednici te smo samim tim i članovi te zajednice. Tomić i Jugo s obzirom na tipove grupe dijele na običajne, institucionalne i društvene te pojašnjavaju kako običajnim skupinama pripadamo rođenjem, a ne uključivanjem u njih (to su npr. obitelj ili etnička skupina), dok institucionalnim i društvenim skupinama pripadamo uključivanjem (npr. vojska i birokracija). Autori tvrde kako se društvene skupine osnivaju radi ostvarenja nekog ljudima specifičnog i zajedničkog cilja (Tomić, Jugo, 2021).

Pod grupnom komunikacijom podrazumijevamo komunikaciju koja uključuje najmanje tri ili više osoba. Čerepinko tvrdi kako članovi grupe slijede pravila grupe, njeguju sličan način ponašanja te znaju svoje mjesto u grupi, tj. znaju svoju ulogu te uloge unutar grupe dijeli na: uloge okrenute zadacima, uloge okrenute odnosima i individualne uloge (Čerepinko, 2012, 92). Tomić i Jugo pojašnjavaju da se „grupna komunikacija odvija unutar jedne, dviju ili više skupina (Tomić, Jugo, 2021, 71). S obzirom na broj sudionika, grupe mogu biti veće ili manje, formalnog i neformalnog karaktera, što sve utječe na složenost grupne komunikacije. Grupne komunikacije nezaobilazan su dio poslovnih komunikacija pa im kao takvima znanstvenici danas i posvećuju najviše pozornosti. Buble u djelu „Osnove menadžmenta“ razlikuje formalne i neformalne puteve komunikacije unutar grupe, pa pojašnjava kako formalne puteve komunikacije karakterizira standardizacija i ujednačeno komuniciranje, dok su neformalni putevi popratna pojava formalnih komunikacija. Ako formalni putevi komuniciranja nisu formalno propisani tada ih po inerciji smatramo neformalnim putevima komuniciranja, o čemu ćemo voditi računa i u istraživačkom dijelu našega rada.

Buble tvrdi da „komunikacijska mreža čini mrežu po kojoj komuniciraju članovi grupe. Obično se razlikuju pet tipova komunikacijskih mreža“ i to su: „zvijezdana struktura, Y – struktura,

lančana struktura, kružna struktura i puna struktura“ (Buble, 2006, 377), dok se neformalna komunikaciju unutar grupe dijeli na: „ jednostruki lanac, tračerski lanac, nasumični lanac i grozdatski lanac (Buble, 2006, 378).

Svjesno ili nesvjesno, unutar svake grupe, bilo poslovne ili privatne članovi preuzimaju neke uloge. Uspješna komunikacija unutar grupe ovisi o tome koliko dobro članovi prepoznaju i prihvaćaju svoje uloge, a to vrijedi i u političkoj komunikaciji. S druge strane o grupnoj komunikaciji ovisi i koliko je svaki član zadovoljan pripadnošću grupi. Grupna komunikacija, uz pravilno vođenje, svakom pojedincu i grupi može donijeti značajnu korist te ima važnu ulogu za razvoj, održavanje i širenje samih grupa, odnosno sustava.

2.1.2.4. Masovna komunikacija

Masovna komunikacija podrazumijeva proces prenošenja informacija velikom broju ljudi preko medija kao što su novine, radio, televizija, a danas internet i drugi oblici digitalnog komuniciranja – posebno društvene mreže – kojima se ljudi danas informiraju i o politici i parlamentarnom djelovanju. Feldmann tvrdi da „pod masovnim komuniciranjem danas podrazumijevamo posredovanje informativnih, regulativnih i stimulativnih poruka do anonimnog mnoštva ljudi koji nemaju dubljih međusobnih veza, niti izravan odnos s komunikatorom“ (Feldmann, 1972, 97). Upravo doseg do velikog broja ljudi, bez obzira na fizičku udaljenost, masovnu komunikaciju čini važnim sredstvom u oblikovanju mišljenja svakog pojedinca, javnog mnijenja i društva u cjelini. McQuail tvrdi da se „masovno komuniciranje može smatrati i društvenim i kulturnim fenomenom“ (McQuail, 2010, 80), dok Bauer pojašnjava kako su „mediji mjesta društvene razmjene (Bauer, 2007, 180).

Tehnologija, internet i novi komunikacijski alati u potpunosti su promijenili i ulogu publike u procesu masovne komunikacije. Naime, ranije je publika imala samo ulogu primatelja informacije, bez mogućnosti neposrednog uzvraćanja poruke dok danas masovna komunikacija omogućuje primatelju da bude aktivan sudionik pa i kreator masovne komunikacije. McQuail kao glavna teorijska obilježja masovne publike izdvaja: veliki broj čitatelja, gledatelja itd., široko rasprostranjena publika, neinteraktivan i anoniman međusobni odnos, heterogeni sastav, nije organizirana niti djeluje samostalno te je objekt menadžmenta ili manipulacije medija (McQuail, 2010, 59).

Uloga masovne komunikacije u današnjem društvu višestruka je i značajna. Kunczik i Zipfel pojašnjavaju „u literaturi često možemo naći mnogo normativnih popisa funkcija masovne

komunikacije. Kao društvene funkcije najčešće se navode: „funkcija informiranja, stvaranje javnosti, funkcija artikulacije, funkcija posredovanja, funkcija kompenzacije, redukcija kompleksnosti, funkcija tematiziranja/selekcije/strukturiranja, funkcija kritike i kontrole, funkcija socijalizacije, funkcija obrazovanja i odgoja, funkcija integracije, funkcija rekreacije odnosno zabave i poticaji gospodarstvu reklamama“ (Kunczik, Zipfel, 2006, 38).

Plenković tvrdi da „mediji, dakako, u našim glavama stvaraju sliku svijeta“ (Plenković, 2014, 125), dok s druge strane Ilišin, Marinović Bobinac i Radin pojašnjavaju kako mediji ipak nisu svemoćni i ne mogu u potpunosti utjecati na svakog pojedinca „Pritom osobita teškoća ne proizlazi toliko iz činjenice što je područje masovnih komunikacija poligon čestih i značajnih mijena, koliko iz saznanja da odnos publike spram medija nije uvjetovan samo značajkama medija i danoga društva, nego i specifičnim obilježjima svake ljudske jedinke utopljene u masovnom auditoriju“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 7).

Masovna komunikacija omogućuje brz i efikasan protok informacija širom svijeta, a razvojem tehnologije, sve češće čujemo kako svijet postaje globalno selo. Samo ta činjenica svjedoči o moći koji mediji i masovna komunikacija imaju u suvremenom svijetu. Baš zbog toga posebnu pozornost dužni smo posvetiti izazovima masovne komunikacije u digitalnom dobu i na političkom području. Naime, dezinformacije i lažne vijesti postale su danas posebno aktualna tema komunikacijskih znanosti. Lažne vijesti i dezinformacije oduvijek su bile oko nas, samo su umjetna inteligencija i društvene mreže dodatno pospješili njihovo nastajanje i širenje. Tako Ciboci Perša, Kanižaj i Labaš tvrde kako je naziv dezinformacija i lažna vijest sam po sebi već obmanjujući jer takav tekst nije ni vijest ni informacija. Autori nam nude naziv informacijski poremećaj te pojašnjavaju kako takav sadržaj može biti „izmišljeni sadržaj - u potpunosti netočan sadržaj, kreiran da zavara i nanese štetu; lažna povezanost / mamilice - kada naslovi, vizualni elementi ili opisi ne odgovaraju samom sadržaju; sadržaji s lažnim imenom - preuzimanje identiteta legitimnih izvora; manipulirajući sadržaj - manipuliranje informacijama i vizualnim elementima s ciljem zavaravanja; zavaravajući sadržaj - zavaravajuće korištenje informacija s ciljem prikazivanja problema ili pojedinca na određeni način (tzv. uokviravanje); lažni kontekst - dijeljenje točnog sadržaja unutar lažnog konteksta; satira ili parodija nema namjeru uzrokovati štetu, ali ima potencijal zavarati; sadržaji s lažnim imenom- preuzimanje identiteta legitimnih izvora“ (Ciboci Perša, Kanižaj i Labaš, 2024, 8).

2.1.3. Ciljevi komunikacije

Valja još jednom istaknuti da je osnovni cilj svake komunikacije prenijeti poruku pošiljatelja primatelju. Pojednostavljeno možemo zaključiti kako je cilj svake, pa i političke komunikacije, postići razumijevanje. Mogli bismo reći da ciljevi komunikacije proizlaze iz motivacije, potrebe i konteksta komunikacije. Motivacija i zadovoljavanje potreba pokreće svako ljudsko ponašanje, pa i komunikaciju (Jakšić, 2003)[11]. Abraham Maslow ponudio je teoriju motivacije prema kojoj ljude motivira zadovoljenje različitih potreba. Potrebe je klasificirao prema hijerarhiji i to u 5 razina, a slikovito ih je prikazao pomoću piramide. Prema istoj teoriji ljude motivira zadovoljenje potreba s dna hijerarhije, a kad zadovolje određeni skup potreba, motivira ih zadovoljenje potreba sljedeće razine. Nastavno na raniju teoriju i Maslowljevu hijerarhiju potreba jasno nam je kako su osnovne potrebe univerzalne ali kako se one na višim razinama mogu razlikovati od pojedinca do pojedinca te od kulture do kulture. Također možemo zaključiti kako pojedince često motivira potreba s više razine, a da pri tome nisu zadovoljili potrebe niže razine. Ipak, svima nam je jasno da moramo komunicirati kako zadovoljili bilo koju od ranijih potreba, bez obzira na razinu. Rijavec i Miljković motivaciju definiraju drugačije, pa tvrde kako su to zapravo „procesi unutar osobe koji utječu na razinu, smjer i trajanje napora uloženog na poslu“ (Rijavec, Miljković, 2007, 56). Autorice osim Maslowljeve hijerarhije potreba izdvajaju i Erg teoriju, McCllellandovu teoriju naučenih potreba i Herzbergovu dvofaktorsku teoriju. Dalje pojašnjavaju kako prema Erg teoriji postoje „tri razine potreba: 1. egzistencijalne potrebe; 2. potrebe za bliskim odnosima s drugim ljudima; 3. potrebe za osobnim rastom i razvojem“ (Rijavec, Miljković, 2007, 59). McCllellandova teorija usmjerena je na tri temeljne potrebe i to: „1. potreba za postignućem; 2. potreba za društvom; 3. potreba za moći“ (Rijavec, Miljković, 2007, 60). Herzbergova dvofaktorska teorija traži od pojedinaca da detaljno opišu kad se osjećaju iznimno dobro, a kad iznimno loše. „Faktore koji pridonose zadovoljstvu nazvao je motivacijskim faktorima, a one koji dovode do nezadovoljstva higijenskim faktorima“ (Rijavec, Miljković, 2007, 61). Jasno nam je, bez obzira o kojoj teoriji motivacije govorili, kako su ljudi motivirani da ostvare svoje potrebe i ciljeve, a kako ni jedna od ranije navedenih potreba ne može biti zadovoljena ili cilj ostvaren potpunim izostankom komunikacije.

Svaka je komunikacija usmjerena nekom učinku, a da bi postigli željene rezultate Michael J. Rouse i Sandra Rouse po uzoru na strateški menadžment predlažu i strateški pristup

[11] https://hrcak.srce.hr/file/168425, datum pristupa: 12. 10. 2023.

komunikaciji, koji je opet primjenjiv na svaki oblik komunikacije. Oni naglašavaju kako prvi korak komunikacijske strategije uvijek mora biti oblikovanje jasnih ciljeva za ono što se želi postići komunikacijom pri tom razlikujući općenite i specifične ciljeve te pojašnjavaju: „Općeniti ciljevi su razlozi zbog kojih ste se odlučili komunicirati, a „specifični ciljevi preciznije određuju vaš općeniti cilj“ (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 90) .

Komunikacijske ciljeve razlikujemo i prema razini komunikacije, odnosno prema broju sudionika uključenih u komunikaciju. Primjerice ako govorimo o intrapersonalnoj komunikaciji ili komunikaciji samih sa sobom cilj nam može biti molitva, samomotivacija ili samo promišljanje. Ciljevi interpersonalne, grupne ili masovne komunikacije mogu biti, ovisno o motivu i samom kontekstu komunikacije, prijenos informacija, izgradnja odnosa, utjecanje na drugog ili uvjeravanje, edukacija, zabava i dr. Prema Tomiću i Jugi u interpersonalnoj komunikaciji općenito postoje tri glavna cilja i to: „1. razvijanje interpersonalnih odnosa, 2. postizanje suglasnosti i 3. postizanje razumijevanja“ (Tomić, Jugo, 2021, 62).

2.1.4. Funkcije komunikacije

Komunikacija nije važna samo za razvoj čovjeka već je važna za razvoj, održavanje i preživljavanje osnovnih ljudskih interpersonalnih sustava, odnosno zajednica. Bilo da govorimo o obiteljskoj, školskoj ili društvenoj zajednici, kvaliteta života svakog pojedinca u toj zajednici ovisi o kvaliteti međusobne komunikacije.

Brajša, pozivajući se na istraživanje provedeno 1991. godine navodi kako komunikacija ima četiri osnovne funkcije. Prva funkcija je očuvanje zajedništva, tj. održavanje zajednice koja nam treba i bez koje ne možemo. Druga funkcija je očuvanje integriteta ličnosti, to jest osobnosti svakog pojedinog člana te zajednice. Treća funkcija je održavanje suradnje u zajednici, a četvrta funkcija je omogućavanje sporazumijevanja (Brajša, 1993, 18). Teri Kwal Gamble i Michael Gamble pojašnjavaju kako svako komunikacijsko iskustvo služi jednoj ili više funkcija. Oni nude podjelu prema kojoj je prva od četiri funkcije komunikacije „razumijevanje i uvid“ te pod njom podrazumijevaju razumijevanje sebe i drugih te uvid u sebe i druge. Autori naglašavaju kako kroz učinkovitu komunikaciju zadovoljavamo naše osnovne fizičke i društvene potrebe, a potrebu za interakcijom s drugim ljudima nazivaju „značajni odnosi“. Autori, slažući se sa psiholozima, pojašnjavaju da trebamo druge ljude kao što trebamo hranu, vodu i krov nad glavom. Treću funkciju komunikacije Gamble i Gamble nazivaju „utjecaj i uvjeravanje“ podsjećajući kako provodimo mnogo vremena pokušavajući uvjeriti

jedni druge ili utjecati na druge kako bismo ostvarili vlastite ciljeve. Pod četvrtom funkcijom komunikacije autori ističu „karijerni razvoj“, pojašnjavajući pozitivnu vezu između sposobnosti komuniciranja i karijernog uspjeha (Gamble, Gamble, 2006, 15-16). Bahtijerević-Šiber, Sikavica i Pološki Vokić tvrde kako komunikacije imaju informacijsku, motivacijsku, koordinacijsku i kontrolnu funkciju te funkciju uvjeravanja, edukativnu funkciju i emocionalnu funkciju (Bahtijerević-Šiber, Sikavica, Pološki Vokić, 2008).

Bez obzira na samu podjelu, znanstvenici su suglasni oko činjenice kako funkcije komunikacije obuhvaćaju svako područje ljudskog života. Funkcije komunikacije pridonose tome da na komunikaciju ne gledamo samo kao na tehnički proces razmjene informacija već ju prihvaćamo kao ključan i nužan alat za postizanje osobnog uspjeha, ali i održavanje ljudske zajednice.

2.1.5. Kontekst komunikacije

Iz vlastitog iskustva-možemo zaključiti kako se naša privatna komunikacija bitno razlikuje od one poslovne. Svjesni smo da unutar naše poslovne komunikacije koristimo različite komunikacijske obrasce, što ovisi o okolnostima, to jest o tome komuniciramo li s nadređenim, podređenim ili kolegama, komuniciramo li formalno ili neformalno. Isto tako i naša privatna komunikacija nije uvijek ista. Različito komuniciramo kao kupac u trgovini, kao pacijent u bolnici ili unutar vlastitog doma. Čak i unutar vlastitog doma, različito komuniciramo s djecom, bračnim partnerom ili roditeljima. Uzmemo li za primjer vlastito dijete naša komunikacija s njim se opet bitno razlikuje ako komuniciramo unutar četiri zida, na javnoj površini ili primjerice u njegovoj školi. Zato i govorimo o kontekstu komunikacije kao važnom čimbeniku komunikacijskog procesa. Kontekst komunikacije su zapravo okolnosti i okruženje u kojima komuniciramo i uloge koje pri tom preuzimamo. Tomić i Jugo navode kako se kontekst usredotočuje upravo na dvije važne varijable: „uloge i pravila“ (Tomić, Jugo, 2022, 64) te pojašnjavaju da „naglašavanje konteksta koristi naglašavanju činjenice da ono što komuniciramo i kako komuniciramo s drugima ovisi o našim ulogama u danoj interakciji i pravilima koja su u svezi s tim ulogama“ (Tomić, Jugo, 2022, 65), što vrijedi i za političku komunikaciju koja se vodi u specifičnom kontekstu. Bili mi svjesni ili nesvjesni, svi u komunikaciji preuzimamo uloge. Prema Leinert Novosel „uloga se definira kao pozicija u odnosu na drugog“ (Leinert Novosel, 2012, 46). Autorica pojašnjava kako komunikacija s obzirom na preuzete uloge može biti sukladna ili nesukladna, simetrična ili asimetrična, a

razvija se u različitim dimenzijama i pravcima kao što su vertikalna, horizontalna i radna dimenzija (Leinert Novosel, 2012).

Brajša tvrdi kako je ponašanje čovjeka jednim dijelom naslijeđeno i ovisi o genskom programu kojeg dobivamo začećem unutar biološke maternice, ali je većim dijelom usvojeno, naučeno i stečeno, tj. ovisi o singenetskom programu kojeg dobivamo unutar socijalne maternice. Singenetsku maternicu u tijeku ranog djetinjstva predstavlja obitelj, kasnije škola te druge interpersonalne sredine kojima pripadamo (Brajša, 1993, 4). Navike i obrasci ponašanja u kojima smo socijalizirani su zapravo pravila o kojima govore Tomić i Jugo.

Pišući o kontekstu komunikacije Tomić i Jugo poseban naglasak stavljaju na kulturu te tvrde da je „kultura najveći i često najvažniji aspekt konteksta“ (Tomić, Jugo, 2022, 65). Michael J. Rouse i Sandra Rouse pojašnjavaju da je „kultura određena konfiguracija ponašanja, norma, stavova, vrijednosti, uvjerenja i temeljnih pretpostavki koje se razlikuju od društva do društva“ (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 73). Prema istim autorima kulturu dijelimo na dvije kategorije: prvu kategoriju čine zajednički, emotivno nabijeni sustavi vrijednosti, uvjerenja i temeljnih pretpostavki, a drugu kategoriju čine kulturni običaji što su zapravo ponašanje i materijalni predmeti koje opažamo i pomoću kojih se pripadnici kulture međusobno izražavaju, potvrđuju i komuniciraju bit kulture. Prema njima kulturu čine četiri obilježja: ona je naučena, zajednička, ona je sustav čiji su oblici međusobno ovisni i ona je prilagodljiva. Michael J. Rouse i Sandra Rouse tvrde kako je zapravo kultura kontekst u kojem treba proučavati komunikaciju te kako je ona fenomen koji se mijenja čim prijeđemo nacionalne, regionalne, organizacijske i druge granice. Također ističu kako kultura nije racionalan i objektivan sustav vjerovanja, izgleda drugačije ovisno o tome tko ju promatra, kada i iz kojeg smjera te ju je zbog toga teško u potpunosti shvatiti, ali je zbog toga i otpornija na promjene od racionalnih uvjerenja. Kultura usmjerava ljudsko ponašanje i ljudi uglavnom duboko vjeruju u vlastitu kulturu. Autori napominju kako društva nisu uvijek homogena te moramo biti svjesni moguće pripadnosti našeg sugovornika i drugim skupinama, odnosno subkulturi, tj. vrijednostima i uvjerenjima koji se razlikuju od sustava dominantne kulture (Rouse J. M., Rouse S., 2005). A da je kultura najvažniji kontekst komunikacije slaže se većina znanstvenika koji se bave komunikacijom. Tako Samovar, Porter i McDaniel pojašnjavaju da „kultura ima važnu ulogu u tome kako ljudi percipiraju stvarnost i komuniciraju tu stvarnost“ (Samovar, Porter, McDaniel, 2013, 31) te napominju kako osim kulture postoji cijeli niz varijabli koje utječu na kontekst komunikacije. Oni izdvajaju mjesto, prigodu, vrijeme i broj osoba. Primjećuju kako je utjecaj vremena na komunikaciju vrlo istančan, a često se zanemaruje, pa upozoravaju da se „svaki komunikacijski događaj odvija u vremensko – prostornom kontinuumu, a količina vremena koju imate na

raspolaganju, bilo da je riječ o neformalnom razgovoru ili službenom govoru, utječe na taj događaj“ (Samovar, Porter, McDaniel, 2013, 14).

Možemo zaključiti kako je puno veća mogućnost da se nesporazumi dogode ako sugovornici dolaze iz različitih kultura, to jest različitih konteksta. Zato je za svakog sudionika takve komunikacije važno osvijestiti činjenicu kako je za uspješnu komunikaciju ključno poznavanje i razumijevanje kulture sugovornika te osjetljivost na kontekst koji se razlikuje od našega. Kako bi svoje komunikacijsko ponašanje znali prilagoditi pojedinoj situaciji i kako bi na komunikaciju drugih znali adekvatno odgovoriti važno je učiti o drugim kulturama, poznavati i prepoznavati kontekst komunikacije te izbjegavati stereotipe, pa i kada je riječ o političkoj komunikaciji kojom se bavi naš rad.

Naime, sami smo svakodnevno svjedoci kako se nesporazumi događaju između sudionika koji su pripadnici iste kulture, pa i subkulture. Poznato je da na komunikaciju utječu fizički, vremenski, prostorni, psihološki i drugi čimbenici, pa možemo zaključiti kako je komunikacijski kontekst važan za razumijevanje razloga zbog kojih ljudi međusobno komuniciraju na različite načine. Svjesnost o komunikacijskom kontekstu pomoći će nam u izbjegavanju nesporazuma i unaprjeđenju naših međuljudskih odnosa i u privatnom i u poslovnom kontekstu.

2.2. Komunikacijski proces

Komunikacijski proces nastaje u svim slučajevima u kojima „se na jednoj strani pojavi onaj koji šalje informacije (emiter), a na drugoj onaj koji prima informacije (receptor)“ (Bubalo, 2006, 170), a Miroslavljević pojašnjava da je čovjek prije nego što je počeo komunicirati s pripadnikom svoje vrste „komunicirao s prirodom koja ga okružuje. Uvidio je da mu za uspješno savladavanje prirodnih datosti trebaju i druge jedinke, i time nastaje era ljudskog, takozvanog humanog komuniciranja“ (Mirosavljević, 2010, 5).

Bratanić navodi kako je još Paul Watzlawick 1967. godine, u svojoj teoriji postavio pet pravila komunikacije te pojašnjava da „1. nije moguće ne komunicirati što znači da u interpersonalnoj komunikaciji svaka situacija, pa i ignoriranje ili odbijanje komunikacije ili samo šutnja, odašilje neku poruku i smatra se komunikacijom; 2. svaka komunikacija sastoji se iz sadržajnog i odnosnog aspekta te pojašnjava kako sadržajni aspekt govori o značajkama objekta informacije dok odnosni aspekt govori o stavu prema informaciji i komunikatorima; 3. narav odnosa uvjetovana je intrpretacijom ponašanja komunikatora te pojašnjava kako svaki sudionik

komunikacije polazeći od svog znanja i iskustva interpretira i razumije poruke i ponašanje drugog komunikatora što utječe na komunikacijski proces; 4. komunikacija može biti verbalna i neverbalna te pojašnjava kako komunikacija uvijek teče na dvije razine koje nije moguće odvojiti i dok verbalnom komunikacijom šaljemo uglavnom svjesne i namjerne poruke, istovremeno odašiljemo često i nesvjesno, neverbalne znakove te da 5. komunikacija može biti simetrična ili komplementarna te pojašnjava kako izmjena ova dva načina komuniciranja zapravo podrazumijeva zrelu komunikaciju. Bratanić pojašnjava kako simetrični odnosi teže za sličnošću dok se komplementarni nadopunjuju (Bratanić, 1991, 88-89).

Smiljana Leinert Novosel naglasak u komunikacijskom procesu stavlja na primatelja, pa stoga kaže: „U komunikaciji je najvažnije/ji osjećaj primatelja kojemu je poruka upućena, da ste na njegovoj strani, da ga simpatizirate i cijenite“ (Leinert Novosel, 2012, 27). Leinert Novosel predstavlja sedam ključnih pravila dobrog komuniciranja, tj. „sedam zapovijedi dobrog komuniciranja“, navodeći kako u komuniciranju ne trebamo nastojati primijeniti sve savjete odjednom, jer ćemo zanemariti sam sadržaj poruke te stoga preporučuje: „kreiranje pozitivnog stava i raspoloženja kod primatelja“ i nastavlja da „primatelju treba dati vrijednost“, da mu „ treba dati ulogu u komunikaciji i zbivanjima“, da kod njega treba „probuditi interes“, to jest da ga treba „mobilizirati“, da se treba „potruditi da komunikacija bude dinamična i uvjerljiva“, da komunikaciu odlikuju „jasnoća, jednostavnost i 'sređenost'“, kao i „umjerenost i odsustvo bilo kakvog pritiska ili 'napada'“ što „razoružava i čini dobitnu komunikaciju“ (Leinert Novosel, 2012, 55).

Teri Kwal Gamble i Michael Gamble navode da je „komunikacija dinamična, neponovljiva i nepovratna, da nema alternativu i da je pod utjecajem kulture i etike te da se temelji na kompetenciji“ dok „mediji i tehnologija mijenjaju komunikaciju“ (Gamble, Gamble, 2006, 10-12), a o komunikaciji i njezinim značajkama pisala je i Kathleen K. Reardon koju smo već spominjalu i našem radu navodeći šest osnovnih značajki ljudske komunikacije (Reardon, 1998, 13-14).

Bovee i Thill navode i pojašnjavaju šest strategija postizanja učinkovitije komunikacije na poslu te pišu da je „komunikacija u današnjem poslovnom okruženju očito izazov, međutim na taj izazov možete odgovoriti tako da naučite kako se povezati s publikom, da uklonite prepreke, usvojite pristup orijentiran na publiku, unaprijedite svoje osnovne komunikacijske vještine, koristite konstruktivnu kritiku i osvijestite norme poslovnog ponašanja“ (Bovee, Thill, 2012, 10) što je vrlo važno i u političkoj komunikaciji, jer političari komuniciraju u javnosti i s različitim javnostima.

Prema Sapunaru, Brajša koji je analizirao osnovne komunikacijske značajke ljudi tvrdi kako postoji deset temeljnih načina kako se ljudi međusobno odnose u procesima javnog komuniciranja (a mi bismo dodali i u političkoj komunikaciji), a to su: „prihvaćanje različitosti (to su plastični pasivni tipovi), reciprocitetno prihvaćanje (koje se ostvaruje u dijalogu), individualno shvaćanje drugoga, davanje i primanje povratnih informacija, konfliktno komuniciranje, priznavanje simetričnosti i komplementarnosti u komuniciranju, divergencija komuniciranja na verbalnom i neverbalnom području, zloupotrebljavanje drugog u komuniciranju, nepostojanje svake mistifikacije u komuniciranju i reciprocitetno komuniciranje“ (Sapunar, 2004, 57).

S druge strane, Stolac i Vlastelić naglašavaju kako je komunikacijski čin dinamičan proces, a svaka od faza komunikacijskog procesa moguće je mjesto pucanja prijenosa informacija te kao razlog napominju činjenicu kako komunikaciju prati „stalna izmjena uloge pošiljatelja i primatelja, različiti statusi koda zbog isprepletenosti verbalnog i neverbalnog, krhka stabilnost kanala zbog tehničkih posrednika te složenost poruka samih“ (Stolac, Vlastelić, 2021, 93).

Zaključno valja reći da svi navedeni autori dokazuju da komunikacijski proces uključuje razmjenu poruka između pošiljatelja i primatelja komunikacije, putem različitih kanala, uz povratnu informaciju kao ključni element, jer samo zahvaljujući povratnoj informaciji dolazi o ispravnog razumijevanja komunikacije i njezinog sadržaja. Upravo to su i glavni elementi komunikacijskog procesa. O svakom od njih, ali i njihovoj međusobnoj povezanosti ovisi uspješnost samog komunikacijskog procesa, što će biti vidljivo i iz istraživačkog dijela našega rada. Kako bi što jednostavnije prikazali i razumjeli proces komunikacije, znanstvenici su osmislili komunikacijske modele, koji će nam biti korisni u nastavku rada, pa ćemo u tu svrhu prikazati i analizirati neke od osnovnih elemenata komunikacijskog procesa, teorija i modela komunikacije.

2.2.1. Elementi komunikacijskog procesa

Bez obzira na oblik, razinu, cilj i funkciju komunikacije te kontekst u kojem se interakcija odvija, svaki komunikacijski proces sadrži zajedničke elemente. Rijavec i Miljković proces komunikacije sumiraju na sljedeći način „Tko kaže…što… na koji način…kome…i s kakvim učinkom?“ (Rijavec, Miljković, 2007, 100). Iz ranije tvrdnje proizlazi pet temeljnih elemenata procesa komunikacije, a to su: pošiljatelj, poruka, kanal, primatelj, povratna informacija, a o tom procesu računa treba voditi svaki sudionik političke komunikacije.

Naime, uspjeh komunikacijskog procesa ovisi o uspješnoj povezanosti svih elemenata komunikacijskog procesa. Barijere, prepreke uspješnoj komunikaciji, sve ono što ometa ili iskrivljuje poruku, tj. sve ono što u komunikacijskim znanostima nazivamo „šum u komunikaciji“ moguć je tijekom cijelog komunikacijskog procesa, a sam nastanak moguć je na strani svakog od elemenata komunikacijskog procesa, koje ukratko, ali i detaljnije obrazlažemo u nastavku rada.

2.2.1.1. Pošiljatelj ili izvor komunikacije

Pošiljatelj je prvi element komunikacijskog procesa s kojim počinje sama komunikacija. On svojim promišljanjem formira poruku, određuje ton i sadržaj poruke, inicira proces komunikacije i odabire način na koji će poruku prenijeti primatelju. Prvu fazu nastajanja i oblikovanja poruke nazivamo kodiranje. Tomić i Jugo pojašnjavaju kako je to „proces u kojem pošiljatelj misli, ideje i pojmove pretvara u poruku“ (Tomić, Jugo, 2021, 52), što je u političkom kontekstu, kojim se bavi naš rad, od izuzetne važnosti.

Naime, da bi komunikacijski proces bio uspješan moramo posjedovati komunikacijsku kompetenciju. Reardon pojašnjava da „komunikacijska kompetencija uključuje dvije vrste društvenih vještina: kognitivne i bihevioralne. Kognitivne vještine pomažu osobi da otkrije načine uspješnog ostvarivanja osobnih i relacijskih ciljeva. Bihevioralne vještine pomažu joj pak da te ciljeve i ostvari“ (Reardon, 1998, 76). Rijavec i Miljković podsjećaju kako sudionici komunikacije, da bi uopće mogli komunicirati, moraju: „poznavati jezik - njegove verbalne i neverbalne elemente, te jezične uzroke prikladne za određenu komunikacijsku situaciju; imati interakcijske vještine, tj. poznavati obilježja različitih komunikacijskih situacija i biti u stanju odabrati prikladan oblik interakcije, protokol, za konkretnu situaciju te imati kulturno znanje, tj. poznavati bitna obilježja društvene strukture u kojoj komuniciraju, sustav njezinih vrijednosti i stavova“ (Rijavec, Miljković, 2007, 99).

Osim komunikacijskih kompetencija i druge karakteristike pošiljatelja utječu na komunikacijski proces. Sigurno ćemo više vjerovati osobi koju percipiramo kao stručnjaka u području o kojem komuniciramo i koji nam je svojevrsni autoritet, nego ako nam poruku šalje osoba za koju smatramo da o sadržaju komunikacije ima manje znanja od nas samih. Također, više ćemo vjerovati osobi za koju smatramo kako posjeduje moralni karakter te je vjerodostojna, dobronamjerna i objektivna nego osobi koju smatramo zlonamjernom ili čiji sadržaj komunikacije u nama budi sumnju, skeptičnost i pristranost, što je izuzetno izazovno u

političkoj komunikaciji. Zapravo, i u svakodnevnom životu često čujemo kako odijelo ne čini čovjeka, a onda smo i sami svjedoci kako mišljenje o nekoj osobi donosimo upravo na temelju njegovog fizičkog izgleda i dojma koji ostavlja. Skoko tvrdi da „naš izgled mora potpuno odražavati osobine koje želimo ponuditi drugima“ (Skoko, 2006, 191), a Leinert Novosel podsjeća da je „predodžbu koju smo stvorili o nekoj osobi u 90 % slučajeva završena već nakon 90 sekundi komuniciranja“ (Leinert Novosel, 2012, 59). Stoga kao pošiljatelj, za uspješnost komunikacijskog procesa, moramo biti svjesni imidža koji posjedujemo i dojma koji ostavljamo na primatelja poruke i publiku kojoj poruku upućujemo, što je vrlo važna poruka ovo dvoje znanstvenika i političkih analitičara i političarima kao komunikatorima.

Pošiljatelj poruke ili inicijator komunikacije može biti samo jedna osoba, dvije osobe, grupa, institucija ili bilo koja druga organizacija. Tomić i Jugo pojašnjavaju kako bilo da govorimo o jednoj osobi kao pošiljatelju ili o više osoba kao pošiljatelju u širem smislu te riječi, pošiljatelj ili izvor komunikacije „ima tri funkcije u komunikaciji: odlučiti koje specifično znanje treba komunicirati; enkodirati to značenje u jednu ili više poruka; prenijeti poruku/poruke“ (Tomić, Jugo, 2021, 52). Važno je imati na umu kako je komunikacija u većini slučajeva dvosmjeran proces, a kod političke komunikacije ona nije istodobna. Teri Kwal Gamble i Michael Gamble pojašnjavaju kako je važno razumjeti da tijekom komunikacije uloga pošiljatelja ne pripada isključivo jednoj osobi, a uloga primatelja drugoj, jer se proces slanja i primanja poruka stalno obrće (Gamble, Gamble, 2006, 7).

2.2.1.2. Primatelj ili recipijent

Primatelj je osoba kojoj je poruka upućena i koja poruku prima. Mogli bismo zaključiti kako je on posljednji u nizu elemenata komunikacijskog procesa, međutim uspješan komunikacijski proces ne završava primanjem, shvaćanjem, pravilnom interpretacijom i razumijevanjem poruke. Uzvratni odgovor primatelja je ono što uspješnu komunikaciju razlikuje od neuspješne, što će posebno vidljivo biti i u političkoj komunikaciji. Naime, uzvratni odgovor primatelja stavlja u položaj pošiljatelja i zahtjeva od njega aktivnu ulogu u komunikacijskom procesu. Rožić podsjeća da je „svako ljudsko biće sa stajališta komunikacija, vrlo složen izvor i korisnik informacije, ali također i složen primopredajnik koji uključuje složenu obradu ulazno - izlaznih signala, transformaciju informacije iz jednog oblika u drugi i složene predodžbe informacija“ (Rožić, 1992, 30). Naime, primatelj je uvijek i osoba koja dekodira, to jest tumači i interpretira poruku koju je primila, a dekodiranjem nazivamo proces kojim primatelj poruku prima, shvaća,

pravilno interpretira i razumije te ju prihvaća ili ju odbija. Tomić i Jugo dekodiranje definiraju kao „prijevod poruke u ideje ili informacije“ (Tomić i Jugo, 2021, 53).

Komunikacijske kompetencije, vještine i tehnike komuniciranja, koje za uspješan komunikacijski proces, mora posjedovati pošiljatelj poruke, iz više razloga mora posjedovati i primatelj poruke. Prije svega kako bi poruku uspješno primio, interpretirao i razumio, ali i kako bi na nju ispravno odgovorio te time nastavio komunikacijski niz ili uspješno zatvorio komunikacijski krug.

Zaprjeke uspješnoj komunikaciji kod primatelja, kao i kod pošiljatelja mogu biti različite od fizičke, psihičke i kulturne, a u kontekstu našega rada važno je istaknuti da mogu biti i svjetonazorske i političke. Često ljudi čuju i vide samo ono što žele čuti i vidjeti te svijet promatraju samo iz svog kuta gledanja ne vodeći računa o empatiji prema sugovorniku ili prema drugačijim pogledima na život i svijet ili uređenje društva. Da bi komunikacijski proces bio uspješan, kao što pošiljatelj poruke treba biti usmjeren na primatelja poruke i publiku, tako je poželjno da primatelj poruke bude usmjeren na pošiljatelja i aktivno sudjeluje u komunikacijskom procesu od samog početka do njegovog kraja.

Bilo da govorimo o primatelju poruke kao pojedincu, ili o više ljudi ili organizaciji Tomić i Jugo naglašavaju tri funkcije u komunikaciji: „primiti poruke primatelja, dekodirati te poruke u neko značenje te odgovoriti na poruke“ (Tomić, Jugo, 2021, 54).

2.2.1.3. Poruka

Poruka je skup simbola, riječi, znakova, slika, zvukova ili pojednostavljeno rečeno kodova kojima pošiljatelj, ovisno o obliku komunikacije i komunikacijskom kanalu, prenosi svoje misli, ideje, osjećaje, stavove ili informacije primatelju poruke. Jantol tvrdi da je „poruka simbolična struktura smislenog značenja kojom akteri komuniciranja jedan drugom priopćuju svoje misli i osjećaje“ (Jantol, 2004, 25). Reardon pojašnjava da se „sve poruke sastoje se od nizova simbola. Simboli su riječi, geste, slike, zvukovi ili pokreti, uporabljivi stoga što se ljudi više ili manje slažu u pogledu objekta, zbivanja i osjećaja na koje se ti simboli odnose“ (Reardon, 1998, 15).

Brajša pojašnjava kako je za uspješnu komunikacije bitno poslati razumljivu poruku. „Naša je poruka razumljiva ako je jednostavna, pregledna, kratka i zanimljiva, a nerazumljiva je ako je komplicirana, nepregledna, opširna i nezanimljiva. Poruka je jednostavna ako se u njoj koristimo kratkim rečenicama, poznatim riječima te normalnim, konkretnim i običnim

govorom. Poruka je kompliciranа ako se služimo dugačkim rečenicama i nepoznatim riječima i apstraktnim govorom. Poruka je pregledna ako sadržaj iznosimo povezano, raščlanjeno, logično i postupno te ističući bitno. Poruka je nepregledna ako je iznosimo nepovezano, gubeći se u nebitnom, neraščlanjeno, nelogično i nepostupno. Poruka je kratka ako je izgovaramo s malo riječi, a s mnogo obavijesti, zadržavajući se na bitnom, a opširna je ako rabimo mnogo riječi, a dajemo malo informacija, gubimo se u sporednom, tj. ako govorno i sadržajno brbljamo. Poruka je zanimljiva, ako se koristimo izravnim govorom i osobnim stilom uz primjere, analogije i vizualna pomagala, a nezanimljiva je i dosadna ako se koristimo posrednim i apersonalnim govorom i stilom, bez primjera, analogija i vizualizacije" (Brajša, 1994, 42), o čemu bi računa morali voditi svi akteri političke komunikacije.

Pri sastavljanju poruke nužno je razlikovati podatak i informaciju. Zekić tvrdi da je „informacija pretpostavka komunikacije, a razmjenom informacija kroz komunikacijske kanale stvara se znanje" (Zekić, 2007, 39). J. M. Rouse i S. Rouse pojašnjavaju da su „podatak sirove činjenice i brojke u uskom kontekstu" dok informaciju definiraju „kao podatak u smislenom obliku" (Rouse J. M., Rouse S., 2005, 40).

Iz prethodno napisanog vidljivo nam je kako i u ovom dijelu komunikacijskog procesa mogu nastati barijere i smetnje uspješne komunikacije. Naime, važno je poslati ispravnu poruku u pravilnom obliku, te pri kodiranju ili dekodiranju poruke moramo biti svjesni kako iste riječi i geste imaju ponekad različito značenje, a da različite riječi i geste imaju isto značenje. Važno nam je i znati kako pojedine riječi i geste, ovisno o kulturi i samom kontekstu komunikacije, mogu imati potpuno različito značenje. Za uspješnu komunikaciju i pravilnu interpretaciju poruke važno je odabrati i ispravan oblik komunikacije, jer informacija ili poruka koju ćete nekoj osobi verbalno priopćiti, samo napisana na papiru, kod primatelja može poprimiti sasvim drugačije značenje. Također kod pisane je komunikacije važno voditi računa o pravilnoj uporabi interpunkcijskih znakova. Kao sudionici komunikacijskog procesa moramo osvijestiti činjenicu kako je poruka srž komunikacijskog procesa, a samo jedan zarez, uskličnik ili upitnik upotrijebljen na pogrešnom mjestu mogu dovesti do nesporazuma, sukoba ili prekida komunikacije.

Za najveću korist pošiljatelja i primatelja u komunikacijskom procesu važno je osim jasno sastavljene poruke, prilagođene primatelju i prenesene na odgovarajući način imati na umu kako svaka poruka koje šaljemo imaju najveću vrijednost kad je točna, potpuna, važna, pravovremena i dobronamjerna.

2.2.1.4. Komunikacijski kanal / medij komunikacije

Komunikacijski kanal ili medij komunikacije možemo definirati kao sredstvo ili put kojim pošiljatelj komunikacije poruku šalje primatelju komunikacije te sredstvo kojim primamo povratnu informaciju. Plenković tvrdi kako je komunikacijski kanal ili mediji druga pretpostavka tzv. materijalizacije informacije pa pojašnjava „bez transponiranja informacije u neki komunikacijski medij (govor, vidni kanal, elektromagnetske valove, pismo itd.) ona ostaje nevidljiva i nečujna svim ljudima osim autora“ (Plenković, 1993, 78).

Teri Kwal Gamble i Michael Gamble navode kako se svaki čovjek osim u ulozi primatelja i pošiljatelja, nalazi ujedno i u ulozi prijenosnika, tj. čovjek je ujedno i kanal komunikacije. Takav kanal komunikacije nazivaju osobnim kanalom i tvrde kako je čovjek višekanalni komunikator. Autori pojašnjavaju kako čovjek poruke prima i šalje svim svojim osjetilima, te je svako od osjetila ujedno i kanal komunikacije (Gamble, Gamble, 2006). Kunczik i Zipfel komunikacijske kanale čovjeka dijele prema osjetilima na: „1. auditivni ili vokalni kanal (uz govorni jezik tu su uključeni i neverbalni elementi kao što je paralingvistička komunikacija, pri čemu razumijemo sve ono u jeziku što ne određuje gramatika, tj. što se doduše kazuje vokalno, a ne i verbalno, npr. nakašljavanje, glasnoća tona, tempo, intonacija itd); 2. vizualni kanal (izraz lica [mimika], držanje tijela [gestikulacija], habitus, međusobna udaljenost odnosno korištenje prostora); 3. taktilni kanal (npr. doticanje tijela, milovanje); 4. olfaktorni kanal (mirisanje tijela); 5. termalni kanal (osjećaj tjelesne topline); 6. gustacijski kanal (osjetilo okusa) “ (Kunczik, Zipfel, 2006, 17), a njihova je podjela u kontekstu našega rada dragocjena, jer ćemo u istraživačkom dijelu, među ostalim, iskoristiti i njihov znanstveni doprinos.

Osim samog čovjeka, medij ili kanal komunikacije mogu biti različita sredstva koja omogućuju prijenos informacija među sudionicima komunikacijskog procesa. Stipanov navodi da je „posredovana komunikacija svako komunikacijsko međudjelovanje koje koristi tehnologiju kao primarni kanal“ (Stipanov, 2021, 18), a javnost komunikaciju saborskih zastupnika koja je u središtu našega istraživanja prate upravo preko medija. Nastavno na raniju tvrdnju autor pojašnjava da je „komunikacija dijeljenje odnosno prenošenje informacija i znanja govorom, pismom ili drugim metodama i tehnikama, medijima i informacijskim tehnologijama“ (Stipanov, 2021, 19). Plenković takva sredstva prijenosa komunikacije naziva fizički mediji, pojašnjavajući kako medij ili kanal komunikacije nije samo obično sredstvo već u procesu komuniciranja podrazumijeva jedinstvo između poslane informacije i sredstva kojim je ona poslana. Plenković tvrdi da se „proces u razvoju medija može pratiti i prema povećanju kapaciteta za uskladištenje i prijenos informacija svakog medija“, naglašavajući kako će se

daljnjim razvojem čovjekovih stvaralačkih moći razvijati i kanali komunikacije (Plenković, 1993, 79).

Unaprjeđenjem tehnologije, pojavom interneta i društvenih medija danas je moguće poslati poruku različitim kanalima ili kombinacijom različitih komunikacijskih kanala, a da poruka bude isporučena gotovo trenutno, na velike udaljenosti i pritom bude jeftina. Međutim, moramo imati na umu kako svaki komunikacijski kanal ima svoje specifične karakteristike koje mogu utjecati na ispravnu interpretaciju poruke. Kako bismo poslali jasnu i neizmijenjenu poruku ključno je odabrati ispravan kanal. Duraković pojašnjava kako „odabir medija ovisi o sadržaju, prirodi i svrsi poruke, primatelju (blizini/udaljenosti), raspoloživom vremenu i osobnom stilu komunikacije“ (Duraković, 2019, 41).

I u ovom elementu, kao i u drugim elementima komunikacijskog procesa, moguć je nastanak barijera, smetnji ili šuma u komunikaciji. Rožić pojašnjava da je „ograničenost koja je inherentna ljudskoj komunikaciji na razini odnosa inherentna i za sve umjetne pa tako i komunikacijske sustave (Rožić, 1992, 22). Stolac i Vlastelić nude primjer šuma u komunikaciji, koji je „u usmenoj komunikaciji stvarna buka, u pisanoj može biti mrlja na papiru, a u suvremenoj komunikaciji koju obilježavaju složeni mediji (npr. telefon) tehničke smetnje“ (Stolac, Vlastelić, 2021, 93). Krivi odabir komunikacijskog kanala može dovesti do kašnjenja ili gubitka poruke, nesporazuma, uvrede, sukoba ili prekida komunikacijskog procesa. Učiniti komunikacijski proces uspješnim odabirom i korištenjem odgovarajućeg kanala ili medija komunikacije, u današnjem svijetu koji nudi različita tehnička rješenja i veliku dostupnost, posebno je velik izazov, na koji u nekoj mjeri mogu utjecati i sami političari, uključujući i saborske zastupnike čiju komunikaciju istražujemo.

2.2.1.5. Povratna informacija

Da bismo govorili o komunikaciji ili razmjeni poruka, pošiljatelj poruku mora poslati, a primatelj ju mora primiti, razumjeti i na nju uzvratiti. Odgovor primatelja na primljenu poruku nazivamo povratna informacija i upravo je ovo element komunikacijskog procesa koji samu komunikaciju čini dvosmjernom. Brajša pojašnjava da je „komunikacijski 'feedback' povratna informacija o sebi i svojoj komunikaciji, o drugome i njegovoj komunikaciji te o nama i našoj međusobnoj komunikaciji, koju kao sugovornici, dajemo u tijeku međusobna komuniciranja“ (Brajša, 1994, 69), a upravo će to biti zanimljivo i istražiti u kontekstu političke komunikacije u Hrvatskom saboru.

Povratna informacija u komunikacijskom procesu igra ključnu ulogu jer upravo preko povratnih informacija razlikujemo uspješnu od neuspješne komunikacije. Naime, pozitivnom povratnom informacijom jasno nam je kako je primatelj poruku primio i ispravno razumio. Povratna informacija ukazuje nam i ako je u procesu komunikacije, u bilo elementu komunikacije, došlo do nesporazuma ili šuma te primatelj poruku nije dobro razumio ili ispravno interpretirao. Upravo nam povratna informacija pomaže da svoje poruke prilagodimo primatelju i publici te na taj način poboljšamo komunikaciju i komunikacijski proces učinimo uspješnim. Brajša obrazlaže „razlikujemo povratne informacije o sadržaju poruke, o sugovorniku, o odnosima među sugovornicima i prema sadržaju, te o utjecaju poruke na sugovornike“ (Brajša, 1994, 69). Antolović i Sviličić tvrde da „primatelj na poruku može reagirati pozitivno (sviđa mu se), neutralno (poruku zanemariti ili ignorirati) ili negativno (ne sviđa mu se)“ (Antolović, Sviličić, 2016, 15). Samovar, Porter i McDaniel zaključuju da „čin slanja i primanja simbola utječe na sve uključene u procesu“ (Samovar, Porter, McDaniel, 2013, 15). Oni reakcije na poruke dijele na otvorene, skrivene, nesvjesne i biološke. Upravo biološke poruke najbolje potkrjepljuju tvrdnju autora kako svaka komunikacija ima neku posljedicu. Samovar, Porter i McDaniel pojašnjavaju da tijelo reagira čak i kad se „kognitivni procesi odvijaju tek minimalno. Poruke koje primate mogu promijeniti lučenje vaših žlijezda, brzinu otkucaja srca ili temperaturu kože, mogu utjecati na veličinu zjenice i pokrenuti čitav niz drugih unutarnjih reakcija. Takve kemijske i biološke reakcije izvana nisu primjetne i njih je najteže klasificirati“ (Samovar, Porter, McDaniel, 2013, 16). Poruke koje nesvjesno šaljemo kao povratnu informaciju, najčešća su barijera ovog elementa komunikacije. Međutim, valja reći da postoje i svjesne zaprjeke uspješne komunikacije i povratne informacije kao elementa komunikacijskog procesa i pojasniti da je za uspješan komunikacijski proces ključno osvijestiti i prevladati zaprjeke te na povratnu informaciju gledati kao na poželjan i nužan element komunikacijskog procesa, bilo da govorimo o nedostatku komunikacijskih vještina, strahu od primanja ili davanja kritike, nedostatku motivacije ili vremena.

2.2.2. Teorije i modeli komuniciranja

Čerepinko navodi da su se „prve komunikacijske teorije koje su pokušale odrediti ulogu komunikologije u čovjekovu shvaćanju svijeta i sebe unutar svijeta pojavile početkom XX. stoljeća, iako se tim pitanjem prije njih bavio dobar dio humanističkih znanosti, prije svega psihologija“ (Čerepinko, 2012, 26). Autor podsjeća kako se komunikacija tumačila i ranije, pa

ističe sedam ključnih povijesnih pristupa komunikaciji prema Craigu „retorički kritički, socijalno-psihološki, semiotički, socio-kulturni, kibernetički i fenomenološki pristup“ (Čerepinko, 2012, 22). Čerepinko pojašnjava i teorije javnih nastupa i govorništva ističući da „javni govor i javni nastup kompleksna komunikacijska aktivnost kod koje sadržajni, verbalni dio mora biti u suglasju s neverbalnim“ (Čerepinko, 2012, 123), što je važno u parlamentarnoj komunikaciji. Uzimajući u ozbir razne teorije komunikacije koje su nam ponudili teoretičari komunikacijskih znanosti možemo vidjeti kako nam sve zapravo pojašnjavaju koliko je sam proces komunikacije složen.

I dok teorija nudi širi koncept pristupa razumijevanju komunikacije, modeli su specifičniji i jednostavniji alat koji nam služi za vizualizaciju komunikacijskog procesa, tj. modeliranje procesa komuniciranja i predstavlja viši stupanj konkretiziranja dominantnih teorija.

Same teorije oslanjaju se na različite modele kako bi vizualno predočile komunikacijski proces, dok su modeli često pojednostavljeni prikaz određenih teorijskih tvrdnji. Antolović i Sviličić napominju da „komunikacijski model pokazuje kako teče razmjena poruka između izvora i primatelja pomoću nekog medija (kanala), odnosno kako teče komunikacija kao razmjena poruka“ (Antolović, Sviličić, 2016, 15).

Primjer prvog komunikacijskog modela potječe od matematičara Claudea E. Shannona i Warrena Weavera. Oni su još 1949. godine, radeći za tvrtku Bell Telephone Laboratory, nastojali izmjeriti količinu neizvjesnosti u prijenosu informacija. Shannon i Wearner komunikaciju shvaćaju tehnički i prikazuju je kao linearni i jednosmjerni proces. Na primjeru telefonskog razgovora, osobu koja inicira poziv i govori autori nazivaju izvor informacija. Izvor informacija preko telefona kao kanala komunikacije, bez šuma i smetnji, prosljeđuje poruku primatelju. „Temeljna je ideja modela da svaki informacijski izvor treba pošiljatelja koji služi za novu organizaciju (enkodiranje) neke poruke kako bi je prilagodio kanalu koji je na raspolaganju. Primatelj mora tu poruku pretvoriti (dekodirati) u oblik razumljiv cilju, pri čemu se pretpostavlja zajednički kodni sustav informacijskog izvora i cilja“ (Kunczik, Zipfel, A, 2006, 20). Temeljna zamjerka ovom modelu je izostanak spoznaje o dvosmjernosti komunikacije. Shvaćajući komunikaciju kao dvosmjeran proces, u kojem se uloga pošiljatelja i primatelja kontinuirano izmjenjuje, američki psiholog Charles E. Osgood nudi prvi jednostavan model komunikacije koji uvažava činjenicu da je komunikacija recipročan proces (Kunczik, Zipfel, A, 2006, 20).

Sljedeći model kojeg izdvajaju i pojašnjavaju Kuncizik i Zipfel je Schrammov model iz 1954. godine. Ovaj model je složeniji jer u obzir uzima sociokulturne čimbenike i komunikacijski kontekst. Autori pojašnjavaju kako prema ovom modelu „ovisno o svojoj definiciji situacije i

svojoj intenciji komunikator odabire temu (poruku) o kojoj treba komunicirati“ (Kunczik, Zipfel, A, 2006, 22). Plenković pojašnjava kako ovaj model nije više aktualan zbog jednosmjernosti i činjenice kako Schramm nije uspio prevladati teškoće biheviorizma, ali mu priznaje povijesnu vrijednost jer je ovo nedvojbeno prvi precizan prikaz procesa komunikacije matematičkim modelima (Plenković, 1993). Razvojem komunikacijskih znanosti stvarale su se, razvijale i usavršavale teorije komuniciranja, ali i komunikacijski modeli. Možemo zaključiti kako svaki oblik, od intrapersonalne do masovne komunikacije, prate desetci ili čak stotine modela koji nam vizualno predočuju komunikacijski proces. Kao što nemamo jedinstvenu definiciju komunikacije, ne možemo izdvojiti najbolji oblik komunikacije i ne možemo izdvojiti samo jednu teoriju komunikacije, tako nema ni najboljeg komunikacijskog modela koji bi bio primjenjiv na svaki komunikacijski proces bez obzira na funkciju i cilj komunikacije te kontekst u kojem se komunikacija odvija. Svaki model ima svoje prednosti i nedostatke. Komunikacijski modeli „pomažu ustanoviti komunikacijski problem i poduzeti korake za njihovo rješavanje ili sprječavanje nastanka poteškoća u obliku nesporazuma, prepreke ili prekida“ (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008, 9). Kao što je na čovjeku kao inicijatoru komunikacijskog procesa izbor najboljeg oblika komunikacije, tako je na čovjeku, s obzirom na komunikacijski kontekst i problematiku, odabrati optimalno koristan model, koji će nam pomoći pri rješavanju komunikacijskog problema ili sprječavanju njegova nastanka.

2.3. Povijest komunikacije i komunikacijska sredstva

Kao što je već spomenuto, po svojoj sposobnosti komuniciranja čovjek je jedinstveno komunikacijsko i društveno biće. Ono što čovjeka čini društvenim bićem i što ga razlikuje od drugih živih bića je upravo njegova komunikacijska aktivnost. Bez nje bi preživljavanje, napredak i razvoj čovjeka kao pojedinca, ali i društva u cjelini, bio nemoguć. Kad točno počinje povijest komuniciranja teško je reći, jer povijest komuniciranja, povijest je ljudskog društva, a priča o ljudskim počecima još uvijek nije do kraja rasvijetljena.

Povijest komunikacije nemoguće je promatrati bez promatranja povijesti komunikacijskih sredstava. Čovjek je paralelno s razvojem znanja i širenjem komunikacije, razvijao i komunikacijska sredstva. Stipanov navodi kako je bitna konstanta fizike, prostor i vrijeme, te pojašnjava da je „povijest komunikacije ujedno i povijest medija koji omogućuju skraćivanje, preskakanje prostora i vremena“ (Stipanov, 2021, 23).

Stipanov naglašava da je „povijest ljudske komunikacije zapravo istinska povijest čovjeka i društva“ (Stipanov, 2021, 24). Građu za istraživanje povijesti nalazimo u tri izvora i to u materijalnim spomenicima, usmenoj predaji te pisanim zapisima. Znanstvenici i istraživači najstarijeg razdoblja ljudske povijesti i prvih zajednica, slažu se kako je i tada postojala neka vrsta komunikacije, jer su se ljudi rađali, razmnožavali, hranili se i preživljavali. Naime, pretpostavka je da su ljudi u samim počecima komunicirali na razini instinkta, nagona, osjetila i misli te perceptivno na način da su stariji demonstrirali, a mlađi oponašali. Najjednostavniji komunikacijski znakovi vremenom se svrstavaju u sustave. Zbog nagomilanog općeg i pojedinačnog iskustva, ali i samog razvoja mozga, sustavi postaju sve složeniji, bilo da govorimo o optičkim ili akustičnim znakovima. Za razliku od samih početaka gdje pretpostavljamo da se funkcioniralo gestikulacijom, zvuk je s vremenom prerastao u nositelja poruke. Plenković osnovni motiv prijelaza vidi u činjenici kako je „kanal ikoničke komunikacije po svom kapacitetu mnogo manji od kanala verbalne komunikacije“ te je „verbalna komunikacija kao fleksibilniji sistem bio pogodniji za prijenos prvih čovjekovih apstrakcija - predodžaba“ (Plenković, 1983, 12).

Neolit ili novo kameno doba obilježila je revolucija koja je potpuno promijenila način života ljudi. Osim novih znanja i spoznaja, u to vrijeme dogodio se i razvoj u verbalnoj komunikaciji te pojava piktograma. Piktogrami su zapravo crteži, slikoviti prikaz života i iskustva čovjeka (Plenković, 1993, 6). Piktogrami su se razvili u ideograme gdje simbol predstavlja određenu ideju. Nakon piktograma, osim razvoja verbalne komunikacije, trebalo je proći i nekoliko tisuća godina da ljudi osmisle novu metodu komunikacije, tj. petroglife, koji su služili za prenošenje znanja, ali i umjetničkog predstavljanja. Petroglifi su crteži isklesani u špiljama koji su nam danas jedan od najvrjednijih izvora za rekonstrukciju života tadašnjih ljudi. Znatan razvoj i napredak u čovjekovom životu nastaje početkom primjene metala. Alat koji je čovjek koristio postaje savršeniji i učinkovitiji, a temeljem najstarijih nalazišta svjesni smo i pojave nekih novih zanimanja. Da bi se tadašnji čovjek uopće mogao baviti tim zanimanjima znanstvenici su sigurni da je njihova interpersonalna komunikacija postala složenija, ali i da su razvili tehnike prenošenja vijesti. Istraživači i znanstvenici koji proučavaju to vrijeme teorije o najstarijim oblicima prakomunikacije temelje na postojećim materijalnim izvorima kao i rekonstruiranju života, norma i običaja postojećih plemena Azije, Oceanije, Južne Amerike i Afrike, čiji je život i danas bliži iskustvima čovjeka u prvobitnoj zajednici nego današnjem društvu. Smatraju da su se vijesti prenosile dimnim signalima, bubnjevima napravljenima od metalnih kovina, ali i od obrađenih vrsta školjki, te piskovima. Pretpostavlja se da je već u to vrijeme postojao glasnik, tj. osoba koja je usmenom predajom prenosila poruke. Davno prije pojave pisma u

najranijim kulturama, arheološka nalazišta, kao najpouzdaniji spoznajni izvor, otkrivaju postojanje embrionalnog oblika „pisanja“. „Embrionalni oblici 'pisanja' postoje u prastarom iskustvu primjene tzv. tekstilne ornamentike, čvorovima na konopu različite debljine i veličine, pa čak i broja čvorova“ (Elezović, 1992, 21).

„Kao teorija o razvoju društva, komunikacijska znanost povezuje smjene pojedinih društvenih razdoblja s medijem komunikacije što ga pronalaze pojedine kulture“.[12] Tako pojavom pisma završava Prapovijest, a počinje Stari vijek, povijesno razdoblje koje je trajalo gotovo 4.000 godina.

Pisanje je ljudima omogućilo umnožavanje informacija i znanja, ali i njihovo čuvanje te prijenos idućim generacijama. Luhmann ističe komunikativnu upotrebu pisma tvrdeći da „najkasnije od drugog tisućljeća prije Krista postoji i komunikativna upotreba pisma, na primjer u formi pisma (koja, međutim, vjerojatno isprava pretpostavlja glasnika i služi mu kao pomagalo pamćenju) te u formi tekstova koji se eksplicitno obraćaju čitateljima kako bi im nešto priopćili“ (Luhmann, 2011, 232). Umnožavanje informacija i znanja, ali i pismeno komuniciranje podrazumijevalo je raširenu pismenost, ali i potrebno vrijeme te dostatna materijalna sredstva. Naime, knjige su se ručno prepisivale i sam postupak trajao je često i više godina. Isto tako, napisana pisma, često su od primatelja, ovisno o fizičkoj udaljenosti, putovala danima, tjednima, mjesecima, pa i godinama.

Prava revolucija, kako u ljudskoj komunikaciji tako i u ljudskom društvu nastala je izumom tiska. Danas je poznato kako su Kinezi, a potom i Korejci, izumili tehnologiju tiskanja pomičnim slovima. Njihov izum nije rezultirao praktičnom primjenom pa je pao u zaborav (Stipanov, 2021, Plenković, 1993). Za razliku od istoka, na zapadu je u 15. stoljeću izum Johannesa Gutenberga iz Njemačke promijenio svijet. Prva otisnuta knjiga novom tiskarskom tehnologijom i pomičnim slovima bila je Biblija, najčitanija, najprodavanija i najviše prevođena knjiga i danas. Tiskarski stroj omogućio je masovnu proizvodnju knjiga, a samim tim širenje informacija i znanja. Koliko je tiskarski stroj revolucionaran izum pojašnjava Luhmann koji navodi: „Kako bi se prepoznali neposredni učinci tiska, dovoljno je promatrati prvo stoljeće nakon otkrića tiskarskog stroja“ (Luhmann, 2011, 256). Dostupnost informacija i znanja većem dijelu populacije rezultiralo je raširenom pismenosti i značajnim promjenama u svim segmentima društva od obrazovanja do brojnih društvenih i političkih promjena. Tiskarski stroj smatramo prvim tehnološkim alatom komunikacije. Izum tiskarskog stroja bio je presudan za razvoj novina kao najstarijeg masovnog medija. Bauer podsjeća kako je najsličniji proizvod

[12] komunikacijska znanost. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Datum pristupa: 14. 9. 2023. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32687>.

današnjim novinama nastao upravo u Njemačkoj i to u razdoblju između 1583. i 1597. godine. Preteča današnjih novina, tzv. „Meßrelationen“, imale su oblik letka i pojedinačnih novina, sadržavali su zbirku događaja te su se na sajmovima nudili trgovcima i na taj su način novosti toga vremena činile dostupnima. Bauer pojašnjava važnost tehničkih i organizacijskih pretpostavki za kontinuiranu trgovinu vijestima: „Gutenberg je omogućio umnožavanje informacija, a poštanski su putevi jamčili neprekidan protok informacija“ (Bauer, 1997, 5). Narednih desetljeća i stoljeća tiskani mediji postaje sve važniji. Zbog napretka i razvoja društva te mnogih tehničkih inovacija tiska, smanjuje se vrijeme i troškovi njegove proizvodnje, smanjuje se cijena tiskovina i povećava se njihova dostupnost širem krugu ljudi, čime tisak postaje najvažniji alat informiranja, ali i formiranja javnog mnijenja. Pojašnjavajući karakteristike tiska kao masovnog medija današnjice, Jurišić ističe: „Tisak kao medij sastoji se od periodičnih izdanja koja se tiskaju na papiru, izlaze u stalnim vremenskim razmacima od jednog dana do jedne godine, ovisno o tome, kao i o svojoj profiliranosti namijenjeni su općem ili specijaliziranom čitatelju, prate aktualne događaje koji se zbivaju u tom razdoblju, odgovaraju interesima i zahtjevima svojih čitatelja, s kojima kao i svim institutima u društvu imaju uspostavljenu obratnu vezu, imaju javne i kritičke funkcije te uživaju, makar i relativno, medijske slobode“ (Jurišić: u Mataušić, 2007, 98). Pojavom interneta i digitalnih medija, tradicionalni mediji, a posebno tisak, suočen je s nizom izazova i procesa prilagodbe. Razvoj tehnologije i digitalizacija utječe na način na koji ljudi konzumiraju, to jest koriste informacije danas. Poželjna brzina, dostupnost i ažurnost vijesti i informacija, tradicionalnom tiskanom mediju danas je nedostižna. Mnoge ranije prednosti tiska, u usporedbi s drugim medijima masovne komunikacije, internet i digitalni mediji ispunjavaju u potpunosti. Za primjer čitatelj, za razliku od radija i televizije, informacijama u novinama mogao posvetiti vrijeme i pozornost, kad je on to želio i koliko je želio. Danas to isto može informacijama objavljenima na internetu i u digitalnim medijima. Tiskani mediji danas uz relativno visoke troškove proizvodnje i distribucije, smanjenja naklada te nastalim promjenama u oglašivačkim modelima suočen je s izazovom financijske održivosti. Današnje e- publikacije sigurno utječu na sadržaj tiskanih izdanja novina. Tvrdeći kako se novine tijekom vremena mijenjaju, Jurišič pojašnjava glavne razloge zbog kojih nastaju promjene te ističe: „To samo dokazuje da su novine, odnosno tisak, prije svega proizvod koji se mijenja tijekom vremena, mnogo više pod utjecajem vlasnika, urednika, pa čak i oglašivača, nego zbog samih čitatelja“ (Jurišić u Mataušić, 2007, 104). Tiskani mediji danas, što zbog brzine isporuke vijesti, nedostatka interaktivnosti, ekološkog utjecaja i smanjene dostupnosti, s obzirom na vijesti objavljene u digitalnim medijima, sigurno su izgubili na svojoj popularnosti i utjecaju. Njihova uloga danas nije dominantna, ali sigurno

nije ni zanemariva. Pojašnjavajući perspektive razvoja novina u budućnosti Vilović tvrdi da „zasigurno nitko pouzdano ne može predvidjeti što će se u bliskoj budućnosti događati s tradicionalnim novinama. Međutim, iskustva razvijenih država Zapada potvrđuju činjenicu da se urednici u selekciji vijesti okreću lokalnim (i/ili regionalnim) problemima i događajima, a svjetske vijesti sve više prepuštaju brzim online medijima“ (Vilović u Peruško, 2011, 83), a danas je to neprijeporna činjenica.

Posebno važan izum za povijest komunikacije je izum radija, a još više televizije kao sredstva koje je obilježilo 20. stoljeće, a i danas zadržava svoju neprijepornu vrijednost u medijskom prostoru. Matković opravdano tvrdi da je televizijska tehnologija „zahvaljujući čudesnoj sposobnosti da u trenutku preskače vremenske i zemljopisne daljine, (…) pretvorila svijet u 'globalno selo' (Matković, 1995, 13). Drugi svjetski rat usporio je razvoj televizijskog medija, posebno u Europi, ali je po njegovu završetku televizija relativno brzo postala dominantan medij. Industrijski napredak nakon Drugog svjetskog rata omogućilo je širenje televizora u domove diljem svijeta. Mander piše: „Jedan izvještaj navodi da je nakon 1945. godine 99 posto domaćinstava u zemlji nabavilo barem jedan televizor. U prosjeku, svake večeri bi više od 80 milijuna ljudi gledalo televiziju. Od toga bi barem 30 milijuna gledalo isti program. U određenim prilikama 100 milijuna ljudi gledalo bi isti program u isto vrijeme“ (Mander, 2002, 16). Perišin ističe primjer nekoliko godina kasnije kada je 1. lipnja 1953. godine realiziran najveći televizijski prijenos u dotadašnjoj povijesti, prijenosa krunidbe kraljice Elizabete II (Perišin u Peruško, 2011, 151). „Tehnički omogućeno korištenje elektriciteta u našem je stoljeću dovelo do mnoštva proširenja dosadašnjih mogućnosti komunikacije te prije svega do razgradnje granica prirodnih komunikacija, onih koje počivaju na ljudskom organizmu“ (Luhmann, 2011, 264). Uz stalne tehnološke inovacije i usavršavanje televizije, širilo se vrijeme emitiranja programa, broj postaja i žanrova. Ilišin, Marinović Bobinac i Radin tvrde da je „televizija od samog svog postanka promatrana kao potencijalno najmoćniji masovni medij, posebice u smislu njezine široke popularnosti“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 128) te pojašnjavaju da „privlačnost televizije leži u njezinim raznolikim svojstvima: posredovanje slike i zvuka, veliki izbor programa, raznovrsnost sadržaja, manja zahtjevnost pri uporabi, laka dostupnost“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 23). Perišin pak tvrdi da je „televizijska slika dio naše svakodnevnice“ (Perišin u Peruško, 2011, 147), jer se uz televizijski ekran danas budimo, jedemo, obavljamo kućanske i druge poslove, družimo se, relaksiramo pa i idemo spavati. Kao takva televizija postaje glavno sredstvo informiranja što je važno za svakog političara, pa i saborskog zastupnika, ali i najpopularnije sredstvo zabave. Ona oblikuje osobne, ali i društvene vrijednosti promovirajući određeni stil života i trendove diljem svijeta. Stipanov

ističe da je „televizija stvorila svoj vlastiti oblik pismenosti, koji informira i privlači pozornost više ljudi negoli je ijedan drugi medij do tada bio sposoban to učiniti u bilo kojem razdoblju ljudske povijesti (Stipanov, 2021, 225), dok Matković pojašnjava: „Ne imati televizijski prijemnik shvaća se znakom ekscentričnosti, a ne materijalne oskudice. Na isti način stvorena je i predodžba da je televizija jeftina razonoda širokih masa te da intelektualcu nije prilično biti televizijskim ovisnikom ili upornim gledateljem. Sva svjetska istraživanja, međutim pokazuju da televiziju svi podjednako gledaju, i neuki i obrazovani, i mladi i stari. Televizija je vidljiva i sveprisutna. O njoj s jednakim osjećajem nadležnosti govore stručnjaci i nestručnjaci, ona je opće dobro na koje svi polažu pravo“ (Matković, 1995, 14). U kontekstu našega rada i istraživanja, valja spomenuti kako Hromadžić tvrdi kako obično postoje dva prepoznatljiva tabora kada se promišlja komunikacijski karakter i društveni učinci televizije kao medija. Jedni ističu kako je televizija centraliziran medij jednosmjernog karaktera, na koji sama publika nema utjecaj, dok drugi tvrde kako u konstrukciji realnosti sudjeluje mnoštvo različitih varijabli koje podupiru gledatelji/čitatelji (Hromadžić, 2014). Sigman upozorava kako u novije vrijeme i djeca i mladi sve više vremena provode ispred televizijskih ekrana te pojašnjava kako televizija više nije izvor razonode nego postaje izvor svakodnevnog iskustva. Osim toga, Sigman upozorava kako je to ujedno i razlog mnogih posljedica kojih zapravo i nismo svjesni, bilo da govorimo o psihološkim, neurološkim, ali i političkim posljedicama do nedostatka vremena za kojeg danas kažemo da je najvrijednije resurs (Sigman, 2010). Mander izrazito kritički gleda na ovaj medij te pojašnjava kako je zbog posredovanja u iskustvu televizija zamijenila čovjekov primarni oblik doživljavanja te tvrdi kako televizija „usađuje u svijest predodžbe realnosti koje su izvan našeg iskustva. Slike dolaze u obliku zraka, iz kutije. Izazivaju promjene u osjećajima i, kao što ćemo vidjeti, krajnju zbunjenost oko toga što je realno, a što nije. Sva realnost postaje eterična, postoji samo u našem umu“ (Mander, 2002, 89). Kao drugi argument Mander navodi kolonizaciju iskustva pojašnjavajući kako televizijom upravlja nekoliko korporacijskih moćnika tvrdeći da „bez tako jedinstvenog, monolitnog sredstva kao što je televizija, djelotvorna moć i kontrola koju posjeduju ove velike korporacije ne bi bila tako efikasna kao danas. Da bi prenio svoju filozofiju i izazvao naglu promjenu u potrošačkim navikama, monolitno ekonomsko poduzetništvo treba monolitan medij. Bez sredstva kao što je televizija, sposobnog istovremeno doprijeti do svakoga u zemlji sužavajući pritom čovjekove potrebe na mjeru koja je prikladna preuređenom okolišu, korporacije same po sebi ne bi mogle opstati“ (Mander, 2002, 123), a kao treći arugmenti navodi utjecaj televizije na ljudsko biće. Autor pojašnjava kako televizijska tehnologija kod ljudi proizvodi neuropsihološke reakcije koje mogu izazvati bolesti pojašnjavajući utjecaj svjetla na biljke i životinje, ali i čovjekovo zdravlje

te utjecaj televizijskog svjetla koje na određeni način pogađa naše stanice, a posljedice su nam još nepoznate. „Gledajući televiziju, vjerujete da gledate slike, ali zapravo se radi o fotorescentnom bljesku 300 000 točkica“ (Mander, 2002, 157). Autor upozorava: „Čak i pod pretpostavkom da mislimo dok gledamo televiziju, barem malo mislimo, slike ipak izravno ulaze u naš mozak i tu ostaju trajno. Nismo u stanju razlikovati koje su slike naše, a koje su pristigle iz udaljenih mjesta“ (Mander, 2002, 213). Usađene sklonosti televizije je četvrti Manderov argument: „Zajedno s (pot)kupljivošću njezinih kontrolora, televizijska tehnologija unaprijed određuje granice svog sadržaja. Jednu informaciju moguće je potpuno prenijeti, drugu djelomično, dok treću uopće nije moguće prenijeti. Najučinkovitije su telekomunikacije grube, pojednostavljene pravocrtne poruke i programi koji se uklapaju u ciljeve komercijalnih kontrolora medija. Najveći je potencijal televizije reklama. To nije moguće promijeniti. Tendencija je sadržana u samoj tehnologiji“ (Mander, 2002, 215), a tako je sve do danas, pa i kada je riječ o političkim reklamama, to jest političkom oglasima i promidžbi. Mander zaključuje da „zbog televizije mislimo da znamo više, a zapravo znamo manje“ (Mander, 2002, 289). Ako su nam i neka od ranijih tvrdnji i Manderovih promišljanja sporna, sigurno se možemo složiti s njim kako je kroz desetljeća televizija oblikovala način na koji percipiramo svijet, zabavljamo se i komuniciramo jedni s drugima, pa i u političkom kontekstu kojega istražujemo svojim radom.

Od svojih skromnih početaka do današnjeg digitalnog doba, televizija je prošla kroz značajnu evoluciju u kontekstu razvoja novih tehnologija i samih medija. Digitalno doba, televiziji ali i drugim masovnim medijima, donijelo je nove izazove uključujući promjenu navika publike i načina na koji ljudi danas koriste medijski sadržaj. Ipak mogli bismo zaključiti kako se televizija uspješno prilagođava novim promjenama te će i u budućnosti imati važnu ulogu u svakodnevnom, ali i u političkom životu. Ilišin, Marinović Bobinac i Radin tvrde da je „potiskivanje starih za račun novih medija je kratkotrajno te se nakon stanovitog razdoblja korisnici vraćaju uobičajenoj uporabi starih medija, ali uz stjecanje navike uporabe novih. Registrirano je ipak da se to zbiva nauštrb nekih drugih aktivnosti, ponajčešće onih socijalne naravi koje podrazumijevaju izlaske iz kuće i druženje s ljudima“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 21).

Dobro je još jednom podsjetiti da povijest komunikacije, od ranih oblika komunikacije do danas, svjedoči o stalnoj težnji čovječanstva da poboljša svoje sposobnosti prijenosa informacija, eliminirajući prostor i vrijeme. Pojava interneta i novih medija predstavlja pravu revoluciju u komunikaciji koja je rezultirala ogromnim utjecajem na život svakog pojedinca, njegove navike ali i odnose, a samim time na kulturu i društvo u cjelini. Isaacson podsjeća kako

je internet nastao „u partnerskom odnosu triju skupina: vojske, sveučilišta i privatnih korporacija“ udružene u „čelični trokut: vojno – industrijski – akademski kompleks“ (Isaacson, 2021, 229). McChesney navodi kako kruže različite priče o nastanku interneta, ali je činjenica da se cijelo polje digitalne komunikacije razvilo uz pomoć istraživanja koje je financijski podupirala i usmjeravala vlada, a često ih je provodila vojska i vodeća istraživačka sveučilišta. „Internet je osmišljen kao 'otvorena i konstruktivna tehnologija' pomoću koje znanstvenici mogu lako razmjenjivati svoje priloge u ne-hijerarhijskom okruženju“, piše McChesney, (2014, 127), a Isaacson pojašnjava kako su osobna računala i internet nastali još 70.-ih godina 20. stoljeća te su se idućih godina razvijali posve odvojeno. Isprepleli su se potkraj 80.-ih godina 20. stoljeća i time označili početak nove faze digitalne revolucije. Isaacson upozorava kako je digitalna revolucija nastala kao posljedica udruženja niza povijesnih inovacija: „Mikročipovi su omogućili računalima da postanu dovoljno mala i da tako postanu osobnim uređajima i pomagalima, dok su im mreže s komutacijom paketa omogućile da se kao čvorovi povežu na svjetskoj mreži. To udruživanje osobnog računala i interneta omogućilo je masovni procvat digitalne kreativnosti, razmjene sadržaja, utemeljivanje zajednica i društvenih mreža“ (Isaacson, 2021, 479). Digitalna revolucija posljedica je nastanka i novih medija, društvenih mreža i virtualnih zajednica, a Prelog tvrdi da „novi mediji (danas) označavaju različite oblike sadržaja, način njegove organizacije, prijenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost, nelinearni / nesekvencijalni pristup sadržaju dokumenta, digitaliziranost i multimedijski način prezentacije (tekst, slika, zvuk, animacija, video itd.)“ (Prelog u Peruško, 2011, 203). Lesinger ističe kako su medijski sustavi i mediji uvijek u procesu stvaranja pa pojašnjava „Nove je medije najlakše definirati jer sav sadržaj koji nastane na mreži smatra se novim. Stare medije teže je definirati, a naglašeno je da svaki taj mediji ima svog „para“ na mreži“ (Lesinger, 2018, 296).

Brza i dostupna informacija, u svakom trenutku i svakom pojedincu, rezultira boljim informiranjem i obrazovanjem društva. Rezultira i nastankom novih znanja, njihovom bržem širenju, nastankom inovacija i njihovoj praktičnoj primjeni. Pojavom interneta i novih medija transformira se i uloga tradicionalnih medija. Tradicionalni mediji masovne komunikacije suočeni su izazovom prilagodbe kako u kreiranju tako i distribuciji sadržaja do krajnjeg primatelja. Naime, primatelji i publika, suočeni s dostupnošću informacija mijenjaju i navike korištenja tradicionalnih medija tako da brzina i dostupnost postaju prioritet, ponekad i na štetu vjerodostojnosti i kvalitete medijskih sadržaja. Lechpammer, Kanižaj, Beck ističu *clickbait* ili mamilice kao praksu „koja je uzela znatnog maha, kako u svjetskim tako i u hrvatskim

medijima“ (Lechpammer, Kanižaj, Beck, 2024, 78)[13]. U sklopu projekta „Istraživački novinarski laboratorij: Vjerodostojnost medija kroz kulturu eksperimenata i inovacije u redakcijama” koji se provodio na Fakultetu političkih znanosti pod vodstvom Tene Perišin provedeno je istraživanje o stavovima hrvatskih novinara i urednika. Većina ispitanika složila se kako je ovo negativan trend u novinarstvu ali se „opravdavala time da senzacionalizam naslova ne može naškoditi kvaliteti članka, a da od veće čitanosti imaju koristi svi, pa i autor članka. U manjoj se mjeri iskazivao strah da će čitatelji zbog nepouzdanih naslova uskratiti povjerenje mediju kao cjelini. Ni u kojem slučaju nije percipirana svijest novinskih profesionalaca da mamilice vode i na bezvrijedne sadržaje, što znači da su ne samo naslovi nego i tekstovi bliži laži nego istini, to jest da je riječ o potpunoj prevlasti jezične prakse prodavanja magle“ (Lechpammer, Kanižaj, Beck, 2024, 89)[14]. Autori u istom članku upozoravaju kako su prethodna istraživanja pokazala kako javnost prepoznaje glavna obilježja i specifičnosti mamilica te upozoravaju kako bi daljnja uporaba mamilica mogla „znatno naškoditi djelatnosti čiji je primarni zadatak istinito izvješćivati o činjenicama i čije postojanje ovisi o povjerenju publike da mediji to doista i čine“ (Lechpammer, Kanižaj, Beck, 2024, 90)[15]. Također, tradicionalni masovni mediji postaju svjesni kako primatelj i publika u današnjem svijetu mijenja svoju tradicionalnu ulogu. Pomoću novih tehnoloških rješenja aktivno i dvosmjerno sudjeluju u procesu, a osim sudjelovanja dobivaju mogućnost kreiranja sadržaja i to gotovo u realnom vremenu, 7 dana u tjednu, 24 sata u danu, dakle konstantno.

Zekić tvrdi da „razvoj informacijskih tehnologija, koje obuhvaćaju sklop tehničko-tehnoloških sustava za proizvodnju, obradu i prijenos informacija kao osnovnoga resursa, ide u pravcu transformacija informacija u znanje“ (Zekić, 2007, 39). Autor napominje kako količina podataka, mijenja način na koji informacije koristimo, ali i obrađujemo, a Kocijan podsjeća kako se količina informacija nastala u vremenu od osnivanja Carigrada pa do otkrića tiskarskog stroja, dakle u razdoblju od 1.200 godina, udvostručila tek nakon 50 godina, dok danas postojeću količinu informacija udvostručujemo svake 3 godine (Kocijan u Vrana, Pečarić, 2017, 37).

Količina podataka u javnom prostoru nosi i određene izazove: od širenja dezinformacija i lažnih vijesti do kaznenih djela i zlouporabe, poput kibernetičkog kriminala i krađe podataka. Danas se u gotovo svakom udžbeniku pa i osnovnoškolskom, upozorava da „moramo biti kritički orijentirani i odgovorni kad tražimo informacije na internetu“ (Armstrong, Brunskill, 2020, 15).

[13] https://hrcak.srce.hr/file/463500, datum pristupa: 8. 10. 2025.
[14] https://hrcak.srce.hr/file/463500, datum pristupa: 8. 10. 2025.
[15] https://hrcak.srce.hr/file/463500, datum pristupa: 8. 10. 2025.

Zaključujemo da su internet, novi mediji i tehnološki razvoj potpuno promijenili način komunikacije. Danas nas tehnologija, posebno pametni mobilni uređaji, čine stalno dostupnima i izloženima informacijama. Komunikacija putem e-maila, društvenih mreža i virtualnih zajednica omogućuje nam povezanost s ljudima diljem svijeta, mijenja načine i tradicionalne oblike korespondencije i komunikacije, ali neumjerenom uporabom negativno utječe na naše fizičko i psihičko zdravlje te nas može dovesti i do potpune socijalne izoliranosti. Danas često svjedočimo korištenju pojma ovisnost o internetu. Bilo da govorimo o ovisnosti o društvenim mrežama koje omogućavaju upoznavanje novih ljudi, komuniciranje sa starim poznanicima, lakše dijeljenje slika i ostalih novosti, ovisnosti o *online* igrama, ovisnosti o *online* kockanju, ovisnost o kupovanju putem interneta, ovisnost o stalnoj potrazi za novim informacijama i znanjem na internetu ili drugim oblicima ovisnosti, činjenica je kako više vremena i pažnje pridajemo virtualnom nego stvarnom životu te gubimo kontrolu nad provedenim vremenom u virtualnom svijetu interneta. Dodig Hundrić, Ricijaš i Vlaček pojašnjavaju kako je nedvojbeno kako dio ljudi razvija ozbiljne probleme povezane s prekomjernim korištenjem interneta te upozoravaju kako je nužno usuglasiti terminologiju i kontinuirano provoditi sveobuhvatna istraživanja te osmisliti programe na svim razinama intervencijskog spektra. Autori pojašnjavaju kako je to osobito izazovno jer je internet prije svega dostupan i pristupačan, ali i u kontekstu vremena u kojem živimo neophodan pa pojašnjavaju „jedno od temeljnih načela tretmana tzv. tradicionalnih ovisnosti jest apstinencija (…) no kada je sama ovisnost neraskidivo povezana sa svakodnevnim životom, postavlja se pitanje je li to moguće“ (Dodig Hundrić, Ricijaš, Vlaček, 2018, 132)[16].

Internet i novi mediji postali su dio naše svakodnevnice, bilo da govorimo o vremenu kojeg provedemo virtualno, u profesionalnom ili privatnom okruženju. Činjenica je kako je ovaj medij pridonio procesu globalizacije u kojem se nalazimo, ali je i svakom pojedincu omogućio da bude dio globalne interakcije. Mnoge su prednosti ovog medija, od jednostavnosti korištenja i komunikacije putem interneta do brzine i pristupa različitim, pa i političkim, sadržajima u realnom vremenu. Bukovec podsjeća kako su mladi danas „često vrlo aktivni na društvenim mrežama i drugim digitalnim platformama, stoga političari trebaju uvažavati važnost prilagodbe svoje komunikacije kako bi dosegnuli tu publiku“ (Bukovec, 2024, 102)[17]. Autorica zaključuje kako se političko komuniciranje usmjereno prema mladim biračima mora temeljiti na interesima i vrijednostima mladih te da komuniciranje „mora biti autentično i pristupačno kako bi privuklo njihovu pozornost, motiviralo ih da izađu na izbore, da daju svoje povjerenje

[16] https://hrcak.srce.hr/file/300090, datum pristupa: 7. 10. 2025.
[17] https://hrcak.srce.hr/file/475601, datum pristupa: 6. 10. 2025.

nekoj političkoj stranci i stranačkom kandidatu i da tako aktivno sudjeluju u kreiranju svoje budućnosti“ (Bukovec, 2024, 103)[18]. Važno je razlikovati pozitivnu upotrebu interneta od one negativne koja postaje ozbiljan problem za uspješan i produktivan život i socijalne odnose kako mladih, tako i svakog pojedinca te društva u cjelini. Ilišin, Marinović Bobinac i Radin zaključuju da „ostaje ipak činjenica da je suvremeno društvo ipak sve bogatije i bogatije medijima, a umnožavanje njihova sadržaja tendira tome da zaokuplja sve veći broj ljudi sve više vremena. Zabrinutost zbog fasciniranosti ljudi masovnim medijima osobito se javlja prilikom pojave novih medija, posebice elektroničkih – tako je bilo s radijem i kasnije televizijom, a danas s internetom. Tada obično na važnosti dobiva teorija direktnih efekata, ali su iskustvo i istraživanja pokazala da se s vremenom – kako se zbiva širenje novih medija i osposobljenost njihovih korisnika – početne fascinacije transformiraju u standardnu sastavnicu svakodnevnog života“ (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001, 20).

Nesporna je činjenica kako internet i novi mediji donose brojne prednosti, ali i kao raniji revolucionarni izumi i sredstva komunikacije kroz povijest, sa sobom nose brojne izazove. Kao pojedinci ali i društvo u cjelini, s potencijalnim opasnostima se moramo znati uspješno nositi, a razvoju komunikacijskih tehnologija se moramo znati uspješno prilagoditi.

2.4. Etika i komunikacija

Dobrobit čovjeka i društva ključno je pitanje koje izučava filozofija i druge znanosti, a danas je jednako aktualno kao i prije nekoliko stoljeća. Upravo tim pitanjem bavi se i etika. Kao što nemamo jedinstvenu definiciju pojma komunikacije, tako ne postoji ni samo jedna, cjelovita i opće prihvaćena, definicija etike. Prema Hrvatskoj enciklopediji riječ etika dolazi od grčke riječi *ethika* što znači moralan, ćudoredan, a znači „- skup načela moralnoga (ćudorednog) ponašanja nekoga društva ili društvene skupine koja se zasnivaju na temeljnim društvenim vrijednostima kao što su: dobrota, poštenje, dužnost, istina ljudskost itd.; - znanost o moralu kao društvenom fenomenu koji se izražava u konkretnim ljudskim postupcima u okviru pravila, maksima i civilizacijskih zasada jednoga društva; - filozofska disciplina koja ispituje zasnovanost i izvor morala, temeljne kriterije za vrjednovanje te ciljeve i smisao moralnih htijenja i djelovanja“.[19]

[18] https://hrcak.srce.hr/file/475601, datum pristupa: 6. 10. 2025.
[19] https://enciklopedija.hr/clanak/etika, datum pristupa: 22. 10. 2023.

Bauer tvrdi da je „etika znanstveni model znanja o onom što je ljudsko. Ona napinje interpretaciju ljudske egzistencije između stvarnosti i ideje, i u provedbi svakodnevnice postavlja odgovornost za sve što se dogodilo i što je učinjeno kao stvarno i identično“ (Bauer, 2007, 97), dok Cortina napominje da je „etičar po vokaciji čovjek koji je istinski preokupiran s dobrobiti konkretnih ljudi i koji je uvjeren da filozofska refleksija može dati suštinski doprinos ostvarivanju te dobrobiti“ (Cortina, 2010, 34).

No, o etici i etičnosti ne promišljaju samo znanstvenici jer svaki čovjek pri donošenju odluke, kad je u pitanju etičnost, koristi tri kriterija. Utilitarističkim kriterijem se vodi kada pokušava postići najveću dobit za najveći broj ljudi, pravni kriterij koristi kada se vodi temeljnim slobodama i pravima, te treći kriterij, kriterij pravednosti zahtjeva da čovjek postavlja pitanja, pravedno vodeći računa, o ravnomjernoj raspodjeli dobiti i gubitka (Rijavec, Miljković, 2007, 14), a etičkih se kriterija moraju držati i svi mediji i medijski djelatnici.

„Etika se bavi ponašanjem ljudi, utvrđujući pravila moralnog ponašanja koje se obično nazivaju etičkim principima, odnosno etičkim kodeksom. Njima su obuhvaćena načela, pravila i politike kojima se usmjerava ponašanje“ (Buble, 2006, 60), a novinarska društva i udruge po cijelome svijetu odavno imaju svoje etičke kodekse struke. Zapravo, u današnjem vremenu bez obzira govorimo li o tvrtki, udruzi, instituciji ili strukovnom udruženju u pravilu imaju pisane etičke kodekse, kao skup općih etičkih pravila i standarda ponašanja.

Etikom kao i komunikacijom bavili su se najveći filozofi i znanstvenici kroz povijest do današnjih dana. Koliko je etičnost važna govori i primjer kako je još Kvintilijan u djelu „Obrazovanje govornika“ naglasio: „Moj je cilj da odgojim idealna govornika, a prvi i bitan uvjet za to je da on mora biti pošten i častan čovjek. Zato mi od njega ne tražimo samo izuzetne govorničke sposobnosti nego i sve odlike dobra karaktera“ (Kvintilijan, 1967, 39). Već na prvi pogled nam je jasno, kako bez obzira na sugovornikove govorničke vještine, proces komunikacije neće biti uspješan ako smatramo da naš sugovornik nije iskren i nije transparentan te kako iznosi djelomične informacije, neistine ili nastoji manipulirati, što je posebno vrijedno istražiti u onome što nazivamo „političkom arenom“. Ako sugovornika u procesu komunikacije smatramo neetičnim i nepoštenim povjerenje će biti narušeno te će negativno utjecati na cijeli proces komunikacije. Teri Kwal Gamble i Michael Gamble kao jedno od načela komunikacije ističu da je „komunikacija pod utjecajem etike“ pojašnjavajući kako svaki put kad komuniciramo odlučujemo hoćemo li to učiniti etički te upozoravaju: „Budući da komunikacija ima posljedice, ona uključuje prosudbu o ispravnom i pogrešnom. Kad se dogovoreni standardi ponašanja prekrše, ponašanje se smatra neetičkim“ (Gamble T. K., Gamble M., 2006, 11).

Informacijska i tehnološka revolucija te digitalno doba današnjice donijelo je nove etičke izazove u komunikaciji. Umreženost, ali i anonimnost koju internet pruža sigurno su pridonijeli širenju dezinformacija i lažnih vijesti, *cyberbullyinga* i govora mržnje te raznim zlouporabama osobnih podataka i drugim oblicima neetičkog ponašanja i komuniciranja. Labaš navodi činjenicu kako mediji koji „dižu najviše prašine“ spadaju u one najnakladnije, najgledanije, najslušanije i najposjećenije, te pojašnjava „danas je gotovo postala moda tvrditi da je istina relevantna.“ (Labaš, 2010, 172)[20] pa pojašnjava: „mentalitet današnjeg čovjeka ne dopušta da izvor morala i moralnih vrednota bude netko ili nešto izvan čovjeka, izvan njegove savjesti. Tako može izgledati kako se o etici u javnom komuniciranju i o vrijednostima medija i novinara razmišlja tek „kabinetski“ premda to nije točno“ (Labaš, 2010, 174)[21]. Autor ističe Brajnovićevu tvrdnju koju nitko razuman ne može pobiti: „Čovjek vrijedi onoliko koliko je sposoban voljeti, misliti, prosuđivati i vrednovati svoja djela, te koliko je sposoban slobodno (svojom vlastitom voljom) djelovati birajući dobro i izbjegavajući zlo“ (2010, 175)[22] te zaključuje: „Čovjek naime može promijeniti svoju praksu, no ne može promijeniti načela koja intimno i racionalno prepoznaje kao pravedna i vrijedna“ (Labaš, 2010, 181)[23].

Etika u komunikaciji, bez obzira na oblik i razine komunikacije, ključna je za očuvanje povjerenja, integriteta i odgovornosti u međuljudskim i društvenim, pa i političkim odnosima s političkim takmacima, ali i javnosti i biračkim tijelom. U današnjem globaliziranom svijetu, u kojem tehnologija pruža nevjerojatne mogućnosti napretka komunikacije, ključno je biti svjestan etičkih izazova. Pojedinac ali i društvo u cjelini mora se s izazovima znati nositi te aktivno sudjelovati u iznalaženju najboljih rješenja za očuvanje etičkih standarda. Na nama je da bez predrasuda, a u skladu s etičkim načelima, svojom komunikacijom pridonosimo pravednijem i odgovornijem društvu i dobrobiti svakog čovjeka.

[20] https://hrcak.srce.hr/en/file/113923, datum pristupa: 3. 10. 2025.
[21] https://hrcak.srce.hr/en/file/113923, datum pristupa: 3. 10. 2025.
[22] https://hrcak.srce.hr/en/file/113923, datum pristupa: 3. 10. 2025.
[23] https://hrcak.srce.hr/en/file/113923, datum pristupa: 3. 10. 2025.

3. POLITIČKA KOMUNIKACIJA I JAVNOST

Pojam politika najčešće se izvodi iz grčke riječi *pólis* što označava antički grad-državu i političku zajednicu. Naime, atenski vojskovođa Periklo omogućio je slobodnim građanima sudjelovanje u državnim poslovima i donošenju državničkih odluka. Prvi je to oblik demokracije pri čemu vlast proizlazi iz naroda i pripada narodu. Baš zbog toga Grčku smatramo kolijevkom demokracije, a sama riječ demokracija dolazi od grčke riječi *demos* što znači narod i *kratein* što znači vladati. Glavno državno tijelo u tadašnjoj Ateni, *polisu*, gradu-državi bila je Skupština, na kojoj su se sastajali građani, a ne njihovi predstavnici. Građani su davali svoje prijedloge, odgovarali na prijedloge drugih, raspravljalo se i na temelju rasprava su se glasovanjem donosile odluke. Osim u radu skupštine građani su sudjelovali i u izvršnom vijeću koje se biralo ždrijebom na jednogodišnji mandat te u porotama koje su birane nasumično među dobrovoljcima. Smailagić zaključuje da „opće helensko shvaćanje o slobodi prožima cjelokupnu antičku političku filozofiju: čovjek se ne izdvaja iz društvenog reda, on mu pripada kao nerazdvojni i supstancijalan dio“ (Smailagić, 1970, 25). U tadašnjoj Ateni nastaju političari koji politički uspjeh duguju prije svega svojim vrlinama, sposobnosti i govorničkom umijeću za razliku od ranijih pripadnika aristokracije. Takvi političari nazivaju se *rhetores*. Kišiček ističe kako je „umijeće uvjeravanja i javnog govora postojalo i prije sofista“ ali kako su upravo oni došavši sa Sicilije u Atenu sa sobom donijeli i retoriku (Kišiček, 2018, 14). Kišiček tvrdi kako sofisti nisu bili političari, ali su imali utjecaj na politički život zbog svojih vještina govorništva, bilo da se radilo o pisanju i osmišljavanju govora, podučavanju vještinama javnog govora, uvjeravanja, argumentiranja i retorike ili profesionalnom govorništvu na javnim mjestima (Kišiček, 2018). Grčku smatramo kolijevkom retorike, a slobodno bi mogli zaključiti i političke komunikacije koja svoje posebno mjesto danas ima i u parlamentima diljem demokratskog svijeta. Već tada se među filozofima stare Grčke pojavilo pitanje etičnosti retorike te se uz političku komunikaciju vežu negativne konotacije. Iako su u svojim vještinama bili izuzetno uspješni, činjenica je kako su sofisti za usluge uzimali novac, nerijetko se i bogatili, što je izazivalo sumnju, pa i prijezir dijela stanovništva, koje ih je smatralo neautentičnima. Zbog njihovih vještina i metoda podučavanja prepisivao im se i pridjev manipulatori, a činjenica je kako su njihovi savjeti, bilo za pobjedu u političkoj areni ili na sudu, nerijetko bili i rubno etični (Kišiček, 2018). Iako je danas normalno i prirodno naplaćivati svoje usluge podučavanja, pitanja etičnosti u političkoj komunikaciji koja su mučila filozofe stare Grčke te negativne konotacije koja se veže uz političku komunikaciju, aktualna su i danas.

Politička komunikacija i politika, *polis* kao grad država i današnja moderna država, ali i demokracija stare Grčke te demokracija danas, bitno se razlikuju. Ipak, Aristotelovi politički spisi već stotinama godina jedno su od temeljnih djela filozofije politike. Prva knjiga Aristotelove „Politike“ počinje riječima: „Budući vidimo kako je svaki grad neko zajedništvo i da je svako zajedništvo složeno poradi nekog dobra (jer radi onoga što im se čini dobro svi čine sve), bjelodano je da sva [zajedništva] teže nekomu dobru, a najviše pak, i onomu koje je najpoglavitije od svih [dobara], ono zajedništvo koje je od svih najpoglavitije i u sebi sadržava sva ostala. A to je ono nazvano država i državno zajedništvo“ (Aristotel, 1992, 1, 1252a). U ovom djelu, kao i ostalim Aristotelovim djelima, proteže se praktična filozofija kao jedinstvo politike, ekonomije i etike te razmišljanja i ideje od vrijednosti pojedinca i kućanstva do vrijednosti, sreće i samodovoljnosti društva i države. Aristotel navodi kako je čovjek po prirodi društveno biće i biće zajednice, tj. društveno biće te kako čovjek svojom prirodom konstituira grad-državu. Aristotel tvrdi kako pojedinac bez zajednice ne može opstati (Aristotel, 1992, 3, 1253a). Aristotel napominje kako je čovjek po prirodi i političko biće, a „nagon za vladavinom i slobodom potječe od te sposobnosti u svim ljudima. Jer srce hoće vladati i ne da se svladati“ (Aristotel, 1992, 223, 1328a, 5). Aristotel naglašava komunikaciju koja čovjeka razlikuje od životinja koje kao i ljudi žive u zajednicama, stavljajući naglasak kako je zajednica, tj. grad država važnija od doma i pojedinca, „a govor jedino čovjek ima među [svim] živim bićima. Jer dok je glas znak bola ili užitka, te je stoga prisutan i u ostalih životinja (do tog je, naime, njihova narav stigla, da imaju osjet bola i užitka i da te mogu označiti jedni drugima), govor pak priopćuje korisno i štetno, pa tako i pravedno i nepravedno. Jer to je, nasuprot ostalim živim bićima ljudima svojstveno, da jedino oni imaju sjetilnu zamjedbu dobra i zla, pravednog i nepravednog i slično. A zajedništvo takvih tvori dom i grad. Po naravi je pak prvotniji grad negoli dom i svaki pojedini od nas. Jer cjelina je nuždno prvotnija od dijela“ (Aristotel, 1992, 3, 1253a 10). Osnovna podjela u ovom Aristotelovom djelu odvija se između države kao političke zajednice u kojoj su svi jednaki i domaćinstva koje je po prirodi nejednako i kojim dominiraju odnosi muškarac - žena, otac - dijete i gospodar - rob. Aristotel navodi: „Država je, naime, zajedništvo sličnih poradi najboljeg mogućeg življenja. I budući je blaženstvo ono najbolje, a ono je djelatnost i savršena primjena kreposti, dok se događa tako te jedni u njoj mogu sudjelovati, drugi pak malo ili nikako, jasno je kako je to uzrok što postoje [mnoge] vrste država i više različitih državnih poredaka. Jer različitim načinom i drukčijim sredstvima ljudi teže tome, te pri tome tvore različite oblike života i državne poretke“ (Aristotel, 1992, 224, 1328a 35). Bez obzira gledamo li državu i društvo kao čovjekovo umjetno djelo ili se slažemo s Aristotelom kako je država zapravo građani koji ju čine, država kao zajednica formirana radi

najboljeg mogućeg življenja, gdje je cjelina i dobrobit zajednice iznad svakog interesa pojedinca i danas nam se čini aktualnom i poželjnom. Ako izuzmemo činjenicu kako je u ono doba status građanina Atene ograničen na usku elitu i to na muškarce koji su to pravo stekli rođenjem od svojih roditelja te kako je većina odraslih uključujući žene, strance i robove zapravo isključena iz svakog oblika javnog života, pa ako pod pojmom građanin podrazumijevamo svakog stanovnika današnje moderne države mogli bi zaključiti kako bi svaki smisao politike i političkog djelovanja trebao biti dobar i sretan život građana u političkoj zajednici.

Iz ranije tvrdnje mogli bi zaključiti kako je zapravo jednostavno definirati cilj i smisao svake politike, pa i samu politiku, ali to baš nije tako. Različiti autori kroz povijest do današnjih dana nude različite definicije politike i za svaku od njih možemo reći da je istinita. Hague i Harrop ističu kako je politika izraz koji se primjenjuje raznovrsno i iznijansirano, ali kako bi najsažetija definicija glasila da je politika „aktivnost pomoću koje skupine donose obvezujuće kolektivne odluke kako bi pomirile razlike među svojim članovima“ (Hague, Harrop, 2009, 15). U istom djelu autori nude još jednu definiciju politike izrazito važnu za političku komunikaciju i kažu da je politika, „osobito u demokracijama, bitka za utjecaj nad važnim, ali neodređenim područjima javnog mnijenja“ (Hague, Harrop, 2009, 130), dok Weber ističe da je politika „neobično širok“ pojam „i obuhvaća sve vrste samostalne upravne djelatnosti“ (Weber, 2001, 5). Upravo je Weber ponudio jednu od najpoznatijih definicija politike ističući da je ona „težnja za sudjelovanjem u moći ili utjecaj na raspodjelu moći bilo između država bilo skupina ljudi koji žive u državi“ (Weber, 1999, 162). Weber o politici govori i kao o pozivu koji podrazumijeva „isključivo vođenje ili utjecaj na vođenje neke političke organizacije, a u našem slučaju: države“ (Weber, 2001, 6). Almond, Bingham Powell, Dalton i Storm kažu da „politika ima mnogo lica i može biti snaga dobra jednako kao i snaga zla. No srž je politike u tome što ljudska bića donose važne odluke za sebe i druge“ (Almond, Bingham Powell, Dalton i Storm, 2018, 1), dok Podunavac, Keane i Sparks napominju kako funkcioniranje politike ovisi o nekim stupnjevima konsenzusa, ali sama politika iskazuje nemir, puna je konflikata te ju pokreće borba članova društva koji su dobro pozicionirani, onih koji su razočarani i onih koji žele napredovati. Tako autori navode da je politika „refleksivan angažman u strahom gonjenoj borbi za egzistenciju“ (Podunavac, Keane, Sparks, 2008, 36), a Inglis pak tvrdi kako je politika „proučavanje kraljevstva javnosti i uistinu je teško reći gdje su joj granice: postoji politika obitelji i politika mašte. No, ostanemo li pri politici kao predmetu javnih odnosa (kao što se to kaže), tada je u modernim vremenima – recimo, od otkrića telegrafa 1830 – ih godina – taj odnos bio, da se poslužimo tehničkim izrazom, temeljno posredovan sustavima javne

komunikacije“ (Inglis, 1997, 20). U istom djelu Inglis zaključuje da je politika, „kao što sam prije naglasio, proučavanje onoga kakav svijet jest i kakav bi trebao biti“ (Inglis, 1997, 105), a Heywood kaže da je „politika, u svom najširem smislu, aktivnost putem koje ljudi tvore, čuvaju i mijenjaju opća pravila po kojima žive“ (Heywood, 2013, 2). Kant naglašava nedjeljivost morala i politike riječima: „Istinska politika, dakle, ne može učiniti niti jedan korak, a da se prije toga ne pokloni moralu; i premda je politika sama za sebe teško umijeće, njeno sjedinjenje s moralom nije nikakvo umijeće. Jer moral presijeca čvor koji politika nije mogla odriješiti čim se te dvije snage suprotstave jedna drugoj“ (Kant u Primorac, 2011, 21). Posavec naglašava kako se smisao politike tijekom vremena mijenja, te ona poprima različita, čak i suprotna značenja. On izdvaja tri faze u oblikovanju tipova politike ali i napominje da „premda politika nije jedne vrste, nego uključuje različite fenomene i pretpostavlja njihove povijesne mijene, ipak nastojimo, makar i neprecizno, o njoj stvoriti jednoznačnu sliku. Političkim možemo nazvati različite sfere javnog i privatnog života, institucije, procese i djelovanja“ (Posavec, 1995, 9). Škaro tvrdi da je politika „na Zapadu sve više visokospecijalizirana praktična djelatnost koja traži mnoštvo znanja, umijeća i vještina“ (Škaro, 1999, 181), a Hättich navodi da pod politikom „kao životnim područjem društva razumijevamo sveobuhvatno reguliranje i oblikovanje društvenog života, koje počiva na vlasti“ (Hättich, 1996, 71). Isti autor ističe kako bi politiku mogli definirati „kao svako svrhovito proračunato ponašanje“, ali kako je takav pojam previše općenit jer se svakom ponašanju može pridati obilježje političkog, dok u istom trenutku takav pojam iz područja političkog isključuje svako spontano, emocionalno i nekontrolirano ponašanje, pa zaključuje kako je takav pojam preuzak za svakodnevnu jezičnu uporabu, a preopćenit za političku znanost (Hättich, 1996, 17). Mouffe napominje kako je potrebno razlikovati između pojma politike i pojma političkog. Pod političkim razumije „dimenziju antagonizma konstitutivnu društvu kao takvom, a pod politikom sklop praksi i institucija kojima se uspostavlja poredak te organizira koegzistencija u kontekstu konfliktnosti kao posljedica političkog“ (Mouffe, 2016, 15). Meyer navodi da je politika „kao tehnika moći i kao donošenje odluka neuništiva“, ali upozorava kako je „depolitizacija politike uvijek moguća. Ona postaje neizbježnom kada kriza društva postane krizom politike, a kriza politike hrani krizu društva“ (Meyer, 2003, 1).

Znanost koja proučava politiku i političke pojave zove se politologija ili politička znanost, čiji nam je doprinos u ovome radu od posebne važnosti. Milardović smatra kako su temelji modernoj politologiji i političkoj antropologiji udareni znatno ranije razumijevanjem politike i čovjeka kao bića zajednice te navodi „kada bi se politolog prihvatio pisanja povijesti politologije, najprije bi se morao pozabaviti filozofijskim teorijskim izvorom politologije,

izvorom koji je zajednički i mnogim drugim društvenim znanostima. Antički korijeni politologije sežu u pretplatoničko i predaristotelovsko razdoblje, a umijeće politike razumjela je praktična filozofija prije svega kao praktičnu znanost o dobru i kreposnu životu unutar zajednice“ (Milardović, 1998, 5), a Kasapović tvrdi da je „prema prilično uvriježenom mišljenju, moderna politička znanost ponajprije američka znanost o politici ili američka politička znanost“ (Kasapović, 2007, 34). Poznati američki politolog Devid Easton ističe kako nema jedinstvenih pogleda na sam predmet političke znanosti te konstatira kako se politička znanost određivala na više načina: „kao proučavanje vlasti, kao istraživanje monopola legitimne primjene ponude, kao proučavanje dobrog života itd“. On politologiju definira „kao proučavanje načina oblikovanja odluka za određeno društvo, što ih tijekom najviše vremena, najviše ljudi smatra obveznima“ (Easton u Milardović, 1998, 65). Zakošek naglašava kako „politologija teško može ignorirati politička zbivanja koja je okružuju, iako je način na koja se ta zbivanja percipiraju, kategorijalno definiraju i čine dostupnima znanstvenoj analizi specifičan rezultat same politologije“ (Zakošek u Kasapović, 2007, 34), a Grdešić ističe važnost primjenjivosti političke znanosti te ističe *policy* analizu kao poddisciplinu političke znanosti (Grdešić, 2006, 6).

Kako se znanstvenici i kompetentni autori, pa i cijelo jedno znanstveno polje društvenih znanosti ne mogu usuglasiti oko jedne definicije politike i politologije, tako nemamo ni jedinstvenu definiciju političke komunikacije. Radojković podsjeća kako među autorima koji se bave političkom komunikacijom postoji šire i uže shvaćanje političke komunikacije. Prema širem pogledu politička komunikacija u svojoj je biti činitelj politike jer „se simbolima posreduje razmjena argumenata, činjenica i volje prilikom donošenja općeobvezujućih odluka“, a prema užem smislu politička komunikacija je „sredstvo za provođenje politike, za objelodanjivanje političkog ponašanja i političkih strategija za koje se traži pristanak građana“ (Radojković u Zerfaß, Radojković, 2011, 28). Plenković navodi da je politička komunikacija „uglavnom posredovana komunikacija prenošena medijima masovne komunikacije“ (Plenković, 2014, 126), a Borčić ističe da se komuniciranjem o politici i u politici stvaraju „odnosi moći i autoriteta, a imenovanjem, označavanjem i opisivanjem kreira se te provodi politika“ (Borčić, 2023, 55). Jantol pak naglašava kako „akteri politike komuniciraju i djeluju istodobno ili paralelno, iz čega slijedi to da ako se mijenja način komuniciranja o politici, mijenja se i ona sama, i obratno, promjenama politike mijenja se i način komuniciranja o njoj. Štoviše, komuniciranjem se politika ne samo simbolički predočuje nego i konstituira, djeluje i zbiva, što znači da je komuniciranje o politici istodobno komuniciranje u politici ili političko komuniciranje“ (Jantol, 2004, 19), dok Caramani tvrdi da je politička komunikacija

„interaktivan proces koji se tiče prijenosa informacija između političara, medija i javnosti. Taj proces funkcionira prema dnu, od državnih institucija prema građanima, vodoravno pomoću veza među političkim akterima, ali i prema vrhu, od javnog mnijenja do vlasti“ (Caramani, 2013, 351). „Politička komunikacija složen je multipolaran konstrukt u čijemu ostvarenju sudjeluju brojni akteri, od političkih aktera do medija i javnosti. I kada ta komunikacija izostaje ili je njezina razina niska, ona postoji“ (Lesinger, Đaić, Felger, 2019, 29).[24] Škaro navodi kako su sve ljudske aktivnosti potaknute interesima, ali kako svaka aktivnost nije i politička aktivnost te pojašnjava kako se ljudsko djelovanje mora pojaviti u polju političke komunikacije da bi se orijentiralo prema političkom interesu. Autor izdvaja izbornu kampanju te ističe važnost strategije komuniciranja u njoj, jer je „provedba izborne kampanje u politici oblik političke komunikacije radi političkog interesa nekog pojedinca ili društvene skupine koja potiče proces političke komunikacije i rabi sredstva marketinga u politici kako bi postigli politički interes“ (Škaro, 1999, 76). McNair nudi definiciju političke komunikacije koja obuhvaća sav politički diskurs, koji uz verbalne i pisane iskaze uključuje i vizualna sredstva označavanja kao što su odjeća, šminka, frizura i dizajn logotipa, tj. sve elemente komunikacije za koje se može reći da tvore politički „imidž“ ili identitet. On političku komunikaciju definira „kao svrhovitu komunikaciju o politici“, što uključuje: „1. Sve oblike komunikacije kojima se služe političari i drugi politički akteri u svrhu ostvarivanja specifičnih ciljeva; 2. Komunikaciju koju prema tim akterima usmjeravaju nepolitičari kao što su birači i novinski kolumnisti, te 3. Komunikaciju o tim akterima i njihovim aktivnostima kakva se pronalazi u izvješćima, uvodnicima i drugim oblicima medijske rasprave o politici“ (McNair, 2003, 12).

Iz ranijih definicija politike i političke komunikacije, bilo da o politici govorimo kao o manifestaciji moći, znanosti upravljanja državom, umijećem preraspodjele oskudnih sredstava, kolektivnim odlučivanjem i dr., jasno nam je kako su politika i komunikacija dva nerazdvojna pojma ljudske djelatnosti. Kao i sama komunikacija, politička komunikacija tijekom povijesti prošla je različite faze oblikujući, a istovremeno je i oblikovana, od strane raznih društvenih, kulturnih, a posebno tehnoloških čimbenika.

Govoreći o evoluciji političke komunikacije, Caramani navodi da se ona može „podijeliti na klasično doba, moderno doba i treće doba“ (Caramani, 2013, 351). U civilizacijama poput one u staroj Grčkoj i starom Rimu politička komunikacija odvijala se uglavnom na trgovima, u skupštinama i senatima. Građani su raspravljali o političkim pitanjima, slušali druge predstavnike, iznosili svoja stajališta i poticali demokratske procese. Politički uspjeh i napredak

[24] https://hrcak.srce.hr/233223, datum pristupa 28. 10. 2023.

pojedinaca ovisio je o govorničkim sposobnostima, a iste te sposobnosti su od najboljih govornika stvorile prve *opinion makere*. Interpersonalna komunikacija – koja je važna i za naše istraživanje – karakteristična je za najranije klasično doba političke komunikacije kad su građani i političari komunicirali izravno bilo da govorimo o izbornim lobiranjima, izbornim kampanjama, lokalnim skupovima ili skupovima u gradskim vijećnicama.

S razvojem tiskarskog stroja politička komunikacija dobiva novu dimenziju. Kako je izum pisma ranije omogućio čuvanje zapisa i prijenos znanja, izumom tiskarskog stroja, mnoštvo informacija, pa i samo znanje, postaje dostupno široj javnosti istodobno potičući sudjelovanje građana u političkim procesima. Hague i Harrop ističu kako za komunikaciju nije bio presudan sam izum pisma i tiska koliko širenje pismenosti među stanovništvom „opća pismenost na zajedničkom jeziku naročito je omogućila popularizaciju novina, najvažniji događaj u političkoj komunikaciji tijekom devetnaestog i početkom dvadesetog stoljeća“ (Hague, Harrop, 2009, 120). Objavljivanje povremenih pamfleta, letaka i preteče današnjih novina te stranačkih glasila s malim nakladama postaje snažno sredstvo izražavanja političkih ideja. „Takozvani prosječni građanin također je uzimao novine u ruke, a time su one postale čimbenikom značajne političke prodorne snage. Bile su u stanju ozbiljno poremetiti 'javni red i mir' kako se to u ono vrijeme nazivalo“ (Bauer, 1997, 9). Apsolutistički vladari, svjesni utjecaja na javnost, tiskare i izdavače promatrali su sa sumnjom te je uveden pojam koji danas poznajemo kao cenzura. Cenzura je priječila put razvoju tiska, ali ga nije mogla zaustaviti. Iako se s pojmom „umiranja novina“ susrećemo desetljećima, posebno pojavom interneta, digitalnih tehnologija i društvenih mreža, tisak i novine kao masovni medij, zbog svoje dugovječnosti, ali i brojnih prednosti koje nude čitatelju i javnosti, imaju i danas veliki utjecaj, a sigurno će ga imati i u budućnosti. Citirajući njemačkog političara Ignaza Auera, Bauer navodi da je utjecaj stranke koja je češće prisutna u tisku veći, a samim time raste i njezino značenje (Bauer, 1997, 16), a s tim Auerovim mišljenjem iz 1876. godine slažu se i današnji političari.

Razvoj radija, a kasnije i televizije početkom 20. stoljeća, stvara pravu revoluciju u političkoj komunikaciji pa mnogi autori smatraju da je to trenutak kad počinje moderno doba političke komunikacije. Političari koriste ovu komunikaciju kako bi se obraćali građanima i komunicirali s masama. Javljaju se prve radijske političke emisije, a kasnije i televizijske te se pojavljuje i komercijalno oglašavanje kandidata i stranaka tijekom izborne promidžbe. Radio, a kasnije i televizija omogućili su komunikaciju s masovnom publikom u govornom umjesto u pisanom obliku, a političari su morali steći nove komunikacijske vještine i usvojiti novo umijeće obraćanja tisućama pa i milijunima slušatelja i gledatelja kao da su pojedinci. Kao što ćemo ispitati i vidjeti u našem istraživanju, interpersonalna komunikacija u političkim kampanjama

zadržala je važnu ulogu do današnjih dana, ali njen doseg na javnost i građane neusporediv je s oblikom komunikacije putem masovnih medija. I dok je tisak masovni mediji koji dospijeva do obrazovanijeg i pismenijeg dijela javnosti, radio a kasnije i televizija, prenose vijesti i aktualne teme te dopiru do najšireg dijela javnosti.

Navodeći pozitivne karakteristike televizije Hague i Harrop ističu kako je televizija postala najvažniji masovni medij u svim etabliranim demokracijama te objašnjavaju da je televizija „vizualan, vjerodostojan i lako probavljiv format koji dopire do gotovo svakog kućanstva i predstavlja najvažniji izvor političkih informacija“ (Hague, Harrop, 2009, 127). Autori za političku komunikaciju i njen krajnji učinak, naglašavaju potrebu sinergije medija pa navode da „kad birač vidi da o istoj temi govore i televizija i tisak, njihov skupni učinak premašuje učinak svakog od tih medija zasebno“ (Hague, Harrop, 2009, 128).

„Pojava interneta naširoko se smatra crtom razgraničenja trećeg doba političke komunikacije koje je usredotočeno na širok raspon digitalnih tehnologija“ (Caramani, 2013, 351). Internet omogućava građanima aktivno sudjelovanje u političkim komunikacijama tako da političku komunikaciju iz tradicionalno jednosmjerne pretvara u višesmjernu komunikaciju. Političari u realnom vremenu primaju povratnu informaciju, a građanima se omogućava da aktivno sudjeluju, komentiraju pa i kreiraju poruke. Komunikacija se odvija 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Uloga interneta, društvenih mreža i digitalnih platformi u političkoj komunikaciji posebno je važna kada govorimo o mladima. Bukovec naglašava: „Mladima je važno i da im političari budu pristupačni, otvoreni za dijalog gdje će dobiti odgovore. Otvoren i iskren dijalog je jedini put u izgradnji povjerenja između mladih birača i političkih kandidata i stranaka (Bukovec, 2024, 102)[25]. Internet omogućuje trenutačno širenje informacija i multimedijalnu komunikaciju, bilo da govorimo o istovremenom korištenju više medija (kao npr. objedinjavanje slike i zvuka) ili simultanom korištenju više načina komuniciranja (npr. spoj teksta i fotografije, grafike i sl.). Ulazak u digitalno doba mijenja političku komunikaciju, a posebno u vrijeme kampanje te se ona sve više usmjerava na online platforme i društvene mreže. Bebić, Boko i Dolinar na primjeru studije slučaja i rezultata istraživanja pokazuju kako se politički skandal stvoren u medijima, u obliku memova, preselio na društvene mreže te je na društvenim mrežama imao značajno veći doseg nego u samim medijima. Autori zaključuju kako su „memovi pojačivači političkih skandala“ te da „politički skandali u medijima imaju kraći vijek trajanja, dok se u obliku memova češće dijele na društvenim mrežama i tako postaju svojevrsno opće znanje“ (Bebić, Boko, Dolinar, 2023, 100)[26]. McChesney tvrdi da „internet

[25] https://hrcak.srce.hr/file/475601, datum pristupa: 6. 10. 2025.
[26] https://hrcak.srce.hr/file/452416, datum pristupa: 6. 10. 2025.

predstavlja intenzivnu konkurenciju oglašavanju koje je tradicionalno financiralo većinu informativnih medija“ (McChesney, 2014, 212). Mnogi mediji suočavaju se s ozbiljnim financijskim izazovima. Dio njih se uspješno prilagodio novonastaloj situaciji, a dio ih je i danas u procesu prilagodbe novim tehnološkim mogućnostima i komuniciranju putem digitalnih platformi. Caramani zaključuje kako se „noviji oblici digitalnih političkih komunikacija obično nadopunjuju, ali automatski ne zamjenjuju, starije oblike; stoga se u suvremenim izbornim kampanjama nastavlja osobno agitiranje stranačkih djelatnika uz bok televizijskim emisijama i internetskim stranicama stranaka, čime se šire izvori informacija, a time i izbor građana“ (Caramani, 2013, 351).

Globalizacija, gospodarski i društveni razvoj, razina poslovnih aktivnosti, ali i nova informacijska i komunikacijska tehnologija pridonose internacionalizaciji političke komunikacije. Nekad su se predstavljanjem države u međunarodnom okruženju i ostvarenjem vanjskopolitičkih ciljeva bavili isključivo diplomati, a danas svaki političar, osim s nacionalnom publikom, komunicira i s međunarodnim publikama te svojim aktivnostima pridonosi ugledu i imidžu svoje zemlje u svijetu. Skoko navodi kako je globalizacija svijet pretvorila u globalno tržište, a globalni mediji formirali su globalnu javnost, koja raspravlja o zajedničkim temama i problemima suvremenog svijeta te naglašava važnost nacionalnog ugleda kao instrumenta moći, dodajući da netko, kako bi „postao prepoznatljiv globalni igrač i poštovan akter te globalne sfere, mora izaći izvan nacionalnih granica te postati globalno prepoznat kao kredibilan sugovornik“ (Skoko, 2021, 37). Samo države koje uživaju međunarodni ugled mogu uspješno ostvariti svoje gospodarske i političke interese te sudjelovati u kreiranju globalnih politika i trendova. Zato je za svakog političara važna kulturna inteligencija. Skoko tvrdi kako se ona može naučiti, a definira ju kao „sposobnost prilagodbe drugim kulturama i njihovu načinu komuniciranja te sposobnost stvaranja učinkovitih odnosa“ (Skoko, 2021, 167).

„U periodu između izbora praktično vlada zatišje i jako je slaba komunikacija između političkih stranaka i političara s jedne strane i birača sa druge strane“, tvrdi Mirosavljević (2010, 24), a i drugi autori koji se bave političkom komunikacijom poseban naglasak u svojim radovima stavljaju na političku komunikaciju u predizborno vrijeme. „Izborna kampanja nije ništa drugo do li komuniciranje. U njemu kandidat za funkciju vlasti informira birače o svojoj ponudi i uvjerava ih da bi se za njihove potrebe zalagao više i uspješnije od svih ostalih kandidata, u sklopu čega ne propušta upozoriti na slabosti konkurenata i na fatalne posljedice koje bi iz toga proizašle u slučaju njihove pobjede“, piše Jantol (2004, 206), dok Lalić i Kunac ističu da „izbornu kampanju definiramo kao organiziranu i planiranu komunikacijsko - propagandnu

aktivnost političkih stranaka i kandidata kojoj je cilj osiguranje izborne potpore (dijela) javnosti potrebne za odlučivanje na vlasti, osvajanje vlasti ili utjecanja na vlast; u pluralističkom društvu izborna kampanja treba biti usmjerena na unaprjeđenje demokratskog procesa putem tolerantnoga i argumentiranoga javnog dijaloga političkih aktera o ključnim temama društva i njegova razvitka“ (Lalić, Kunac, 2010, 10). Borčić ističe da „u političkim kampanjama, političari i političarke kreiraju imidže distancirajući se od drugih (proces razgraničavanja identiteta) i nudeći perspektive usklađene s uvjerenjima i očekivanjima svojih potencijalnih birača (proces personalizacije). Cilj političke komunikacije je postati vidljiv te utjecati na potencijalne birače, što čini osnovu ovakvog načina komunikacije“ (Borčić, 2023, 85). Dio autora uspoređuje politiku s ekonomijom te tvrde kako marketing prodaje proizvod, a politička komunikacija i politički marketing u predizborno vrijeme prodaju političara i politički program. U tom kontekstu, Škaro o političkom marketingu kaže da je riječ o „specijaliziranim znanjima, praktičnim tehnikama komuniciranja, specijaliziranim marketinškim institucijama te stručnjacima specijalistima koji su angažirani za prodaju politike na tržištu i koji skrbe o imageu političara i političkih stranaka“ (Škaro, 1999, 181). Autor naglašava kako su danas političke kampanje nezamislive bez primjene političkog marketinga te da „primjena marketinga u politici u razvijenim demokracijama ima dugu i bogatu tradiciju, dočim se u hrvatskoj politici počeo koristiti 1990. godine“ (Škaro, 1999, 181). Već više puta spominjani Jantol ističe kako je politički marketing posebna grana marketinškog komunikacijskog djelovanja koja: „(a) informira potencijalnog kupca o tome što mu se nudi i (b) uvjerava ga da mu ponuđeno treba više od bilo čega drugoga i da je to neusporedivo bolje od svega što bi netko drugi mogao ponuditi. Najvažniji oblik političkog marketinga je izborna kampanja koja biračima prodaje kandidata za državnu funkciju“ (Jantol, 2004, 192). McLean sa svoje strane tvrdi da je „glas, donekle vrlo sličan novcu. U oba primjera možemo pretpostaviti da ih građani upotrebljavaju kako bi maksimalno povećali svoje zadovoljstvo“ (McLean, 1997, 57), dok Šiber pita: „Prodaju li se političari kao papirnate maramice?“ i konstatira: „Politički marketing je skup tehnika kojima je svrha da pospješe podobnost jednog kandidata (političke stranke, programa) određenom izbornom potencijalu, da ga približe što većem broju birača, da za svakog od njih načine uočljivu razliku prema drugim kandidatima ili protivnicima i da s minimalnim sredstvima dobiju što veći broj glasova“ (Šiber, 2003, 13). Konačno, Šiber zaključuje da „nema nikakve dvojbe da je politička komunikacija vrlo važno područje političkog marketinga (2003, 17), te pitanjem podsjeća na dvosmislen stav oko odnosa političke komunikacije i političkog marketinga: „Je li politička komunikacija dio političkog marketinga, je li politički marketing dio političkog komuniciranja ili, jednostavno, postoji područje međusobnog preklapanja koje

pokazuje važnost razumijevanja i primjene spoznaja svakog od tih područja istraživanja?“ (Šiber, 2003, 17).

3.2. Političar - glavni akter političke komunikacije

„Politika kao zvanje ostvaruje se preko političara, tj. osobe koja pokreće i idejno usmjerava zajednicu u traženju najboljeg načina promicanja dobra svih“ (Jelenić, 2018, 84)[27]. Ključnu ulogu, u kompleksnom i dinamičnom procesu političke komunikacije, imaju političari kao „pojedinci koji, organizacijskim i institucionalnim sredstvima, teže za utjecajem na proces odlučivanja“ (McNair, 2003, 13). Cilj svakog političara je, bilo da govorimo o lokalnim, nacionalnim ili međunarodnim političarima, doći na poziciju institucionalne političke vlasti u vladi i izvršnoj vlasti ili biranim predstavničkim tijelima te na taj način provoditi željene politike.

U Republici Hrvatskoj kao i u većini drugih zemalja ne postoji propisani profesionalni put kojim se postaje političar. Njihove profesionalne pa i obrazovne pozadine su različite. Nekima je politika, kao glavna životna djelatnost, kruna karijere nakon što su se dokazali u drugoj djelatnosti, drugi posao političara obavljaju paralelno s drugom djelatnosti sukladno propisima na snazi, dok je nekima posao profesionalnog političara prvi posao. Meyer tvrdi da „raste broj profesionalnih političara koji se, da bi došli do uspjeha, rano u životu i bez profesionalnih iskustava na drugim područjima društva predaju političkoj karijeri“ (Meyer, 2003, 100). Mnogi od političara imaju diplome prava, ekonomije, medicine, političkih znanosti, novinarstva i drugih disciplina, a na primjeru političara u Republici Hrvatskoj možemo vidjeti kako se dugovječan, ali i uspješan političar, može biti i sa srednjoškolskim obrazovanjem.

Politolozi i komunikolozi se slažu kako su za uspjeh u politici, a prije toga na izborima, potrebne različite vještine i osobine, od komunikacijskih, pregovaračkih, analitičkih i liderskih vještina do moralnih osobina, vjerodostojnosti i kredibiliteta. Tako Šiber naglašava kako kandidati u izbornim kampanjama moraju udovoljavati trima ključnim zahtjevima: „1. moraju imati razvijene kognitivne ili spoznajne sposobnosti. Pod tim se, prije svega, podrazumijeva razvijene, iznadprosječne, intelektualne sposobnosti; 2. moraju imati određene osobine ličnosti, prije svega stabilnost, otpornost na stres, odsutnost anksioznosti, ali i visoke moralne osobine;

[27] https://hrcak.srce.hr/file/295196, datum pristupa: 11. 7. 2024.

3. moraju imati razvijenu motivaciju postignuća, odnosno težnju da ostvare zadane ciljeve, da si uvijek iznova određuju nove izazove i standarde postignuća“ (Šiber, 2003, 101).

Osim zahtjeva kojima kandidati moraju udovoljiti Šiber ističe sedam poželjnih osobina psihološkog profila političara i to: „politički eros, snažna ličnost, otvorenost, vizija, političko uvjeravanje, komunikacija s javnošću i politički stil odlučivanja“ (Šiber, 2003, 101). Škaro konstatira da je temelj kampanje „pojedinac kandidat ili stranka, koji kandidat treba biti priznato ime s reputacijom, karizmatična osoba i dobar javni govornik. Kandidat treba imati dobar *image*. *Image* i poruka sastavnice su dobre prezentacije na političkom tržištu“ (Škaro, 1999, 76).

Božičević i Zoraja kao idealne karakteristike uspješnog političara izdvajaju „poštenje, iskrenost, smisao za organizaciju, sposobnost argumentacije, odlučnost, kompetenciju i toleranciju, inteligenciju, sposobnost komuniciranja, televizičnost, u odnosu na domoljublje - solidarnost sa siromašnima i osjećaj pravde, ljudsku širokogrudnost, ali i habitus - način fizičkog i psihičkog ponašanja i način odijevanja“ (Božičević, Zoraja, 1997, 56). Kišiček pak u prvi plan stavlja kredibilitet političara te piše: „Kredibilitet, odnosno vjerodostojnost govornika od iznimne je važnosti u političkom diskursu“ (Kišiček, 2021, 29). Ona poistovjećuje pojam kredibiliteta s pojmom etosa, tj. karaktera govornika, kojemu je još Aristotel posvetio veliku pozornost. Kišiček nadalje naglašava kako je u politici nerijetko kredibilitet političara važniji od argumenata koje političar iznosi te tvrdi da formula za karizmatičnost ne postoji, ali bi svaki političar vježbom retorike i javnog nastupa mogao utjecati na percepciju u javnosti. „Percepcija u javnosti za uspjeh političara puno je važnija od njegove istinske osobnosti“ (Kišiček, 2021, 36). Weber navodi kako su za političara „posebno odlučujuće tri odlike: strast - osjećaj odgovornosti - mjera“ (Weber, 2001, 60), taštinu izdvaja kao vrlo raširenu osobinu od koje nitko nije slobodan, a ona političare vodi prema neobjektivnosti i neodgovornosti. Neobjektivnost i neodgovornost Weber naziva smrtnim grijesima na polju politike ističući posljedice za političara.„Njegova neobjektivnost navodi ga da umjesto stvarnoj moći teži ka blještavom prividu moći, a njegova neodgovornost navodi ga da uživa u moći radi nje same bez sadržajne svrhe“, piše Weber (2001, 62), dok Jelenić naglašava da je politika „častan i odgovoran poziv i zato političar mora biti pošten čovjek“ te ističe: „Prema zakonu logike — časni posao obavlja časni čovjek — političar bi morao biti častan, pošten kako bi mogao odgovoriti časnomu pozivu. Jedino je častan političar sposoban zauzimati se za vjerodostojno dobro svih i svakoga u zajednici“ (Jelenić, 2018, 83)[28]. Burušić je objavio rad „Poželjna

[28], https://hrcak.srce.hr/file/295196 datum pristupa: 11. 7. 2024.

obilježja političara Što žele hrvatski glasači?“ koji se temelji na podacima prikupljenim istraživanjem javnoga mnijenja Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar, na reprezentativnom uzorku punoljetnoga stanovništva Hrvatske, uoči parlamentarnih izbora 2003. godine (Lamza Posavec i sur., 2003.). Utvrdio je kako hrvatski birači „na prvo mjesto važnosti stavljaju poštenje, zatim osobnu razinu naobrazbe političara te njegovo domoljublje, dok popustljivost političara, njegov poželjni fizički izgled i pripadnost muškom spolu svojim procjenama označavaju kao obilježja koja u ponuđenom skupu obilježja imaju nešto nižu važnost“ (Burušić, 2007, 106).[29] Burušić pojašnjava da se u istraživanju pokazalo „da potreba da političar bude osoba koju krase pojedine (poželjne) osobne vrline vezane uz njegovu ličnost ima u hrvatskim uvjetima univerzalnije značenje te da nije čimbenik koji proizvodi ikakvo razlikovanje unutar biračkoga tijela. I muškarci i žene, i građani različita stupnja naobrazbe te potencijalni birači glavnih političkih stranaka i političkih grupacija oko toga se uopće ne razlikuju te to nije u političkom djelovanju pitanje na temelju kojeg se može utjecati na pojedine skupine građana“ (Burušić, 2007, 106).[30] Temeljem rezultata istraživanja Burušić zaključuje da „u pogledu osobnih kvaliteta suvremeni hrvatski političar i nema previše izbora – mora biti vrstan u svim obilježjima koja upućuju na njegovu ličnost. Dopuštena mu je jedino sloboda u stupnju u kojem će promovirati određene tradicijske elemente, pa mu ostaje na kraju da pojedinim aspektima vlastita samopredstavljanja utječe na kreiranje poželjnoga dojma o sebi isticanjem vlastitih prednosti koje se tiču njegova izgleda, socijalnih kompetencija i vještina ili dosadašnjih dostignuća“ (Burušić, 2007, 107).[31] Zsifkovits pak tvrdi da je politika „određena interesima, i to pojedinačnim i skupnim, dakle partikulativnim interesima“, te naglašava kako ljude, pa tako i političare ne pokreće opća dobrobit već vlastiti interes (Zsifkovits, 1996, 22). On smatra kako vlastiti interes kao pokretačka snaga nije loš, ali kako je ključno pitanje kako prebroditi „odnosno smanjiti raskorak između političkih činjenica i zahtjeva što se politici postavljaju, raskorak između stvarnosti i ideala u političkom moralu“ (Zsifkovits, 1996, 30), dok Nagel naglašava važnost posjedovanja morala, kako privatnog tako i javnog te ističe dio moralne osobitosti službenih uloga: „Svatko tko preuzme neku javnu ili službenu ulogu preuzima i obvezu da služi nekoj posebnoj funkciji, a često i interesima neke posebne skupine“ (Nagel u Primorac, 2011, 56). Walzer ističe pojam prljavih ruku i pojašnjava kako je uvriježeno mišljenje da su političari značajno i moralno lošiji od nas ostalih te obrazlaže „da je dilema prljavih ruku jedno od središnjih obilježja političkog života, da nastaje ne samo kao povremena kriza u

[29] https://hrcak.srce.hr/file/29501, datum pristupa: 3. 6. 2024.
[30] https://hrcak.srce.hr/file/29501, datum pristupa: 3. 6. 2024.
[31] https://hrcak.srce.hr/file/29501, datum pristupa: 3. 6. 2024.

karijeri ovog ili onog nesretnog političara, nego sustavno i učestalo“ (Walzer u Primorac, 2011, 71).

Nadalje, Zsifkovits izdvaja deset područja napetosti između politike i morala te potencijalnim političarima nudi deset zanimljivih pravila politike: „1. Poveži vlastiti interes u interesu opće dobrobiti! 2. Teži vlasti, ali je stavi u službu pravde i ljubavi! 3. Traži uspjeh, ali pritom nemoj izdati svoju savjest! 4. U protivniku i neprijatelju uoći mogućeg brata (sestru) i prijatelja! 5. Odupri se iskušenjima graničnog morala koji te vuče niže, ne zaboravljaj mogućnosti graničnog morala koji traži više! 6. Budi vjeran istini u govorima i obećanjima! 7. Kao političar budi prijatelj medijima, ali ne o medijima ovisan, kao novinar odgovoran prema medijima, a kao potrošač kritičan prem medijima! 8. Budi vjeran načelima, i nipošto dogmatičan! 9. Teži ostvarenju materijalnih dobara tako da nematerijalne vrijednosti ne odbacuješ nego ih prihvaćaš! 10. Budi u stvarnosti političkog života dosljedan pozitivnim načelima koja tvom političkom djelovanju daju smisao i cilj!“ (Zsifkovits, 1996, 119).

Iako je naširoko ustaljena praksa da se političare prosuđuje prije svega ili isključivo na moralnoj osnovi, postoje autori koji ističu kako je takav tretman političara potencijalno, loš tj. kako je kratkovidan i neproduktivan „jer onemogućuje da na pozicije od javnog interesa dođu sposobni ljudi i da se tako postigne određeni boljitak za društvo“ (Petrović, 2019, 40).[32] Petrović povlači paralelu s pozicijom J. S. Milla u pogledu isključivanja žena iz politike te naglašava: „Mišljenja sam da ukoliko kandidat za političku funkciju ili onaj tko je već na njoj posjeduje sposobnost za uspješno obavljanje neke takve uloge, u mnogim mu slučajevima treba pogledati kroz prste ako je nešto negdje i nekad moralno zgriješio“ (Petrović, 2019, 41),[33] pri čemu klasificira moralne propuste te nudi argumente kojima želi pokazati kako u barem tri vrste slučajeva političari svoj nemoral ne bi trebali plaćati odustajanjem od kandidature ili ostavkom na funkciju koju obnašaju. Autor zaključuje kako je njegova rasprava nepotpuna jer se bavi djelima političara ili političkih kandidata, izostavljajući verbalne delikte te odjeću kao način komunikacije te ističe kako bi trebalo usporediti društva koja su odlučila birati svoje vođe po tvrdim moralističkim pravilima i društva koja postupaju slično njegovom prijedlogu (Petrović, 2019).[34] Pojedini autori ističu kako su obmana, namjerna prijevara i potpuna laž s nama od početka zabilježene povijesti te se upotrebljavaju kao legitimna sredstva za postizanje političkih ciljeva. Tako Arendt tvrdi da se istina „nikada nije ubrajala među političke vrline, dok su se laži uvijek smatrale opravdanim oruđem u političkim postupcima“ (Arendt, 1996, 124), dok Walzer

[32] https://hrcak.srce.hr/file/336272, datum pristupa: 2. 7. 2024.
[33] https://hrcak.srce.hr/file/336272, datum pristupa: 2. 7. 2024.
[34] https://hrcak.srce.hr/file/336272, datum pristupa: 2. 7. 2024.

ističe: „Probijanje i laganje su nužni jer su moć i slava toliko poželjni – to jest, toliko rasprostranjeno željeni. I tako su ljudi koji djeluju za nas i u naše ime nužno oni koji se probijaju i lažu“ (Walzer u Primorac, 2011, 72). Machiavelli je još davne 1513. godine upozorio, a u djelu „Vladar“ objavljenom 1532. zapisao: „Vladar mora, želi li ostati na vlasti, naučiti da može biti nedobar i da se time po potrebi koristi ili ne koristi“ (Machiavelli, 2020, 97). Blagost, odanost, poštenje, čovječnost i vjera su vrline koje ističe Machiavelli, ali tvrdi kako bi za vladara bilo štetno kad bi ih imao i stalno se njima koristio. On naglašava kako vladar te osobine ne mora stvarno posjedovati već mora učiniti sve da se vjeruje da ih ima: „Vladar mora paziti da mu iz usta nikada ne izađe riječ koja nije puna ovih pet gore navedenih osobina. Mora napokon i kad ga se gleda i kad ga se sluša, izgledati kao da je sav od blagosti, sav od odanosti, sav od poštenja, sav od čovječnosti, sav od vjere. Ništa mu nije nužnije negoli izgledati kao da posjeduje ovo posljednje svojstvo. Ljudi općenito sude više očima nego rukama, jer svi vide, a malo njih dodiruje rukom“ (Machiavelli, 2020, 105).

Sposobnost političara da kreira i prenese poruku te tako utječe na javno mnijenje i formira politički diskurs, ključna je za uspjeh svakog političara, ali je i od suštinskog značenja za funkcioniranje demokratskih društava. Kroz pažljivo osmišljene kampanje i komunikacijske strategije političari komuniciraju sa svojim biračima, šire svoje poruke te kreiraju narativne koji utječu na birače, na njihove stavove i ponašanje. Oni oblikuju percepciju javnosti o ključnim pitanjima kao što su odgoj i obrazovanje, zdravstvo, ekonomija i međunarodni odnosi. Jedna od ključnih strategija koju koriste političari, od prvih demokracija do danas, upotreba je javnog govora i retorike, što ćemo i istražiti našim radom. Kišiček navodi primjer Cicerona kao političara, jer njegov život i politička karijera služe i danas kao ogledni primjerak kako govorničke vještine pozitivno utječu na profesionalni uspjeh: „Ciceron je iza sebe ostavio govore, ali i retoričke priručnike iz kojih se mnogo može naučiti. Ne samo o tehničkoj strani govora, o strukturi, stilu i argumentaciji već i o poimanju dobrog govornika koje se, možemo reći, do danas nije puno promijenilo. Perfectus orator ili izvrstan govornik prema Ciceronovu mišljenju mora biti široko obrazovan, mora poznavati pravo, povijest, unutarnju i vanjsku ekonomiju, vojna pitanja, ali mora biti upoznat s umjetnošću i poezijom. Uz sve to mora biti dobar psiholog koji će poznavati i prepoznavati osjećaje publike. Nadalje, mora biti općenito kulturan, duhovit i domišljat te dobre govorničke izvedbe. Prema Ciceronu, izvrstan govornik ima suptilnost logičara, misao filozofa, dikciju pjesnika, pamćenje odvjetnika, glas tragičara, izvedbu glumca. Dobar govornik je kombinacija mudrosti i elokvencije i Ciceron zamjera Platonu što te dvije osobine odvaja jer smatra da je mudrost najvažnija jer se do nje dolazi iskustvom, stručnošću, znanjem i osjećajem“ (Kišiček, 2018, 28).

Iako se o političkoj komunikaciji najviše piše i govori u izbornim kampanjama, komunikacija je za svakog političara bitna tijekom cijelog mandata obnašanja političke dužnosti. Pojedini autori upravo komunikaciju ističu kao glavni posao političara. „Glavni je posao političara komunikacija; njihov je zadatak dati do znanja drugim igračima političke igre koji su njihovi motivi, politike i strategije“, pišu Hague i Harrop (2009, 119), dok Borčić navodi da je politika „danas odraz brendiranja, jednako kao što odražava i to ima li politička osoba (ne)kvalitetan sadržaj. Političare, stoga, pamtimo ili po onom što su govorili, odnosno sadržaju, ili po načinu na koji su govorili“ (Borčić, 2023, 69). Šiber pak pojašnjava da je politika „između ostalog, i svojevrsna komunikacija. Na temelju komunikacije dobiva se ili gubi podrška za određeni politički program. Demokratska komunikacija podrazumijeva spremnost na razgovor, na povratnu informaciju, tolerantni nastup, uvažavanje sugovornika, razumijevanje za drugačiji pristup“ (Šiber, 2003, 101). Božičević i Zoraja kao najvažniju osobinu svakog političara izdvajaju osobnost: „Političar mora uvijek odavati dojam da je osobno uvjeren u ono što govori te da sve što govori može potkrijepiti vlastitim primjerom, iskustvom ili poznavanjem tematike“ (Božičević, Zoraja, 1997, 56). Autori naglašavaju kako „političar mora biti komunikacijski uravnotežena osoba - ekstrovertirana osoba sangviničnog karaktera sa smislom za humor i samoironiju (ali ne i cinizam)“ (Božičević, Zoraja, 1997, 56), dok Kišiček podsjeća na brojne retoričke prednosti humora, koje su poznate još iz vremena antičke retorike te primjećuje da „hrvatskim političarima nedostaje humora u javnom govoru, posebice onog koji je usmjeren na stvaranje boljeg raspoloženja publike, ublažavanje stresnih situacija ili pak umanjivanje konflikata. Također, rijetka je duhovitost kojom političar stvara naklonost publike, gradi svoj imidž i simpatičnost“ (Kišiček, 2021, 102). U modernoj politici, pojavom masovnih medija te interneta i društvenih medija koji su neizostavni u procesu komuniciranja s javnošću, političari kao uspješni komunikatori moraju posjedovati i druge vještine osim retorike i javnog govora. Božičević i Zoraja tvrde da je „i televizičnost kandidata danas važan čimbenik uspjeha političara“ (Božičević, Zoraja, 1997, 56), a Car naglašava da su političari „uglavnom svjesni činjenice da je medijska pažnja krucijalna za njihov izborni uspjeh i buduću karijeru. Biti u vijestima stoga je pitanje političkog 'života ili smrti'“ (Car, 2010, 195)[35]. Vučković i Oblak Črnič pišući o političkoj komunikaciji pojašnjavaju rezultate istraživanja prema kojima postovi na Facebooku koji sadrže emocije i reference na privatni profil privlače veći broj odgovora (lajkova, komentara, dijeljenja) te zaključuju „pojavom društvenih mreža, korištenje emocionalnih apela u komunikaciji postalo je nužnost“ (Vučković, Oblak Črnič, 2021, 20)[36].

[35] https://hrcak.srce.hr/file/96035, datum pristupa: 3. 6. 2024.
[36] https://hrcak.srce.hr/file/368183, datum pristupa: 6.10. 2025

Koliko je za politički uspjeh važno biti drugačiji od drugih i znati to komunicirati s javnostima opisuju Božičević i Zoraja koji navode da se političar „mora prije svega razlikovati od svojih konkurenata. Bezlični političari ili oponašatelji nemaju izgleda“ (Božičević, Zoraja, 1997, 55) te dodaju kako su za političare osim programskih razlika važne i komunikacijske razlike „odnosno stupanj njihovih pozitivnih, negativnih i neutralnih komunikacijskih obilježja“ (Božičević, Zoraja, 1997, 56). Konačno, isti autori zaključuju kako će „dobar političar znati iskoristiti svoje komunikacijske prednosti, shvatiti svoje nedostatke i učiti kako ih ispraviti te u svakoj komunikaciji – marketinškoj akciji ili kampanji, davati poželjan moralni primjer ponašanja svojim biračima“ (Božičević, Zoraja, 1997, 57). Galić i Bebić tvrde „personalizacija politike proteklih je desetljeća postala jedan od važnijih fenomena u suvremenoj politici“ (Galić, Bebić, 2021, 79)[37]. Autori pojašnjavaju ulogu medija „koji nastoje medijske sadržaje vezane uz politiku prikazati što zanimljivijima svojim publikama. Sve se više usmjeravaju na pojedine kandidate i čelnike stranaka, na njihove osobine i privatne živote, dok politički programi i konkretna rješenja padaju u drugi plan“ ali i ulogu samih političara koji često i sami u kampanjama naglašavaju svoj karakter i otkrivaju informacije iz privatnih života. Time se nastoje približiti biračima i prikazati sebe kao obične građane, odnosno kao „jedne od nas“ (Galić, Bebić, 2021, 79)[38]. Jantol naglašava važnost komunikacijske kompetencije za političara, ali i upozorava: „U politici ni krajnje nekompetentan komunikator nije bez ikakvih izgleda za politički uspjeh; zbog toga se i događa da loši govornici nisu uvijek neuspješni političari i da, obratno, dobri govornici nisu uvijek uspješni političari“ (Jantol, 2004, 39).

„Paradoks formiranja političke klase upravo kao posljedice dovršenja političke demokracije u masovnom društvu djeluje kao mehanizam strukturalnog otuđivanja politike i života. Za one koji su joj posvetili život, politika postaje u vanjskom smislu sredstvom za život, sredstvom organiziranja građanskog profesionalnog života. No život građana postaje im stran“ (Meyer, 2003, 109). Zbog njihovog utjecaja na život građana, ali i činjenice kako se bave javnim poslom, da su ključni akteri u oblikovanju društva i vođenju države, političari postaju javne osobe, a njihova su djela i izgovorene riječi, bilo u profesionalnom ili privatnom životu, pod posebnom pozornošću javnosti. Street tvrdi: „Političari se promatraju kao legitimni i utjecajni politički akteri čije poglede treba pretresti, preispitati i zabilježiti“ (Street, 2003, 55). U obavljanju svoje dužnosti političari se suočavaju s brojnim izazovima uključujući pritisak javnosti, medijski nadzor, političke sukobe i potrebu za balansiranjem različitih interesa. Ipak,

[37] https://hrcak.srce.hr/file/379562, datum pristupa: 6. 10. 2025.
[38] https://hrcak.srce.hr/file/379562, datum pristupa: 6. 10. 2025.

izborom zanimanja političari su na neki način dobrovoljno pristali biti predmet polemika, kritika, istraga, sarkazma, javnog ismijavanja i uvreda.

Zbog ranije spomenutog utjecaja političara, ali i izazova s kojima se susreću u obnašanju dužnosti, proces političke komunikacije nije jednostavan te svaki sudionik političke arene mora biti svjestan svoje odgovornosti prema biračima koji su ga birali, ali i društvu u cjelini, što ćemo imati prilike prikazati u nastavku rada. Naime, u komunikaciji političari moraju uspješno balansirati između potrebe za privlačenjem pažnje i održavanjem vjerodostojnosti komunicirajući jasno, transparentno, dajući samo točne i provjerene informacije, a izbjegavajući korištenje dezinformacija i manipulaciju informacijama, proizvodnju sukoba, vrijeđanje i neprimjeren govor u javnom prostoru. Zsifkovits političare upozorava da- „odlukom punoljetnog građana na dan izbora, kao danu plaćanja računa, mora posebno postati jasno da se egoistični političar kažnjava, a političar koji se brine za opću dobrobit nagrađuje, dakle da se moral u politici isplati“ (Zsifkovits, 1996, 31). Neprimjerena komunikacija političara u konačnici može, osim za samog političara, imati ozbiljne posljedice za političku kulturu, demokraciju i društvo u cjelini. Kišiček napominje kako „političari na visokim funkcijama imaju odgovornost jer njihova retorika pridonosi izgradnji ne samo njihova kredibiliteta, njihove slike i imidža u javnosti, već može odrediti smjer cjelokupne javne komunikacije. I zbog toga nije svejedno kako političari govore, nije smiješno kada vrijeđaju jedni druge ili se obrušuju na medije. Političari bi trebali dovoljno cijeniti svoje birače da u javnosti komuniciraju kulturno“ (Kišiček, 2021, 44). Zsifkovits pak zaključuje: „Ni sva optuživanja zbog propasti političke kulture ni svi etički postulati o politici neće puno koristiti ako nema dosta ljudi koji su iz uvjerenja spremni živjeti u sukladnosti sa zahtjevima političke etike. S obzirom na glib, koji vlada u politici, uvijek iznova dolazimo do spoznaje da se i u politici među deficitarna dobra čovječanstva ne ubrajaju materijalna dobra nego moralne snage čovjeka. Za promicanje tih snaga potrebno je što je moguće više karizmatično obdarenih, upravo proročkih ljudi, koji će kao potrošači i proizvođači politike, kao obični građani i kao dužnosnici, savjesno i odgovorno ispunjavati svoju dužnost u službi pravnog poretka, kako ne bi zavladale lude i zavodnici“ (Zsifkovits, 1996, 120).

Valja navesti i kako Šiber konstatira da „idealnih ljudi nema ni u jednom području ljudske djelatnosti, pa prema tome nema ni u politici“ (Šiber, 2003, 100) te ističe važnost demokratskog društva i javnosti na izbor političara pa zaključuje tvrdnjom: „Veličina demokratskog društva upravo je u tome što u stalnoj interakciji javnosti i političke elite bira one, sa svim mogućim pogreškama, koji optimalno odgovaraju izazovima i potrebama danog vremena“ (Šiber, 2003, 101).

3.3. Akteri političke komunikacije

Političko djelovanje ostvaruje se kroz aktere, tj. sudionike političke komunikacije, koje Radojković dijeli u tri grupe: „1. politički establišment (vlada, opozicija, stranke interesna udruženja, tijela uprave); 2. mediji (tisak, radio-difuzija, digitalni mediji i mediji građanskog samoizražavanja /novinarstva); 3. autsajderi (svi koji nemaju pristup areni za donošenje odluka) i društveni pokreti“ (Radojković u Zerfaß, Radojković, 2011, 29).

Radojković smatra kako politički establišment i mediji imaju obvezu, potrebu i odgovarajuća sredstva za komunikaciju dok je autsajderima pristup javnoj areni otežan, ali ne i definitivno zatvoren. Navodi kako im na raspolaganju stoje strategija vođenja protestne i informativne politike. „Protestna politika je mobiliziranje građana za protestne akcije u stvarnom, a danas sve češće, u virtualnom prostoru. Informativna politika podrazumijeva prikupljanje vjerodostojnih informacija i podataka, i njihovo objavljivanje na strateški brižljivo odabranim mjestima“ (Radojković u Zerfaß, Radojković, 2011, 29).

Postoje i druge podjele na aktere ili elemente političke komunikacije. Prema Brienu McNairu elementi političke komunikacije su: „političke organizacije, medijii i građani“ (McNair, 2003, 13).

3.3.1. Političke organizacije

McNair u političke organizacije ubraja političke stranke, javne organizacije, grupe za pritisak, terorističke organizacije i vlade (McNair, 2003, 13). Čovjek je društveno biće i priključivanje pojedinaca različitim organizacijama, univerzalan je fenomen prisutan kroz cijelu povijest čovječanstva, od plemenskih saveza do današnjih modernih organizacija. Razlozi zbog kojih se pojedinci priključuju organizacijama mogu biti različiti, od socijalnih, ekonomskih, političkih do ideoloških. Glavni motiv uvijek je činjenica i svijest da kao grupa i organizacija imamo veću snagu, utjecaj i moć na bilo koji odnos, nego kad čovjek nastupa kao pojedinac. Zato organizacije, pa samim time i političke organizacije, igraju ključnu ulogu u oblikovanju društva te pojedincima pružaju platformu za socijalnu interakciju, politički utjecaj i ideološku afirmaciju.

3.3.1.1. Političke stranke

„Premda je i ranije bilo skupina koje bi se danas mogle priznati kao stranke, moderne stranke potječu prvo iz predstavničkih skupština koje su postojale od 16. do 19. stoljeća, a drugo iz nastojanja onih koji su bili isključeni iz tih skupština da dobiju glas u njima. U oba slučaja stranke su se pojavile kao odgovor na činjenicu da će usklađeno djelovanje vjerojatnije biti učinkovitije od djelovanja izoliranih pojedinaca, čak i kad su savršeno suglasni“, piše Caramani (2013, 220), dok McNair tvrdi: „Unatoč ideološkim razlikama koje u suvremenim demokracijama mogu postojati između političkih stranaka, zajednička im je predanost ustavnim sredstvima promicanja svojih ciljeva, nastojanje da stanovništvo kao cjelinu uvjere u svoju ispravnost te podvrgavanje svojih politika testu periodičnih izbora. Čim steknu vlast (ili bude odbačene, već prema prilici), prestaju se držati ustavnih pravila političkog sustava u kojem djeluju, poštujući ograničenja koja on postavlja njihovoj moći da provedu politiku ili joj se suprotstave, sve dok ne naiđe nova prigoda za izbor“ (McNair, 2003, 14). Čehok pojašnjava kako „cijeli raspon stranaka ili skupina obično nazivamo političkim spektrom u kojem se sudionici grupiraju ili prema prostornim kriterijima razlikovanja ili prema vremenskim kriterijima.“ Autor objašnjava kako prema prostornim kriterijima politički spektar znači od lijevoga preko centra do desnoga, a prema vremenskim odrednicama podrazumijeva oprečne etikete poput „napredno-nazadno, progresivno ili regresivno, revolucionarno – reakcionarno, čaki i okrenuto budućnosti – okrenuto prošlosti“ (Čehok, 2024, 124).

Šiber navodi tri osnovna načina na koje kandidat, unutar političkih stranaka, dolazi na listu, „a koji su prepoznatljivi i na hrvatskoj političkoj sceni: 1. Tijekom vremena i političkom aktivnošću pojedinac se penje na ljestvici stranačke hijerarhije. To unutarstranačko dokazivanje sa sobom nosi i podilaženje stranačkom vodstvu, tako da se izborne liste pojavljuju kao specifičan mehanizam kontrole članstva i zapreka demokratskim odnosima unutar stranke. 2. Stranka poziva na svoju listu pojedince za koje smatra da ugledom u svojoj građanskoj profesiji mogu privući glasove birača. 3. Pojedinci koje žele doći na listu mimo svog stranačkog političkog reda jednostavno kupuju to mjesto dajući stranci znatan novčani iznos za potrebe izborne kampanje“ (Šiber, 2003, 100).

Zadnja Šiberova tvrdnja kako pojedinci, mimo svog stranačkog reda, kupuju mjesto na listi dajući stranci znatan novčani iznos za potrebe izborne kampanje, više je karakteristična za neke druge države, nego za Republiku Hrvatsku. Naime, u Republici Hrvatskoj izdvajanje novčanih sredstava političkim strankama za potrebe izborne kampanje, kako fizičkih tako i pravnih

osoba, regulirano je Zakonom o financiranju političkih aktivnosti, izborne promidžbe i referenduma te je maksimalan iznos doniranih sredstava ograničen.[39]

Sa svakim novim izbornim ciklusom, osim pojedinaca koji su novi u postojećim političkim strankama, svjedoci smo kako u Republici Hrvatskoj, tako i u drugim zemljama, formiranja novih političkih stranaka. Bilo da se stranke formiraju kao odgovor na postojeće probleme ili svojim osnivanjem komuniciraju i otvaraju potencijalne probleme, svoju vrijednost i važnost testiraju na izborima. Važno je naglasiti kako „političke stranke kao pokretači otvorenog diskursa (formiranje volje naroda) i kao akteri predstavljanja države imaju dvostruku komunikativnu funkciju. S jedne strane okupljaju i predstavljaju interese svojih članova i birača, a s druge strane - zastupaju i volju države“ (Radojković u Zerfaß, Radojković 2011, 15). Grdešić naglašava da je „utjecaj političkih stranaka, posebice one koja pobijedi na izborima, svakako važan“ (Grdešić, 1995, 73). Autor pojašnjava kako političko vodstvo stranke nakon izbora postaje političko vodstvo države koje na taj način utječe na promjenu opće političke orijentacije, prioriteta i sadržaj političkog djelovanja (Grdešić, 1995, 73).

Istraživanja i radovi na ovu temu govore o slabljenju utjecaja političkih stranaka. „Bojazni modernog doba vezane uz stranke obično proizlaze iz nalaza o slabljenju njihove uloge posrednika u zastupanju te konkretne poveznice između vlasti i naroda“ (Heywood, 2013, 241). Heywood kao razlog navodi pad broja članova i pristaša, uspon političkih pokreta i organizacija čije je jedino obilježje antipatija prema konvencionalnim centrima moći, dojam kako su stranke birokratizirana politička mašinerija, sve teže upravljanje složenim i modernim društvima. Autor zaključuje: „Konačno objašnjenje jest da stranke možda padaju zato što su socijalni identiteti i tradicionalne odanosti na kojima su zasnovane također počeli blijediti“ (Heywood, 2013, 242), dok Supek primjećuje da „izbori s poraznom apstinencijom svuda pokazuju da ljudi sve manje vjeruju da će političke stranke promijeniti stanje. Razlog toj skepsi nije samo u političarskoj korumpiranosti, taštini i beskrupuloznoj borbi za primat, nego je više u njihovoj negativnoj selekciji koja uz pomoć televizije i drugih masovnih medija izbacuje demagoge, showmene, TV-zvijezde, uglavnom podmukle, prevrtljive, podmitljive, poslušne ili autoritarne karaktere. A pravi bi kriterij izbora morao biti rad i poštenje“ (Supek, 2005, 91). Usporedimo li Heywooda koji pad potpore političkim strankama vidi u društvu ili Supeka koji okrivljuje postojeće političke stranke i političare, možemo zaključiti da su oba autora u pravu, ali je pravi razlog vjerojatno vidljiv u komunikaciji političara i političkih stranaka, što ćemo istražiti u nastavku rada. U radu „Stari rascjepi i nove stranke: analiza biračkog ponašanja na izborima 2020. u

[39] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_03_29_602.html, datum pristupa: 4. 6. 2024.

Hrvatskoj“ prikazana je analiza prema kojoj „parlamentarni izbori održani 2020. godine predstavljaju još jedan korak prema transformaciji hrvatskog stranačkog sustava i donekle strukture sociostrukturnih rascjepa na kojoj se temelji. Od stranaka koje su nastale u vrijeme uspostave višestranačkog sustava izborno relevantni ostali su samo HDZ i SDP, i regionalno IDS. Istovremeno, nove stranke koje su nastale u posljednjem desetljeću uvelike su se uklopile u tradicionalne političke rascjepe, a primarno se od starih stranaka razlikuju po svojem odnosu prema politici. Odnos prema politici, međutim, nije varijabla koja može kreirati trajni rascjep između birača starih i novih stranaka ako su ideološki bliske po sociokulturnim i ekonomskim stavovima. Stoga s vremenom, ako se nove stranke institucionaliziraju i postanu stabilan element stranačkog sustava, možemo očekivati smanjivanje razlika među njima, a posebno razlika koje se temelje na dobi i odnosu prema politici, te veću fluktuaciju birača između stranaka koje imaju slične ideološke i političke profile“ (Henjak, Čular, 2024, 33)[40]. Autori ističu izborne apstinente kao daleko najbrojniju pojedinačnu skupinu na parlamentarnim izborima 2020. godine tvrdeći „S obzirom na odnos prema politici, izborni apstinenti više su potencijalni birači novih nego starih stranaka, ali njihova mobilizacija zahtijevala bi promjenu njihova odnosa prema politici, odnosno njihove percepcije da mogu utjecati na politiku“ (Henjak, Čular, 2024, 33)[41].

Stoga Božičević i Zoraja upozoravaju na važnost kontinuirane komunikacije s potencijalnim biračima. „Cilj je stalnog komuniciranja stranke s biračima održavanje veza s biračima kako u svim tim izborima ne bi prešli na stranu konkurenata, ali i stalne koncentracije na akcije konkurencije“ (Božičević, Zoraja, 1997, 17). Radojković ističe važnost komunikacije političkih stranaka razlikujući eksternu i internu komunikaciju stranaka i navodi: „Eksterna komunikacija stranaka preko masovnih medija, u suštini dobija na značenju, mada se ne prekida njegovanje odnosa sa članovima, što predstavlja interni menadžment političke komunikacije“ (Radojković u Zerfaß, Radojković 2011, 15).

U suvremeno su doba prednosti političke komunikacije preko interneta i društvenih mreža prepoznale i političke stranke. U prilog tome govore rezultati istraživanja izbora. U članku pod nazivom „Analiza političke komunikacije na društvenim mrežama tijekom predizborne kampanje za parlamentarne izbore 2020.“, Petošić i Slijepčević ističu da su „pomno razrađeni slogani i poruke, strategija komunikacije na društvenim mrežama, kao i karizmatične ličnosti stavke za siguran uspjeh na izborima.“ Autori zaključuju „da je digitalna politička komunikacija uznapredovala u posljednjih nekoliko godina i da su političke stranke uočile gdje se održavaju

[40] https://hrcak.srce.hr/en/file/457474, datum pristupa 3. 10. 2025.
[41] https://hrcak.srce.hr/en/file/457474, datum pristupa 3. 10. 2025.

'izbori prije izbora'. Svojim objavama hvataju se za svakog korisnika te svojom komunikacijom žele ostaviti što bolji dojam“ (Petošić, Slijepčević, 2022, 53).[42] Lesinger, Đaić i Felger pojašnjavaju da „digitalna komunikacijska epoha, čiji ekstenzivan razvoj upravo prolazimo, utječe i na promjene alata unutar političke komunikacije i političkog marketinga“ (Lesinger, Đaić, Felger, 2019, 29).[43] Svjesne promjena u društvu, ali i novih komunikacijskih i tehnoloških mogućnosti, političke stranke svoje komunikacijsko ponašanje, nastoje uskladiti s vremenom u kojem živimo. McNair tvrdi kako danas političke stranke rutinski zapošljavaju nove profesionalne klase bilo da govorimo o medijskim ili političkim savjetnicima, savjetnicima za imidž, spin-doktorima ili guruima te pojašnjava kako je upravo u njihovoj nadležnosti kreiranje i provođenje političke komunikacije (McNair, 2003).

3.3.1.2. Javne organizacije

Nestranačke organizacije s političkim ciljevima kao što su sindikati, skupine potrošača profesionalne i druge udruge McNair definira kao javne organizacije te navodi kako „njih ne ujedinjuje ideologija nego neka zajednička značajka situacije njihovih članova zbog kojeg im je probitačno da se udruže“ (McNair, 2003, 15). Ove skupine u usporedbi s političkim strankama i službenim tijelima imaju lošiji pristup financijskim sredstvima, a samim tim i komponentama političke komunikacije koju novac omogućuje, bilo da govorimo o stručnom i kreativnom osoblju, materijalima za oglašavanje i sl. Dok neki autori smatraju da su mediji pristrani prema vladajućoj klasi i establišmentu, McNair navodi kako „stvarnost novije političke povijesti potiče na stanovit odmak od sociooloških pristupa koji političku, ekonomsku i kulturnu moć shvaćaju kao nešto u biti statično, smješteno u razmjerno fiksirane ili krute kategorije klase, spola, etniciteta itd., u smjeru pristupa koji je usredotočen na otvorenost procesa političke komunikacije i mogućnosti što su podređenim skupinama dostupne kako bi smisleno intervenirale u javnu sferu“ (McNair, 2003, 157). McNair pojašnjava učinkovitu komunikaciju javnih organizacija te ističe „da bi nadomjestile nedostatak institucionalnog statusa i ugleda, moraju primijeniti strategije upravljanja medijima kako bi iskoristile zatečene mogućnosti pristupa. Izvori koji medijski pristup ne mogu uzeti zdravo za gotovo moraju raditi na tome da ga stvore, koristeći se vještinama, inovacijama i znanjem kako bi povećali vlastitu

[42] https://hrcak.srce.hr/file/417840, datum pristupa: 10. 7. 2024.
[43] https://hrcak.srce.hr/file/339214, datum pristupa: 11. 7. 2024.

vrijednost za medijske organizacije. Takve skupine mogu svoju zanimljivost široj javnosti povećati tako da pažnju posvete interakciji s medijima, njeguju kontakte i odgovaraju na organizacijske zahtjeve medijske produkcije“ (McNair, 2003, 158). U Republici Hrvatskoj, u posljednjem desetljeću, vidimo kako javne organizacije, bilo da govorimo o sindikatima, skupinama potrošača ili strukovnim udrugama kao što su komore ili druge udruge, mogu imati veliki utjecaj na javno mnijenje, političke elite pa i samu Vladu te odluke koje članovi Vlade donose.

Haywood ističe kako se posljednjih desetljeća javljaju pitanja jednakosti spolova, nuklearne energije, onečišćenja okoliša i druga pitanja koja programske stranke neuspješno artikuliraju te ona zahtijevaju nove političke formacije koje bi ih artikulirale te navodi da bi „skupine okupljene oko jednog problema i socijalni pokreti stoga mogli biti u postupku smjenjivanja stranaka kao ključne poveznice između vlasti i društva“ (Heywood, 2013, 242). Jedan takav primjer u Republici Hrvatskoj je i relativno nova stranka Možemo. U veljači 2019. godine, netom prije izbora zastupnika za Europski parlament predstavljena je platforma Možemo gdje većinu među 26 članova inicijativnog odbora čine aktivisti nevladinih udruga, od ekoloških do onih koji su se bavili ljudskim pravima. Na izborima za zastupnike za Europski parlament 2019. godine, Možemo je zajedno s koalicijskim partnerima, osvojio 19.313 glasova. Na izborima za zastupnike u Hrvatski sabor 2020. godine, platforma Možemo i Zagreb je NAŠ, ima dnevno medijsko praćenje, ali i zapaženu digitalnu kampanju o čemu su pisali Petošić i Slijepčelić ističući da je od ukupno 520 objava na Facebooku najaktivnija bila platforma Možemo sa 169 objava i najvećim brojem lajkova. Autori tvrde: „Možemo! je u svojoj kampanji imao 66 videozapisa i od toga više od polovice videozapisa ima do 10 tisuća pregleda. Skoro četvrtina videozapisa pregledana je više od 30 tisuća puta, a posebno treba istaknuti dva videozapisa. Spot kampanje imao je 191 tisuću pregleda, dok je podrška legendarne holivudske glumice Jane Fonda prikupila 135 tisuća pregleda. Podrška Jane Fonde nije jedina iz glumačkog svijeta jer je Možemo! dobilo nevjerojatno podršku hrvatske glumačke i, općenito, umjetničke profesije. Nadalje, predstavljanja kandidata su, osim po gradu, bila i u radijskom studiju te su se prenosila putem live prijenosa“ (Petošić, Slijepčelić, 2022, 37).[44] Autori zaključuju: „Možemo! je imalo opuštenu, mladenačku kampanju i može se zaključiti da su, uz HDZ, najbolje odradili posao u kampanji. Njihovi performansi, podrška glumačkog i umjetničkog svijeta, korištenje chat plugina kod Facebook objava, nešto je što ih izdvaja iz mase“ (Petošić, Slijepčelić, 2022, 53).[45]

[44] https://hrcak.srce.hr/file/417840, datum pristupa: 10. 7. 2024.
[45] https://hrcak.srce.hr/file/417840, datum pristupa:10. 7. 2024.

3.3.1.3. Grupe za pritisak

McNair pojašnjava da se „grupe za pritisak (ili jednoproblemske skupine, kako se još nazivaju) mogu od navedenih javnih organizacija razlučiti po tome što su tipično manje institucionalizirane i otvorenije 'političke' po svojim ciljevima“ (McNair, 2003, 16). Podršku i članstvo pridobivaju iz raznovrsnije socijalne baze od samih političkih stranaka. Tomić tvrdi da „mogu biti formalne ili neformalne, mogu egzistirati kao relativno trajne ili se formiraju ad hoc za postignuće stanovitog cilja i ostvarenje nekog trenutnog procesa“ (Tomić, 2012, 67). Zbog nedostataka koje imaju i javne organizacije, naspram političkih stranaka i drugih etabliranih političkih aktera, grupe za pritisak „moraju iznaći jeftinija sredstva prijenosa svojih političkih poruka kao što su simbolični oblici prosvjeda i demonstracija kako bi privukle pozornost novinara“ (McNair, 2003, 17). Primjer grupe za pritisak u Republici Hrvatskoj mogli bi ponuditi pitanje problema nasilja nad ženama u obitelji te osnivanje i rad inicijative #Spasime!.

3.3.1.4. Terorističke organizacije

McNair u političke aktere ubraja i terorističke organizacije. On ističe kako članovi takvih organizacija sebe shvaćaju kao borce za slobodu, ali činjenica kako se koriste terorističkim taktikama, a često i nasilnim sredstvima da bi ostvarili političke ciljeve opravdava ovaj naziv (McNair, 2003). Arendt konstatira kako „nasilje ne unaprjeđuje ni stvari za koje se bori, ni povijest ni revoluciju, ni progres ni reakciju“ (Arendt, 1996, 204) te pojašnjava kako nasilje može ostati racionalno samo ako slijedi kratkoročne ciljeve i zaključuje da „može poslužiti i tome da dramatizira nedaće i pribavi im pažnju javnosti“ (Arendt, 1996, 204). Jednako tako, Arendt ističe da se „nasilje može opravdati, ali nikad neće biti legitimno“ (Arendt, 1996, 187). Podunavac, Keane i Sparks se slažu kako se vlast ne može steći korištenjem samog terorizirajućeg nasilja, ali napominju kako se vlast može uništiti strateškom upotrebom terora, proizvodeći paralizirajući kronični strah. Isti autori pojašnjavaju da je „to razlog što su moderne komunikacije vitalno oruđe za terorizam, komuniciranje terora sržni je proces u proizvodnji kroničnog straha u populaciji koja je na meti terorista“ (Podunavac, Keane, Sparks, 2008, 102), dok McNair tvrdi da „terorizam može biti značajan kao komunikativni čin samo ako se publici prenosi putem masovnih medija. Ne izvijesti li se o njemu, teroristički čin nema nikakvo

društveno značenje“ (McNair, 2003, 170) pa zaključuje kako su terorističke skupine razvile sustav upravljanja medijima, uključivši davanje priopćenja, distribuciju video-snimki, postavljanje internetskih stranica i tiskanje vlastitih novina, ali napominje da premda terorizam stvara publicitet „on odgovornim skupinama rijetko pruža legitimnost, a još manje medijsku potporu“ (McNair, 2003, 174).

3.3.1.5. Vlade

Hague i Harrop ističu kako se u suvremenom svijetu ne može izabrati život bez vlasti, a „vlast čine institucije odgovorne za donošenje kolektivnih društvenih odluka. U užem smislu, vlast se odnosi na politički vrh unutar institucija“ (Hague, Harrop, 2009, 17). „Tijekom dvadesetog stoljeća, politička izvršna vlast stjecala je sve veće odgovornosti u kreiranju državnih mjera i zakona, preuzela vodstvo nad nabujalim birokratskim strojem te je dospjela u središte popularne politike i pozornosti medija“, piše Heywood (2013, 288), dok Caramani pod vlašću podrazumijeva Vladu kao ključnu instituciju izvršne vlasti te napominje da su vlade „ključne institucije u demokratskim državama. Onaj tko zauzima vladu obično određuje pravac kretanja zemlje“ (Caramani, 2013, 160).

Na čelu izvršne vlasti nalazi se predsjednik Vlade ili premijer. Njegova moć, u političkim sustavima poput Republike Hrvatske, izvire iz većinske stranke ili koalicije stranaka koje u parlamentu čine većinu. Heywood ističe da se ključ premijerske moći i utjecaja nalazi u položaju stranačkog šefa jer se „položaj premijera dodjeljuje na temelju stranačkog vodstva“ te „obnašatelju omogućuje nadziranje sabora te pruža bazu s kojom će graditi ugled nacionalnog vođe“ (Heywood, 2013, 294). Kako je Heywood potpuno u pravu najbolje govori primjer iz novije političke povijesti Republike Hrvatske, kada je nakon provedenih izbora za zastupnike u Hrvatski sabor, u prosincu 2015. godine konstituiran, a potom i opozvan, 8. saziv Hrvatskog sabora. Većinu u parlamentu činila je stranka HDZ kao relativni pobjednik izbora zajedno s manjinskim partnerom MOSTOM i drugim koalicijskim partnerima Domoljubne koalicije. Isti su izglasali povjerenje Vladi Republike Hrvatske na čelu sa nestranačkim premijerom Tihomirom Oreškovićem. Već u lipnju 2016. godine, prvi put u hrvatskoj povijesti vladajuća većina izglasala je nepovjerenje vlastitoj Vladi i predsjedniku Vlade, koje je imenovala samo šest mjeseci ranije. Heywood tvrdi da se svi „slažu da se unatoč različitim ustavnim i političkim pozicijama moć premijera u recentnom razdoblju povećala. To proizlazi dijelom iz tendencije (napose elektroničkih) medija da se usredotočuju na osobnosti, pa se premijeri prikazuju kao

'brendovi' svojih stranaka. Povećanje broja susreta na vrhu i stranih posjeta također premijeru daje mogućnost njegovanja slike državnika te mu otvara prostor da se prikazuje u javnosti kao nacionalni vođa“ (Heywood, 2013, 295). Primijenimo li ranije navedenu tvrdnju Heywooda na aktualnog predsjednika Hrvatske demokratske zajednice i predsjednika Vlade Republike Hrvatske Andreja Plenkovića mogli bi zaključiti kako je točna. On je u srpnju 2016. godine, kao jedini kandidat, s 97.823 glasova, izabran prvi put za predsjednika Hrvatske demokratske zajednice. Samo 2 mjeseca nakon unutarstranačkih izbora, HDZ je s koalicijskim partnerima pobijedio na izborima za zastupnike u Hrvatski sabor te je zajedno s Mostom i uz potporu nacionalnih manjina formirao većinu u Hrvatskom saboru i izglasao povjerenje novoj Vladi Republike Hrvatske, na čelu s Andrejom Plenkovićem, uz potporu 91 zastupnika u Hrvatskom saboru. Andrej Plenković od 2016. godine na funkciji je predsjednika Hrvatske demokratske zajednice, a dužnost premijera, kao jedini političar kojemu je to do sada uspjelo, preuzeo je treći put. Za njegov politički uspjeh sigurno su zaslužne i njegove komunikacijske vještine. Gabrijela Kišiček je u kolumni za Dnevnik.hr. analizirala komunikaciju Andreja Plenkovića te je ustvrdila da je Plenković „jedan je od najelokventnijih hrvatskih političara i posjeduje govorničke vještine kao malo koji hrvatski političar.“ Svoju je tvrdnju ta komunikacijska stručnjakinja pojasnila riječima: „U javnim nastupima pokazuje elokventnost, bogatstvo vokabulara i sposobnost (tipično političarsku) da eventualne političke nedostatke, provokacije i neugodna pitanja vrlo vješto izbjegava, a prednosti (u odnosu na političke oponente) višestruko ističe. Pri tome je umjeren, staložen i elegantan u izrazu. Jer verbalni obračuni vođa 'suprotnih političkih tabora' se očekuju, kroz njih glasači vide odlučnost i snagu. Međutim, način na koji će se ta snaga demonstrirati mnogo govori o profinjenosti jednog govornika.“[46]

Bilo da govorimo o komunikaciji premijera kao čelnog čovjeka vlade ili vladi u cjelini, svaka vlada suočena je s posebnim komunikacijskim izazovima. Prema Tomiću izazovi s kojima se susreću vlade su: „želi učinkovito vladati, mora komunicirati s građanima i uspjeh joj ovisi o potpori građana“ (Tomić, 2016, 884).

U današnjem demokratskom društvu, u kojem građani aktivno participiraju, pa i preuzimaju ulogu korektiva vladinom ponašanju, nemoguće je očekivati da sve potrebne informacije o radu vlade, vladinih institucija i donesenim odlukama dobiju neposredno od članova Vlade. „Stoga suvremene vlade rabe multimedijalne pristupe, nove i tradicionalne, da bi poslale svoju poruku javnosti: javni događaji, konzultacije, oglašavanje, letci, web stranice i dr.“, objašnjava Tomić (2012, 380). Iako svaka demokratski izabrana vlast mora komunicirati sa svojim građanima, pa

[46] https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/doznajte-sto-to-andreja-plenkovica-cini-toliko-drugacijim-od-vecine-hrvatskih-politicara---441516.html, Datum pristupa: 6. 6. 2024.

samim tim i novinarima koji prate njen rad, Tomić upozorava da je „odnos vlasti i novinara neupitna nužnost i istodobno prepreka u komunikaciji države s građanima“ (Tomić, 2012, 380), dok Street tvrdi da je izravna uporaba državnih komunikacijskih sustava samo „jedan način na koji se vlada nastoji prikazati u pozitivnom svjetlu. Baš kao što državni sustavi informaciju mogu skriti, isto tako mogu izabrati kako će ju predstaviti. Oni, naposljetku imaju jedinstven pristup važnim podacima i svoju komparativnu prednost mogu iskoristiti da podatke puste tako da služe njihovim interesima“ (Street, 2003, 95).

3.3.1.6. Mediji

Mediji i medijske organizacije sigurno su važan akter u procesu političke komunikacije. Hromadžić podsjeća da „iz medijskih studija već desetljećima znamo da mediji nikako nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija, na što već i sam termin, etimološki gledano, pogrešno ukazuje, nego aktivno sudjeluju u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturne i svake druge realnosti“ (Hromadžić, 2014, 18), a McNair tvrdi da „u demokratskim političkim sustavima mediji funkcioniraju i kao prijenosnici političke komunikacije koja nastaje izvan same medijske organizacije, i kao pošiljatelji političkih poruka koje su oblikovali novinari“ (McNair, 2003, 19).

Jantol pak pojašnjava važnost medija u političkom komuniciranju ističući glavne razloge te važnosti: „Prvo, mediji su postali nezamjenjivim posrednikom u procesu javnog komuniciranja; drugo, participirajući u komunikacijskom subjektivitetu nositelja funkcija vlasti (političara) i građana (publike javnosti) mediji su zadobili samostalnu ulogu i veliku moć; treće, nositelji autonomne medijske moći su novinari i njihovi poslodavci koji tu moć nastoje iskoristiti za svoje interese – profesionalne, poslovne, socijalne; četvrto, nositelji najviše društvene moći, političke i novčane, nastoje medijsku moć prisvojiti ili staviti pod svoju kontrolu kako bi ju mogli uporabiti za svoje ciljeve; peto, u krugu subjekata zainteresiranih za medijsko djelovanje – organi vlasti/političari, privatni vlasnici medija, novinari, građani – ovi posljednji, građani, su najslabiji“ (Jantol, 2004, 132).

Za Caramanija se za razumijevanje i usporedbu uloga i funkcija medija „u različitim društvima u svijetu te za zajedničke normativne standarde, „proces političke komunikacije može podijeliti na šest glavnih sastavnica koje obuhvaćaju komunikacijsku infrastrukturu, regulacijsko okruženje, vlasničku strukturu medija, vještine i sposobnost novinarske profesije, sadržaje političkih komunikacija i učinke komunikacije“ (Caramani, 2013, 356).

Pod komunikacijskom infrastrukturom Caramani podrazumijeva tehnološku infrastrukturu koja obuhvaća pristup javnosti tradicionalnim medijima, ali i novije informacijske i komunikacijske tehnologije koje uključuju internet, računala i mobilne telefone. Caramani tvrdi kako informacijska isključenost uzrokuje stvaranje društvene nejednakosti te pojašnjava kako „mnoga najsiromašnija društva u svijetu još trpe od nedostatka osnovne infrastrukture i resursa za povezivanje ruralnog stanovništva s globalnim komunikacijskim mrežama i tržištima“ (Caramani, 2013, 358). Republika Hrvatska, međunarodno gledano nalazi se na vrlo visokom mjestu prema razvijenosti telekomunikacija i pristupu internetu, ali svjedoci smo kako i u Republici Hrvatskoj postoje naselja koja nemaju pokrivenost internetskim signalom i mobilnim mrežama. Važno je istaknuti kako danas u 21. stoljeću u pravilu uvijek u ruralnim područjima Republike Hrvatske, postoje naselja gdje nije dostupna ni električne energije.

Regulacijsko se okruženje prema Caramaniju temelji na „javnim politikama, zakonima i administrativnim odlukama koji uređuju političko komuniciranje u svakoj zemlji, uključujući i to koliko novinari i opća javnost mogu slobodno izražavati kritike vlasti, bilo u javnome bilo u privatnom sektoru“ (Caramani, 2013, 362). Plenković pojašnjava kako mediji nisu neovisni te je moć nad medijima najčešće u obliku državnog/političkog nadzora medija koji se manifestira kroz regulatorno djelovanje vlada i zaključuje „kao što postoji moć medija, tako postoji i moć nad medijima“ (Plenković, 2014, 125). Street pojašnjava kako sustav regulacije oblikuje politički diskurs i konstruiranje područja politike stvarajući „kontekstualni okvir unutar kojeg država razvija svoje raznolike tehnike. Prioriteti koje država usvaja i oblik regulacije (ili deregulacije) za koji je nadležna duboko utječu na prirodu i sadržaj masovnih medija“ (Street, 2003, 105) te tvrdi kako je najočitiji oblik državne kontrole cenzura koja „može poprimiti razne oblike i ne zahtjeva nužno izravno upletanje“ (Street, 2003, 91).

Na medije oduvijek, pa i danas, utječe i vlasnička struktura. Gavranović tvrdi da je „sve manje nesporazuma na relaciji mediji - politika, barem u svijetu, a sve je više konflikata odnosno sukoba interesa na relaciji novinar – vlasnik. Vlasnički odnosi, usprkos deklaracijama o slobodi izražavanja i neovisnosti uređivačke politike, kojih su pune stranice svih međunarodnih apela, ipak sve naglašenije uzmiču pred golim kapital - odnosom i globalizacijskim pristupom izdavača i vlasnika medija, u kojem je profit svetinja, oglas glavni izvor prihoda, a informacija sredstvo da se stvore pogodni okviri za realizaciju postavljenih ciljeva“ (Gavranović, 2009, 63). Noam Chomsky propituje stvarnu ulogu medija naglašavajući kako su mediji korporacije, uglavnom integrirane u najveće korporacije, a ljudi koji upravljaju ili su vlasnici takvim korporacijama, pripadaju uskoj eliti koja dijeli jednako viđenje i razumijevanje stvari što može nauditi demokraciji. Chomsky izdvaja pet filtera kroz koje se novosti i prijenos političkih

događaja iskrivljuju putem struktura samih medija, naglašavajući kako postoji razlika između stvarnih masovnih medija i elitnih medija, pa pojašnjava „elitne medije koji određuju program rada i okvir unutar kojeg svi ostali djeluju“ dok „stvarni masovni mediji žele odvratiti pozornost ljudi“ (Chomsky, 2002, 11). Autor navodi kako elitni mediji imaju sredstva, publiku koju čine bogati, povlašteni ljudi i politička klasa stalno uključena u politički sustav dok masovni mediji nude industriju zabave, sapunice, profesionalne sportove, seks skandale i sve ono što bi moglo zaokupiti pozornost te pritom vodećim ljudima ostaviti otvoren prostor za ozbiljne stvari. Isključivo komercijalni interesi medija mogu imati značajno negativne posljedice na demokraciju i demokratsko društvo. Heywood pojašnjavajući tržišni model ističe „u strahu od gubitka „tržišnog udjela, televizijske kompanije sve manje pokrivaju ozbiljnu političku raspravu; napuštaju u korist „infozabave“ svoju odgovornost obrazovanja i informiranja građana (Heywood, 2013, 181), a Street tvrdi „politički se argumenti trivijaliziraju, pojavnost je važnija od stvarnosti, osobnost od politika, površnost od dubokog“ (Street, 2003, 107). Chomsky osim vlasničke strukture, ističe i komercijalnu ulogu medija pa navodeći primjer novina kaže: „Mediji imaju tržište jer ljudi moraju kupovati novine, a novine su dizajnirane na taj način da dobiju publiku pomoću koje mogu podići cijenu oglašavanja“ (Chomsky, 2002, 46), što danas vrijedi za sve medije, a posebno dnevnoinformativne portale. U istom djelu Chomsky naglašava kako elitni mediji ne prodaju novine i vijesti već je njihov stvarni proizvod publika, privilegirani ljudi, a stvarno tržište su oglašivači (Chomsky, 2002, 14). Chomsky zaključuje da se novine „u stvari prodaju oglašivačima preko čitalačke publike“ (Chomsky, 2002, 46), a Street pojašnjava kako medijske organizacije postoje da bi zarađivale. No, kako novac nije njihova jedina motivacija te se ponašanje medija treba promatrati, osim kroz komercijalne interese i kroz ustroj same organizacije te raspodjelu moći unutar nje „obje dimenzije - komercijalni interesi i organizacijski ustroj, presudne su da bismo razumjeli način na koji mediji prate politiku te odnos u kojem su s njom“ (Street, 2003, 107). Iznoseći prednosti i nedostatke medija Jantol uspoređuje državne i privatne medije pa zaključuje „konkurencija je najbolje sredstvo za iznudu kakvoće medijskog djelovanja“ (Jantol, 2004, 140). Caramani tvrdi: „Kako bi se održali medijski pluralizam i raznovrsnost medijskih ponuđača, idealan pravni i javnopolitički regulacijski okvir trebao bi sprečavati monopolsko vlasništvo i kontrolu“ (Caramani, 2013, 364), a koliko je pitanje vlasničke strukture i transparentnog prikazivanja vlasničke strukture medija uvijek aktualno govori i primjer vlasničke strukture medija u Republici Hrvatskoj. Jantol, naime, tvrdi da „podaci pokazuju da je već dulje vrijeme na djelu proces suzivanja vlasničke strukture medija smanjivanjem broja 'jedinica autoriteta' u okolnostima istodobnog povećanja broja 'medijskih jedinica', što jednostavnije rečeno znači da

sve manje vlasnika raspolaže sve većim brojem medija“ (Jantol, 2004, 149), a stanje se nije promijenilo ni danas. Naime, uspostavom samostalne demokratske države i institucija, pretvorbom društvenog u privatno vlasništvo te planskog u tržišno gospodarstvo u cijelosti se promijenila i medijska slika Republike Hrvatske. Tijekom transformacije pojavili su se različiti problemi, posebno s pretvorbom i privatizacijom te netransparentnosti novih vlasničkih odnosa. Više od 30 godina poslije i dalje smo svjedoci novinarskih članaka, ali i rasprava u javnosti o stvarnom vlasništvu medija u Hrvatskoj. U novinarskom članku „Čak 11 evidencija, a vlasništvo medija i dalje netransparentno“, objavljenom u prosincu 2023. godine, Rešković ističe da je „pored toliko evidencija i dalje teško dobiti potpunu sliku tko su vlasnici nekih medija, jer su oni ili skriveni iza poslovnih subjekata ili nakladnici ne prijavljuju ažuriranu vlasničku strukturu“ te navodi da ga je zanimalo „kako AEM vodi bazu podataka o medijima i kako je to zakonski regulirano, posebno u dijelu transparentnosti vlasničke strukture. Analiza je pokazala da su baze medija i informacije o vlasništvu koje vodi AEM nepotpune, pa dijelom i suprotne uputi koju je donijelo Vijeće za elektroničke medije (VEM) koje upravlja Agencijom. I druge evidencije iz kojih se može iščitati vlasništvo nad medijima, dijelom su nepotpune ili nedostupne javnosti.“[47] Deset godina ranije, u listopadu 2013. godine GONG je na svojim stranicama objavio publikaciju pod nazivom „Pluralizam i vlasništvo medija u Hrvatskoj - slučaj tržišta lokalnih medija. Uska grla lokalnih radija u Hrvatskoj“ u kojemu autorice Mirković i Žagar tvrde kako „postoji raskorak između zakonodavnog okvira i stvarnog stanja na tržištu lokalnih radijskih nakladnika“. Prezentirajući rezultate istraživanja autorice navode: „Naše je istraživanje pokazalo da od 103 lokalna radijska nakladnika s privatnom vlasničkom strukturom, njih 32 je u vlasništvu samo osmero ljudi. To znači da je tih osmero ljudi u vlasničkoj strukturi jedne trećine sveukupnog privatnog radijskog tržišta u Hrvatskoj“.[48] Zlonamjerno bi se vlasnička struktura medija u Republici Hrvatskoj mogla pripisati samo propustima prilikom privatizacije, ali da to nije jedini razlog pokazuje i vlasnička struktura medija na međunarodnoj razini. Jantol pojašnjava kako poriv medijskih magnata za uvećanjem komunikacijskih imperija te tržišna konkurencija koja zahtjeva smanjenje troškova, pa zbog toga sve „veći broj medija dospijeva pod nadzor sve manjeg broja vlasnika“ (Jantol, 2004, 149), dok Street naglašava: „Razmišljajući o političkim posljedicama medijskog vlasništva, trebamo

[47] https://faktograf.hr/2023/12/28/cak-11-evidencija-a-vlasnistvo-medija-i-dalje-netransparentno/, datum pristupa 16. 5. 2024.
[48] https://gong.hr/media/uploads/20140212_analiza_uska_grla_lokalnih_radija_u_hrvatskoj_finalno.pdf, datum pristupa: 16. 5. 2024.

ispitati komercijalne interese medijskih konglomerata, postupke vlasnika i vladine politike“ (Street, 2003, 123).

Kada govorimo o političkoj komunikaciji i medijima kao akterima političke komunikacije ne smijemo izostaviti ni ulogu novinara. Novinarska profesija i učinkoviti mediji, kao i druge struke i organizacije, posebno ovise o ljudskom resursu kao najvažnijem faktoru svakog procesa. Zato gotovo svi komunikolozi kao pretpostavku kvalitetnih, ali i neovisnih medija ističu vještine, sposobnosti i obrazovanje novinara. U Hrvatskoj posao novinara, za razliku od drugih reguliranih struka, mogu obavljati i osobe koje nisu završile novinarstvo kao pripadajući studij ili neki srodni studij, ali posao novinara mogu obavljati i osobe koje uopće nisu završile studij. Naglasak na vještinama, koje se često koristi kao argument na ovu temu, upravo je i doveo do negiranja važnosti obrazovanja, a posljedično i oslabljivanja novinarske profesije. Caramani ističe kako „stručno osposobljavanje jača vještine i širi sposobnost novinara“ (Caramani, 2013, 366), a cjelovite, sistematizirane i ažurirane podatke, o aktualnom stanju, u obrazovanju novinara u Hrvatskoj nije moguće pronaći na jednom mjestu, jer ni znanost ni struka još nisu postavile standard za njegovu klasifikaciju. Obveza visokoškolske novinarske spreme nije propisana, ali se može pretpostaviti da novinari s visokom stručnom spremom imaju više mogućnosti za zapošljavanje od onih koji je nemaju (Vukić, 2017). Tanta obrazovanje, odnosno neobrazovanje novinara vidi kao jedan od problema hrvatskih medija te ističe da „problem hrvatskih medija nisu samo globalna recesija i relativno malo tržište za relativno velik broj medija, zbog čega nastaje poznati fenomen nazvan 'teror uspješnosti', nego i neobrazovanost novinara“ (Tanta, 2009, 74).[49] U radu „Percepcija novinarske profesije studenata novinarstva i komunikologije na Sveučilištu u Zagrebu“ Jokoš i Kanižaj su prezentirali rezultate istraživanja prema kojem „gotovo svi studenti novinarstva i komunikologije smatraju da bi novinari trebali biti stručno osposobljeni za rad u novinarstvu. Većina ispitanika smatra da bi hrvatski novinar trebao biti kritičar nepravilnosti i informator građana o njihovim pravima te da je današnji tipični novinar u Hrvatskoj sklon manipulaciji, tendencioznom pisanju, isticanju loših vijesti i senzacionalizmu“ (Jokoš, Kanižaj, 2012, 102).[50] Uloga novinara, kao prijenosnika ali i kreatora političke poruke izrazito je bitna, posebno u današnjem digiraliziranom okruženju prepunom različitih izvora informacija. Jedno od osnovnih načela novinarske djelatnosti načelo je objektivnosti. Sapunar ističe načelo objektivnosti kao jedno od općih načela koje vrijedi za sve medije u kojima novinari djeluju te pri tom naglašava da je „istinitost temelj cjelokupne novinarske djelatnosti, a kad je riječ o

[49] https://hrcak.srce.hr/file/69148, datum pristupa 16. 5. 2024.
[50] https://hrcak.srce.hr/file/140318, datum pristupa: 16. 5. 2024.

objektivnosti, ona je minimum, donja granica istinitosti“ (Sapunar, 2004, 75). Lovrić upozorava da „novinar u politici, kao ni u samom medijskom sustavu, nije autonomna jedinka koja djeluje neovisno o drugim čimbenicima; njegovi postupci imaju značajan utjecaj na sami politički sustav“ (Lovrić u Labaš, 2010, 232), a Street tvrdi da „praćenje politike, kao i svako novinarsko izvještavanje, kazuje neku priču“ (Street, 2003, 42). On pojašnjava da se „svaka priča piše s određenog 'stajališta', čime se neminovno jedan skup interesa i aktera favorizira u odnosu prema drugima“ (Street, 2003, 131), dok Lovrić napominje da „novinar mora biti dobar poznavatelj problematike kojom se bavi, ali i biti dobro upućen u mehanizme donošenja političkih odluka, odnosno u strukturu političkog sustava, što podrazumijeva odgovarajuću temeljitu izobrazbu“ (Lovrić u Labaš, 2010, 232), a kako bi izbjegao pogrešan prikaz određenog fenomena i posao obavljao u skladu s pravilima struke i potrebama građana. Jantol tvrdi da je „privlačenje pozornosti publike ključna zadaća medija“, a „pozornost publike javnosti više privlače vijesti o događajima koji imaju negativno, nego oni koji imaju pozitivno značenje“ (Jantol, 2004, 178). Street pak napominje da su „u svakoj su novinarskoj priči implicitno sadržani i publika i čitateljstvo“ (Street, 2003, 47). Ranije se odgovornost za sadržaj medija pripisivala isključivo vlasnicima, urednicima i novinarima, a publika i čitateljstvo bili su samo pasivni primatelji medijskih poruka i informacija. Pojavom novih tehnoloških mogućnosti i dvosmjerne komunikacije s medijima, građani su dobili priliku aktivno sudjelovati pa i kreirati medijski sadržaj. Lesinger tvrdi: „Publika danas više nije pasivni primatelj nego aktivni pojedinac koji tumači sadržaje“ (Lesinger, 2018, 297). Labaš i Vizler pojašnjavaju da je „novo, pluralističko društvo u kojemu je svakomu dopušteno izraziti svoje mišljenje rezultiralo javnim mnijenjem, a javno mnijenje omogućilo primateljima da i oni daju svoj obol novomu komunikacijskom društvu te im stavila na leđa jednu novu vrstu odgovornosti, odgovornost za kvalitetu medijskih sadržaja“ (Labaš, Vizler, 2005, 294).[51]

Kada govorimo o medijskom sadržaju, Caramani ističe važnost političkih komunikacija naglašavajući da bi mediji „idealno, trebali služiti kao platforma za demokratski diskurs, pri čemu bi sadržaji izražavali i predstavljali raznovrsna gledišta i interese u društvu, uključujući i one marginaliziranih skupina“ (Caramani, 2013, 366), a McNair navodi pet funkcija komunikacijskih medija u idealnotipskim demokratskim društvima i to: - „informiranje građana – „nadgledna“ ili nadzorna funkcija, - obrazovanje – u pogledu smisla i značenja činjenica, - mediji moraju pružiti platformu za javni politički diskurs, - dati publicitet državnim i političkim

[51] https://hrcak.srce.hr/file/124381, datum pristupa: 11. 7. 2024.

institucijama i - kanal za zagovaranje političkih stajališta odnosno uvjeravanje“ (McNair, 2003, 27).

McNair nadalje pojašnjava da je za prikladno ostvarivanje upravo navedenih funkcija potrebno zadovoljiti i određene uvjete. Osim razumljivosti i vjerodostojnosti političkog diskursa, autor ističe i ulogu publike „koja je dovoljno obrazovana i upućena da se može racionalno i učinkovito koristiti informacijama što kruže javnom sferom“ (McNair, 2003, 29), dok Street naglašava važnost sadržaja ali i upozorava da se usredotočiti „na politički sadržaj masovnih medija znači razmotriti samo jedan pojam u jednadžbi mediji - politika. Sadržaj je bitan samo zato što ima učinka“ (Street, 2003, 70). Noam Chomsky u analizama političke stvarnosti naglašava kako je nužno „kontrolirati ne samo što ljudi rade, već i što misle“ (Chomsky, 2002, 34), jer politički akteri i politički komunikatori koriste medije kako bi svoju poruku prenijeli građanima i ciljanoj publici. Zbog dosega masovnih medija na broj građana i primatelja poruka, politički akteri, posebno u vrijeme izbornih kampanja, nastoje svoje poruke, izborne apele, slogane, političke programe i sl. plasirati u medije te tako doprije do građana i potencijalnih birača. Na taj način mediji preuzimaju ulogu prijenosnika u političkoj komunikaciji i pri tom pridonose vidljivosti politike, a javnosti osiguravaju potrebne informacije i analize. McNair ipak upozorava da bi „bilo naravno, pogrešno misliti da mediji naprosto izvještavaju, neutralno i nepristrano, o onom što se zbiva u političkoj areni koja ih okružuje“ (McNair, 2003, 19), a Hague i Harrop prepoznaju tri najvažnija trenda u medijima: „komercijalizaciju, fragmentaciju i globalizaciju“ (Hague, Harrop, 2009, 122). Jantol tvrdi da je „masovna publika dezorijentirana, nesigurna i poslušna. Bez pouzdanog znanja o društvenoj cjelini života i čvrstog uvjerenja u ispravnost svojih stajališta ona nema ni kritičnog odnosa prema politici. A publika bez znanja, racionalnih uvjerenja i kritičke samosvijesti podložna je svakojakim manipulacijama. Može se zaključiti da su masovni mediji razoružali svoju publiku i izručili je samovolji onih koji njenu lojalnost zloupotrebljavaju za vlastite ciljeve“ (Jantol, 2004, 118), pa Street zaključuje da „političkom životu možda štete mediji opsjednuti postotkom gledanosti i političari koji očajavaju za glasovima; možda komercijalni interesi multimedijskih korporacija određuju cijenu svemu (usput to jeftino prodajući), ali jadikovanje nije dovoljno. Možda se tradicionalni oblici političke komunikacije mijenjaju, a političari postaju izvođači u cirkusu popkulture, ali to ne znači da je politika nestala. Ona je samo nastavila put, a naš je posao da ju slijedimo, raspravljajući usput o njoj“ (Street, 2003, 234).

Danas se svi političari, ali i komunikolozi, gotovo jednoglasno slažu, kako politička komunikacija u medijima ima svoje učinke. Znanstvenici nisu u potpunosti suglasni oko metodologije mjerenja i dokazivanja učinaka, ali da učinci sigurno postoje najbolje govore

primjeri iz prakse. Naime, danas je teško, ako ne i nemoguće pronaći političara koji se bilo tijekom izbornog procesa bilo bavljenjem profesijom političara nije koristio komunikacijom u medijima. „Medijsko komuniciranje u procesu izbornog građanskog ponašanja postaje proces (ne)diskurzivne kompetentnosti, suočavanje i odmjeravanje moći gdje svaki subjekt izbornog ponašanja želi dokazati svoju umnu, kulturnu, političku, gospodarsku, nacionalnu i građansku superiornost“ (Plenković, 2014, 124), pa Street pojašnjava da „mediji imaju moć: oni odlučuju o sudbini političara i političkih ciljeva, oni utječu na vlade i njihova biračka tijela“ (Street, 2003, 195).

Stapanje politike i masovne komunikacije nije proces koji se u pogledu svojih implikacija za demokraciju može shvatiti kao jednoznačno dobar ili loš, ali McNair zaključuje kako će biti potreban oprez želimo li da kontekste oblikuju gledišta i glasovi građana u cijelosti, a ne partikularni interesi te navodi kako se „korijeni tog fenomena - opće pravo glasa i napredovanja komunikacijske tehnologije, sve u kontekstu dinamičnog i rastućeg tržišta za informacije svih vrsta - ne mogu shvatiti drugačije do li pozitivno. On nesumnjivo ima potencijal da u mjeri dosad nepoznatoj u ljudskoj civilizaciji urodi nečim što se približava stvarnoj demokraciji kako su je definirali radikalni napredni mislioci od Marksa nadalje“ (McNair, 2003, 210), dok Plenković tvrdi da „medijska (ne)moć, javnost, politika, izbori i izborno građansko ponašanje uvijek privlači izuzetnu građansku pozornost, a posebice pozornost stručne i znanstvene relevantne javnosti. Novije povijesno medijsko i izborno građansko ponašanje sve više određuju novi medijski procesi, nove medijske tehnologije, snažno širenje komuniciranja i stvaranje novog komunikacijskog izbornog svijeta kojeg sve više određuje novi tehnološki razvijeni revolucionarni mrežni svijet građana interneta“ (Plenković, 2014, 124). Maldini podsjeća kako je razvojem informacijsko komunikacijske tehnologije, u području komunikacije, političarima prošireno područje djelovanja međutim naglašava da novi oblici i kanali komunikacije te nove virtualne zajednice ne znače i automatski povećanu razinu političke participacije. Autor zaključuje: „Nove virtualne zajednice nisu izolirane od društava iz kojih su potekle. Isto tako, dominantne vrijednosti i politička kultura tih zajednica potječu od njihovih članova, koji su socijalizirani u stvarnom društvenom kontekstu. Iz toga proizlazi da novi mediji i društvene mreže predstavljaju samo novi instrument, ali ne nužno i novi sadržaj niti novu svijest“(Maldini, 2016, 118)[52]. Plenković podsjeća da „demokratizacija svakog društva ostaje i nadalje permanentan zadatak medijske komunikologije (komunikologa,

[52] https://hrcak.srce.hr/en/file/251948

politologa i sociologa) koji na (in)direktan način promišljaju medijsku budućnost i demokratizaciju medijski pluralnog društva“ (Plenković, 2014, 47).

Komunikolozi i politolozi suglasni su oko činjenice kako su mediji važan akter političke komunikacije te kako je njihova uloga višestruka i važna u izgradnji demokratskog društva, pa tako Car pojašnjava da su u suvremenom društvu mediji „preduvjet, ali ne i jamac ostvarivanja njegove demokratske funkcije. U demokracijama oni su nositelji političke komunikacije koja nadilazi izravnu komunikaciju licem u lice. Neosporna je njihova zadaća da politiku čine vidljivom, a javnosti osiguraju informacije i analize, otvarajući pritom mjesto za raspravu“ (Car, 2010, 193)[53].

3.3.1.7. Građani

Građani, kako u ulozi primatelja tako i u ulozi pošiljatelja, ključni su akteri političke komunikacije, a Heywood tvrdi da su „svi ljudi politički mislioci. Znali oni to ili ne znali, ljudi koriste političke ideje i pojmove kad god izražavaju svoja mišljenja ili govore što im je na pameti“ (Heywood, 2013, 27).

Koliko će, kako i na koji način građani participirati u političkom sustavu prije svega ovisi o političkoj kulturi. Hague i Harrop pojašnjavaju kako danas poznajemo tri čista tipa političke kulture i to parohijalni, podanički i participacijski te navode kako parohijalnoj političkoj kulturi, koja je rijetka u današnjim demokracijama, pripadaju građani koji su gotovo nesvjesni postojanja središnje vlasti i utjecaja središnje vlasti na njihov život. Mogli bi zaključiti kako je središnja vlast odvojena od svakodnevnog života građanina, te samim tim građani ne sudjeluju i ne uključuju se u politički život društva. Autori podsjećaju kako danas elemente parohijalne političke kulture možemo naći u nekim zaseocima ili sirotinjskim perifernim gradskim četvrtima. Podanička politička kultura građane doživljava kao podanike, a ne sudionike političkog procesa te je više karakteristična za diktature nego za demokracije. U demokratskim društvima kod dijela građana mogu se prepoznati podanički stavovi, kad građani prihvaćaju sustav i odluke vlasti, ali u njima ne sudjeluju. Izostanak participacije građana su stavovi prema kojima građani smatraju kako ne mogu ili ne trebaju nešto mijenjati. U participativnoj političkoj kulturi građani su svjesni utjecaja vlasti te smatraju kako svojom participacijom mogu pridonijeti političkom sustavu. Učenje političke kulture ili politička socijalizacija „je način na

[53] https://hrcak.srce.hr/file/96035, datum pristupa: 3. 6. 2024.

koji se politička kultura prenosi s naraštaja na naraštaj“ te „proces kojim učimo o politici“ (Hague, Harrop, 2009, 115). Hague i Harrop ističu kako „tri faze socijalizacije - rano djetinjstvo, kasno djetinjstvo i adolescencija – pripremaju dijete za političku participaciju u političkom životu. Iskustva u odrasloj dobi modificiraju, ali rijetko potpuno mijenjaju nazore izgrađene u mladosti“ (Hague, Harrop, 2009, 116), a Almond i Verba tvrde kako politička kultura najučinkovitije podupire demokratsku politiku. Prema njima tri opća oblika političke kulture su:

- „Sudionička politička kultura. To je ona kultura u kojoj građani osobito obraćaju pozornost na politiku i smatraju sudjelovanje naroda poželjnim i učinkovitim.
- Subjektna politička kultura. Ovome je svojevrsna izrazitija pasivnost među građanima i svijest da imaju samo ograničenu mogućnost utjecaja na državne vlasti.
- Provincijalna politička kultura. Obilježena je izostankom osjećaja građanstva; ljudi se poistovjećuju sa svojim lokalitetom, a ne s nacijom, te nemaju ni želju ni sposobnost za sudjelovanje u politici.“

Iako su Almond i Verba prihvatili mišljenje da je sudionička kultura najbliža demokratskom idealu, smatrali su da je „građanska kultura“ mješavina svih triju kultura, jer miri sudjelovanje građana u političkom procesu s nužnošću države da vlada. „Demokratska stabilnost, prema njihovu gledištu, poduprta je političkom kulturom, kojoj je svojevrsna mješavina aktivnosti i pasivnosti građana te ravnoteža između dužnosti i učinaka državnih vlasti“ (Heywood, 2013, 172). Čehok stanovništvo dijeli, prema sudjelovanju u politici na četiri skupine i to „1. politički apatične osobe, nisu uopće svjesne političkog svijeta oko sebe; politički promatrači, sudjeluju u raspravama o politici i glasaju na izborima; 3. aktivisti, pribivaju političkim skupovima, prate i financijski podupiru stranke i 4. sudionici u političkoj areni, kandidiraju se za stranačke i javne funkcije i spremni su ih obavljati ako budu izabrani“ (Čehok, 2024, 42). Šalaj i Bovan analizirali su razinu i odrednice „političkog znanja hrvatskih građana u razdoblju od 2012. godine do 2020. godine. Rezultati ukazuju, prvo da je razina političkog znanja hrvatskih građana na niskoj razini te da se u navedenom periodu prepolovila“ (Šalaj, Bovan u Bovan, Širinić, Raos, 2024, 68). Autori zaključuju kako među građanima postoje razlike u političkoj kulturi te pojašnjavaju „ muškarci, osobe srednje dobi, visoko obrazovani te članovi političkih stranaka konzistentno imaju više razine političkog znanja“ (Šalaj, Bovan u Bovan, Širinić, Raos, 2024, 68).

Politička komunikacija usmjerena je na građane i publiku, koja svoj konačan stav izražava izlaskom na izbore, dajući glas političkoj opciji čija je politička komunikacija uspjela doprijeti do njih i potaknuti ih na čin glasanja. Almond, Bingham Powell, Dalton i Storm pojašnjavaju da se „najčešći oblik političke participacije vrti oko izbora: izlazak na glasanje, pokušaj

uvjeravanja drugih kako da glasaju ili rad s političkim strankama“ (Almond, Bingham Powell, Dalton i Storm, 2018, 61), dok Heywood tvrdi da je „konvencionalno gledište da su izbori mehanizam kroz koji se političare može pozvati na odgovornost i natjerati na provođenje mjera koje na stanovit način odražavaju javno mnijenje“ (Heywood, 2013, 205). Istodobno isti autor podsjeća da se političari „najviše bave time hoće li pobijediti i zadržati vlast u svojim rukama te stoga uvijek osjećaju potrebu da osiguraju javnu potporu. Poriv da se naglasi pozitivno, a skrije negativno stoga je neodoljiv“ (Heywood, 2013, 193). Širinić i Dolenec istražujući izbornu participaciju građana na parlamentarnim izborima od 1992. godine do 2020. godine tvrde „ iz konteksta upozorenja o tome da sve manji broj građana odlučuje sudjelovati u izbornim procesima, izrazito je važno razumjeti tko sudjeluje na izborima i zašto. Analiza je pokazala značajne nejednakosti u izbornoj participaciji hrvatskih građana. Mladi, posebno oni u dobi od 18 do 29 godina, iskazuju značajno niže stope sudjelovanja na izborima, čime se potvrđuje konstantna nejednakost u izbornoj participaciji prema dobi. Nadalje, niska razina obrazovanja povezana je s manjom izlaznošću na izbore, što dodatno potvrđuje važnost obrazovnog faktora u participaciji. Resursni model, testiran u drugom dijelu analize potvrdio je ulogu dobi i obrazovanja kao ključnih predikatora izborne participacije, dok rezultati po spolu nisu dosljedni“ (Širinić, Dolenec u Bovan, Širinić, Raos 2024, 44).

Iz perspektive teorije o aktivaciji populističkih glasova, Vuksan- Ćusa i Šalaj, nastojali su istražiti kako glasaju populistički građani u Republici Hrvatskoj, tj. glasaju li za populističke aktere. Upozoravajući na moguća ograničenja same studije autori zaključuju „Rezultati su pokazali kako populistički stavovi nemaju učinak na vjerojatnost glasovanja za populističke stranke i kandidate te da, suprotno postavkama teorije o aktivaciji populističkih stavova, zapravo povećavaju vjerojatnost izborne apstinencije“ (Vuksan- Ćusa, Šalaj, 2024, 45)[54]

Zanimljivo je kako Škaro uspoređuje ekonomiju s politikom i klasični marketing s političkim marketingom te zaključuje da se „klasični marketing bavi orijentacijom na kupca, marketing u politici biračima“ (Škaro, 1999, 39). Isti autor potom pojašnjava kako marketing u politici spada u područje marketinga neprofitnih djelatnosti, a orijentiran je na političko tržište, pri čemu se „političko tržište odnosi na političku javnost ili građane“ (Škaro, 1999, 39).

Jantol tvrdi kako postoje dvojbe oko pojma javnosti, publike i javnog mnijenja te pojašnjava da je publika „subjekt javnosti. U toj ulozi prima (gleda, sluša, čita) poruke, o njima raspravlja i na njih reagira svojim javnim mnijenjem“ (Jantol, 2004, 54), a „sve što misle i očekuju privatni ljudi iskazuju javnim mnijenjem“ (Jantol, 2004, 107). I Gavranović također upozorava kako

[54] https://hrcak.srce.hr/file/453955, datum pristupa: 7. 10. 2025.

pojmove javnost i javno mnijenje ne treba poistovjećivati te tvrdi da je „živa javnost podloga razvoja civilnog društva“ dok je javno mnijenje „prije svega izraz demokratskih sloboda u određenom društvu“ (Gavranović, 2009, 144). Pod političkom javnosti Janton podrazumijeva „jednu zasebnu političku pojavu koju smatramo isječkom objektivne političke stvarnosti“ (Jantol, 2004, 9) te, pozivajući se na Lasswella, podsjeća na ulogu građana u procesu političke komunikacije i „na pitanje tko u javnosti govori, ispravan bi odgovor morao glasiti – građani, što izgovaraju – svoje mišljenje o stvarima od općeg interesa; kojim kanalom – neposredno živom riječi i posredno, putem 'tehničkih' medija; komu – jedni drugima; s kakvim efektom – oblikujući javno mnijenje s kojim smjeraju utjecati na regulativnu praksu vlasti“ (Jantol, 2004, 11).

Bez obzira na odnos medija i politike, bilo da govorimo o sukobu ili tijesnom odnosu u kojem svaka strana koristi drugu stranu radi vlastitih interesa, moramo istaknuti odgovornost svakog građanina koji svojim razumom, mudrošću, informiranošću i obrazovanjem utječe na izbor političara i vlasti, medijski sadržaj i kulturu društva. Labaš i Vizler ističu kako u komunikacijskom procesu primatelji nisu pasivni i „puke žrtve“ medijskih poruka. „Danas se u komunikologiji ne opovrgava da mediji djeluju na primatelje, ali se isto tako upozorava da medijski utjecaji nisu determinirani ni apsolutni, te da primatelje ne treba smatrati isključivo 'žrtvama' medijskih utjecaja, nego osobama koje su u većoj ili manjoj mjeri sposobne biti aktivnim sudionicima šire shvaćenog medijskog procesa“ (Labaš, Vizler, 2005, 285)[55]. Bauer također ističe ulogu i odgovornost pojedinca i upozorava da „ako želimo otvoreno i slobodno društvo, koje samo sebe određuje, onda smo odgovorni za njegovu realizaciju kroz kulturu komunikacije, koju razvijamo u medijima i s njima“ (Bauer, 2007, 7), dok Jelenić tvrdi da „trajnim odgajanjem i formiranjem građana u duhu poštenja - konkretno za društvenu pravednost i solidarnost - pružamo priliku da i na odgovorna mjesta u državi dođu pošteni i sposobni ljudi“ (Jelenić, 2018, 92).[56] Nadalje, Bauer naglašava da „građansko – politički (sve više civilno-društveni) moral, koji je stvoren, transformiran i predstavljen kroz medije, zahtijeva demistifikaciju politički insceniranih rituala privilegirane elite: liječnici, učitelji, političari, znanstvenici, ali čak i institucije nemaju više svoju legitimaciju iz društvenog statusa i svoje funkcije, nego sve više (i samo još) iz svoje komunikacijske kompetencije“ (Bauer, 2007, 101).

Jantol pak upozorava kako davanje glasa na izborima za pobjedu i zadržavanje vlasti nije jedina funkcija javnosti. „U demokratskom poretku javnost je zadobila političke funkcije nadzora i

[55] https://hrcak.srce.hr/file/124381, datum pristupa: 11. 7. 2024.
[56] https://hrcak.srce.hr/file/295196, datum pristupa: 11. 7. 2024.

utjecaja na vlast koje nitko drugi i ništa drugo ne može zamijeniti. Iako nije dobila institucionalnu ulogu u procesu vladavinskog odlučivanja, nego je ostala izvan sustava vlasti, iako najčešće djeluje kao mehanizam neobveznog konzultiranja i neformalnog političkog promišljanja na temelju kojeg se oblikuje javno mnijenje opterećeno partikularizmom interesa, manjkavim znanjem i neprovjerenim prosudbama, na javnost se u demokraciji itekako računa. Ni jedan drugi politički mehanizam ne može omogućiti građanima bolji uvid u regulativnu praksu vlasti, niti veći komunikacijski utjecaj na njezino djelovanje“ (Jantol, 2004, 120). Isti autor naglašava kako političari javnosti pridaju osobine kolektivnog bića koje nije samo pasivni promatrač političkih (društvenih) zbivanja, nego i nekom vrstom moralnog autoriteta koje ima veliku moć te je jača i od same vlasti te se pokazuje „da javnost političarima ne prosuđuje na temelju zakona nego neformalnih pravila i normi društvenog života, običaja, ukusa i moralnih uvjerenja zajednice“ (Jantol, 2004, 11), što ćemo dijelom provjeriti i našim istraživanjem, jer Jantol zaključuje da bi „bez javnosti nositelji funkcija vlasti zasigurno imali još više moći i još manje odgovornosti“ (Jantol, 2004, 120).

Mnogi autori danas primjećuju i upozoravaju kako moderna društva sve više pate od krize sudjelovanja građana kako u političkoj komunikaciji tako i u političkom životu te navode primjere biračke apstinencije, pada stranačkog članstva, pojavu stranačke nesvrstanosti i nestalnije glasačko ponašanje. Suprotno takvom mišljenju, Heywood smatra da „problem možda neće ovdje biti taj da je sveukupna razina političkog sudjelovanja opala, već i da se dogodio pomak od jedne vrste sudjelovanja do druge. Posebice, kako su razočaranje i apatija glede uobičajene politike narasli, također je i ojačao interes za aktivističke skupine, prosvjedne pokrete i upotrebu 'novih medija' kako bi se omogućila politička debata i aktivizam“ (Heywood, 2013, 445).

Konačno, Almond, Bingham Powell, Dalton i Storm zaključuju da „ono što se sa sigurnošću može reći jest da demokratska politika počiva na participirajućoj javnosti koja se služi pojedinačnim ili grupnim metodama izražavanja ili zastupanja svojih interesa. Dakle razvitak aktivnog društvenog i političkog života važno je mjerilo političkog razvoja nacije“ (Almond, Bingham Powell, Dalton, Storm, 2018, 75).

3.4. Učinci političke komunikacije

Učinke političke komunikacije teško je mjeriti prije svega zbog složenosti samog procesa političke komunikacije, ali i niza socijalnih i kulturnih faktora te političke orijentacije i konteksta primanja poruke. McNair napominje da su „učinci svake vrste političke komunikacije određeni ne samo, ili čak ponajprije, sadržajem poruke nego povijesnim kontekstom u kojem se pojavljuju, a osobito političkim okruženjem koje prevladava u dotičnom trenutku“ (McNair, 2003, 37) te zaključuje kako u konačnici postoje samo tri načina za procjenu učinka političke komunikacije te kako svaki ima svoja ograničenja. Prvi način je da se pita ispitanike kako reagiraju na poruke i provodi se najčešće u obliku ispitivanja javnog mnijenja. Kod ovog načina moramo biti oprezni pri odabiru reprezentativnog uzorka, pažljivo formulirati pitanja, pažljivo odabrati vrijeme provođenja samog istraživanja, a posebno pažljivi trebamo biti pri interpretaciji dobivenih rezultata. Drugi način mjerenja političkih učinaka je opažanje obrasca u stvarnom ponašanju birača. Kod ovoga načina ispitivanja moramo posebno voditi računa pri interpretaciji, jer su objektivne i provjerljive mjere ponašanja birača podložne velikim varijacijama u interpretaciji. Treća metoda podrazumijeva laboratorijski pristup gdje odabranoj skupini dajemo izolirani element političke poruke pa se temeljem postavljanja pitanja bilježe odgovori i izvlače zaključci. Bez obzira koliko dobro pripremili istraživanje postavlja se pitanje koliko laboratorijski eksperiment može postići odjek koji će pratiti političku poruku u stvarnom svijetu (McNair, 2003). McNair zaključuje da „već sada možemo ustvrditi kako je izvan svake sumnje stav da je politička komunikacija previše važna da bi je ignorirali oni koji se brinu za funkcioniranje suvremenih demokracija. Točna priroda njenih učinaka - na ponašanje ili stavove; kratkoročnih, srednjoročnih ili dugoročnih; izravnih ili neizravnih; socijalnih ili psiholoških - možda i nije jasna socijalnim znanstvenicima i promatračima političke scene, no politički akteri sami - oni koji se trude utjecati na društvo u smjeru koji je u skladu s promicanjem njihovih interesa - djeluju na pretpostavci da postoje učinci koji su dovoljni da opravdaju znatnu potrošnju vremena i resursa“ (McNair, 2003, 50), dok Tomić dodaje kako se „pored ovih osnovnih instrumenata, politički učinci mogu mjeriti kroz korporativni i osobni imidž, učinak političkog oglašavanja i dr.“ (Tomić, 2012, 101).

Caramani ističe kako proučavanje učinaka koji proizlaze iz komunikacijskog procesa nije dovoljno razvijeno. Navodi kako postoje mnoga teorijska stajališta i mnoštvo istraživanja koja analiziraju utjecaj političkih komunikacija na političko znanje i spoznaju, kulturne stavove i vrijednosti te političko ponašanje, pri čemu ističe tri koja su privukla širu pozornost, a odnose

se na teorije medija: teorija o postavljanju agende, teorija uokvirivanja te proces pripremanja informacija (Caramani, 2013).

3.5. Hrvatski sabor kao nacionalni dom za raspravu najvažnijih dnevnih pitanja i državnih mjera

Tijekom bogate povijesti jedna od najstarijih, najpostojanijih i najznačajnijih institucija hrvatskog naroda, sigurno je Hrvatski sabor. Sabor kao predstavničko tijelo građana, sazvan radi raspravljanja i odlučivanja o pitanjima od interesa naroda, kroz prošlost je nosio različite nazive: „stanak, shod, shodište, spravišće, sbor, sborište, sabor, vijeće, skupština, među kojima je najčešće bio i ostao u upotrebi naziv: sabor“ (Perić, 2000, 17). Bilo da govorimo o narodnim zborovima, staleškoj instituciji ili suvremenom predstavničkom tijelu građana, Hrvatski sabor simbol je i očitovanje samosvjesnosti hrvatskog naroda te stvarni pokazatelj političkog položaja i općih prilika Hrvatske. Pouzdano možemo reći kako je Hrvatski sabor od 13. stoljeća sve do današnjih dana, s prekidom kontinuiteta od 1918. do 1942. godine, najsnažniji čuvar državnog suvereniteta i identiteta hrvatskog naroda.

Kako su izgledali prvi skupovi nije nam poznato jer ne postoje izvorni podaci, pa ne možemo niti pisati o komunikaciji tadašnjih zastupnika. „Sačuvane predaje u starim kronikama ili zapisi povelja iz razdoblja hrvatskih narodnih vladara upućuju na pradavni običaj održavanja narodnih zborova“ (Kolanović u Sabol, 1994, 10). Prvi pisani trag datira još iz 821. godine, kada su Hrvati nakon smrti kneza Borne, za vladara izabrali kneza Vladislava. Upravo taj „prvi pouzdani podatak o nekom saborovanju održanom na razini čitave onovremene Hrvatske“ Hrvate svrstava u jedan od starijih europskih naroda (Budak u Perić, 2000, 17). Prvi poznati i cjelovito sačuvani zapisnik i zaključci Sabora datiraju još iz davne 1273. godine, a 1843. godine zastupnik Ivan Kukuljević Sakcinski, u Hrvatskom saboru prvi je put održao govor na hrvatskom jeziku, u kojem je naglasio potrebu uvođenja narodnog jezika u javni život. Četiri godine kasnije ponovio je zahtjev te je 1847. godine Hrvatski sabor donio zaključak kojim se prestaje upotrebljavati latinski jezik, a hrvatski jezik proglašen je službenim jezikom. Ukidanje feudalizma dovodi do transformacije Sabora pa je ukinut dotadašnji staleški Sabor te su 1848 godine prvi put u povijesti održani javni izbori temeljem kojih je u novi moderni hrvatski parlament, kao predstavničko tijelo građana, odabran 191 zastupnik na temelju izbornog reda. Kako bi se održao parlamentarni kontinuitet tadašnji izborni red zadržao je mogućnost da svoje mjesto u saboru dobiju i pojedinci na osnovi svog virilnog prava. Sabor sazvan 1861. godine

značajan je ne samo po odlukama koje je donio već i po samom sastavu zastupnika, pa je i danas taj sastav Sabora poznat kao veliki ili najintelektualniji.

Najvažnija godina za hrvatski narod, ali i Hrvatski sabor kao ključnu instituciju u našoj novijoj povijesti, sigurno je 1990. godina. Višestoljetni san i težnje hrvatskog naroda o slobodi, samostalnosti i neovisnosti rezultirale su prvim demokratskim, višestranačkim, slobodnim i parlamentarnim izborima koji su organizirani u dva kruga i to 22. i 23. travnja te 6. i 7. svibnja. Prvi saziv Sabora Socijalističke Republike Hrvatske konstituiran je 30. svibnja 1990. godine. Na konstituirajućoj sjednici zastupnici su za predsjednika Sabora izabrali Žarka Domljana. Prvi predsjednik novog Sabora Žarko Domljan predao je Franji Tuđmanu predsjedničku lentu u bojama hrvatske trobojnice, kao simbol predsjedničke časti. Pred zastupnicima, brojnim gostima iz domovinske i iseljene Hrvatske i predstavnicima vjerskih zajednica Franjo Tuđman, prvi predsjednik Republike Hrvatske, održao je državotvorni govor u kojem je podsjetio na važne datume hrvatske povijesti, važnost provedenih višestranačkih izbora i parlamentarne demokracije kao „prvog koraka na povratku hrvatskog naroda i njegove države europskoj, civilizacijskoj, političkoj, kulturnoj i gospodarskoj tradiciji." Svjestan trenutka i predstojećih izazova iznio je i najhitnije zadaće koje stoje pred novom vlasti Hrvatske u 10 točaka od kojih je prva izrada i donošenje novog Ustava Republike Hrvatske, utemeljenog na „hrvatskim državnopravnim iskustvima, a u duhu najdemokratskijih tradicija suvremene europske i sjevernoameričke zbilje i pravne znanosti." Franjo Tuđman u svom je povijesnom govoru naglasio ulogu Sabora: „Visoki dome! U obnašanju naših dužnosti valja nam uvijek imati na umu činjenicu, da u gotovo četrnaestostoljetnoj pisanoj povijesti Hrvata ni u jednoj drugoj ustanovi hrvatskoga narodnog života nije bila tako izrazito očitovana opstojnost, samosvojnost i samoodređenje kao u neprekidnosti trajanja i djelovanja Hrvatskoga sabora."[57] Analizirajući govore predsjednika Franje Tuđmana, Bekić za ranije navedeni govor tvrdi da se „govor predsjednika Tuđmana na konstituirajućoj sjednici Sabora, iako manje poznat široj javnosti, može smatrati jednim od nadahnutijih političkih nastupa u suvremenoj hrvatskoj povijesti. To je programsko i vizionarsko izlaganje kojim se najavljuje izgradnja demokratskoga i građanskoga društva koje će nastojati prevladati podjele zasnovane na podrijetlu i svjetonazoru i u kojem će većina štititi manjine" (Bekić, 2016, 11)[58].

Sabor je 21. prosinca 1990. godine na zajedničkoj sjednici triju vijeća ispunio svoju ustavotvornu ulogu donošenjem Ustava Republike Hrvatske, koji je najviši pravno-politički akt i konstitutivni državni dokument. Odluka o proglašenju Ustava donesena je idući dan 22.

[57] https://www.tudjman.hr/govori/konstituirajuca-sjednica-hrvatskoga-sabora, datum pristupa: 12. 7. 2024.
[58] Bekić, 2016, https://hrcak.srce.hr/file/236899, datum pristupa: 10. 1. 2024.

prosinca 1990. godine. Kako je Ustav donesen neposredno pred Božić često se naziva i Božićni Ustav. Ustavom je utvrđen dvodomni parlament, odnosno Sabor sastavljen od Zastupničkog i Županijskog doma. Propisano je i ustrojstvo državne vlasti i to tako da je Sabor Republike Hrvatske predstavničko tijelo građana i nositelj zakonodavne vlasti te da se Sabor Republike Hrvatske sastoji od Zastupničkog i Županijskog doma. Božićnim Ustavom su detaljno propisani način izbora, način rada, ovlasti, prava i obaveze zastupnika Zastupničkog i Županijskog doma.[59] Promijenjen je i naziv Sabora Republike Hrvatske u Hrvatski državni sabor[60], a 2000. godine Ustav je mijenjan drugi put, pa je između ostalog Hrvatski državni sabor promijenio naziv u Hrvatski sabor.[61] Ustavnim promjenama 2001. godine ukinut je Županijski dom, a Hrvatski sabor postaje jednodoman.[62] Radi članstva u Europskoj uniji promjenama iz 2010. godine ublaženi su uvjeti za donošenje referendumske odluke koja je prethodila samom članstvu, a dodana je i posebna glava kojom je utvrđena pravna osnova članstva Hrvatske u EU i sudjelovanje u europskim institucijama. Između ostalog jedna od važnijih promjena je i pravo na pristup informacijama koje postaje ustavna kategorija te se ističe: „Jamči se pravo na pristup informacijama koje posjeduju tijela javne vlasti. Ograničenja prava na pristup informacijama moraju biti razmjerna naravi potrebe za ograničenjem u svakom pojedinom slučaju te nužna u slobodnom i demokratskom društvu, a propisuju se zakonom“.[63] Ustav Republike Hrvatske, o kojem ćemo u nastavku disertacije više pisati s posebnim osvrtom na odredbe koje se odnose na djelovanje Hrvatskog sabora, spada među suvremene demokratske ustave, a prema broju članaka i količini teksta spada među kraće europske ustave.

Dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru tijekom višestoljetnog djelovanja obnašali su mnogi hrvatski uglednici uključujući publiciste, pjesnike, književnike, gospodarstvenike, a ranije biskupe i pripadnike plemstva. Osim temeljnih državnopravnih pitanja i najvažnijih odluka za hrvatski narod, u raspravama zastupnika u Hrvatskom saboru oslikavala se prava slika i položaj hrvatskog naroda. Tako su neki od najvećih velikana hrvatske povijesti svoje najvažnije govore izrekli upravo kao zastupnici Hrvatskog sabora. U nastavku rada ukratko ćemo predstaviti djelovanje nekih od njih.

Ranije smo spomenuli prvi govor na hrvatskom jeziku kojeg je 2. svibnja 1843. godine u Hrvatskom saboru održao jedan od nositelja hrvatskog nacionalnog preporoda Ivan Kukuljević Sakcinski, hrvatski političar, povjesničar i književnik, o čijem govoru Milan Moguš zaključuje:

[59] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1990_12_56_1092.html, datum pristupa 10. 1. 2024.
[60] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1997_12_135_1944.html, datum pristupa: 10. 1.2024.
[61] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_11_113_2224.html, datum pristupa: 10. 1. 2024.
[62] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_04_28_487.html, datum pristupa: 10. 1. 2024.
[63] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_06_76_2214.html, datum pristupa: 10. 1. 2024.

„Preuzimajući najbolje misli svojih prethodnika, napravio je odlučan korak prema pravom oživotvorenju položaja hrvatskoga jezika. Zato se njegov govor u Hrvatskome saboru, ne samo zato što je izrečen hrvatskim jezikom nego zbog obrazloženja koja je dao, može smatrati povijesnim“ (Moguš, 1995-6, 286) [64]

Na internetskim stranicama Hrvatskog sabora u rubrici „Znameniti govori iz povijesti saborovanja“ objavljen je i govor đakovačkog biskupa Josipa Jurja Strossmayera, hrvatskog političara i osnivača današnjeg HAZU-a. Navedeni govor održan je u Hrvatskom saboru 29. travnja 1861. godine prilikom osnivanja Akademije za znanost i umjetnost, a osim pune potpore osnivanju Akademije, Strossmayer ističe i potrebu za osnutak modernog Hrvatskog sveučilišta riječima: „Akademija znanosti pretpostavlja sveučilište”.[65] Košćak tvrdi da je to „bio prvi Strossmayerov govor pred Hrvatskim saborom, i on je upravo elektrizirao slušaoce. Na Bogovićev prijedlog odlučeno je da se govor tiska u nekoliko tisuća primjeraka“ (Košćak, 1990, 176).

Jedan od velikana hrvatske povijesti svakako je i Ante Starčević, filozof, publicist, književnik i saborski zastupnik te utemeljitelj Stranke prava. Barišić u djelu „Ante Starčević. Ideali slobode i prava“ ističe da se „jedinstveno mjesto koje Ante Starčević zauzima u hrvatskoj državnoj i narodnoj povijesti ocrtava već u znamenitoj oznaci što se vezuje uz njegovo ime - Otac Domovine. Takvu je počast zaslužio za života ponajprije zbog dosljednog zauzimanja za samostalnu i nezavisnu hrvatsku državu i obranu povijesnoga državnog prava“ (Barišić, 2022, 23.) Važno je istaknuti kako je Ante Starčević živio i djelovao u izazovnom vremenu za Hrvatsku, kako po pitanju društvenih i gospodarskih prilika tako i po pitanju politike. Za zastupnika u Hrvatski sabor izabran je 1861. godine te je još sedam puta biran za saborskog zastupnika i to 1865., 1871., 1878., 1881., 1884., 1887. i 1892. godine. Ukupno je u Hrvatskom saboru održao 81 govor, a „zauzimao se za vrijednosti koje su sezale od republikanskih i demokratskih do liberalnih opredjeljenja te prvih oblika socijalnih pokreta“ (Barišić, 2022, 283). Njegovo političko djelovanje znatno je obilježilo politički život Hrvatske, a njegove ideje naišle su na odjek i u drugim krajevima tadašnje Monarhije. O njemu Bratanić ističe: „Doživjela sam ga kao čovjeka koji je, po snazi duha, po etičnosti i službi općem dobru, ne samo ispred svog, već i ispred našeg vremena“ (Bratanić, 1997, 8). U poglavlju „Poznavanje zakonitosti komunikacije“ Bratanić iz Starčevićevog opisa susreta s biskupom J. J. Strossmayerom primjećuje kako je Starčević detaljno analizirao i opisao neverbalnu komunikaciju biskupa

[64] https://hrcak.srce.hr/file/313828, datum pristupa: 15. 1. 2024.
[65] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-josipa-jurja-strossmayera-u-saboru-29-travnja, datum pristupa: 16. 1. 2024.

Strossmayera, koja je bila u suprotnosti s verbalnim sadržajem, a što je svakako imalo utjecaja na njihovu komunikaciju i ukupan dojam Starčevića o biskupu Strossmayeru te zaključuje: „Starčević nije koristio termin komunikacije, jer je ta riječ novijeg datuma, ali je u shvaćanju komunikacije bio ispred svoga vremena“ (Bratanić, 1997, 50). U djelu „Ante Starčević. Govori u Hrvatskom saboru“ objavljeni su svi govori koje je Ante Starčević održao kao saborski zastupnik, a u samom predgovoru istaknuto je da je kao narodni zastupnik „s prekidima djelovao u Hrvatskom saboru punih 30 godina. Već za života njegovi su govori, znatno utjecali u afirmaciji hrvatske samobitnosti, a njegov nauk o suvremenoj hrvatskoj državi duboko se ukorijenio u hrvatskom narodu“ (Starčević, 1996, 6). I danas, u suvremenom životu, posebno političkom, poznata je i često citirana misao Ante Starčevića: „Narod, koji uvijek traži zaštitnika, nije vrijedan slobode“ (Starčević, 1943, 417). Na stranicama Hrvatskog sabora u već spomenutoj rubrici „Znameniti govori iz povijesti saborovanja“ objavljen je govor Ante Starčevića u Saboru održan 26. lipnja 1861. godine. Naime, u Saboru se raspravljalo o državnopravnom odnosu Hrvatske prema Ugarskoj. Eugen Kvaternik iznio je prijedlog kojim traži potpunu samostalnost Hrvatske, a Starčević je navedeni govor održao kao potporu Kvaternikovom prijedlogu.[66] Poparić o navedenom govoru kaže: „Taj je govor savršen sa stvarnog i sa formalnog pogleda. Nikada, ni prije ni poslije toga dana, nije se slušao ovako uzvišen, nenatkriljiv govor u hrvatskoj sabornici. Da nije Starčević ni prije ni poslije progovorio u Hrvatskom saboru njega bi trebalo proglasiti prvim, nenatkriljivim klasičnim našim govornikom. Ovaj epohalni govor može se uzeti za najsavršeniju hrvatsku 'filipiku' i 'katilinariju'. Ovaj bi govor morao pročitati svaki pismeni Hrvat, a odlomci bi se imali štampati u srednjoškolskim čitankama“ (Poparić u Lukas i dr., 1992, 53).

U istoj se rubrici „Znameniti govori iz povijesti saborovanja“ zasluženo, nalazi i govor Ivana Mažuranića održan u Hrvatskom saboru 13. prosinca 1886. godine pod nazivom „Vjerujem u Hrvatsku, u njezinu prošlost, u njezinu sadašnjost i... u njezinu budućnost“ jer upravo tim riječima Mažuranić započinje jedan od zapamćenijih govora u svom političkom djelovanju. Zapamćene su i često citirane misli o ljubavi i narodu kojima Mažuranić završava spomenuti govor: „Ljubav moja spada momu narodu, štovanje moje svim narodom, ne samo jednomu, nego svim, koji su s nama u jednom gniezdu u ovoj monarkiji. Ljubav, gospodo, nije pojam, koji spada u politiku, nego štovanje interesa i svojih i tudjih, to su pojmovi, koji se u politici upotrjebljuju; ljubav ima samo u familiji posla; ona ima posla medju iskrenimi članovi jednoga te istoga dijela ili čovječanstva ili naroda. Ja mislim, da bi s tim simbolom vjere mogao biti

[66] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-ante-starcevica-u-saboru-26-lipnja-1861, datum pristupa: 17. 1. 2024.

svaki zadovoljan, jer gospodo, ja ću sasvim otvoreno kazati, ja držim, da bez ovoga simbola vjere nitko ne može biti ni sin domovine, bez ovakova simbola ne može biti nitko ni član onoga naroda, u kojem se je rodio“.[67] Danas često čujemo kako se u saborskim raspravama najmanje govori o točki dnevnog reda i predmetu rasprave, a da je i u prošlosti bilo tako najbolje govori ulomak ovog govora kojim se Mažuranić obraća i opominje kolege u Saboru: „Visoki sabore, niti je liep, niti koristan onaj običaj, koji se uvukao u vis. sabornicu, po kojem, moram reći, žalostnom običaju više se govori o osobnostih nego o predmetih, koji su u razpravi. Ja velim, da to niti je liep oprostite, govorim objektivno niti koristan običaj za javne poslove. Liep nije, jer drugdje parlamenti gledaju, da u miru rade, a koristan nije, jer se tim ne samo sije razdor i onako dosta velik u ovoj zemlji, nego dapače glasi osvete i mržnje dobivaju intensiju takovu, da ovi glasovi sa svojom strujom udaraju o stiene, koje su preko dvadeset, preko deset, preko šest godina od ove sabornice daleko.“[68] Perić navodi da je „taj Mažuranićev govor saslušan od svih sabornika s najvećom pažnjom. A kad je završio svoj govor, oporbenjaci su - podjednako neodvišnjaci, kao i pravaši – aplaudirali u znak odobravanja svega onoga što je Mažuranić kazao“ (Perić, 2000, 285).

Dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru obnašao je i Stjepan Radić. „Za života je postao jednom od najuglednijih i najpopularnijih osoba hrvatske političke scene u prva tri desetljeća XX. st., čemu su uvelike pridonijele njegova komunikativnost i govornička vještina, dosljedno zastupanje hrvatskih nacionalnih interesa te napredne, nerijetko idealističke zamisli. Zbog privrženosti hrvatskom seljaštvu, iz redova kojega je i sam potekao, nailazio je na gotovo jednodušnu potporu naroda u svim hrvatskim krajevima. U borbi za svoje ciljeve suočavao se s političkim progonima, pritiscima i zatvorskim kaznama. Upravo zbog beskompromisna stajališta u provođenju demokratskih i republikanskih zamisli, život mu je okončan nasilnim putem u doba kada je širenje totalitarističkih ideja zahvatilo velik dio Europe, kao i Kraljevinu Jugoslaviju.“[69] Mira Kolar-Dimitrijević tvrdi: „Stjepan Radić je bio i ostao trajna zvijezda na političkom i socijalnom nebu hrvatske povijesti te se mnoge njegove ideje mogu i danas iskoristiti u osmišljavanju novog društva u Hrvatskoj.“(Kolar-Dimitrijević, 2018,14) [70]. Nakon raskida državnih veza s Austro-Ugarskom, Narodno vijeće odlučivalo je o sudbini Hrvatske. Tražeći pravo samoodređenja Radić je 24. studenog 1918. godine održao jedan od najvažnijih

[67] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-ivana-mazuranica-u-saboru-13-prosinca-1886, datum pristupanja: 18. 1. 2024.
[68] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-ivana-mazuranica-u-saboru-13-prosinca-1886, datum pristupanja: 18. 1. 2024.
[69] https://www.enciklopedija.hr/clanak/51444, datum pristupa: 15. 1. 2024..
[70] https://hrcak.srce.hr/file/315793, datum pristupa: 15. 1. 2024.

i najcitiranijih govora u Hrvatskom saboru apelirajući na zastupnike: „Još nije prekasno! Ne srljajte kao guske u maglu!“ (Sabol, 1994, 136). Ipak, izaslanstvo Narodnog Vijeća otišlo je u Beograd na pregovore, a da do pregovora nije došlo. Kolar-Dimitrijević podsjeća da je „ujedinjenje 1. prosinca 1918. proglašeno jednostavnom i kratkom izjavom regenta Aleksandra Karađorđevića, a da s delegacijom od 26 političara iz Hrvatske i Bosne, koju je predvodio zubar dr. Ante Pavelić, nisu vođeni nikakvi pregovori. To jednostrano proglašenje o ujedinjenju Države Slovenaca, Hrvata i Srba s Kraljevinom Srbijom u Kraljevstvo Srba, Hrvata i Slovenaca nije nikada potvrđeno od Hrvatskog sabora koji se poslije studenog 1918. nije više nikada ni sastajao, i zato je od samog početka Ujedinjenje nosilo obilježje nelegalnosti“(Kolar-Dimitrijević, 2018, 6)[71]. Isto tako, Kolar-Dimitrijević navodi kako su rješavanje hrvatskog pitanja i „Radićevo nastojanje da preko oblasti s hrvatskim stanovništvom stvori državu unutar države, tj. da izbori određenu autonomiju na području financija, školstva, zdravstva i gospodarstva, odnosno barem ono što je Hrvatska i Slavonija imala do 1918. u vremenu Austro-Ugarske Monarhije“ doveli do sukoba i samog atentata na Stjepana Radića i hrvatske zastupnike u Narodnoj skupštini Kraljevine Jugoslavije 20. lipnja 1928. godine (Kolar-Dimitrijević, 2018, 6)[72]. Radić je preminuo od posljedica ranjavanja 8. kolovoza 1928. godine, a Hrvatski sabor 20. lipnja obilježava kao Dan sjećanja na Stjepana Radića i lipanjske žrtve. Cviić ističe da je Radić „bio tako krupna ličnost da je bilo neizbježno da će njegov nasljednik – tko god on bio – živjeti i djelovati u njegovoj sjeni“ (Cviić, 1994, 163).

Opravdano možemo reći kako je Hrvatski sabor, kroz svoju bogatu povijest do danas, nacionalni dom i najveća pozornica za raspravu najvažnijih dnevnih pitanja i državnih mjera. U prilog tome govore ranije izdvojeni govori, ali i činjenica kako su govorništvo i rasprave u Saboru, ali i javnost rada Sabora uređeno Ustavom kao temeljnim aktom države i Poslovnikom Hrvatskog sabora, koji uređuje unutarnje ustrojstvo i način rada Hrvatskog sabora. Perić podsjeća „da bi zastupnici mogli slobodno djelovati“ još je Sabor Trojedine Kraljevine Hrvatske, Slavonske i Dalmatinske 20. travnja 1861. godine donio poseban zakonski članak o nepovredivosti i neodgovornosti. U stavku „1. tog članka je istaknuto da zastupnik - za svoje izjave i glasovanje u saboru - nije „nikome odgovoran osim saboru samom“. U stavku 2. je određeno da zastupnik - za trajanja svog zastupničkog mandata – „stoji pod osobitom zaštitom zakonah ugarsko-hrvatskih de salvo conducta“. Ako mu tko nanese kakvu uvredu, kaznit će se po tim zakonima. U stavku 3. se naglašavalo da zastupnik – za trajanja svog zastupničkog mandata – ne može bez dozvole Sabora, biti niti zatvoren niti progonjen zbog „kakova kažnjiva

[71] https://hrcak.srce.hr/file/315793, datum pristupa: 15. 1. 2024.
[72] https://hrcak.srce.hr/file/315793, datum pristupa: 15. 1. 2024.

djela“ osim “ako se zateče u samom činu“ (Perić, 2000, 245). Ove ranije odredbe do današnjeg dana se nisu bitno mijenjale. Naime, u članku 75. Ustava na snazi definirano je kako „zastupnici u Hrvatskom saboru imaju imunitet. Zastupnik ne može biti pozvan na kaznenu odgovornost, pritvoren ili kažnjen za izraženo mišljenje ili glasovanje u Hrvatskom saboru. Zastupnik ne može biti pritvoren niti se protiv njega može pokrenuti kazneni postupak bez odobrenja Hrvatskoga sabora. Zastupnik može biti pritvoren bez odobrenja Hrvatskoga sabora samo ako je zatečen da vrši kažnjivo djelo za koje je propisana kazna zatvora u trajanju dužem od pet godina. O takvom se slučaju izvješćuje predsjednika Hrvatskoga sabora. Ako Hrvatski sabor nije na okupu, odobrenje da se zastupnik liši slobode ili da se protiv njega nastavi kazneni postupak daje i o njegovu pravu na imunitet odlučuje mandatno-imunitetno povjerenstvo, s time što njezinu odluku mora naknadno potvrditi Hrvatski sabor.“[73]

Pitanje slobode govora u Hrvatskom saboru aktualno je i danas. Klepač Pogrmilović u radu „Govor mržnje i politička korektnost - Hrvatski sabor kao slika društva“ napominje da su „svjetski događaji u ovoj i protekloj godini aktualizirali debatu oko govora mržnje i političke korektnosti te ponovno otvorili vječno pitanje o granicama slobode govora u liberalnim demokracijama“ (Klepač Pogrmilović u Kulenović, 2016, 290), dok Kulenović konstatira: „Iako se pravo na slobodu govora zbog svoje vrijednosti opravdano smatra temeljnim pravom, ono nije apsolutno pravo“ (Kulenović, 2016, 25). Istodobno Klepač Pogrmilović pojašnjava kako su granice između pojmova sloboda izražavanja, diskriminacija, govor mržnje i politička (ne)korektnost često zamućene, ali su prva tri pojma definirana i regulirana pravnim aktima dok politička nekorektnost nije i teško da će ikad biti pravno regulirana. „Ipak, iako nema pravne definicije pojma ni pravnih sankcija za politički nekorektno izražavanje/ponašanje, u praksi društvene ili ekonomske sankcije mogu biti veoma ozbiljne“ (Klepač Pogrmilović u Kulenović, 2016, 262). U istom radu autor uspoređuje Poslovnik Hrvatskog sabora te stegovne mjere parlamenata europskih zemalja i Srbije te zaključuje: „Uočeno je da Hrvatski sabor donekle slijedi svoje europske uzore, ali i da su stegovne mjere, i po mišljenju onih koji ih izriču i primaju, neučinkovite“ (Klepač Pogrmilović u Kulenović, 2016, 291). Klepač Pogrmilović zaključuje kako je glavni problem što saborski zastupnici, koji su zaduženi za definiranje i pravne propise, u svojim javnim istupima ne pridonose rasvjetljavanju i ispravnom interpretiranju pojma govora mržnje već ga često zloupotrebljavaju i njime označuju svaki govor koji im se ne sviđa. „Zastupnici najvišeg hrvatskog zakonodavnog tijela imaju potpuno oprečna, vrlo široka, nedosljedna stajališta oko toga što predstavlja govor mržnje, a vrlo često

[73] Preuzeto s https://www.usud.hr/hr/ustav-RH, datum pristupa: 22. 1. 2024.

i s nimalo ustručavanja usuđuju se govorima jedni drugih prilijepiti etiketu mržnje. Saborski zastupnici se ponašaju prema pojmu govor mržnje kao da je politička nekorektnost. Umjesto da pridonesu njegovom što preciznijem definiranju, od njega su stvorili pomodnu riječ, tzv. 'kaučuk pojam' koji može obuhvatiti najrazličitije aspekte uvreda, nepristojnih riječi, satire, komentara, iskazivanja mišljenja i emocija“ (Klepač Pogrmilović u Kulenović, 2016, 291). Autor napominje kako bi bilo poželjno da „u javnoj raspravi hrvatski saborski zastupnici i ostali pripadnici političke elite slijede one definicije i interpretacije koje su donijela službena tijela Republike Hrvatske i tijela onih organizacija kojih je Hrvatska članica. Time će oni kao slika društva, ako ništa drugo, doprinijeti da različiti suprotstavljeni tabori lakše razgovaraju jer su definirali svoje pojmove“ (Klepač Pogrmilović u Kulenović, 2016, 292).

Koliko je za rad Hrvatskog sabora, kako kroz povijest tako i danas, važno precizno definirati pojmove najbolje govore Poslovnici Hrvatskog sabora. Za primjer ćemo izdvojiti Poslovnik Hrvatskog sabora iz 1861. godine. „Na svojoj četvrtoj sjednici 21. travnja 1861., Sabor je - u vidu posebnog zakonskog članka - donio saborski Poslovnik“, kaže Perić (2000, 245) koji pojašnjava kako se Poslovnik sastojao od 8 odjeljaka s ukupno 96 paragrafa koji su detaljnije definirali rad Sabora, uključujući i odredbe o javnosti rada kojim je propisana javnost rada te nazočnost građana na galerijama i novinara na posebno označenom mjestu za novinare u samoj sabornici (Perić, 2000, 246-247). Važno je napomenuti kako ovaj Poslovnik „u članku 52. sadrži odredbu: 'Govore s pisma čitati nije slobodno'. I Poslovnik iz 1875. u članku 40 donosi: 'Nijednom članu Sabora nije slobodno čitati svoj govor.' Odredba o zabrani čitanja govora nalazi se i u Poslovniku Hrvatskog državnog sabora iz 1942. godine, a u Poslovniku Narodnog sabora Hrvatske iz 1947. godine, kao i u kasnijim poslovnicima, takve odredbe više nema.[74] Ranije navedene odredbe, bilo da govorimo o zakonskim propisima iz prošlosti ili aktualnim odredbama Ustava Republike Hrvatske i odredbama važećeg Poslovnika, zastupnicima jamče slobodu govora. Osim slobode govora, važno je istaknuti da je zastupnicima u Hrvatskom saboru važan dojam i odnos kakav se komunikacijom stvara i šalje publici. U prilog tome govori i odredba članka 52. Poslovnika Hrvatskog sabora još iz 1861. godine. Naime, zastupnici toga vremena sigurno nisu bili upoznati s terminom komunikacije i zakonitostima komuniciranja kakve danas poznajemo jer je i sama komunikacijska znanost novijeg datuma, ali su bili dovoljno razboriti da iste odredbe propišu zakonom pa ne možemo reći da su bili nesvjesni uspješni komunikatori ili da su komunicirali samo po intuiciji. Navedena odredba se, nažalost, u novije vrijeme izgubila iz propisa koje uređuju rad Sabora. Možemo zaključiti da

[74] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/zanimljivosti/govornistvo-u-saboru, datum pristupa: 22. 1. 2024.

zastupnicima u Hrvatskom saboru prepušteno da sami odlučuju o izvedbi svog govora, a nedovoljno ih se podsjeća kako „čitanje govora daje sigurnost, ali isključuje brojne komunikacijske tehnike koje su i te kako važne kod obraćanja publici“ (Leinert Novosel, 2012, 145).

Izdvojeni znameniti govori hrvatskih velikana primjer su kako izgovorena riječ u Hrvatskom saboru može biti i jest važna za povijest jednog naroda te koliko samo iz jednog govora možemo saznati o narodu, društvu u cjelini i položaju pojedinca u vremenu u kojem je sam govor izgovoren. Teško je odvojiti govor i jezik od kulture i s pravom se možemo složiti s tvrdnjom da „nema kulture bez jezičnog izraza, niti pak ima jezika bez kulturnog sadržaja“ (Bugarski, 2005, 16). U svjetlu socijalnih i političkih promjena pitanjem utjecaja kulture na jezik i jezika na kulturu podjednako se bave lingvisti, sociolozi, politolozi, ali i umjetnici. Utječe li i u kojoj mjeri jezik i kultura društva na govor saborskih zastupnika, njihove rasprave i kulturu u Hrvatskom saboru ili jezik, rasprave i ponašanje saborskih zastupnika utječu na jezik i kulturu društva u cjelini te kolika je i kakva uloga medija kao prijenosnika poruke od političara do birača, ali i kao aktivnog i važnog elementa cjelokupne političke komunikacije teško je jednoznačno zaključiti. Kramsch pojašnjava neraskidivu vezu jezika i kulture ističući kako govornici jezikom prikazuju ideje i stavove te se jezikom izražava kulturna stvarnost. U drugom dijelu autorica pojašnjava kako se jezikom, bilo znakovima i simbolima, bilo lingvističkim, verbalnim ili neverbalnim znakovima, izražava kulturna stvarnost. U trećem dijelu autorica navodi kako sam jezik utjelovljuje kulturnu stvarnost, jer se jezikom izražava, ali i stvara iskustvo (Kramsch, 1998). Ako govorimo o Hrvatskom saboru od prve konstituirajuće sjednice 1990-e godine do danas jako je malo znanstvenih djela posvećeno jeziku, raspravi, komunikaciji i kulturi saborskih zastupnika. U tom kontekstu važno je spomenuti rad „Hrvatski jezik u Hrvatskom saboru. Odstupanje u govorno – jezičnim iskazima hrvatskih saborskih zastupnika“ Anite Runjić-Stoilova i Marijane Tomelić Ćurin. Autorice su u uvodnom djelu istaknule kako je poticaj njihovom znanstvenom radu bila 177. godišnjica od prvog Kukuljevićevog govora na hrvatskom jeziku u Hrvatskom saboru te u radu više puta naglašavaju da je „govorenje u Saboru ili Parlamentu, javno govorenje i kao takvo mjeri se drugačijim mjerilima, nego ono privatno govorenje“, pri čemu podsjećaju da „govorenje saborskih zastupnika ima veliki utjecaj na jezičnu kulturu svakog pojedinca; što se više pojavljuju to je njihov utjecaj veći“(Runjić - Stoilova, Tomelić Ćurin, 2022, 103)[75]. Analizirajući govorno - jezični iskaz 50-ero zastupnika 7. saziva Hrvatskog sabora autorice

[75] https://hrcak.srce.hr/clanak/416089, datum pristupa: 23. 1. 2024.

zaključuju kako govor saborskih zastupnika pokazuje odstupanje na svim jezičnim razinama. Navode kako istraživanje i analiza nije obuhvatila cijeli 7. saziv Hrvatskog sabora zbog golemog obujma već su samo analizirani govori i rasprave zastupnika koji su sudjelovali u saborskim raspravama odabranih prijedloga zakona i to prijedloga zakona koji su tematikom bili zanimljivi široj javnosti. Uzmemo li u obzir kako su autorice istraživale samo teme zanimljive široj javnosti, dakle teme koje su se medijski posebno prenosile i komentirale, poražavajuća je činjenica – kako primjećuju autorice – da se „stječe dojam da je u zastupnika moderno strano, da je učeno znanstveno u neznanstvenome kontekstu, a da je zbližavanje s publikom žargonsko u nežargonskoj situaciji.“ Same autorice navode kako je uzrok ovako poražavajućem rezultatu vjerojatno „nepripremljenost zastupnika za neku temu i općenito prevelika zastupnička ležernost u pripremi pa onda i u izvedbi izlaganja“. Stoga Runjić-Stoilova i Tomelić Ćurin zaključuju: „To nažalost upućuje na činjenicu da zastupnici, koje je narod izabrao u najviše državno zakonodavno tijelo za svoje predstavnike, nemaju svjesnosti o važnosti i odgovornosti izgovorene riječi. Ona bi se trebala očitovati ne samo na sadržajnome, već i na izvedbenome planu. Govor saborskih zastupnika trebao bi biti jasan, logičan, figurativan, elegantan, ali i usklađen s normama hrvatskoga standardnog jezika. Saborski bi zastupnici, kao javni govornici, iznad svih trebali poštovati, graditi i čuvati hrvatski jezik kao što su to Hrvati uostalom radili i stoljećima prije.“(Runjić - Stoilova, Tomelić Ćurin, 2022, 118)[76]. Da rezultati istraživanja ne bi bili bitno drugačiji kad bi se istraživao i analizirao 10. saziv Hrvatskog sabora daje nam zaključiti rasprava o Konačnom prijedlogu zakona o hrvatskom jeziku. Naime, Zakon o hrvatskom jeziku donesen je na 21. sjednici Hrvatskog sabora 26. siječnja 2024. godine sa 95 glasova „za“, 17 „protiv“ i 10 „suzdržanih“. Rasprava o Konačnom prijedlogu Zakona održana je 25. siječnja 2024. godine i trajala je nešto više od 5 sati. Pregledom videosnimke rasprave održane u Hrvatskom saboru vidljivo je da zastupnici, kako vladajućih tako i oporbe, pokazuju odstupanja na svim jezičnim razinama bilo u raspravama ili tijekom javljanja za riječ preko odredbi replika ili povrede Poslovnika. Svi zastupnici složili su se kako je službeni jezik u Republici Hrvatskoj hrvatski jezik te je kao takav u svojoj ukupnosti i cjelovitosti temeljna sastavnica hrvatskoga identiteta i hrvatske kulture, koji su dijelovi europskoga identiteta i europske kulture. Dio zastupnika, u pravilu iz redova oporbe, u svojim je raspravama isticao kako nema potrebe u ovom trenutku donositi jedan ovakav Zakon dok je dio njih naglašavao kako je sami prijedlog Zakona manjkav. Zastupnici, bilo da govorimo o vladajućima ili oporbi, u svojim raspravama su često odstupali

[76] https://hrcak.srce.hr/clanak/416089, datum pristupa: 23. 1. 2024 .

od standardnog hrvatskog jezika, ali su isto tako često upozoravali svoje političke oponente upravo na njihova odstupanja od standardnog hrvatskog jezika. Prateći raspravu svjedoci smo kako zastupnici osim jezičnih odstupanja često odstupaju i sadržajno od teme rasprave, koriste neprimjerene izraze, često vrijeđajući jedni druge i neprimjereno se ponašaju. U prilog tome govori i činjenica da su odmah nakon izlaganja predlagatelja zastupnici u ime 5 saborskih klubova tražili stanku te da je tijekom rasprave izneseno 38 replika i 38 odgovora na repliku, 14 povreda Poslovnika i niz opomena od strane predsjedavajućeg.[77]

Prateći rasprave u Hrvatskom saboru, kako prethodnog 10. saziva, tako i ranijih saziva, svjedoci smo različitih vrsta, pa i neprimjerene komunikacije i ponašanja saborskih zastupnika. Osim jezičnih odstupanja od hrvatskog standardnog jezika, koji su možda češći, a manji problem, bili smo svjedoci psovki, pogrdnih imena upućenih političkim oponentima, svađama na osobnoj razini i situacija koje su bile jako blizu fizičkog obračuna. Saborski zastupnici koristili su i omalovažavanje, kao i uvrede bilo na nacionalnoj, spolnoj ili drugoj osnovi, vrijeđanje i diskreditiranje političkih oponenata, pa i predsjedavajućeg. Svjedoci smo kako su predsjedavajući prisiljeni, s ciljem da održe red u sabornici, izricati opomene, oduzimanje riječi pa čak koristiti i institut udaljavanja sa sjednice. Sigurno se svi možemo složiti kako bi zastupnici u Hrvatskom saboru, kao javni govornici, bez obzira na svoje podrijetlo ili stupanj obrazovanja, trebali biti primjer uzorne komunikacije. A da to nije tako i sami se možemo uvjeriti prateći sjednice i komunikaciju zastupnika, ali često možemo čuti i u komentarima drugih građana, medijima ili komentarima političkih analitičara i komunikacijskih stručnjaka. Politolog Pero Maldini, gostujući u emisiji Studio 4 na HRT-u, a komentirajući rad Hrvatskog sabora i incident u Hrvatskom saboru, koji je prethodio samom gostovanju, složio s novinarom i voditeljem koji je ustvrdio da „instituciju parlamenta Hrvati sve manje ozbiljno doživljavaju.“ Naime, na aktualnom prijepodnevu SDP-ov Franko Vidović postavio je pitanje predsjedniku Vlade Plenkoviću o propaloj nabavci borbenih zrakoplova F-16 Barak. Nakon što je izrazio nezadovoljstvo dobivenim odgovorom Vidović je plastične makete uručio potpredsjedniku Vlade i ministru obrane Damiru Krstičeviću te premijeru Andreju Plenkoviću. Potpredsjednik Krstičević burno je reagirao te je maketu bacio na pod. Maldini je komentirao da se „u parlamentu događaju sučeljavanja. Događaju se sukobi između različitih političkih stavova i mišljenja. Gdje god su različitosti prirodno je da bude i temperamenta. Međutim, sve ovo je prihvatljivo dokle god to ostaje u granicama, ja bih rekao, elementarne pristojnosti, a onda i demokratske političke kulture gdje sučeljavanje s neistomišljenicima ne znači diskvalifikaciju

[77] https://www.sabor.hr/konacni-prijedlog-zakona-o-hrvatskom-jeziku-drugo-citanje-pz-br-572-predlagateljica-vlada-republike?t=144304&tid=212583, datum pristupa: 1. 2. 2024.

onoga koji drukčije misli već na određeni način prihvaćanje i uvažavanje, neovisno o tome što je njegov stav ili njezin stav drukčiji od mojega. Mi u našem Saboru ne svjedočimo tome, svjedočimo upravo obrnutome, a to je da se ide, ja bih rekao vrlo neetički, vrlo često su to uvrede. Ide se ad hominem, a ne ad argumentum. Jednako tako to su rasprave koje su u svojoj biti efemerne i gdje određeni protagonisti žele pošto poto plijeniti pozornost javnosti, puno više nego argumentirano raspravljati o nekom problemu." U istom gostovanju Maldini je izjavio kako je politička isključivost i nesposobnosti dijaloga prisutna u svim strankama tijekom svih 27 godina hrvatske demokracije, samo su u nekim političkim opcijama i nekim razdobljima znatno izražajnije. Primijetio je kako populističke stranke „vrlo često nemaju političkog sadržaja pa proizvodnjom sukoba, pod svaku cijenu, žele steći pozornost i na taj način skupiti političke bodove."[78]

Ankica Mamić, stručnjakinja za odnose s javnošću i politički marketing, za Večernji list 2022. godine rad Hrvatskog sabora komentira riječima: „Posljednjih godina Sabor od svih institucija uživa najmanje povjerenja građana. To nije bez razloga. Kvaliteta političke polemike se srozala. U fotelje su počeli ulaziti potkapacitirani ljudi iz trećeg ešalona. Sve skupa se polako pretvara u niskobudžetni *reality show* što dodatno iritira birače i pasivizira ih u smislu izlaska na izbore te u njihovim očima stvara odbojnost prema političkim procesima. Nekada je Sabor bio politička arena gdje su intelektualci konfrontirali svoje stavove. Danas je to ad hominem vrijeđaonica koja ne pridonosi društvu niti institucionalnom poretku."[79] Politički analitičar Žarko Puhovski, gostujući u N1 Studio uživo 28. rujna 2022. godine aktualno prijepodne je komentirao ovako: „Nije istina da je Sabor pao na razine kokošinjca kako se to nekad govorilo, ali baš daleko od dječjeg vrtića nije. Ovdje se vidi na svim stranama da se sve pokušava prebaciti na neku dosjetku, štos, da se ne raspravlja o ozbiljnim temama"[80]. U tom kontekstu značajno je spomenuti istraživanje Željka Poljaka o negativnosti u Hrvatskom saboru. Ono se temelji na transkriptima svih „Aktualnih prijepodneva" od siječnja 2010. godine do prosinca 2021. godine. Isto istraživanje primijenjeno je, radi komparacije, na parlamente Belgije i Ujedinjenog Kraljevstva. Rezultati su pokazali kako političari u Hrvatskoj koriste 1/3 svojih govora za negativnu komunikaciju te kako političari više koriste negativnu komunikaciju što su parlamentarni izbori bliže. U komparaciji s Belgijom i Ujedinjenim Kraljevstvom hrvatski

[78] Maldini u Studio 4 na HRT-u, https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=wQwyane28gY, datum pristupa: 5. 2. 2024.
[79] https://www.vecernji.hr/vijesti/ankica-mamic-o-incidentu-u-saboru-sve-skupa-se-polako-pretvara-u-niskobudzetni-reality-show-1626367, datum pristupa: 1. 2. 2024.
[80] https://n1info.hr/vijesti/puhovski-plenkovic-se-na-momente-ponasa-kao-da-su-ga-helikopterom-spustili/, datum pristupa: 1. 2. 2024.

političari značajnije napadaju osobnost drugih političara, a ne politike koje političari provode. Dok je u Belgiji i Ujedinjenom Kraljevstvu kritika među koalicijskim partnerima i strankama normalan dio parlamentarne rasprave, u Hrvatskoj u pravilu političari u oporbi napadaju vladajuće, potom vladajući napadaju opoziciju, dok se koalicijski partneri i svoje stranke napadaju rijetko (Poljak, 2023, 903-923). Ovo je i dokaz kako se Hrvatska nalazi u demokratskom, ali tranzicijskom procesu prelaska iz jednog u drugi društveni sustav, te kako još nismo dosegli razinu razvijenih demokracija gdje je samokritika među vladajućima sustavan dio političke komunikacije. Uzmemo li u obzir kako su u prethodnom istraživanju analizirani samo govori na „Aktualnim prijepodnevima" te rezultate samog istraživanja, ali i činjenicu prema kojoj većinu pitanja na „Aktualnom prijepodnevu" postavljaju zastupnici iz vladajuće koalicije vidimo koliko su ovo zapravo porazni rezultati za Hrvatski sabor te slobodno možemo zaključiti kako bi rezultati istraživanja provedenog istom metodom na redovnim sjednicama Hrvatskog sabora mogli biti i poražavajući. Naime, Poslovnikom Hrvatskog sabora propisano je kako se na „Aktualnom prijepodnevu" može postaviti ukupno 40 pitanja i to tako da zastupnik može postaviti jedno pitanje u trajanju od najviše dvije minute, a „broj pitanja koja mogu postaviti zastupnici pojedinog kluba zastupnika određuje se razmjerno broju članova pojedinog kluba u odnosu na ukupan broj zastupnika tako da se broj članova pojedinog kluba podijeli sa četiri, s tim da se pri izračunu rezultat 0,50 i više korigira na više". Isto tako je propisano da „nezavisni zastupnici koji nisu izabrani na listi političke stranke, zastupnici nacionalnih manjina koji nisu organizirani u klub zastupnika te po jedan zastupnik političkih stranaka koji nemaju klub zastupnika mogu postaviti pitanje na svakoj drugoj sjednici". Poslovnikom Hrvatskog sabora propisano je i detaljnije razrađen način postavljanja i odgovaranja na pitanja, redoslijed postavljanja pitanja i druge odredbe vezane uz Aktualno prijepodne[81]. Primijenimo li ranije odredbe Poslovnika Hrvatskog sabora na aktualni 10. saziv Hrvatskog sabora koji broji 151 zastupnika, vidimo da je ukupan broj pitanja koja se mogu postaviti predsjedniku i članovima Vlade do 39, odnosno na svakom drugom „Aktualnom prijepodnevu" 40, od čega 16 pitanja postavljaju zastupnici Kluba zastupnika HDZ-a (vladajući), 4 zastupnička pitanja postavljaju zastupnici Kluba zastupnika socijaldemokrata, 3 pitanja postavljaju zastupnici Klub zastupnika Socijaldemokratske partije Hrvatske (SDP), 2 pitanja postavlja Klub zastupnika Mosta nezavisnih lista (MOST), a 1 zastupničko pitanje postavljaju ostali i to Klub zastupnika nacionalnih manjina, Klub zastupnika Domovinskog pokreta, Klub zastupnika Možemo, Klub zastupnika Hrvatskih suverenista, Klub zastupnika

[81] https://www.sabor.hr/sites/default/files/uploads/inline-files/Poslovnik-HS_procisceni-tekst-11_2020.pdf, datum pristupa: 24. 1. 2024.

Hrvatske seljačke stranke (HSS) i Radničke fronte (RF), Klub zastupnika Istarskog demokratskog sabora (IDS), Klub zastupnika Hrvatske narodne stranke - liberalnih demokrata (HNS) i nezavisnih zastupnika, Klub zastupnika Hrvatske socijalno-liberalne stranke (HSLS) i nezavisnog zastupnika Vladimira Bileka, Klub zastupnika Samostalne demokratske srpske stranke (SDSS), Klub zastupnica Centra, Građansko – liberalnog saveza (GLAS-a) i Stranke s imenom i prezimenom, Klub zastupnika Fokusa i Reformista i Klub zastupnika Za pravednu Hrvatsku.

Često u javnom prostoru čujemo, posebno u komentarima na „Aktualno prijepodne“ u Hrvatskom saboru, kako su hrvatski političari i zastupnici u Hrvatskom saboru populisti. Pitanje populizma danas je aktualno kako na međunarodnoj tako i na nacionalnoj razini. Grbeša i Šalaj tvrde da „politički analitičari koriste pojmove populizam i populistički kako bi označili ideologiju, diskurs i djelovanje određenih, najčešće novih, političkih stranaka i političara u različitim dijelovima svijeta“ (Grbeša, Šalaj, 2018, 29) te ističu kako je „drugi najčešći način upotrebe tog pojma pejorativan i posebno je prisutan u medijskom i političkom diskursu. Populistima se u tom smislu smatraju politički akteri koji nastupaju demagoški i skloni su davati nerealna i lažna obećanja kako bi zadobili političku potporu građana“ (Grbeša, Šalaj, 2018, 29). Autori tvrde kako je tek treća razina korištenja ovog pojma znanstvena razina te naglašavaju da „znanstveni interes za populizam prati jačanje populizma kao društveno i politički relevantnog fenomena“ (Grbeša, Šalaj, 2018, 30) te su na tri istraživanja provedena od 2014. godine do 2017. godine utvrdili kako Hrvatska nije imuna na populizam. „U istraživačkom smislu, studije su, kao prvo, ustanovile postojanje populizma u Hrvatskoj, koji intenzitetom varira od slabog do jakog. Kao drugo, one su potvrdile da je moguće i potrebno razlikovati populističku ideologiju od populističkog stila koji i hrvatski mainstream političari ponekad oportuno, taktički koriste kako bi se dodvoravali građanima. Kao treće, one su pokazale da je kod analiziranih političara moguće govoriti o najmanje četirima tipovima populizma – lijevom, moralističkom, centrističkom i nacionalističkom populizmu“ (Grbeša, Šalaj, 2018, 232). Autori napominju da suprotno njihovim „početnim očekivanjima, desni populizam koji obilježava antagonizam prema manjinama, nije otkriven u retorici analiziranih hrvatskih političara“ (Grbeša, Šalaj, 2018, 233). Mouffe ističe kako desni populizam „uvijek raste u okolnostima u kojima razlike između tradicionalnih demokratskih stranaka postaju sve manje značajne“ (Mouffe, 2016, 74). „Aktualna prijepodneva“ 10. saziva Hrvatskog sabora koja su održana od 16. rujna 2020. godine do 20. travnja 2022. godine kombinacijom kvalitativne metode i metode primarne analize kao kvantitativne analize istraživale su Barbara Mašić i Jasmina Jovev s ciljem utvrđivanja postojanja i stupnja populizma u političkoj komunikaciji saborskih zastupnika.

Autorice pojašnjavaju kako postoji nekoliko vrsta populizma, jer „neki populizam promatraju kao ideologiju utemeljenu na pozitivnoj ocjeni ljudi i negativnoj ocjeni političkih elita dok s druge strane neki prepoznaju populizam kao stil političke komunikacije odnosno učestalo pozitivno pozivanje na ljude ili korištenje određenih jezičnih figura usmjerenih na upoznavanje birača“(Mašić, Jovev, 2022, 129)[82]. Autorice naglašavaju kako prosječan korisnik medija stječe dojam kako u našoj politici ima mnogo populizma, ali rezultati istraživanja koje su proveli „sugeriraju da elementi populističke komunikacije nisu dominantni u izjavama saborskih zastupnika“(Mašić, Jovev, 2022, 143)[83]. Autorice su analizirale 631 izjavu pravilno objašnjavajući koncept postavljanja pitanja, pojašnjavajući kako ovakav koncept „pruža jednaku mogućnost svim zastupnicima da postave pitanje i sprječava jednog zastupnika da odgovori više puta, kao i članovima jedne političke opcije da preuzmu govornicu“(Mašić, Jovev, 2022,134)[84]. Kao i u osvrtu na ranije Poljakovo istraživanje, važno je naglasiti da vladajući u pravilu po ovom konceptu imaju pravo postaviti 16 pitanja, dok sljedeći klub po veličini Klub zastupnika socijaldemokrata koji broji 17 zastupnika ima pravo postaviti 4 zastupnička pitanja, a svi drugi klubovi kako je u ovom radu navedeno imaju pravo postaviti manje pitanja. Ovaj koncept imao je više smisla dok je Hrvatski sabor imao manji broj klubova sa više zastupnika pa je samim tim raspodijeljenost političke govornice bila ravnomjernija i nudila je mogućnost da se kroz zastupnička pitanja i odgovor na zastupničko pitanje prezentira i politika koju zastupnici predstavljaju. U sazivima s velikim brojem klubova vladajući Klub po broju postavljenih pitanja „preuzme govornicu“. Autorice su u istom radu navele kako „pozivanje na elite kao element populizma nije zadovoljen“ jer je referenca na elite tek u svakoj petoj izjavi. Navodeći kako se zastupnici oporbe negativno referiraju na elitu, a vladajući pozitivno, primjećuju kako se zastupnici vladajuće većine „gotovo natječu tko će u kojoj mjeri pohvaliti rad vlade ili nekog posebnog ministra“ (Mašić, Jovev, 2022, 140)[85]. Jasno nam je zašto je to tako. „Aktualno prijepodne“ koje se u pravilu održava na početku svake sjednice institucionalni je mehanizam koji Saboru omogućuje da propituje rad Vlade i odgovornost Vlade koja je sukladno Ustavu i zakonima odgovorna Saboru za svoj rad i odluke koje donosi. Osim što se prenosi „uživo“ medijski je to najbolje popraćeni dio svakog zasjedanja Hrvatskog sabora. Samim time se nameće i logičan zaključak kako je to najbolja prilika zastupnicima vladajuće koalicije za postavljanje pitanja predsjedniku Vlade ili ministrima o konkretnim

[82] https://hrcak.srce.hr/file/416317, datum pristupa: 17. 1. 2024.
[83] https://hrcak.srce.hr/file/416317, datum pristupa: 17. 1. 2024.
[84] https://hrcak.srce.hr/file/416317, datum pristupa: 17. 1. 2024.
[85] https://hrcak.srce.hr/file/416317, datum pristupa: 17. 1. 2024.

mjerama i provedenim projektima s kojima se vladajući mogu pohvaliti i na taj način širu javnost upoznati sa zakonskim rješenjima, konkretnim mjerama i postignućima bilo člana Vlade ili Vlade u cjelini. S druge strane, oporbeni zastupnici nastoje postaviti takvo pitanje koje će ih izdvojiti od drugih i osigurati im dodatne medijske minute bilo u dnevnicima ili drugim informativnim emisijama. Svjedoci smo kako oporbeni zastupnici često vladajućima postavljaju pitanja o aferama koje su mediji otkrili i koje su svoj prostor u medijima već pronašle, bilo da na taj način žele održati aferu dodatno živom u medijskom prostoru ili da građanima žele skrenuti pozornost na aferu, ali distancirajući se od nje te naglašavajući kako su oni drugi i drugačiji. Na „Aktualnim prijepodnevima" često smo svjedoci teških riječi, uvreda na osobnoj razini i nastojanja da se proizvede sukob kako bi se dodatno osigurala medijska pozornost. Nakon takvih saborskih sjednica možemo čuti kako u Hrvatskoj nedostaje političke kulture.

A politička kultura puno je širi pojam od političkog bontona i političkog ponašanja. „Politička kultura (…) označava sve ljudske aktivnosti koje se odnose na prevladavajuća politička vjerovanja, norme, vrijednosti neke skupine ili društva" (Caramani, 2013, 310). Pye političku kulturu definira kao „zbroj temeljnih vrijednosti, nazora i znanja koji daju oblik i sadržaj političkim procesima (Pye, 1995, 965). Prema Šiberu elementi koji određuju političko ponašanje su politički stavovi, politička socijalizacija, motivacija, javno mnijenje i ličnost. U djelu „Osnove političke psihologije" Šiber ističe da „nema nikakve dvojbe da je i sama ličnost rezultanta urođenih osobina pojedinca i utjecaja okoline u kojoj se pojedinac socijalizira, i njegove vlastite aktivnosti" (Šiber, 1998, 223). U istom djelu Šiber pojašnjava kako je političku kulturu teško definirati jer „u sebi sadrži dva, kompleksna i teško jednoznačno odrediva pojma-kulturu i politiku, pokušavajući ih analizirati u najmanju ruku na dvije razine - pojedinačnoj i sistemskoj" (Šiber, 1998, 144). Američki znanstvenici Almond i Verba, koji su ključni za razradu političko-kulturnog pristupa politici, tvrde da se „pojam političke kulture odnosi na političke orijentacije-stavove prema političkom sistemu i njegovim različitim dijelovima, kao i stavove prema ulozi pojedinca u sistemu" (Almond i Verba u Šiber, 1998, 144). Prema Vujčiću „politička je kultura niz orijentacija prema politici koje definiraju znanja, osjećanja, prosudbe, modele ponašanja i djelovanja ljudi, ali koje su kao takve uvijek posredovane vrijednostima, normama i dominantnim političkim vjerovanjima određenog društva" (Vujčić, 2001, 48). Vujčić navodi kako je politička kultura zapravo vrlo dinamična pojava u političkom fenomenu koja ima pet osnovnih funkcija s obzirom na politički sustav, procese i javnu politiku društva i to: „1. konstitutivno-tvoračka (politička participacija: izbori, kampanja, koaliranje itd.); 2. potporno-stabilizirajuća (nacionalni ponos i identitet, političko zajedništvo, patriotizam,

politički simboli, povjerenje u aktere i institucije, legitimacija poretka itd.); 3. diferencijalno-raskolna (ideologija, vrijednosne orijentacije, stavovi, javno mišljenje, javne politike itd.); 4. kritičko-razvojna (zahtjevi i očekivanja od vlasti, kontrola vlasti, kritika vlasti); 5. komunikacijsko-interakcijska (politički diskurs, rješavanje konflikata, ostvarivanje konsenzusa, kooperacije i sl.)“ (Vujčić, 2001, 26).

Uzmemo li u obzir istraživanja ranije spomenutih autora, ali i činjenicu da je Hrvatska zemlja koja se samo prije nešto više od 30 godina susrela s raspadom Jugoslavije kao državne zajednice kojoj je pripadala i to pod ratnim okolnostima te slomom komunističkog modela i ideje, promjenom političkog poretka, uspostavom samostalne demokratske države i institucija, pretvorbom društvenog u privatno vlasništvo, planskog u tržišno gospodarstvo i cjelokupnog sustava vrijednosti možemo s pravom tvrditi kako se još uvijek nalazimo u tranziciji između demokratske norme i autoritarne svijesti. Maldini ističe kako aktualna politička kultura hrvatskog društva u mnogočemu ne odgovara zahtjevima djelotvorne demokracije, što je najveća i najteže premostiva prepreka dovršenju tranzicijskog procesa i konsolidiranja demokracije. „Politička kultura hrvatskog društva nedvojbeno je mješoviti tip s različitim udjelima parohijalnih, podaničkih i participativnih obilježja. Iako je u hrvatskom društvu razvidna zastupljenost modernih društvenih vrijednosti i orijentacija poput individualizma, liberalizma, postmaterijalizma i otvorenosti, što pogoduju razvoju participativnih obilježja političke kulture, ipak su znatno izraženiji kolektivizam, egalitarizam, religioznost i autoritarnost kao karakteristični kulturni obrasci tradicijskog naslijeđa, što pogoduju parohijalnim i podaničkim obilježjima političke kulture” (Maldini, 2011, 388). Poznata je misao da je „za promjenu političkog sistema dovoljno 6 mjeseci; za promjenu ekonomskog sistema šest godina; za uspostavu civilnog društva najmanje 60 godina“ (Dahrendorf u Šiber, 2007,136). Šiber o posljedicama promjene političkog sustava 1990-ih godina tvrdi: „Propast tog sustava ostavio je političku kulturu veoma podobnu za nove sadržaje, ali nažalost istog modela lojalnosti, identiteta i moći. Izrazito raširena autoritarna struktura ličnosti kao rezultat tradicionalnog društva, ali i konkretnih potreba tog ranijeg poretka, u situaciji tranzicije, koja je u tim uvjetima neminovno i situacija krize, otvara prostor za nacionalnu homogenizaciju, a u višenacionalnim zajednicama i konflikte s nesagledivim posljedicama. Budući da su te zemlje uskladile svoje političke sustave sa zahtjevima pluralne demokracije, da su ekonomske transformacije kolikogod bile teške i bolne već započete, kao glavni problem i limitirajući faktor tranzicije pojavljuje se politička kultura i na nama je da učinimo napor da pesimističku izjavu Dahrendorfa o procesu koji zahtjeva 60 godina skratimo na razdoblje koje će i nama omogućiti da živimo ne samo u političkim i ekonomskim, već i u kulturnim uvjetima civilnog

društva“ (Šiber, 2007, 151). Vujčić pak izdvaja politički identitet, političku legitimaciju i političko povjerenje kao sastavni dio fenomena političke kulture i temeljnog oblika političkog vjerovanja u politički sustav te navodi da se „njima politička znanost služi kao teorijskim konstruktima kako bi istražila i objasnila veze između građana i zajednice te građana i države“ (Vujčić, 2001, 101). Još je 22. prosinca 1990. godine prilikom svečanog donošenja Ustava i ustavnog zakona predsjednik Franjo Tuđman istaknuo: „Građani i državljani Hrvatske živjeli su desetljećima pa i stoljećima, u zajedništvu s tuđinskim državama, pa stoga i s njihovim pravdama i nepravdama na vlastitoj grbači. Te su ih prilike navikle da se prema svim ustanovama države, svake vlasti i uprave odnose apriorno negativno-kritički, pa i nihilistički. Polazeći od te spoznaje valja znati da će promjena opće političke kulture i ponašanja ljudi spram vlasti zavisiti od načina vladanja, ali i od promjene duhovnog mentaliteta spram vlasti svoje, vlastite države“ (Tuđman u Sabol, 2003, 49).

Bovan i Baketa u djelu „Stabilnost i/ili promjene? Povjerenje u institucije u Hrvatskoj od 1999. do 2020.“ navode kako rezultati ranijih radova i istraživanja o povjerenju u institucije u Hrvatskoj (Maldini, Rimac, Štulhofer, Šporer i Sekulić, Domitrović i dr.) „uglavnom upućuju na to da ispitanici izražavaju najniže razine povjerenja u političke institucije, poput političkih stranaka, Sabora i Vlade, a najviše u vojsku i policiju. Dakako, rezultati variraju ovisno o vremenu, ali je poredak institucija po razini povjerenja uglavnom stabilan. Pritom, pojedini autori koji analiziraju više vremenskih točaka, ističu da se prema svim institucijama, osim prema vojsci i dijelom policiji, razina povjerenja vremenom smanjila“ (Bovan, Baketa, 2022, 36)[86]. Cilj ranije spomenutog rada bilo je odgovoriti na istraživačka pitanja koja se odnose na stanje institucionalnog povjerenja u Hrvatskoj od 1999. do 2020. godine. Temeljem provedenog istraživanja utvrdili su „da je povjerenje građana u pojedine institucije najčešće ispod srednje vrijednosti na ljestvici od 1 do 5, osim u slučajevima vojske i policije“ te „da hrvatski građani prave razlike između dvaju tipova institucionalnog povjerenja - u predstavničke institucije i u javne institucije, odnosno još specifičnije, institucije sigurnosti.“ Utvrdili su kako je povjerenje u predstavničke institucije bilo relativno nisko, s razdobljem relativne stabilnosti do 2015. godine kad je dodatno palo i nakon tog pada ustalilo se na nižim razinama i u godinama mjerenja koja su uslijedila (Bovan, Baketa, 2022, 31)[87]. Prema tablici u kojoj se nalaze prosječne vrijednosti povjerenja u pojedine institucije kroz osam točaka mjerenja vidljivo je kako Hrvatski sabor 1999. godine ima ocjenu 3.15, 2003. godine ocjena mu je 2.73, 2007. godine

[86] https://hrcak.srce.hr/file/400099, datum pristupa: 14. 2. 2024.
[87] https://hrcak.srce.hr/file/400099, datum pristupa: 14. 2. 2024.

2.81, 2011. godine 2.83, 2015. godine ocijenjen je sa 2.45, 2016. godine 2.14, 2018. godine 2.16 i 2020. godine njegova ocjena je 2.03 (Bovan, Baketa, 2022, 43)[88].

Rezultati istraživanja javnog mnijenja također govore o Hrvatskom saboru kao instituciji koja je ocjenjena najnižom ocjenom. Istraživanja javnosti kao i sama javnost, kao nezaobilazan čimbenik političkog procesa, ranije se marginalizirala. Razvojem društva razvija se potreba razumijevanja i uvažavanja konkretnih društvenih odnosa i opredjeljenja s ciljem usmjeravanja i djelovanja, zadobivanja i očuvanja političke vlasti. Šiber tvrdi kako je javno mnijenje kategorija demokratskog društva te da se tek devedesetih godina prošlog stoljeća naglo razvijaju metode ispitivanja javnog mnijenja i načini djelovanja na javno mnijenje. Autor pojašnjava da „istraživanje javnog mnijenja pripada u područje primijenjenih istraživanja, a pod tim se podrazumijeva da su ona izvjesna empirijska podloga za poduzimanje konkretnih postupaka u vezi s nekim problemima koji su u žiži interesa javnosti, odnosno o kojima postoje različita mišljenja kao iskaz interesnog ili vrijednosnog usmjerenja“ (Šiber, 1992, 108). Rezultati istraživanja javnog mnijenja imaju dvije mogućnosti primjene: „Prvo, da se na osnovi opredjeljenja javnosti korigira vlastita politika, kako s obzirom na izbor ciljeva, tako i na način njihova postizanja. Drugo, da se ustvrdi koja su opredjeljenja suprotna opredijeljenu javnosti, ili barem nedovoljno jednoznačna, te da se na toj osnovi, djeluje na javnost kako bi se dobila podrška“ (Šiber, 1992, 109). U politici najčešće o istraživanju javnog mnijenja slušamo neposredno pred izbore što je logično jer su rezultati istraživanja javnog mnijenja „u funkciji svojevrsnog posredovanja mase i elite, odnosno pružaju informaciju eliti, koja omogućuje povratno djelovanje na masu“ (Šiber, 1992, 109). Grdešić pojašnjava kako istraživanja samo u vrijeme izbora ne zadovoljavaju potrebe industrije informacija te dodaje da su „industrija anketnog istraživanja stavova javnosti i potrebe masovnih medija proširili uporabu anketa i na vrijeme između izbornih ciklusa“ (Grdešić, 2006, 52). Upravo na taj način stvara se društveni i medijski fenomen koji autor naziva „stalnost izbornog procesa“ te navodi da je odgovor političara na takvo stanje poznat kao stalna kampanja ili „vladavina kampanjom“ (Grdešić 2006, 52). Za primjer izdvojit ćemo CRO Demoskop, istraživanje javnog mnijenja koje agencija Promocija plus provodi redovito od siječnja 2004. godine. Istraživanje se provodi prva dva radna dana u mjesecu na reprezentativnom uzorku od 1.300 ispitanika CATI metodom (telefonski). Uzorak je stratificiran po županijama i veličini naselja, uz kontrolu socio-demografskih obilježja birača po spolu, dobi, obrazovanju i radnom statusu; standardna greška uzorka: ±2,3% uz razinu pouzdanosti od 95%. Istraživanjem se mjeri rejting političkih stranaka,

[88] https://hrcak.srce.hr/file/400099, Datum pristupa: 14. 2. 2024.

najpozitivnije i najnegativnije političke osobe, smjer kretanja zemlje i ocjena rada institucija i to Vlade RH, Predsjednika i Hrvatskog sabora, najvažnije teme i dr. Prema rezultatima ovog istraživanja, javnost rad Hrvatskog sabora kontinuirano ocjenjuje najnižom ocjenom. Izdvojit ćemo za primjer samo neke od mjeseci, dok u pravilu mišljenje javnosti kroz cijelu godinu i cijeli ovaj 10. mandat Hrvatskog sabora prati isti trend. Rezultati istraživanja javnosti o radu Hrvatskog sabora iz listopada 2020. godine, 3 mjeseca nakon provedenih izbora i konstituiranja novog saziva Hrvatskog sabora, Hrvatskom saboru daju ocjenu 2.38, dok je Predsjednik Republike Hrvatske ocjenjen ocjenom 2.91, a rad Vlade RH ocjenjen je ocjenom 2.72. U prosincu iste godine Hrvatski sabor ocjenjen je ocjenom 2.31, Predsjednik 2.90, a Vlada 2.56. U svibnju 2021. godine rad Hrvatskog sabora građani su ocijenili ocjenom 2.19, Predsjednika 3.05 i Vlade RH 2.37. U listopadu iste godine prema mjerenju doživljaja rada Hrvatskog sabora zabilježena je ocjena 2.20, ocjena doživljaja rada Predsjednika bila je 3.21, a Vlade RH 2.51. U prosincu 2021. godine Hrvatski sabor zabilježio je ocjenu 2.12 , Predsjednik 2.95, a Vlada RH 2.18. Prema rezultatima iz svibnja 2022. godine Hrvatski sabor ocjenjen je ocjenom 2.22, Predsjednik 2.83, a Vlada RH 2.34. Za svoj rad u listopadu 2022. godine Hrvatski sabor je dobio ocjenu 2.16, Predsjednik 2.79, a Vlada RH 2.18. Hrvatski sabor kao najviše predstavničko tijelo građana u prosincu 2022. godine ocijenjeno je ocjenom 2.14, Predsjednik ocjenom 2.78, a Vlada RH 2.27. U svibnju 2023. godine Hrvatski sabor ocijenjen je ocjenom 2.22, Predsjednik 2.84, a Vlada RH ocijenjen je ocjenom 2.36. Prema mišljenju javnosti iz listopada 2023. godine Hrvatski sabor za svoj rad ocijenjen je ocjenom 2.11, Predsjednik ocjenom 2.85, a Vlada RH 2.25. U prosincu 2023. godine Hrvatski sabor prema rezultatima istraživanja javnost je ocijenila ocjenom 2.13, predsjednik Zoran Milanović za svoj rad dobio je ocjenu 2.96, a Vlada RH ocjenu 2.25[89]. Redovita mjesečna istraživanja provodi i agencija Ipsos d.o.o, nekad Ipsos Puls pod nazivom Crobarometar. Istraživanje obuhvaća različite teme poput političkih preferencija i trendova u Republici Hrvatskoj, ekonomskih pitanja i društvenih stavova, a provodi se između 1. i 20. u svakom mjesecu. Podaci se prikupljaju na uzorku na oko 1000 punoljetnih građana iz cijele Hrvatske osobnim anketiranjem u okviru omnibus istraživanja CAPI metodom. Uzorak je stratificiran prema regiji i veličini naselja te spolu i dobi. Naknadnom poststratifikacijom struktura uzorka je usklađena sa strukturom populacije i prema obrazovanju. Ispitanici se biraju slučajno random walk metodom. Maksimalna pogreška uzorka iznosi +/- 3,3%, a za rejtinge stranaka +/-3,6%. U pravilu se rezultati istraživanja objavljuju u sklopu informativnih emisija NOVE TV kao jednog od korisnika samog istraživanja, a prenose

[89] https://promocija-plus.com/hr/vijesti, datum pristupa: 25. 2. 2024.

ga i drugi mediji, kako tiskani, tako radijski i digitalni. I ovim istraživanjem javnost ocjenjuje rad Hrvatskog sabora, Predsjednika i Vlade RH. Poražavajuća je činjenica da rezultati istraživanja govore kako je rad Hrvatskog sabora od gore navedenih institucija, redovito najlošije ocijenjen. Upravo to je pokazalo i istraživanje Crobarometra za veljaču 2024. godine, a novinar Hrvoje Krešić, za Dnevnik Nove TV istaknuo je: „Još jedna mala podudarnost: iako najgore ocijenjen od svih institucija, i rejting Hrvatskog sabora je u veljači bio na razini iz tog vremena – malo bolje od dovoljan – pa možda građani ipak vide kakav takav smisao u parlamentarnim okršajima kad se afere razotkrivaju“[90]. S obzirom na različit uzorak, metodu i vrijeme istraživanja Cro Demoskopa i Crobarometra logično je da rezultati istraživanja za isti mjesec, pa i po istim pitanjima, nisu identični ali zabrinjavajuće i razočaravajuće za parlamentarizam u Republici Hrvatskoj je činjenica da je rad Hrvatskog sabora, od tri najvažnije institucije uključene u istraživanje, kontinuirano ocjenjen kao najlošiji. O važnosti istraživanja javnog mnijenja govori i činjenica kako u Republici Hrvatskoj, u novije vrijeme, mediji u svojim informativnim programima sve češće koriste alatima istraživanja javnog mnijenja po pitanju aktualnih političkih tema, s ciljem aktivnog uključivanja gledatelja i postizanja interaktivnosti, pozivajući gledatelje na uključenje uz riječi „vaše mišljenje je važno“[91]

Trend slabljenja političkog povjerenja u institucije bilježi se i u drugim demokracijama. Hague i Harrop navode kako pad političkog povjerenja smanjuje sposobnost političkog sustava da postigne zadane ciljeve te ističu da „ankete provedene u nizu europskih zemalja govore da javnost ima veće povjerenje u institucije zakona i reda, kao što su vojska i policija, nego u predstavnička tijela“ (Hague, Harrop, 2009, 105). Vujević obrazlažući međunarodno istraživanje o podršci vlasti u nekim europskim državama navodi da „Hrvati najviše podržavaju izvršnu, pa sudsku, a najmanje zakonodavnu vlast. Da nemamo komparativne podatke vjerojatno bi se zabrinuli. Međutim, komparativni podaci govore kako Hrvati podržavaju svoju vlast više od većine europskih država uključujući i one s dugom demokratskom tradicijom“ (Vujević, 2001, 37). Kišiček podsjeća kako je „posljednjih godina o velikom broju političara u Hrvatskoj stvorena negativna slika, čemu pridonose slike prazne sabornice za vrijeme sjednica, afere s kojima se suočavaju neki od njih, sumnje na korupciju i nepotizam. To su, čini se, postale uobičajene vijesti pa je onda i očekivano da građani o političkim elitama misle loše, a što otvara vrata populizmu i političarima koji svoju retoričku strategiju temelje upravo na tome da ne

[90] https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/novi-crobarometar-hdz-je-i-dalje-na-vrhu-ali-oporba-vec-neko-vrijeme-ozbiljno-napreduje---830282.html, datum pristupa: 25..2. 2024.
[91] https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/recite-nam-svoje-misljenje-velika-novost-u-dnevniku-nove-tv-od-ponedjeljka---803856.html, datum pristupa: 19. 2. 2024.

pripadaju političkim elitama i strankama“ (Kišiček,2021, 36). Ipak, za parlamentarizam u Republici Hrvatskoj, ali i političku kulturu zabrinjavajuća je činjenica kako je Hrvatski sabor kao najvažnije predstavničko tijelo građana i najveća pozornica političke komunikacije u pravilu ocijenjen najlošijom ocjenom bilo da govorimo o istraživanju javnog mnijenja ili znanstvenim istraživanjima o povjerenju građana Republike Hrvatske u institucije. U istraživanju provedenom za potrebe ovog rada nastojat ćemo ponuditi odgovor zašto je to tako te kakva je uloga parlamentarne komunikacije na razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora u javnosti.

3.5.1. Akti kojima se uređuje rad Hrvatskog sabora

Rad Hrvatskog sabora, kao tijela u kojem su preko izabranih zastupnika predstavljeni svi građani Republike Hrvatske, kao tijela koje je nositelj zakonodavne vlasti, ali i tijela koje je najveća političke pozornice, uređen je sljedećim aktima:

3.5.1.1. Ustav Republike Hrvatske i Hrvatski sabor

Primjer Republike Hrvatske govori u korist tezi kako „donošenje ustava čini važnu prekretnicu u političkom kontinuitetu te je obično rezultat prevrata kao što su rat, revolucija ili nacionalna neovisnost“ (Heywood, 2013, 332). Ranije u ovom radu dotaknuli smo se okolnosti koje su prethodile donošenju Ustava Republike Hrvatske, samom donošenju Ustava te ustavnim promjenama koje su uslijedile do današnjih dana.Ustav Republike Hrvatske na snazi, kao najvažniji pravni akt države, sadrži uz Izvorišne osnove i Završne odredbe još 8 dijelova, razrađenih u ukupno 152 članaka.

Prema Ustavu Republike Hrvatske vlast proizlazi iz naroda i pripada narodu kao zajednici slobodnih i ravnopravnih državljana, a narod ostvaruje vlast, na temelju općeg i jednakog biračkog prava izborom svojih predstavnika, tajnim glasovanjem. U Republici Hrvatskoj državna je vlast ustrojena na načelu trodiobe vlasti na zakonodavnu, izvršnu i sudbenu. Predstavničko tijelo građana i nositelj zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj je Hrvatski sabor. Ustavom je propisano kako Hrvatski sabor ima najmanje 100, a najviše 160 zastupnika.

Zastupnici se u Hrvatski sabor biraju na vrijeme od četiri godine, a Ustavom su propisani i slučajevi kada se zastupnicima može produžiti mandat. Propisano je kako se izbori za zastupnike u Hrvatski sabor održavaju najkasnije 60 dana nakon isteka mandata ili raspuštanja Hrvatskoga sabora, a zakonom se određuje broj, uvjeti i postupak izbora zastupnika. Prvo zasjedanje Hrvatskoga sabora održava se najkasnije 20 dana nakon provedenih izbora, a Hrvatski sabor konstituira se izborom predsjednika na prvoj sjednici na kojoj je nazočna većina zastupnika. Sjednice su Hrvatskoga sabora javne. Zastupnici u Hrvatskom saboru primaju stalnu novčanu naknadu i imaju druga prava određena zakonom, a njihov mandat nije obvezujući. Člankom 75. propisan je ranije spomenuti imunitet zastupnika. Hrvatski sabor redovito zasjeda dva puta godišnje i to prvi put, između 15. siječnja i 15. srpnja, a drugi put, između 15. rujna i 15. prosinca. Ustavom je također propisano kada hrvatski sabor zasjeda izvanredno. Ako Ustavom nije drugačije određeno, Hrvatski sabor donosi odluke većinom glasova, osim organskih zakona, promjene Ustava i promjene granica, ako je na sjednici nazočna većina zastupnika, a zastupnici glasuju osobno. Organske zakone kojima se uređuju prava nacionalnih manjina, promjene Ustava i granica Hrvatski sabor donosi dvotrećinskom većinom glasova svih zastupnika. Pravo predlagati zakone ima svaki zastupnik, klubovi zastupnika i radna tijela Hrvatskoga sabora te Vlada Republike Hrvatske, a predsjednik Republike proglasit će zakone u roku od osam dana od kada su izglasani u Hrvatskom saboru. Prije nego što stupe na snagu zakoni i drugi propisi državnih tijela objavljuju se u Narodnim novinama, službenom listu Republike Hrvatske. Prema Ustavu Republike Hrvatske unutarnje ustrojstvo i način rada Hrvatskoga sabora uređuje se Poslovnikom Hrvatskog sabora, a Ustavom je propisan i djelokrug rada Hrvatskog sabora: Hrvatski sabor odlučuje o donošenju i promjeni Ustava; donosi zakone; donosi državni proračun; odlučuje o ratu i miru; donosi akte kojima izražava politiku Hrvatskoga sabora, donosi Strategiju nacionalne sigurnosti i Strategiju obrane Republike Hrvatske, ostvaruje građanski nadzor nad oružanim snagama i službama sigurnosti Republike Hrvatske; odlučuje o promjeni granica Republike Hrvatske; raspisuje referendum; obavlja izbore, imenovanja i razrješenja, u skladu s Ustavom i zakonom uključujući i pučkog pravobranitelja te ostale opunomoćenike Hrvatskoga sabora za promicanje i zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda koji imaju imunitet kao i zastupnici u Hrvatskom saboru. Vlada je za svoj rad odgovorna Hrvatskom saboru, a zastupnici imaju pravo postavljati Vladi Republike Hrvatske i pojedinim ministrima zastupnička pitanja. Najmanje jedna desetina zastupnika može podnijeti interpelaciju o radu Vlade Republike Hrvatske ili pojedinoga njezinog člana. Na prijedlog najmanje jedne petine zastupnika u Hrvatskom saboru može se pokrenuti pitanje povjerenja predsjedniku Vlade, pojedinom njezinom članu ili Vladi u cjelini. Hrvatski sabor,

osim Vlade, nadzire rad i drugih nositelja javnih dužnosti odgovornih Hrvatskom saboru, u skladu s Ustavom i zakonom te može osnivati istražna povjerenstva za svako pitanje od javnog interesa, daje amnestiju za kaznena djela te obavlja druge poslove utvrđene Ustavom[92].

3.5.1.2. Poslovnik Hrvatskoga sabora

Turkalj i Švoger u djelu „Zdrav temelj za razvitak parlamentarnog života? Poslovnici Hrvatskog sabora (1861.-1918.)“ prikazuju bogatu povijest parlamentarizma i parlamentarnih procedura Hrvatskog sabora. U trećem djelu autorice donose priloge, najranije saborske poslovnike, koje je Sabor usvojio kao organizacijsko-proceduralni temelj svojeg rada. Svjedoci smo kako su se neke od odredbi u gotovo izvornom obliku, a posebno po pitanju komunikacije i javljanja za riječ zadržale do danas. Za primjer ranijoj tvrdnji izdvojit ćemo odredbu Poslovnika iz 1861. godine u kojoj stoji: „Govorili su onim redom kojim su se prijavili za riječ, samo je predlagatelj imao pravo govoriti o predmetu dva puta“ (Turkalj, Švoger, 2022, 69).

Poslovnikom Hrvatskog sabora, pravnim aktom utemeljenim na Ustavu Republike Hrvatske uređuje se unutarnje ustrojstvo i način rada Hrvatskog sabora. S obzirom na Ustavom propisani način donošenja i predmet uređenja Poslovnik ima pravnu snagu zakona, a donosi se većinom glasova svih zastupnika. Također, sukladno Ustavu Republike Hrvatske, Ustavni sud je ovlašten ukinuti ili poništiti odredbu ili zakon u cjelini, ako utvrdi da pojedina odredba ili zakon nije sukladan Ustavu ili zakonu Republike Hrvatske.

Poslovnik na snazi donesen je na sjednici Hrvatskog sabora 28. lipnja 2013. i objavljen je u Narodnim novinama br. 81/2013[93]. Od tada je Hrvatski sabor mijenjao i dopunjavao Poslovnik 5 puta, dok je Ustavni sud, odlučujući o zahtjevu za ocjenu suglasnosti zakona s Ustavom Republike Hrvatske, svojim Odlukama izmijenio Poslovnik 2 puta. Prvi put Odlukom Ustavnog suda Republike Hrvatske broj: U-I-4208/2020 od 20. listopada 2020., NN 119/2020, kojom je ukinuo odredbe Poslovnika o radu Sabora u slučaju proglašenja epidemije zarazne bolesti ili opasnosti od epidemije zarazne bolesti te pandemije zarazne bolesti[94], a drugi put, odlučujući po zahtjevu 68 saborskih zastupnika, Odlukom Ustavnog suda Republike Hrvatske broj: U-I-4957/2015 od 11. srpnja 2023. i dva izdvojena podupiruća mišljenja sudaca, NN

[92] https://www.usud.hr/hr/ustav-RH, Datum pristupa: 10. 1. 2024.
[93] https://sabor.hr/hr/pristup-informacijama/vazniji-propisi/poslovnik-hrvatskoga-sabora-narodne-novine-broj-81/2013-113, datum pristupa: 24. 1. 2024.
[94] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_10_119_2337.html, datum pristupa: 24. 1. 2024.

86/2023, Ustavni sud odbio je ocjenu ustavnosti odredbe članaka saborskog Poslovnika u dijelu kojim je u nadležnost Odbora za Ustav, Poslovnik i politički sustav dana ovlast da predlaže donošenje i promjene Poslovnika. Sud je ocijenio da navedeni članci nisu u suprotnosti s Ustavnom, već je sporno i ustavno upitno neobvezujuće mišljenje Odbora za Ustav, Poslovnik i politički sustav prema kojem je taj Odbor jedini nadležan za podnošenje prijedloga Poslovnika, kao i njegove izmjene i dopune. S obzirom na to da Poslovnik Hrvatskog sabora ima pravnu snagu zakona, Ustavni sud je utvrdio da pravo predlaganja, donošenja i promjena Poslovnika sukladno članku 85. Ustava ima i svaki zastupnik. Također, na vlastitu inicijativu, istom Odlukom, ukinuo je dio Poslovnika Hrvatskog sabora u dijelu koji se odnosi na saborske ovlasti da daje vjerodostojna tumačenja pojedinih zakona, obrazlažući kako je to, uz njihovu primjenu, u isključivoj nadležnosti sudova, odnosno sudbene grane vlasti[95].

Preostale izmjene i dopune Poslovnika donesene su kako bi se spriječile česte zlouporabe Poslovnika, kako bi se rasprave zastupnika dinamizirale te ujednačili kriteriji predsjedatelja sjednice. Također, pristupanjem Republike Hrvatske Europskoj uniji potrebno je bilo propisati suradnju Sabora i Vlade u području europskih poslova, nadzor Sabora nad djelovanjem Vlade u institucijama Europske unije, nadzor nad poštivanjem načela supsidijarnosti, provedbu ovlasti Sabora u skladu s Ugovorom o Europskoj uniji i Ugovorom o funkcioniranju Europske unije.

Poslovnik je podijeljen u petnaest dijelova. Prvim, osnovnim dijelom detaljno je propisan sadržaj Poslovnika i pojašnjeni osnovni pojmovi. Drugim dijelom propisuje se postupak sazivanja Sabora na prvu, konstituirajuću sjednicu te početak obnašanja zastupničke dužnosti, mirovanje i prestanak mandata zastupnika. Trećim dijelom Poslovnika razrađuju se odredbe vezane uz ostvarivanje prava i dužnosti zastupnika u Saboru, pobliže se pojašnjava institut zastupničkog imuniteta te postupak osnivanja i rada klubova zastupnika u Hrvatskom saboru. Četvrti i peti dio Poslovnika propisuje ustrojstvo, ovlast, djelokrug predsjednika, potpredsjednika, predsjedništva kao kolektivnog tijela i tajništva Sabora, kao i djelokrug, sastav i način rada radnih tijela Sabora. Šesti i sedmi dio Poslovnika propisuje odredbe kojima se uređuje odnos Sabora sa Predsjednikom i Vladom Republike Hrvatske. Osmi dio se odnosi isključivo na europske poslove i prilagodbu rada Sabora nakon pristupanja Europskoj uniji. Deveti i deseti dio Poslovnika odnose se na zakonodavnu aktivnost Sabora; akte i postupak njihova donošenja te odredbe kojima se propisuje dinamika sjednice, njezin tijek, održavanje reda i mira te odlučivanje i glasovanje. Budući da sukladno Ustavu Republike Hrvatske, Sabor između ostalog, obavlja i izbore, imenovanja i razrješenja, jedanaestim dijelom razrađuje se taj

[95] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_07_86_1347.html, datum pristupa: 24. 1. 2024.

postupak. Pristupačnost i transparentnost rada Sabora osigurani su odredbama dvanaestog i trinaestog dijela Poslovnika koji propisuje kako su sjednice Hrvatskog Sabora i njegovih radnih tijela javne te se javnost sa sjednice radnog tijela može isključiti iznimno odlukom tog radnog tijela. Određeno je kako se o sjednice tonski snimaju te kako se o njima, kao i rezultatima glasovanja vode zapisnici. Posljednji četrnaesti dio propisuje postupanje i rad Sabora u izvanrednim okolnostima, i to u doba ratnog stanja ili neposredne ugroženosti neovisnosti i jedinstvenosti Republike Hrvatske te u slučaju proglašenja epidemije zarazne bolesti ili opasnosti od epidemije zarazne bolesti te pandemije zarazne bolesti. Prijelaznim i završnim odredbama u petnaestom dijelu stavljen je izvan snage Poslovnik Hrvatskog sabora iz 2000. godine sa svim izmjenama i dopunama koje su uslijedile.

Ono što je od osobite važnosti za našu disertaciju, činjenica je da je Poslovnik Hrvatskog sabora pravni akt koji zapravo najviše utječe na komunikaciju u Hrvatskom saboru, kako vremenski tako i sadržajno. Poslovnikom je propisano da predlagatelj ima pravo govoriti uvodno i završno i to po 30 minuta. U ime kluba, po svakoj točci dnevnog reda može se raspravljati dva puta. Klubovi početno raspravljaju nakon predlagatelja, prema rasporedu po kojem su se prijavili za raspravu i to u trajanju od 15 minuta, dok je propisano da završna rasprava može trajati najdulje 5 minuta. Svaki zastupnik o točci dnevnog reda može raspravljati i pojedinačno, a njegova rasprava može trajati najdulje 10 minuta. Propisano je kako osim o točkama dnevnog reda zastupnici mogu raspravljati i o drugim pitanjima i to tako da prvi dan u tjednu rada sjednice Sabora predstavnik kluba zastupnika može zatražiti da iznese stajalište kluba zastupnika o bilo kojoj temi u vremenu između 9.30 i 10.45 sati, ostale dane u vremenu između 13.00 i 14.15 sati, a petkom nakon glasovanja. Zastupnici koji raspravljaju u ime Kluba riječ dobivaju također prema redoslijedu kojim su se prijavili, a predstavnik kluba ima pravo na jedno iznošenje stajališta kluba zastupnika. Predstavnik kluba zastupnika obrazložit će stajalište kluba zastupnika u izlaganju ne duljem od pet minuta na koje nije dopuštena replika. Replika je institut kojim se zastupniku omogućava da odgovori na izlaganje zastupnika koji je prethodno imao raspravu. Propisano je kako replika, ali i odgovor na repliku ne može trajati duže od jedne minute te svaki zastupnik po jednoj točci dnevnog reda može imati maksimalno 3 replike. Ako netko od zastupnika u izlaganju povrijedi Poslovnik, svaki zastupnik se može pozvati na institut Povrede poslovnika te u 30 sekundi obrazložiti razlog pozivanja. Institut „Povrede poslovnika“ zastupnici u praksi s namjerom često zloupotrebljavaju i koriste ga kao repliku, tj. jave se za povredu poslovnika, a govore o drugoj temi za koju nisu dobili riječ. Upravo to je i jedan od razloga za iskazivanje stegovnih mjera, tj. opomene. Opomene predsjedavajući primjenjuje još i kada zastupnik tijekom iznošenja rasprave govori o temi koja nije predmet rasprave, govori

bez prethodnog odobrenja predsjedatelja, svojim upadicama ili na drugi način ometa govornika, omalovažava ili vrijeđa predsjedatelja ili druge zastupnike, svojim ponašanjem odstupa od općih pravila ponašanja u Saboru te na drugi način remeti red na sjednici. Nakon izrečene dvije opomene, ako se zastupnik ne pridržava propisanih mjera predsjedavajući je dužan izreći opomenu s oduzimanjem riječi do kraja rasprave o temi o kojoj se raspravlja. Opomena s oduzimanjem riječi izreći će se zastupniku i kada poziva na nasilje ili mržnju, odnosno kada vrijeđa hrvatski narod, vjerske, nacionalne i druge zajednice, spolne, rodne i druge skupine te strane države i međunarodne organizacije i njihove predstavnike. Najstroža stegovna mjera koju predsjedavajući može izreći zastupniku je udaljavanje sa sjednice. Stegovna mjera udaljenja sa sjednice može se izreći za vrijeme trajanja rasprave i odlučivanja o jednoj ili više točaka dnevnog reda ili za dan kada mu je izrečena stegovna mjera udaljenja sa sjednice. Kada je zastupniku izrečena stegovna mjera udaljenja sa sjednice Sabora, zastupnik je dužan odmah napustiti sjednicu, a ako to ne učini, predsjedatelj mu može izreći stegovnu mjeru u dvostrukom trajanju. Ako se zastupnik ni nakon izricanja ove mjere ne udalji sa sjednice, predsjedatelj će prekinuti sjednicu i naložiti Straži Sabora da zastupnika udalji iz dvorane za sjednice. Predsjedatelj može od Straže Sabora zatražiti da zastupniku, kojemu je izrečena mjera udaljenja sa sjednice, onemogući ulazak u dvoranu, dok traje stegovna mjera. Prigovor protiv stegovne mjere udaljenja sa sjednice zastupnik može pisanim putem uputiti na Odbor za Ustav, Poslovnik i politički sustav koji je dužan u roku od 24 sata od zaprimanja prigovora Hrvatskom saboru dostaviti mišljenje ili ako Sabor nije na okupu mišljenje je dužan dostaviti do početka sljedeće sjednice.

3.5.1.3. Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor i Zakon o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Hrvatski sabor

Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor na snazi donesen je 29. listopada 1999. godine, a do danas je doživio niz izmjena i dopuna. Ovim se Zakonom uređuje izbor zastupnika u Hrvatski sabor uključujući odredbe koje detaljnije propisuju i definiraju nespojivost dužnosti, mirovanje i prestanak zastupničkog mandata te zamjenjivanje zastupnika. Definirano je i samo kandidiranje te odredbe vezane uz postupak, izvore financiranja i troškovi izborne promidžbe. Zakonom su definirana tijela za provedbu izbora i djelokrug njihovog rada. Propisan je način glasovanja i utvrđivanje rezultata te promatranje izbora. Ovim Zakonom propisano je osnivanje „Etičkog povjerenstva“ kao nadstranačkog tijela općepriznatog javnog ugleda koje

priopćenjima i upozorenjima djeluje na promicanje i ostvarivanje etičkih i demokratskih načela u izborima[96].

Aktualni 10. saziv Hrvatskog sabora izabran je temeljem Zakona o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Zastupnički dom Hrvatskoga državnog sabora koji je kao i prethodni Zakon donesen 29. listopada 1999. godine, ali za razliku od prethodnog Zakona nije mijenjan ni dopunjavan, do prestanka važenja, tj. dok Odlukom Ustavnog suda iz veljače 2023. godine nije ukinut, a prestao je važiti 1. listopada 2023. godine. Zastupnici 11. saziva Hrvatskog sabora birani su prema Zakonu o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Hrvatski sabor koji je donesen u Hrvatskom saboru 28. rujna 2023. Oba Zakona predviđaju biranje zastupnika po istom modelu i to u 10 izbornih jedinica po 14 zastupnika, osam zastupnika biraju pripadnici nacionalnih manjina, a tri hrvatska dijaspora, tj. hrvatski državljani bez prebivališta u Hrvatskoj u posebnim izbornim jedinicama. Oba zakona određuju i područje izbornih jedinica, ali novi Zakon spram Zakona koji je prestao važiti, u određenoj mjeri mijenja karte izbornih jedinica, kako bi se udovoljilo uvjetima Odluke Ustavnog suda i izjednačila težina biračkog glasa u svakoj jedinci. Slijedom ranije navedenog, izborom 11. saziva Hrvatskog sabora, petina birača (22 posto) mijenjala je jedinicu u kojoj je do sada birala[97].

3.5.1.4. Zakon o pravima i dužnostima zastupnika u Hrvatskom saboru i Zakon o sprječavanju sukoba interesa

Zakonom o pravima i dužnostima zastupnika u Hrvatskom saboru uređuju se materijalna prava izabranih zastupnika, tj. plaća, mirovine, naknade i ostala primanja te druga prava na osnovi obnašanja zastupničke dužnosti. Ovaj Zakon donesen je u Hrvatskom saboru 24. svibnja 2000. godine, a do sada je doživio niz izmjena i dopuna[98].

Aktualni Zakon o sprječavanju sukoba interesa Hrvatski sabor donio na sjednici 15. prosinca 2021. godine, a njime se uređuje sprječavanje sukoba između privatnog i javnog interesa u obnašanju javnih dužnosti, definirani su obveznici postupanja, obveza podnošenja i sadržaj imovinskih kartica, javna objava određenih podataka iz imovinskih kartica, postupak provjere

[96] https://www.sabor.hr/hr/pristup-informacijama/vazniji-propisi/zakon-o-izborima-zastupnika-u-hrvatski-sabor-narodne-novine, datum pristupa: 26. 2. 2024.
[97] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_11_116_1855.html, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_10_114_1608.html, datum pristupa: 26. 4. 2024.
[98] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/vazniji-propisi/zakon-o-pravima-i-duznostima-zastupnika-u-hrvatskom-saboru-narodne-novine, Datum pristupa: 27. 2. 2024.

podataka iz imovinskih kartica, trajanje obveza, izbor, sastav, status i nadležnost Povjerenstva za odlučivanje o sukobu interesa, postupak pred Povjerenstvom te druga pitanja od važnosti za sprječavanje sukoba interesa[99].

3.5.1.5. Kodeks o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskome saboru

Prijedlog „Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru“ stavljen je u proceduru na 13. sjednici 10. saziva Hrvatskog sabora i to na prijedlog Odbora za Ustav, Poslovnik i politički sustav Hrvatskog sabora, koji je prijedlog izradio prema zaduženju i zaključku Predsjedništva Hrvatskog sabora aktom od 16. studenoga 2022. godine. Samo dan poslije, 17. studenog 2022. godine, stavljen je u saborsku proceduru. O Prijedlogu Kodeksa 22. studenog raspravljao je Odbor za zakonodavstvo Hrvatskoga sabora te je jednoglasno podržao njegovo donošenje, a 24. studenog 2022. godine Kodeks je raspravljen na plenarnoj sjednici Hrvatskog sabora te je izglasan 29. studenoga 2022. godine sa 77 glasova „za“, 9 „protiv“ i 31 „suzdržan“[100]. Hrvatski sabor „uzimajući u obzir da povjerenje koje su građani na izborima iskazali zastupnicima treba opravdati i ojačati“, a „želeći afirmirati zaštitu ljudskog dostojanstva kao glavno etičko načelo obavljanja zastupničke dužnosti“ „Kodeksom o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru“ uređuje temeljne vrijednosti i pravila o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru. Temeljnim vrijednostima ovog Kodeksa smatraju se „poštenje, istinitost, jednakost, pravednost, objektivnost, ravnopravnost, nepristranost, odgovornost, otvorenost, poštovanje i kultura dijaloga“. Člankom 2, stavkom 4 propisano je da „političko nadmetanje i rasprave u Hrvatskom saboru treba voditi slobodno, otvoreno i argumentirano, a u raspravama se koristiti činjenično utemeljenom i za temu relevantnom i argumentiranom kritikom“, dok je člankom 5, stavkom 1 propisano da „zastupnik djeluje na način da štiti ugled Republike Hrvatske, Hrvatskoga sabora i zastupničke dužnosti, kao i da teži poboljšanju ugleda Hrvatskoga sabora u zemlji i inozemstvu.“

Za samo komunikaciju u Hrvatskom saboru, koja je u središtu našega istraživanja, važno je istaknuti i članak 7 koji glasi: „Zastupnik treba voditi računa o tome da se u ophođenju sa zastupnicima i drugim osobama ponaša pristojno, štiteći dignitet i osobnost sugovornika. U raspravi u Hrvatskom saboru, kao i u javnim nastupima zastupnicima osobito nije dopušteno:

[99] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_12_143_2435.html, Datum pristupa: 27. 2. 2024.
[100] https://sabor.hr/hr/prijedlog-kodeksa-o-etickom-djelovanju-zastupnika-u-hrvatskom-saboru-podnositelj-odbor-za-ustav, datum pristupa: 23. 1. 2024.

postupati protivno odredbama Ustava Republike Hrvatske, Poslovnika Hrvatskoga sabora i drugih propisa; ometati i sprječavati potpuno i slobodno izražavanje volje drugih zastupnika; širiti zlonamjerne ili neutemeljene optužbe protiv drugih zastupnika i drugih osoba; isticati fizičke, psihičke i druge osobine ostalih zastupnika radi njihova omalovažavanja; iznositi laži i insinuacije o privatnom životu drugih zastupnika i članova njihovih obitelji; vrijeđati druge zastupnike i druge osobe, svađati se, ucjenjivati, poticati na nasilje, netoleranciju i diskriminaciju; vrijeđati strane države i međunarodne organizacije, kao i osobe koje ih predstavljaju.“ Svaki javni istup saborskih zastupnika u Saboru i u javnosti prate i mediji, a koliko su mediji važni za imidž Hrvatskog sabora kao institucije najbolje govori i činjenica da je i ovim Kodeksom, dan naputak zastupnicima, tj. člankom 9 propisano je da su zastupnici „dužni odnositi se prema predstavnicima medija s poštovanjem i omogućiti im da profesionalno obavljaju svoj posao“[101].

Važno je napomenuti kako je donošenju Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom sabor prethodilo četvrto Evaluacijsko izvješće GRECO-a, a „GRECO je ekspertno tijelo Vijeća Europe zaduženo za evaluaciju i monitoring antikorupcijske politike u zemljama članicama, kandidatima i trećim zemljama“[102].

Hrvatska je članica GRECO-a od 2000. godine te je od pristupanja prošla četiri evaluacijska kruga i trenutačno je u postupku petog kruga evaluacije. Četvrti evaluacijski krug bavio se pitanjima načela ponašanja, sprječavanja sukoba interesa i unaprjeđivanja komunikacijskih politika saborskih zastupnika, sudaca i državnih odvjetnika. Izvješće četvrtog evaluacijskog kruga za Hrvatsku usvojeno je na 64. plenarnoj sjednici GRECO-a 20. lipnja 2014., objavljeno je 25. lipnja 2014., a na njegovoj je osnovi Republici Hrvatskoj upućeno jedanaest preporuka, od kojih u ovom radu izdvajamo sljedeće: „GRECO je preporučio: izradu i usvajanje kodeksa ponašanja za saborske zastupnike uz sudjelovanje samih zastupnika te osiguranje jednostavnog javnog pristupa kodeksu (koji će uključivati podrobne smjernice o npr. sprječavanju sukoba interesa u obavljanju saborskih dužnosti, mogućnostima iznošenja podataka na ad hoc osnovi i samoizuzeća u posebnim situacijama sukoba interesa, darovima i drugim koristima, kontaktima s trećim osobama, deontologiji dvojnih mandata itd.); povezivanje kodeksa s vjerodostojnim mehanizmom nadzora i provedbe i razvoj učinkovitih internih mehanizama za promicanje, osvješćivanje, a time i očuvanje integriteta u Saboru, na razini pojedinaca (povjerljivo savjetovanje) i institucija (stručno usavršavanje, institucionalne rasprave o etičkim pitanjima

[101] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_12_140_2113.html, datum pristupa: 23. 1. 2024.
[102] https://mpu.gov.hr/istaknute-teme/borba-protiv-korupcije/medjunarodna-suradnja/greco/21569, datum pristupa: 23. 1. 2024.

vezanima uz parlamentarno ponašanje itd.)“[103]. Nakon objave Izvješća GRECO-a, u Hrvatskom saboru 2015. godine osnovana je Radna skupina za izradu Etičkog kodeksa koja je izradila prijedlog i uputila ga u saborsku proceduru, no o njemu se nikad nije raspravljalo ni na radnim tijelima, ni na plenarnoj sjednici.

Rasprava na plenarnoj sjednici Hrvatskog sabora 24. studenog 2022. godine o „Kodeksu o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru“ trajala je gotovo 3 sata. Pregledom videosnimki same rasprave vidljivo je kako u Sabornici ni u jednom trenutku nije bilo prisutno više od 20 zastupnika. Dražen Bošnjaković, u uvodnom izlaganju u ime predlagatelja naglasio je kako su prigovori različitih kritičara, pa i GRECO-a, ubrzali izradu Kodeksa, ali kako Republika Hrvatska ima pravne akte različite pravne snage, koji mnoga od pitanja propisanih ovim Kodeksom, već reguliraju. Dok su vladajući poduprli Prijedlog Kodeksa, oporbeni zastupnici u raspravama su isticali kako se samim Prijedlogom Kodeksa samo zadovoljava forma te da se donosi isključivo na zahtjev i preporuku GRECO-a i to 8 godina nakon objavljenih preporuka, ali i kako se donošenjem Kodeksa, po pitanju ponašanja zastupnika, neće ništa promijeniti jer on ne propisuje sankcije za one koji se neće pridržavati Kodeksa[104].

3.5.1.6. Pravilnik o javnosti rada Hrvatskoga sabora i radnih tijela

O prvim počecima javnog djelovanja Hrvatskog sabora, tad još staleškog Sabora možemo čitati u nekoliko članaka u zagrebačkim listovima „Agramer politische Zeitung“ i „Ilirske narodne novine“, a 1848. godine održavanjem prvih izbora i konstituiranjem prvog parlamenta s građanskim obilježjima pokrenute su „Saborske novine“. Otvorenost prema javnosti postala je norma 1861. godine kada su se saborske rasprave počele tiskati i čuvati, a građanima je omogućeno izravno praćenje rada Sabora. Od sažetaka u „Biltenu“ do „Delegatskog vjesnika“ 1975. godine, Sabor je nastojao informirati građane o zakonima i prijedlozima koji ih se tiču. Posljednji broj „Delegatskog vjesnika“ izišao je u lipnju 1990. godine sa sažetkom utemeljiteljske sjednice prvoga demokratski izabranog Hrvatskoga sabora. Godine 1990., s promjenom političkog sustava, promijenjene su i potrebe te sadržaj saborskog glasila. Odlukom Predsjedništva Sabora novo glasilo dobilo je naziv „Izvješća Hrvatskoga sabora“. „Izvješća

[103] https://rm.coe.int/fourth-evaluation-round-corruption-prevention-in-respect-of-members-of/1680a8be50, datum pristupa: 23. 1. 2024.

[104] https://sabor.hr/hr/prijedlog-kodeksa-o-etickom-djelovanju-zastupnika-u-hrvatskom-saboru-podnositelj-odbor-za-ustav. Datum pristupa: 23. 1. 2024.

Hrvatskoga sabora“ donosila su pregled rada Sabora i izlazila su ovisno o održavanju saborskih sjednica sve do 2009. godine.

Ustavom Republike Hrvatske i Poslovnikom Hrvatskog sabora propisano je kako su sjednice Hrvatskog sabora javne. Javnost rada detaljnije je propisana Pravilnikom o javnosti rada Hrvatskog sabora i radnih tijela iz svibnja 2005. godine. Pravilnik o javnosti rada Hrvatskoga sabora i radnih tijela uređuje: nazočnost predstavnika udruga građana, nevladinih organizacija i građana kao promatrača na sjednicama Hrvatskoga sabora i sjednicama radnih tijela te posjeti organiziranih grupa građana Saboru. Tako je u izvještajnom razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2023. godine Hrvatski sabor posjetilo, razgledalo te poslušalo predavanje o Saboru 16.127 građana u 437 organiziranih skupina, a 9.900 građana prisustvovalo je i nekoj od sjednica Sabora[105].

Pravilnikom je propisan način tonskog i video snimanja sjednica Sabora i njegovih radnih tijela te izravni radijski i televizijski prijenosi tijeka sjednica. Isto tako, Pravilnikom je propisan način registriranja domaćih i stranih novinara koji prate rad Hrvatskog sabora te svrha internetske stranice Hrvatskog sabora. Važno je istaknuti kako je Hrvatski sabor još 1997. godine, među prvim državnim tijelima, započeo rad na mrežnim stranicama. Kroz razvoj tehnoloških rješenja i komunikacije s građanima, prilagođavala se sama stranica i informacije dostupne na njoj, a sve s ciljem ostvarivanja transparentnosti i informiranja javnosti o radu Sabora. Na njoj se mogu pronaći zakonski i drugi prijedlozi o kojima se raspravljalo te akti o kojima rasprava tek predstoji, stajališta i izvješća radnih tijela i drugi podaci o Saboru i njegovom radu. S internetskih stranica moguće je preuzeti informacije o radu Sabora namijenjene javnosti iz raspoloživih informacijskih izvora. Internetska stranica omogućava javnosti dostupnost interaktivnih multimedijskih servisa kao i servisa u realnom vremenu kao što su rezultati glasovanja na plenarnoj sjednici, video i digitalni prijenos tijeka plenarnih sjednica, *net meeting, chat* i druge načine neposrednog komuniciranja. Također je moguće pratiti prisutnost svakog zastupnika u Hrvatskom saboru i to po datumu i razdoblju. U sklopu javnosti rada prema izvještajnom razdoblju mjeri se posjećenost saborskih internetskih stranica i aktivnost posjetitelja te se izvješće objavljuje na internetskim stranicama Hrvatskog sabora. Prema ranije navedenom „internetske stranice Hrvatskoga sabora od 1. kolovoza do 31. prosinca 2023. zabilježile su 1.263.173 različitih aktivnosti posjetitelja. Među korisničkim aktivnostima najbrojniji su pregledi stranica kojih je bilo 472.384 te preuzimanje dokumenata kojih je zabilježeno 41.792. Posjetitelji su približno učinili 139 tisuća posjeta, a pri jednom posjetu

[105] https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/godisnje-izvjesce-o-radu-sluzbe-za-gradane-u-2023-godini, datum pristupa: 26. 2. 2024.

prosječno su pregledali šesnaest stranica te se zadržali šest i pol minuta“[106]. Osim statističkih pokazatelja po pojedinim razdobljima, najčešće godišnjim, Hrvatski sabor objavljuje statističke pokazatelje po sazivima Hrvatskog sabora. Tako su 21. ožujka 2024. objavljeni podaci o radu Hrvatskog sabora u 10. sazivu - od 22. srpnja 2020. do 14. ožujka 2024. i to: pregled zakonodavnog rada Sabora, pregled rada radnih tijela, pregled europskih poslova, pregled međuparlamentarne suradnje i pregled posjeta Saboru. Zanimljiv je podatak kako je tijekom 10. saziva, koji je trajao od 22. 7. 2020. godine do 14. 3. 2024 godine, Hrvatski sabor posjetilo 28.125 građana u 726 organiziranih skupina, unatoč činjenici kako zbog pandemije gotovo dvije godine nije postojala mogućnost posjeta Hrvatskom saboru. U ranijem razdoblju 17.041 posjetitelj nazočio je nekoj od plenarnih sjednica što potvrđuje da je Hrvatski sabor otvoreni parlament dostupan građanima, ali i da sami građani pokazuju znatan interes za rad Hrvatskog sabora[107].

Rad Sabora na internetskim stranicama predstavlja se javnosti dnevno i ažurno na hrvatskom jeziku, a u skladu s tehničkim, kadrovskim i drugim mogućnostima i na drugim svjetskim jezicima. Sadržaj i ažurnost mrežnih stranica, sukladno Unutarnjem ustrojstvu, u najvećoj su mjeri odgovornost Službe za medije, koja uz Službu za građane preuzima i najveći dio komunikacije i odnosa Hrvatskog sabora kao institucije i javnosti.

3.5.2. Ustrojstvo i funkcija Hrvatskog sabora te aktivnosti izabranih zastupnika

Ustavnim odredbama propisano je kako „Hrvatski sabor ima predsjednika i jednog ili više potpredsjednika“, a da se „unutarnje ustrojstvo i način rada Hrvatskoga sabora uređuje poslovnikom u skladu s Ustavom“[108].

Sukladno Ustavu, važećim se Poslovnikom Hrvatskog sabora uređuje unutarnje ustrojstvo i to tako da je u četvrtom dijelu Poslovnika čl. 32 propisano: „Sabor ima predsjednika i tri do pet potpredsjednika. Ako se biraju tri potpredsjednika, dva potpredsjednika se biraju na prijedlog parlamentarne većine, a jedan na prijedlog parlamentarne manjine. Ako se biraju četiri potpredsjednika, dva potpredsjednika se biraju na prijedlog parlamentarne većine, a dva na prijedlog parlamentarne manjine. Ako se bira pet potpredsjednika, tri potpredsjednika se biraju

[106] https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/posjecenost-saborskih-internetskih-stranica-od-1-kolovoza-do-31-prosinca-2023, datum pristupa: 26. 2. 2024.
[107] https://www.sabor.hr/hr/press/kratke-obavijesti/informacija-o-objavi-pregleda-javnosti-rada-sabora-u-10-sazivu-0, datum pristupa: 25. 4. 2024.
[108] https://www.usud.hr/hr/ustav-RH, datum pristupa: 24. 1. 2024.

na prijedlog parlamentarne većine, a dva na prijedlog parlamentarne manjine“. Čl. 33 i 34 propisuju prava i obaveze predsjednika i potpredsjednika Hrvatskog sabora, a čl. 35, 36, 37 i 38 definiraju sastav Predsjedništva Hrvatskog sabora, način sazivanja i djelokrug rada. U drugom dijelu četvrtog poglavlja propisana su prava i obaveze tajnika i zamjenika tajnika, koje Hrvatski sabor imenuje na dužnost od 4 godine i mogu biti ponovno imenovani na tu dužnost te imaju položaj predsjednika i potpredsjednika radnog tijela Sabora. Čl. 42 propisano je kako „Sabor osniva Stručnu službu Sabora za obavljanje stručnih, administrativnih, sigurnosnih, tehničkih i drugih poslova.“ Radom stručne službe Sabora upravlja tajnik Sabora te je za svoj rad, uključujući financijsko i materijalno poslovanje, odgovoran Saboru. U petom dijelu Poslovnika propisane su odredbe koje se odnose na radna tijela Sabora i to na nazive, vrste i djelokrug rada te su propisani i sastav radnog tijela, ovlasti predsjednika i potpredsjednika radnog tijela, način sazivanja sjednica, rada na sjednici, donošenja poslovnika radnog tijela te odlučivanja na sjednici. Propisana je mogućnost uključivanja organizacija i stručnjaka u rad radnog tijela, organiziranja saslušanja, osnivanja pododbora i radnih skupina, a „radna tijela Sabora su odbori i povjerenstva osnovani ovim Poslovnikom“[109]

U 10. sazivu Hrvatskog sabora dužnost predsjednika Sabora obnaša Gordan Jandroković, a Hrvatski sabor ima i pet potpredsjednika i to dva iz reda vladajućih, 2 iz reda oporbe te potpredsjednika iz reda nacionalnih manjina koji je ujedno i član vladajuće koalicije. Hrvatski sabor ima 28 odbora i Mandatno imunitetno povjerenstvo te Izaslanstvo Hrvatskoga sabora u Parlamentarnoj skupštini Vijeća Europe, Izaslanstvo Hrvatskoga sabora u Parlamentarnoj skupštini NATO-a i Izaslanstvo Hrvatskoga sabora u Parlamentarnoj skupštini Organizacije za europsku sigurnost i suradnju koji sukladno važećem poslovniku imaju položaj radnog tijela. Dužnost tajnika Hrvatskog sabora u 10. sazivu Hrvatskog sabora obnaša Davor Orlović, a sukladno Poslovniku i Uredbi o unutarnjem ustrojstvu Hrvatskog sabora, tajnik ima zamjenika i pet pomoćnika. Poslove Stručne službe obavljaju službenici razvrstani u unutarnje ustrojstvene jedinice i to u Tajništvo sabora, Ured predsjednika, Ured potpredsjednika, Ured za protokol Sabora i Ured za međunarodne i europske poslove. Tajništvo Sabora poslove i zadaće obavlja putem zasebnih jedinica i to preko Ureda tajnika sabora, Službe radnih tijela, Službe klubova zastupnika, Službe za pripremu i obradu sjednica, Službe za pripremu akata sabora za objavu, Službe za pravne poslove i ljudske potencijale, Službe za medije, Službe za građane, Informacijsko dokumentacijske službe, istraživanja i mrežne informacije, Knjižnice, Službe za opće poslove i Straže. Službenici u Hrvatskom saboru, sukladno zakonskim propisima imaju i

[109]https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/inlinefiles/PROCISCENI%20TEKST%20POSLOVNIKA%202020_.pdf, datum pristupa: 24. 1. 2024.

posebna zaduženja i to su mjerodavna službena osoba za rješavanje ostvarivanja prava na pristup informacijama u Hrvatskome saboru, povjerenica za etiku u Hrvatskome saboru, službenica za zaštitu osobnih podataka u Hrvatskome saboru i osoba za nepravilnosti u Hrvatskome saboru. Sukladno Poslovniku Služba za opće poslove Hrvatskog sabora i Vlade RH obavlja dio poslova za Hrvatski sabor[110].

Poslovnikom Hrvatskog sabora i to u drugom poglavlju, odjeljku B definirani su propisi koji se odnose na Klubove zastupnika. Čl. 30. glasi: „Klub zastupnika u Saboru odlukom može osnovati: politička stranka koja ima najmanje tri zastupnika, dvije ili više političkih stranaka koje imaju zajedno najmanje tri zastupnika, najmanje tri nezavisna zastupnika, političke stranke i nezavisni zastupnici ako zajedno imaju najmanje tri zastupnika, zastupnici iz reda nacionalnih manjina. Zastupnik može biti član samo jednog kluba, a zastupnik iz reda nacionalnih manjina, osim kluba zastupnika nacionalnih manjina, može biti član još jednog kluba, uz pristanak tog kluba.“ Poslovnikom su predviđene promjene u radu i članstvu te su propisane procedure po kojima zastupnici moraju postupati. Također su propisane obveze tajnika koji je dužan razmjerno broju članova osigurati prostorne, tehničke i druge uvjete uključujući i zapošljavanje službenika za rad u Klubu na teret sredstava Hrvatskog sabora. Tako je propisano da „Klub zastupnika odlukom predsjednika kluba zastupnika ima pravo zaposliti jednog službenika na poslovima tajnika kluba na teret sredstava Sabora. Klubovi zastupnika mogu zaposliti jednog, a na svakih sljedećih 15 članova kluba još po jednog službenika, za obavljanje stručnih i administrativnih poslova za potrebe kluba, a na teret sredstava Sabora. Tajnik kluba zastupnika i službenik kluba moraju ispunjavati uvjete u skladu sa zakonom i drugim propisima. Iznimno, na radna mjesta u klubove zastupnika osobe se mogu primiti u državnu službu na određeno vrijeme, bez prethodne provedbe javnog natječaja, odnosno oglasa za prijam u državnu službu, do dana prestanka mandata pojedinog saziva Sabora.“ Državni službenici zaposleni u klubovima na određeno vrijeme, bez prethodne provedbe javnog natječaja ne mogu se raspoređivati na radna mjesta izvan klubova zastupnika i na njih se ne primjenjuju odredbe Zakona o državnim službenicima koje se odnose na probni rad, državni stručni ispit, premještaj i napredovanje, a rad na određeno može im prestati državna prije isteka mandata pojedinog saziva Sabora, na temelju odluke predsjednika kluba zastupnika. Također, zastupnicima koji nisu članovi ni jednog kluba zastupnika tajnik Sabora dužan je osigurati zajedničke prostorne i

[110] https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/ustrojstvo-sabora, datum pristupa: 24. 1. 2024.

druge tehničke uvjete za rad te jednog službenika za obavljanje stručnih i administrativnih poslova[111].

Prema Heywoodu „načelne funkcije sabora jesu: zakonodavstvo, zastupanje, propitivanje, političko novačenje, legitimitet“ (Heywood, 2013, 314), a iz ranije spomenutih ustavnih odredbi prema kojima je Hrvatski sabor nositelj zakonodavne vlasti, ali i činjenice kako se o svakom donesenom zakonu raspravlja i izglasava u Hrvatskom saboru možemo reći da Hrvatski sabor ispunjava svoju zakonodavnu funkciju. Nadalje, iz ustavnih odredbi proizlazi kako je Hrvatski sabor predstavničko tijelo građana. Naime građani na izborima, sukladno ranije spomenutim zakonskim rješenjima, biraju svoje predstavnike u Hrvatski sabor, koji bi ih trebali predstavljati i zastupati te biti njihov glas u Hrvatskom saboru. Time je formalno ispunjena funkcija zastupanja u Saboru. Ako uzmemo za primjer kako je glas zastupnika kojeg birači biraju na izborima njihov glas u Hrvatskom saboru, što se često čuje u izbornim kampanjama, bilo kroz slogane ili u komunikaciji kandidata te činjenicu kako su se zastupnici u ovom sazivu za riječ javili više od 68.000 puta, najviše za repliku i odgovor na repliku, možemo zaključiti kako se glas građana u Hrvatskom saboru čuo i kako su zastupnici ispunili svoju predstavničku funkciju. Ipak uvidom u statistiku objavljenu na internetskim stranicama Hrvatskog sabora, tj. aktivnosti zastupnika na sjednicama vidljivo nam je kako su se neki zastupnici za riječ javili manje od 10 puta, dok su se neki javljali desetke, neki stotine, a neki i više od 1.000 puta za riječ[112]. Kad bi ovi statistički pokazatelji bili jedini kriterij za vrednovanje komunikacije i obnašanja dužnosti zastupnika u Hrvatskom saboru, građanima bi prilično jednostavno bilo odlučiti tko ih vjerodostojno zastupa i predstavlja u Hrvatskom saboru te kome će u budućnosti pokloniti svoj glas. Činjenica je da u Hrvatskom saboru, kao u većini parlamentarnih sustava zastupnici glasaju prema savjesti, ali češće prema stranačkoj stezi, posebno kad govorimo o vladajućima, a to govori u prilog alternativnoj teoriji zastupanja, takozvanoj doktrini mandata. „Ova je doktrina zasnovana na ideji da pobjedom na izborima stranka stječe mandat od naroda, koji je ovlašćuje za provođenje svih onih politika i programa najavljenih tijekom izborne kampanje. Budući da je stranka, a ne pojedinačni političar, posrednik u zastupanju, mandatni model jasno opravdava stranačko jedinstvo i disciplinu“ (Heywood, 2013, 200).

Hrvatski sabor, kao i većina drugih demokratski izabranih višestranačkih parlamenata razvila je institucionalne mehanizme kako bi ostvarila svoju funkciju propitivanja i nadgledanja.

[111]https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/inlinefiles/PROCISCENI%20TEKST%20POSLOVNIKA%202020_.pdf, datum pristupa: 24. 1. 2024.

[112]https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/pregled-rada-hrvatskoga-sabora-u-10-sazivu-od-15-sijecnja-do-14-ozujka-2024, datum pristupa: 26. 4. 2024.

Sukladno ranijim aktima zastupnici imaju pravo postavljati Vladi i pojedinim ministrima pisana zastupnička pitanja te usmena pitanja na već više puta spomenutom „Aktualnom prijepodnevu“ koje se održava na početku svake nove sjednice Hrvatskog sabora. Također, zastupnici mogu podnijeti interpelaciju o radu Vlade ili pojedinog njezinog člana te mogu pokrenuti pitanje povjerenja predsjedniku Vlade, pojedinomu njezinom članu ili Vladi u cjelini. Predsjednik Vlade jednom godišnje, na početku drugog redovitog zasjedanja Sabora, usmeno predstavlja Saboru godišnje izvješće Vlade, u kojem izvještava Sabor o uočenim pojavama, problemima i stanju u društvu, kao i o aktivnostima Vlade, a jednom godišnje na početku prvog godišnjeg zasjedanja Sabora podnosi izvješće Saboru o održanim sastancima Europskoga vijeća u protekloj godini. Sukladno Ustavu Hrvatski sabor može osnovati istražna povjerenstva za svako pitanje od javnog interesa. Karakteristično je da je najveća prisutnost zastupnika na sjednicama Hrvatskog sabora, bilo vladajućih bilo oporbe, kad su teme dnevnog reda iz djelokruga propitivanja i nadgledanja izvršne vlasti. Iako većina zastupnika pripada vladajućoj većini i podupire izvršnu vlast, a posao nadziranja i propitivanja u pravilu preuzima oporba, takve sjednice pretvaraju se u pravu političku arenu. Između ostalog, te se sjednice medijski najviše prenose i komentiraju. U prilog tome govore i zastupnička pitanja Vladi. U 10. sazivu postavljeno je ukupno 1.894 pitanja, od kojih 589 tijekom „Aktualnog prijepodneva“ i 1.305 u pisanom obliku. Uzmemo li za primjer samo najveće Klubove zastupnika, uz napomenu kako se pitanja na „Aktualnom prijepodnevu“ postavljaju sukladno poslovničkim odredbama, o kojima smo ranije pisali i temeljem kojih je HDZ kao vladajuća stranka postavio ukupno 234 pitanja, a SDP 74, Socijaldemokrati 19, MOST 24 pitanja, u pisanom obliku gdje zastupnici nemaju ograničenja, HDZ je postavio samo 11 pitanja, dok je SDP postavio 298, Socijaldemokrati 68, a MOST je postavio 176 pitanja[113].

O funkciji novačenja i osposobljavanja Heywood navodi kako „sabori često djeluju kao najvažniji kanali novačenja“ (Heywood, 2013, 316) te ističe kako se u mnogim razvijenim zemljama ili zemljama u razvoju upravo u Saboru osposobljavaju novi naraštaj političkih vođa ističući kao prednost da im se tako „pruža iskustvo u političkim raspravama i analizama“, ali i nedostatak da „parlamentarci svakako stječu političko iskustvo retorike, koja se pogrdno naziva govorancijom, no imaju vrlo malo prilika za stjecanje upravljačkih umijeća nužnih za vođenje državnih resora i nadgledanje postupka formulacije državnih mjera“ (Heywood, 2013, 317).

Heywood ističe da je „konačna funkcija skupštine promicanje legitimiteta režima poticanjem građana da sustav vladavine doživljavaju pravičnim“ (Heywood, 2013, 317). Autor navodi

[113] https://www.sabor.hr/sites/default/files/uploads/inline-files/10_saziv_ZastupnickaPitanja.pdf, datum pristupa: 26. 4. 2024.

kako uz propagandnu vrijednost sabori mogu imati i obrazovnu funkciju, budući da „parlamentarne debate mogu pomoći u informiranju i instruiranju građana o pitanjima države i najvažnijim aktualnim pitanjima“ (Heywood, 2013, 317). Građani legitimnost Hrvatskom saboru daju sudjelujući u političkom procesu i na izborima, dajući glas pojedincu ili političkoj opciji. Sukladno našim zakonima s pravom možemo reći da je Hrvatski sabor legitiman i demokratski. U raspravama zastupnika u Hrvatskom saboru vidljiva je propagandna aktivnost prema politikama i idejama koje zastupaju dok razina rasprava i stvarno informiranje građana o pitanjima države i najvažnijim aktualnim pitanjima stvarnu obrazovnu funkciju dovode u pitanje. Govoriti o obrazovnoj funkciji podrazumijeva da se zastupnici u svojim raspravama i komunikaciji koriste isključivo točnim i istinitim informacijama, a upravo to je i predmet istraživanja ovog rada koje ćemo prikazati u nastavku. Sukladno poslovniku Hrvatskog sabora, osim prava i obveze sudjelovanja u radu plenarne sjednice, zastupnici su članovi radnih tijela te su dužni sudjelovati i u njihovom radu te glasovati na sjednicama radnih tijela. Također, zastupnici prema upućenim pozivima sudjeluju u protokolarnim aktivnostima, kako u Republici Hrvatskoj, tako i izvan nje. Prema obrazovanju, ranijem iskustvu i iskazanim preferencijama zastupnici u Hrvatskom saboru članovi su saborskih stalnih i *ad hoc* izaslanstava te međuparlamentarnih skupina prijateljstva, pa i na taj način aktivno djeluju u međunarodnoj parlamentarnoj aktivnosti. Zastupnici aktivno djeluju u radu klubova kojima pripadaju, a u sklopu aktivnosti u Hrvatskom saboru dužni su održavati najavljene i dogovorene susrete s građanima. Osim u Hrvatskom saboru zastupnici rade i u svojim izbornim jedinicama i strankama, te održavaju redovne susrete s građanima.

Kredibilitet, imidž i ugled u društvu samih izabranih zastupnika, kao i sve ranije nabrojane aktivnosti saborskih zastupnika utječu na percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora. Skoko u djelu „Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću“ citira Nicholasa Inda koji kaže da je korporacijski *image* „ustvari slika koju javnost, gomilanjem primljenih poruka stvara o korporaciji, koja vjeruje da komunicira samo onda kad ona to želi, ali u stvarnom životu ona komunicira preko svega što čini i izjavljuje“ (Skoko, 2006, 51). U istom djelu Skoko navodi kako Božidar Novak tvrdi da je imidž zapravo ono što javnosti misle o organizaciji, a da na oblikovanje imidža organizacije najviše utječu njezini komunikacijski napori (Skoko, 2006, 51). Skoko pojašnjava, koliko je i zbog čega imidž zapravo danas važan, riječima: „Pojedinci, tvrtke, političke institucije pa i nevladine organizacije iznimnu pozornost posvećuju njegovanju *imagea* jer nikada do sada njihov uspjeh nije toliko ovisio o okruženju u kojem funkcioniraju i ostvaruju svoje ciljeve, odnosno o tome što se o njima misli i kako ih se doživljava“ (Skoko, 2006, 51).

4. ISTRAŽIVANJE - ANALIZA I RAZUMIJEVANJE KOMUNIKACIJE SABORSKIH ZASTUPNIKA U JAVNOSTI

U teorijskom dijelu ove disertacije, u poglavlju „Politička komunikacija i javnost“, posebnu pozornost posvetili smo Hrvatskom saboru, kao predstavničkom tijelu građana i nositelju zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj. Hrvatski sabor kroz povijest do današnjih dana najznačajnija je institucija u kojoj se raspravlja te se donose odluke o najvažnijim pitanjima i interesu hrvatskog naroda. Temeljem Ustava, kao temeljnog pravnog akta jedne države i Poslovnika Hrvatskog sabora možemo zaključiti kako je Hrvatski sabor nacionalni dom, ali i najznačajnija politička pozornica za raspravu najvažnijih dnevnih pitanja, svih zakona te drugih državnih mjera. Dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru tijekom povijesti obnašali su mnogi hrvatski velikani i uglednici, a u njihovim raspravama u Hrvatskom saboru oslikavala se prava slika i položaj Hrvatskog naroda. Danas se zastupnici u Hrvatski sabor biraju tajnim glasovanjem na neposrednim izborima temeljem povjerenja koje su im dali punoljetni građani s pravom glasa. Sukladno Zakonu o izboru zastupnika u Hrvatski sabor, izabrani zastupnik može biti svaki kandidat, bilo koje političke stranke, koalicijske liste ili birača koji prijeđe izborni prag ili bude preferencijalno izabran. Demokratski sustav i struktura izabranih zastupnika omogućuju pluralizam te slobodno, otvoreno i argumentirano političko nadmetanje i raspravu u Hrvatskom saboru. Koliko je važno razumijevanje komunikacije saborskih zastupnika za građane i javnost, ali i saborske zastupnike koji se kao političari obraćaju toj istoj javnosti proizlazi iz uloge i funkcija Hrvatskog sabora, kao i iz činjenice kako je Hrvatski sabor svojevrsna javna pozornica, a izabrani zastupnik sukladno Ustavu ima imunitet prema kojem ne može biti pozvan na kaznenu odgovornost, pritvoren ili kažnjen za izgovorenu riječ i izraženo mišljenje ili glasovanje u Hrvatskom saboru. U ovoj disertaciji i istraživanjima političke komunikacije koje smo proveli naglasak smo stavili na komunikaciju saborskih zastupnika jer je Hrvatski sabor predstavničko tijelo građana te struktura izabranih zastupnika predstavlja relevantno političko mišljenje svih struktura društva. Poseban naglasak stavljen je na 10. saziv Hrvatskog sabora jer je netom prije provođenja prvog istraživanja putem anketnog upitnika održana zadnja sjednica Hrvatskog sabora, a smatrali smo kako će recentni saziv u najvećoj mjeri utjecati na percepciju građana o komunikaciji saborskih zastupnika. Naime, 10. saziv Hrvatskog sabora konstituiran je izborom predsjednika Gordana Jandrokovića 22. srpnja 2020. godine te je raspušten 14. ožujka 2024. godine, a mandat izabranim zastupnicima trajao je do konstituiranja 11. saziva Hrvatskog sabora, tj. do 16. svibnja 2024. godine. Vladajuću većinu činili su zastupnici Hrvatske demokratske zajednice s koalicijskim partnerima.

4.2. Ciljevi, istraživački problemi i hipoteze

Cilj istraživanja je ispitati kako javnost doživljava političku komunikaciju i rad Hrvatskog sabora, odnosno utvrditi prati li javnost politiku i rad Sabora, na koji način primaju obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima zastupnika te smatraju li građani razinu političke komunikacije s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora kao predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj primjerenom, kao i utječe li komunikacija saborskih zastupnika na razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije.

Osim kvantitativnog dijela istraživanja sa sudionicima iz opće populacije potencijalnih birača o razumijevanju komunikacije saborskih zastupnika, drugi cilj istraživanja je utvrditi kako svoju komunikaciju i komunikaciju svojih saborskih kolega, vrednuju saborski zastupnici kao aktivni sudionici te komunikacije, pri čemu će se primijeniti kvalitativni pristup.

Istraživačka pitanja koja smo postavili su:

1. Na koji se način građani i javnost informira o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika te koji oblik komunikacije saborski zastupnici smatraju najvažnijim za informiranje građana o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskog sabora?
2. Kako građani i javnost, a kako saborski zastupnici, procjenjuju komunikaciju zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora i koji čimbenici utječu na tu procjenu?
3. Kako saborski zastupnici vrednuju vlastitu komunikaciju u saborskim raspravama?
4. Kako saborski zastupnici doživljavaju komunikaciju svojih kolega u saborskom okruženju?
5. Kako saborski zastupnici komentiraju rezultate istraživanja javnosti o komunikaciji saborskih zastupnika u 10. sazivu Hrvatskog sabora?
6. Koje preporuke građani i javnost, a koje saborski zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora, daju zastupnicima budućih saziva Hrvatskog sabora, s ciljem poboljšanja komunikacije pri obnašanju zastupničke dužnosti?

Na temelju istraživačkih pitanja postavili smo sljedeće hipoteze:

H1: Javnost se o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskoga sabora češće informira preko televizije nego li preko drugih medija.

H2: Komunikacija saborskih zastupnika važna je za javnost te razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije.

H3: Javnost smatra da komunikacija saborskih zastupnika nije primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora.

H4: Saborski zastupnici kao javne osobe u svojim nastupima ne pridržavaju se osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru.

4.3. Metodologija istraživanja

4.3.1. Opis sudionika

Prvi dio istraživanja sastojao se od stratificiranog uzorka opće populacije punoljetnih državljana Republike Hrvatske, odnosno potencijalnih birača. Na temelju statistike iz popisa stanovništva 2021. godine napravljen je stratificirani uzorak koji reprezentira populacija birača RH[114].U Tablici 1 prikazani su podaci dobiveni na temelju popisa stanovništva. Ukupan broj punoljetnih osoba (odnosno potencijalnih birača) je bio 3 629 172, od čega 48 % muškaraca i 52 % žena. Na temelju tih podatka napravljen je stratificirani uzorak od 1000 sudionika. Detalji su prikazani u Tablici 2. U istraživanju je sudjelovalo 48,1 % muških i 51,9 % ženskih sudionika, od toga ih je 17 % bilo u dobnoj skupini od 18 do 30 godina, 57 % u dobnoj skupni od 31 do 65 godine te 26 % u dobnoj skupini starijoj od 65 godina. Većina sudionika ima završenu srednju školu (33,7 %) ili visoku stručnu spremu (32,4 %). Višu stručnu spremu ima 14 % sudionika, dok doktorat ili magisterij znanosti ima 10,5 % sudionika. Bez škole ili sa samo završenom osnovnom školom je 6,1 % sudionika istraživanja, a 3,3 % su učenici ili studenti. Većina sudionika istraživanja prati (48,3 %) ili donekle prati (41,1 %) politiku dok se samo 10,6 % sudionika izjasnilo da ne prati politiku. Većina sudionika nisu članovi niti jedne političke stranke (63,8 %), oko trećine (35,2 %) sudionika izjasnilo se da su članovi političke stranke dok se 1 % sudionika nije izjasnio po ovom pitanju. Većina sudionika prati (32,2 %) ili donekle prati (52,3 %) rad Hrvatskog sabora, dok se samo 15,5 % sudionika izjasnilo da ne prati rad Hrvatskog sabora.

Tablica 1. Podaci iz popisa stanovništva 2021. godine

Dob	18-30		31-65		Preko 65	
Broj	616.277		2.068.031		944.864	
%	17 %		57 %		26 %	
Prema spolu	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Broj	295.813	320.464	992.655	1.075.376	453.535	491.329
%	8,2 %	8,8 %	27,4 %	29,6 %	12,5 %	13,5 %

[114] https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88, datum pristupa: 11. 2. 2025.

Veličina naselja	1-1.000 [1]	1.001-10.000 [2]	10.001 – 100.000 [3]	Više od 100.001 [4]
Broj	1.048.831	947.214	769.384	863,.43
%	28,9 %	26,1 %	21,2 %	23,8 %

Tablica 2. Prikaz osnovnih karakteristika sudionika istraživanja (N=1000)

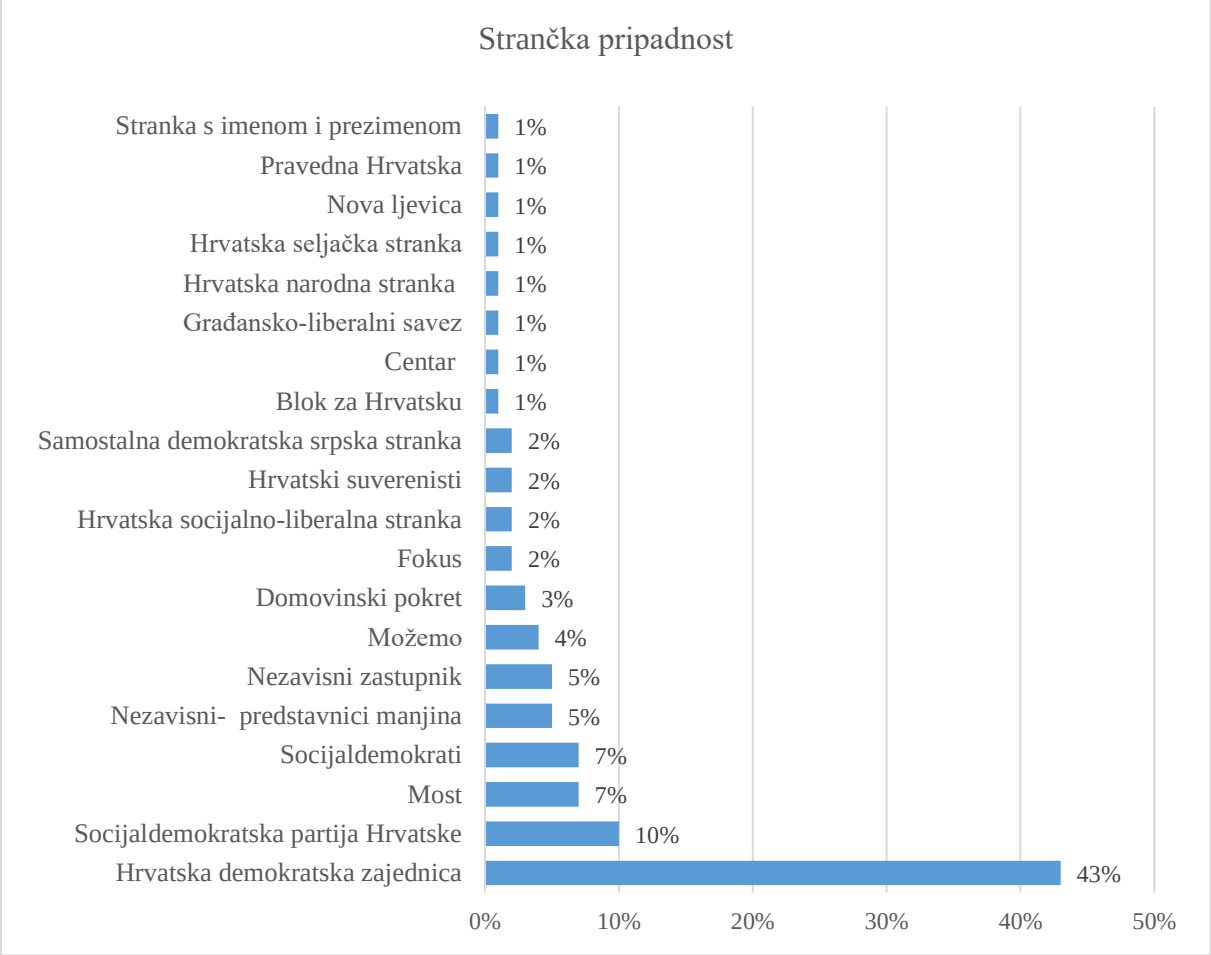
Dob	18-30								31-65								Preko 65							
Broj	170								570								260							
%	17 %								57 %								26 %							
Spol	Muški				Ženski				Muški				Ženski				Muški				Ženski			
Broj	82				88				274				296				125				135			
%	8,2 %				8,8 %				27,4 %				29,6 %				12,5 %				13,5 %			
Veličina naselja*	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
broj	24	21	17	20	25	23	19	21	79	72	58	65	86	77	63	70	36	33	26	30	39	35	29	32
%	2.4	2.1	1.7	2	2.5	2.3	1.9	2.1	7.9	7.2	5.8	6.5	8.6	7.7	6.3	7.0	3.6	3.3	2.6	3	3.9	3.5	2.9	3.2

*[1] 1-1.000; [2] 1.001-10.000; [3] 10.001 – 100.000; [4] Više od 100.001

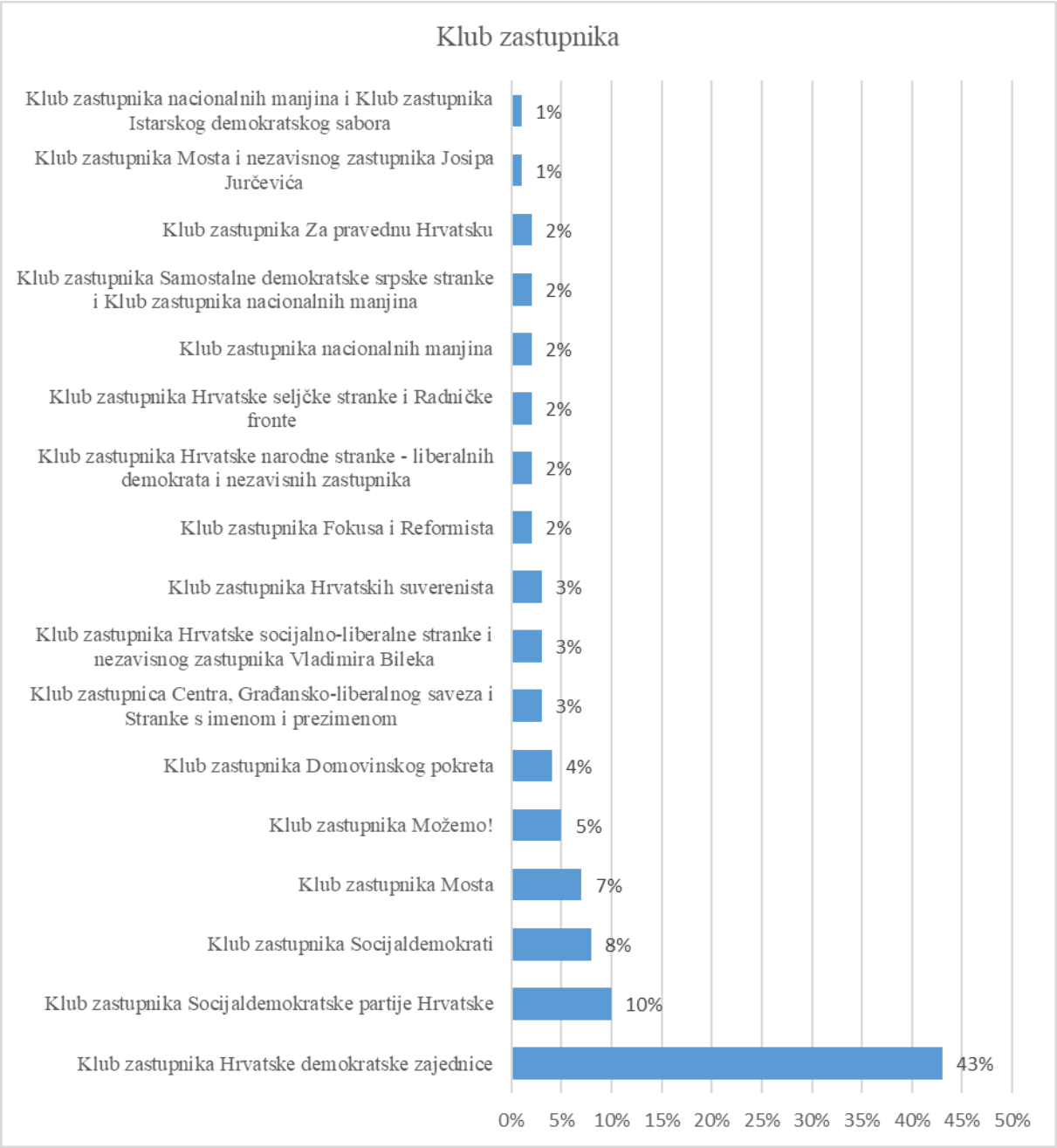
Drugi dio istraživanja proveden je sa saborskim zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora i to zastupnicima koji su dužnost obnašali na samom kraju 10. saziva Hrvatskog sabora. Naime, istraživanjem nisu obuhvaćeni zastupnici koji su ranije dali ostavku na zastupničku dužnost ili su sukladno zakonskim mogućnostima mandat stavili u mirovanje. Od ukupno 151 saborskog zastupnika koji su obnašali dužnost 100 ih je intervjuirano, od čega 67 % muškaraca i 33 % žena. Većina sudionika intervjua (91 %) bila je u dobi između 31 i 65 godine života, a 9 % ih je bilo starije od 65 godina. Više od polovice (52 %) ih ima visoku stručnu spremu, 14 % ih ima doktorat, 7 % ima magisterij, samo je 1 akademik (1 %), te ih 16 % ima višu stručnu spremu, a 10 % završenu samo srednju školu. Većina ispitanih zastupnika je u 10. sazivu Hrvatskog sabora dužnost obnašala prvi put (46 %), podjednak broj drugi (21 %) i treći put (20 %), a preostali zastupnici dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru obnašali su 4 i više puta (13 %). Zanimljivo je kako je zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora Andro Krstulović Opara dužnost obnašao i u 1. sazivu Hrvatskog sabora, a najdugovječniji zastupnik u Hrvatskom

saboru je Furio Radin koji je dužnost saborskog zastupnika obnašao u ukupno 9 saziva Hrvatskog sabora.

Vladajuću većinu u 10. sazivu Hrvatskog sabora činili su zastupnici Hrvatske demokratske zajednice i koalicijski partneri. Na Slici 1 prikazana je stranačka pripadnost sudionika intervjua pri čemu je većina iz Hrvatske demokratske zajednice (43 %). Na Slici 2 prikazana je pripadnost klubu zastupnika tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora pri čemu ih većina pripada Klubu zastupnika Hrvatske demokratske zajednice (43 %).



Slika 1. Stranačka pripadnost saborskih zastupnika sudionika intervjua



Slika 2. Pripadnost sudionika intervjua klubu zastupnika u Hrvatskom saboru

4.3.2. Instrumenti

Za potrebe kvantitativnog dijela istraživanja korištena je anketa (Prilog 1. Anketni upitnik za građane) kreirana za ispitivanje mišljenja populacije birača o radu Hrvatskog sabora. Prvi dio ankete sastojao se od demografskih podataka (dob, spol, razina naobrazbe, veličina mjesta stanovanja). Zatim su slijedila pitanja o zanimanju za politiku i rad Hrvatskog sabora (3 pitanja).

Nizom pitanja (k=22) sudionici su procijenili rad Hrvatskog sabora, utjecaj na građane kao i njegov kredibilitet i etičnost u radu. Na Skali komunikacijskih vještina (k=5) su procijenili komunikacijske vještine saborskih zastupnika na skali Likertovog tipa s 4 stupnja (1 - vrlo nezadovoljan do 4 - vrlo zadovoljan). Pouzdanost novokreirane skale je bila visoka (Cronbach α=0,91) te je imao zadovoljavajuću konstruktnu valjanost (CFI=0,95, TLI=0,90, SRMR=0,03). Za kraj su ispitanici dali preporuke saborskim zastupnicima za bolji rad.

Za potrebe kvalitativnog dijela istraživanja kreirana je agenda za polustrukturirani intervju (Prilog 2. Agenda za polustrukturirani intervju sa zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora). U uvodnom dijelu predstavljena je svrha istraživanja, objašnjen postupak i dobivena je suglasnost za sudjelovanje. Polustrukturirani intervju se sastojao od 6 glavnih tema: oblici komunikacije s javnošću, procjena komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora, vlastita komunikacija, komunikacija kolega, utjecaj komunikacijskih vještina te preporuke zastupnicima budućih saziva Hrvatskog sabora.

4.3.3. Postupak

Prvi dio istraživanja sastojao se od *online* ankete koja je ispitivala mišljenje populacije o radu saborskih zastupnika. Anketa je postavljena *online*, putem *Google* obrazaca i u potpunosti je bila anonimna. Do sudionika se došlo postavljanjem *online* ankete na društvene mreže i zamolbama da se proširi na određenu populaciju (npr. umirovljenici odnosno stariji od 65 godina). Prikupljanje podataka trajalo je 4 mjeseca.

Na temelju prikupljenih podataka u javnosti kreirao se drugi dio istraživanja, to jest intervju sa saborskim zastupnicima. Sve saborske zastupnike 10. saziva Hrvatskog sabora koji su dužnost obnašali na zadnjoj sjednici u 10. sazivu, pitali smo žele li sudjelovati u ovom dijelu istraživanja, a njih 100 se odazvalo. Intervju su provedeni u živo uz usmeni informirani pristanak, te su svi pristali na audio snimanje i mogućnost citiranja njihovih odgovora za potrebe ovog rada. Radi očuvanja anonimnosti njihove odgovore smo kodirali te su kao takvi prikazani u cijelom radu. Osim vrednovanja svoje komunikacije i komunikacije svojih saborskih kolega također su im kratko predstavljeni rezultati mišljenja javnosti o komunikaciji saborskih zastupnika dobivenih u prvom dijelu istraživanja te smo ih pitali kako to komentiraju. Prikupljanje podataka trajalo je oko 4 mjeseca.

4.4. Rezultati istraživanja

4.4.1. Mišljenje javnosti o komunikaciji i radu Hrvatskog Sabora

Prvi dio istraživanja odnosio se na percepciju i mišljenje javnosti o političkoj komunikaciji i radu Hrvatskog sabora. U skladu s tim provedeno je online anonimno anketiranje na stratificiranom reprezentativnom uzorku od 1.000 punoljetnih građana. Cilj je bio utvrditi prati li javnost politiku i rad Hrvatskog sabora, na koji način primaju obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima zastupnik, te smatraju li razinu političke komunikacije primjerenom s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora kao predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj. Cilj je također bio utvrditi utječe li komunikacija i komunikacijske vještine saborskih zastupnika na razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije.

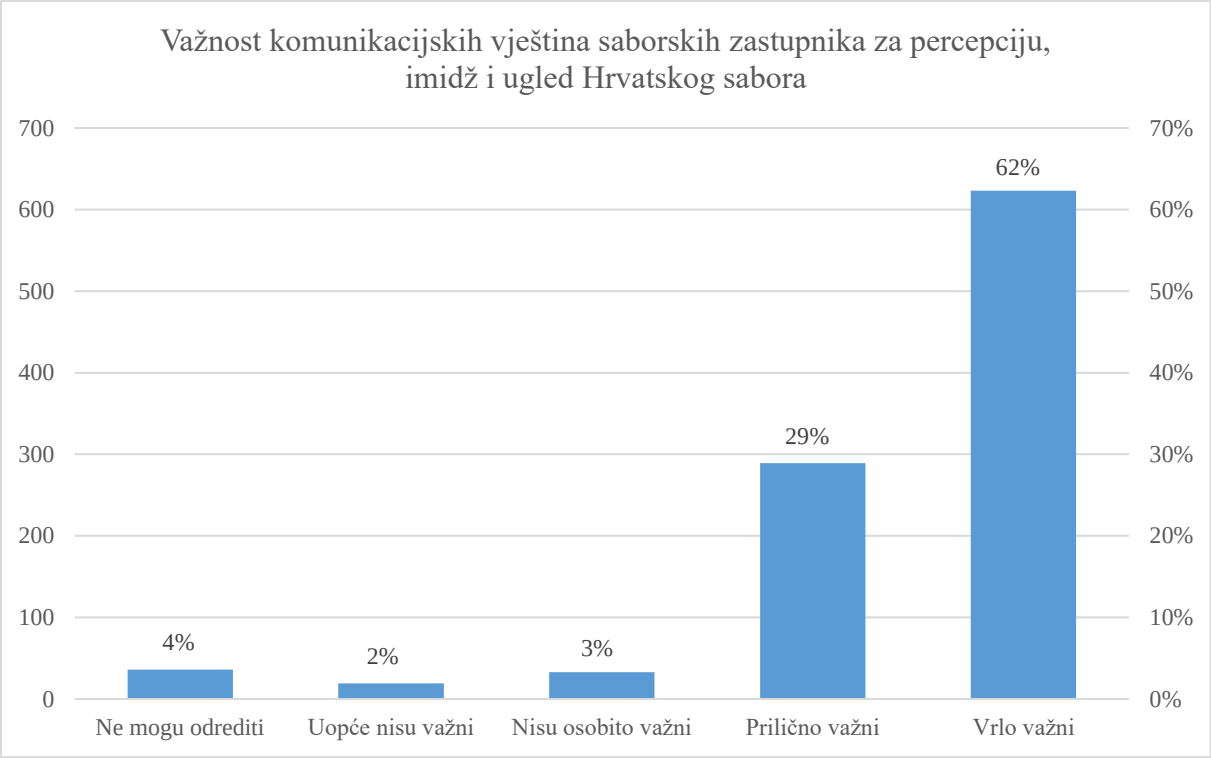
4.4.1.1. Primanje obavijesti o radu Hrvatskog sabora

U skladu s prvom hipotezom (H1) provjerili smo na koji način i putem kojeg medija se javnost najčešće informira o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskoga sabora. Rezultati su prikazani na Slici 3, te su potvrdili naše pretpostavke. Javnost se najčešće informira putem televizije (69 %) te internetskih portala (59 %).

Slika 3. Obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika

4.4.1.2. Važnost komunikacije saborskih zastupnika za javnost te za razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije

U skladu s drugom hipotezom (H2) direktno smo pitali građane da procjene koliko su komunikacijske vještine saborskih zastupnika i njihova komunikacija u Hrvatskom saboru važni za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Rezultati su pokazali da građani u prosjeku smatraju vrlo važnom komunikaciju saborskih zastupnika u Hrvatskom saboru za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije (M=3,44, sd=0,93, raspon odgovora od 0 do 4). Čak 91 % građana komunikaciju saborskih zastupnika smatra važnom za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije (62 % smatra vrlo važnom, a 29 % prilično važnom). Detalji su vidljivi na Slici 4.



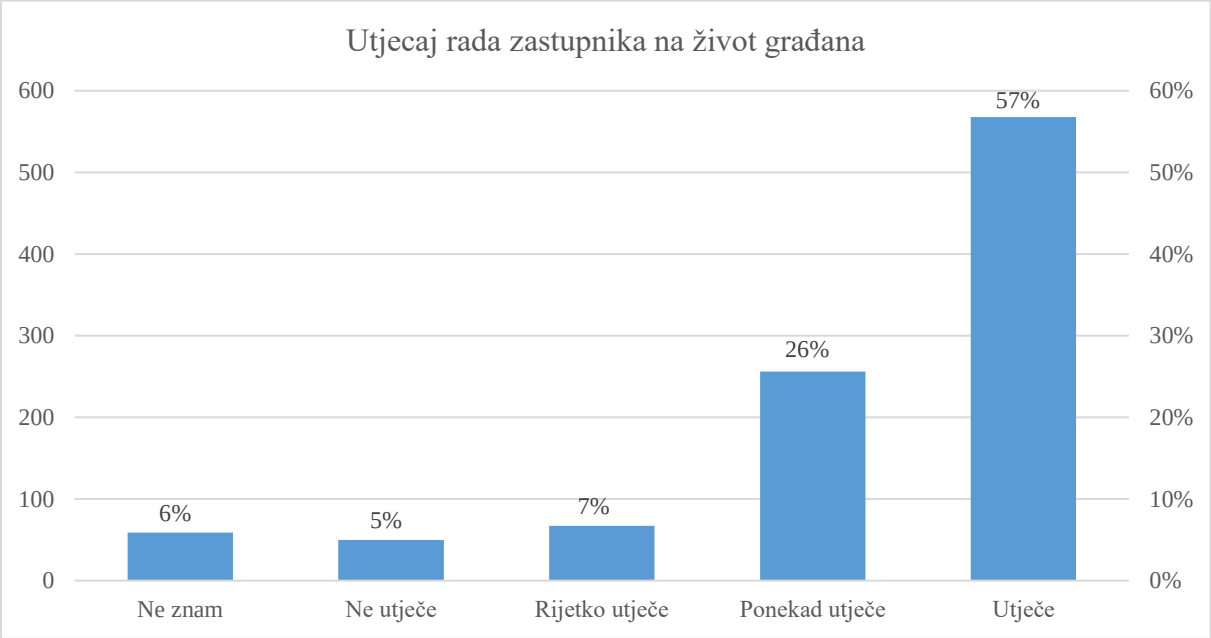
Slika 4. Važnost komunikacijskih vještina saborskih zastupnika i njihove komunikacije u Hrvatskom saboru za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije

Kako je ovo područje vrlo važno za rad Hrvatskog sabora i njegovu percepciju u javnosti, u skladu s drugom hipotezom (H2) dodatno smo provjerili nekoliko ključnih stvari:

1. Utječe li rad zastupnika u Hrvatskom saboru na život svakog građanina?
2. Mogu li saborski zastupnici svojom komunikacijom i buđenjem suosjećanja potaknuti javnost na djelovanje ili pridobiti za nešto?
3. Koliko su komunikacijske vještine saborskih zastupnika i njihova komunikacija u Hrvatskom saboru važne za razumijevanje rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora?
4. Kako javnost ocjenjuje rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenom od 1 do 5 (pri čemu je 1 izrazito loš, dok je 5 izvrstan)?
5. Što sve utječe na ocjenu o radu i ugledu Hrvatskog sabora?
6. Koliko primjerenom javnost smatra cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora?
7. Smatraju li građani da zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora imaju kredibilitet kad govorimo o njihovom ugledu u društvu, stručnosti, poštenju, iskrenosti i karizmi?

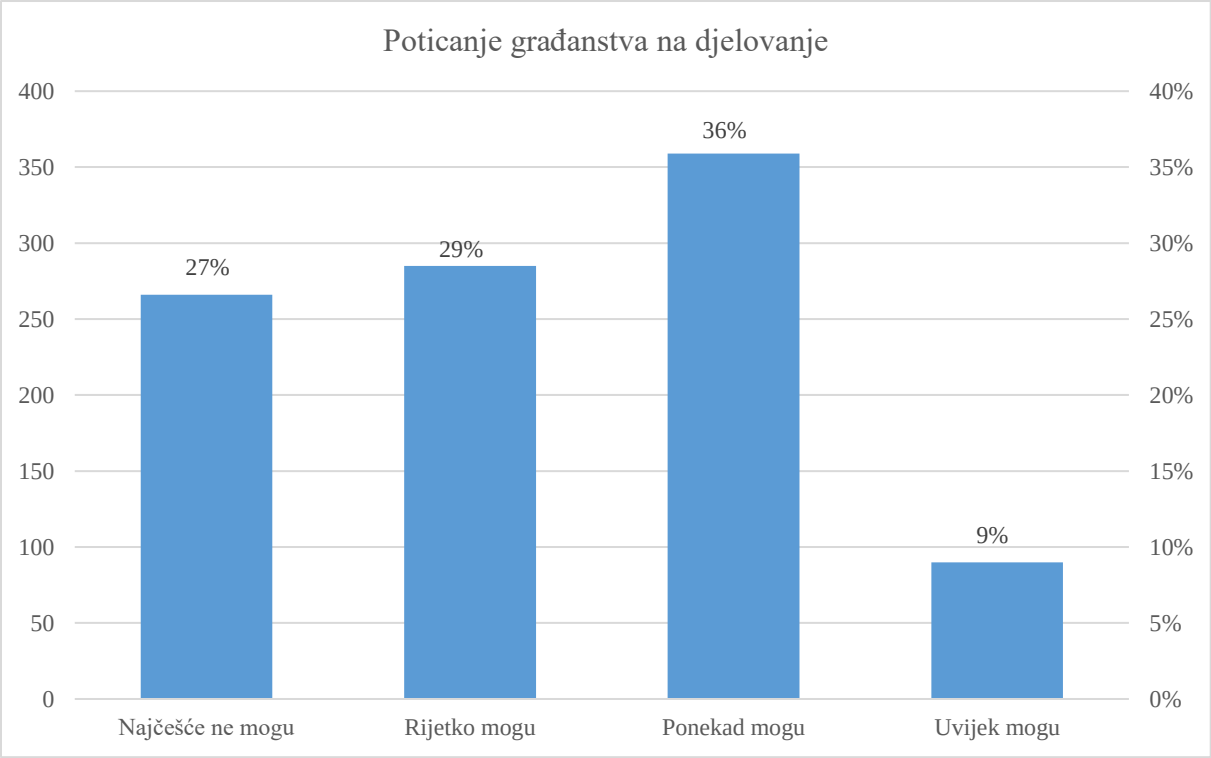
8. U 10. sazivu Hrvatskog sabora tijekom rasprava mogli smo čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje. Smatraju li da je takav način komunikacije primjeren Hrvatskom saboru i javnom diskursu?

Važnost komunikacije saborskih zastupnika provjerili smo na nekoliko načina. Prvo smo indirektno pitali građane o važnosti komunikacije saborskih zastupnika tako da smo ih pitali da procjene ima li rad zastupnika u Hrvatskom saboru utjecaja na život svakog građanina. Rezultati su pokazali da građani većinom smatraju kako rad saborskih zastupnika ima utjecaja na njihov život (M=3,22, sd=1,15, raspon odgovora od 0 do 4), pri čemu čak 83 % građana procjenjuje značajan utjecaj (57 % da utječu i 26 % da ponekad utječu). Detalji su vidljivi na Slici 5.



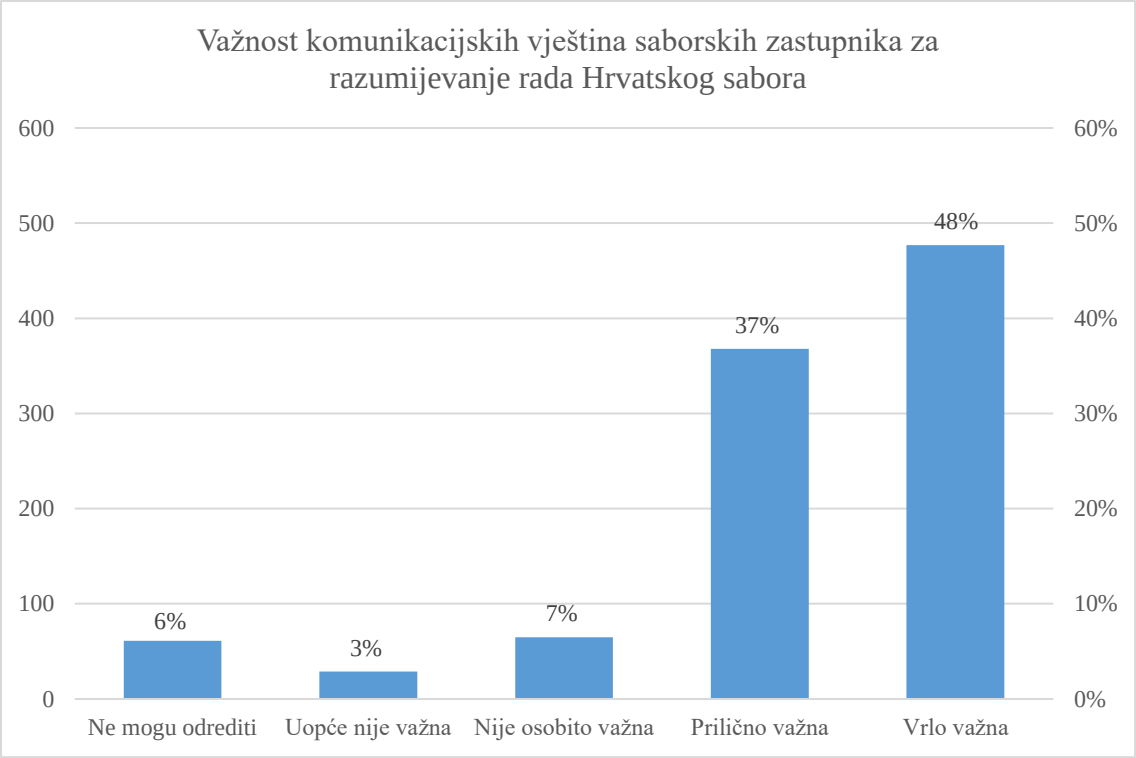
Slika 5. Utjecaj rada zastupnika u Hrvatskom saboru na život svakog građanina

Dodatno smo indirektno provjerili važnost komunikacije saborskih zastupnika tako da smo građane pitali da procjene mogu li saborski zastupnici svojom komunikacijom i buđenjem suosjećanja potaknuti na djelovanje ili pridobiti građane na neku aktivnost. Rezultati su nešto lošiji nego u prethodnom pitanju. Manje od polovice građana (45 %) smatra da ih saborski zastupnici mogu potaknuti na djelovanje. Detalji su prikazani na Slici 6.



Slika 6. Poticanje građana na djelovanje ili pridobivanje građana na neku aktivnost komunikacijom i buđenjem suosjećanja saborskih zastupnika

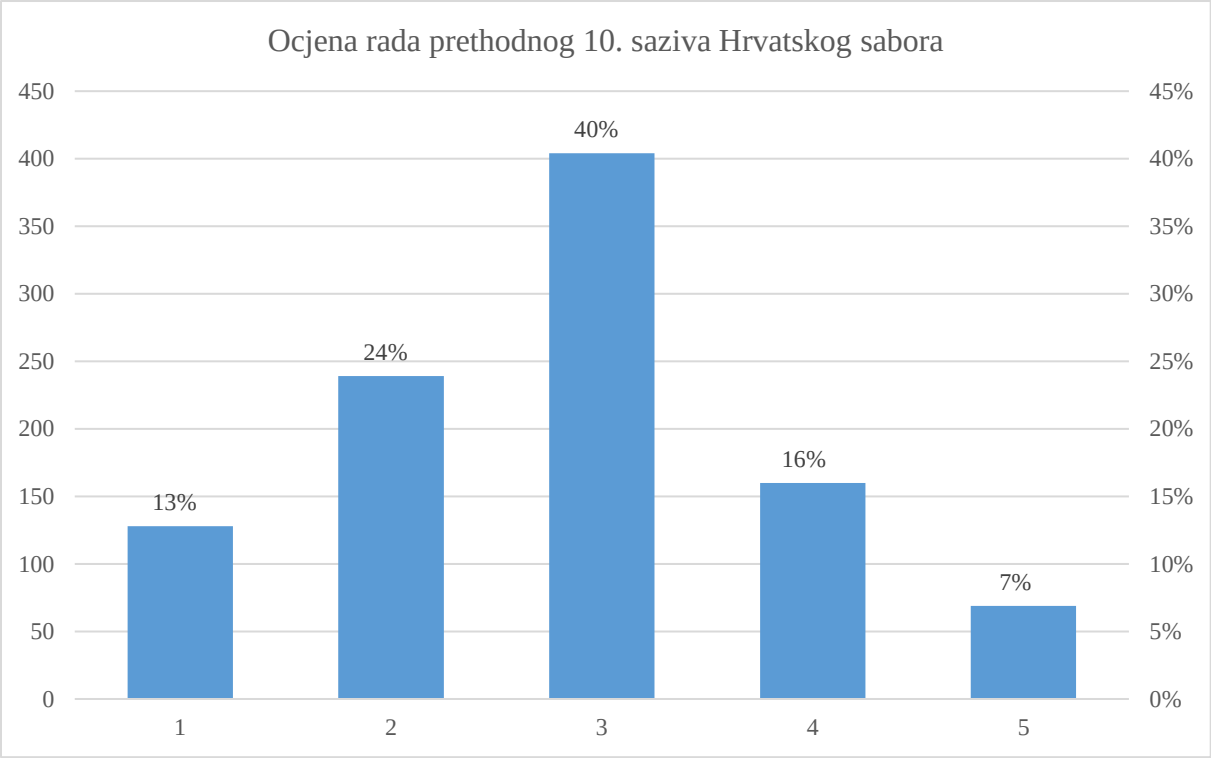
Zatim smo direktno pitali da građani procjene koliko su komunikacijske vještine saborskih zastupnika i njihova komunikacija u Hrvatskom saboru važni za razumijevanje rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora. Rezultati su pokazali da građani u prosjeku komunikaciju saborskih zastupnika u Hrvatskom saboru smatraju važnom za razumijevanje rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora (M=3,17, sd=1,09, raspon odgovora od 0 do 4). Čak 85 % građana komunikaciju za razumijevanje rada sabora i zakonskih rješenja (48 % smatra vrlo važnim, a 37 % prilično važnim) smatra važnom. Detalji su vidljivi na Slici 7.



Slika 7. Važnost komunikacijskih vještina saborskih zastupnika i njihove komunikacije u Hrvatskom saboru za razumijevanje rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora

S obzirom da su ispitanici važnost komunikacijskih vještina saborskih zastupnika i njihovu komunikaciju procijenili važnom, smo da ocijene rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenom od 1 do 5 (pri čemu je 1 izrazito loš, dok je 5 izvrstan). Rezultati su pokazali da je rad 10. saziva Hrvatskog sabora ocijenjen ispodprosječno (M=2,80, sd=1,07). Više od trećine građanstva dalo je ocjenu 1 ili 2 (37 %) dok je niti jedna četvrtina građana dala ocjenu 4 ili 5(23 %). Detalji su prikazani na Slici 8.

Osim toga provjerili smo koliko javnost cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora smatra primjerenom. Rezultati su pokazali da većina ispitanih cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora smatra neprimjerenom (7,8 % vrlo neprimjerenom, 42,8 % prilično neprimjerenom), dok je trećina ispitanih smatra primjerenom (25 % prilično primjerenom te 5,2 % vrlo primjerenom).



Slika 8. Prikaz ocjena građana o radu prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora

Nadalje, provjerili smo razlikuje li se ocjena rada Sabora s obzirom na određene karakteristike građana, to jest s obzirom spol, dob, veličinu naselja u kojem žive, članstvo u političkim strankama, redovito praćenje politike i rada Sabora. Rezultati su prikazani u Tablici 3. S obzirom na sve navedene karakteristike građana u ocjeni rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora dobivene su statistički značajne razlike. T-testom je utvrđeno kako muškarci u prosjeku pozitivnije ocjenjuju rad Hrvatskog sabora za razliku od žena i da članovi političkih stranki rad Hrvatskog sabora za razliku od građana koji nisu članovi niti jedne političke stranke također ocjenjuju pozitivnije. Analizom varijance (ANOVA; F-test) provjerili smo postoje li razlike između skupina građana različite dobi, koji žive u naseljima različite veličine i koji prate politiku i rad Sabora. ANOVA je potvrdila statistički značajne razlike. Za dobne razlike dobivena je statistički značajna razlika samo za dvije starije skupine. Post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe srednje životne dobi (31-65 godina) statistički značajno pozitivnije ocjenjuju rad Hrvatskog sabora za razliku od osoba starije životne dobi (više od 65 godina). U odnosu na veličinu naselja u kojem žive građani, post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe koje dolaze iz manjih naselja (1.001 do 10.000 stanovnika) u odnosu na sve ostale građane koji dolaze iz malih (do 1.000 stanovnika), srednjih (10.001 do 100.000 stanovnika) i velikih sredina (više od 100.001 stanovnika) statistički značajno pozitivnije ocjenjuju rad Hrvatskog sabora. U odnosu na praćenje politike i

praćenja rada Sabora dobivene su statističke značajne razlike između svih skupina. Post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe koje prate politiku statistički značajno rad Hrvatskog sabora ocjenjuju najpozitivnije, a zatim slijede osobe koje donekle prate politiku, a najlošije rad Hrvatskog sabora ocjenjuju osobe koje ne prate politiku. Također je isti trend dobiven i u odnosu na osobe koje prate rad Hrvatskog sabora. Post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe koje prate rad Sabora statistički značajno rad Hrvatskog sabora ocjenjuju najpozitivnije, a zatim slijede osobe koje donekle prate rad Sabora, dok najlošije rad Hrvatskog sabora ocjenjuju osobe koje ne prate njegov rad.

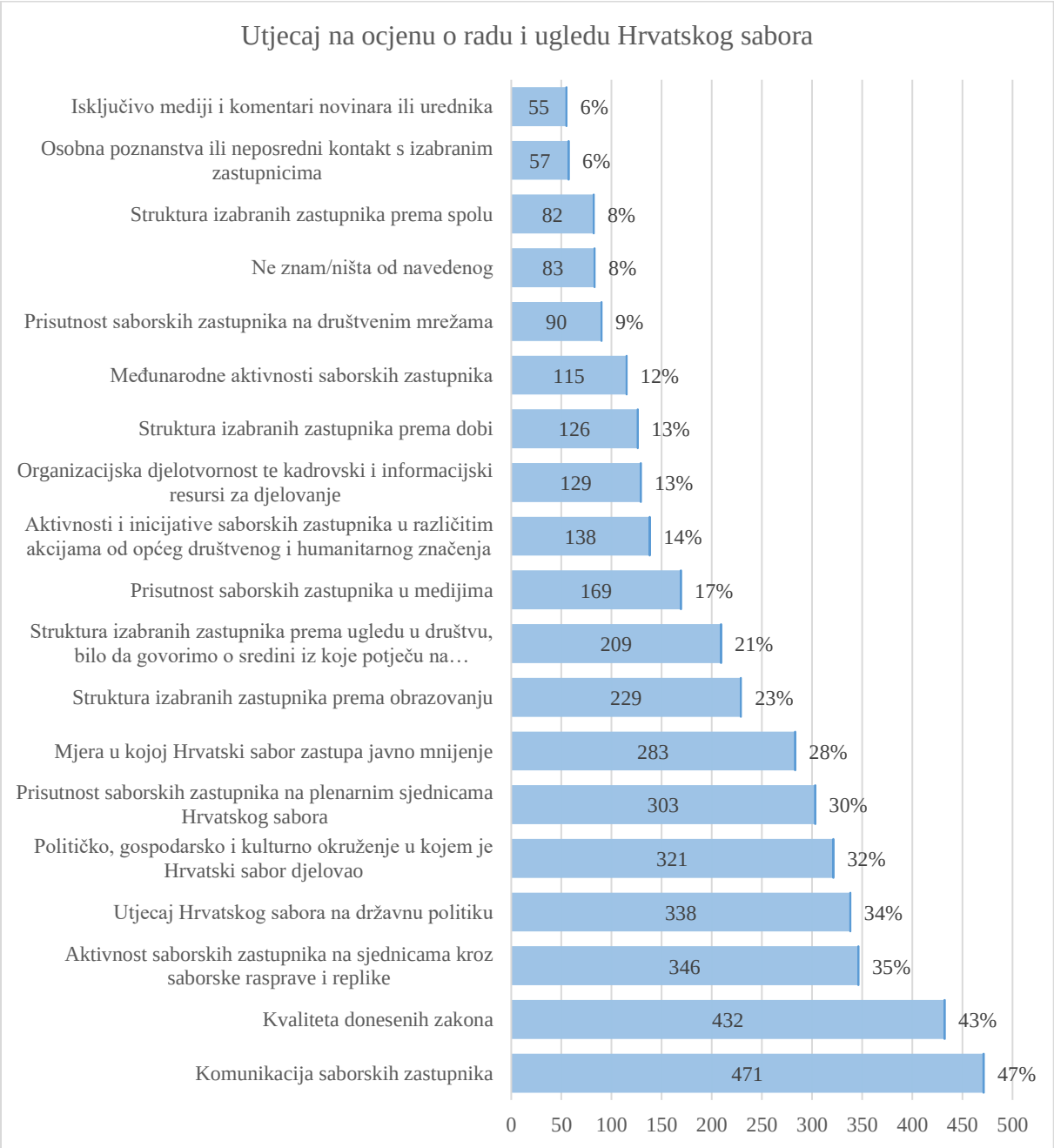
Tablica 3. Razlike u ocjeni rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora s obzirom na karakteristike građana

Ocjena rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora		N	M	sd	t-test / F-test
Spolne razlike	muško	481	2.92	1.067	3.25**
	žensko	519	2.70	1.067	
Dobne razlike	18-30	170	2.90	1.205	3.78*
	31-65	570	2.84	1.070	
	više od 65	260	2.65	0.969	
Veličina naselja	do 1.000 stanovnika	289	2.72	1.072	4.63**
	1.001 do 10.000 stanovnika	261	3.01	1.028	
	10.001 do 100.000 stanovnika	212	2.71	1.101	
	više od 100.001 stanovnika	289	2.72	1.069	
Član političke stranke	Da	352	3.23	1.048	9.68***
	Ne	638	2.57	1.015	
Praćenje politike	Pratim	483	3.06	1.053	41.93***
	Donekle pratim	411	2.68	0.994	
	Ne pratim	106	2.10	1.068	
Praćenje rada sabora	Pratim	322	3.17	1.042	42.95***
	Donekle pratim	523	2.74	1.017	
	Ne pratim	155	2.52	1.048	

N-broj sudionika; M-aritmetička sredina; sd-standardna devijacija

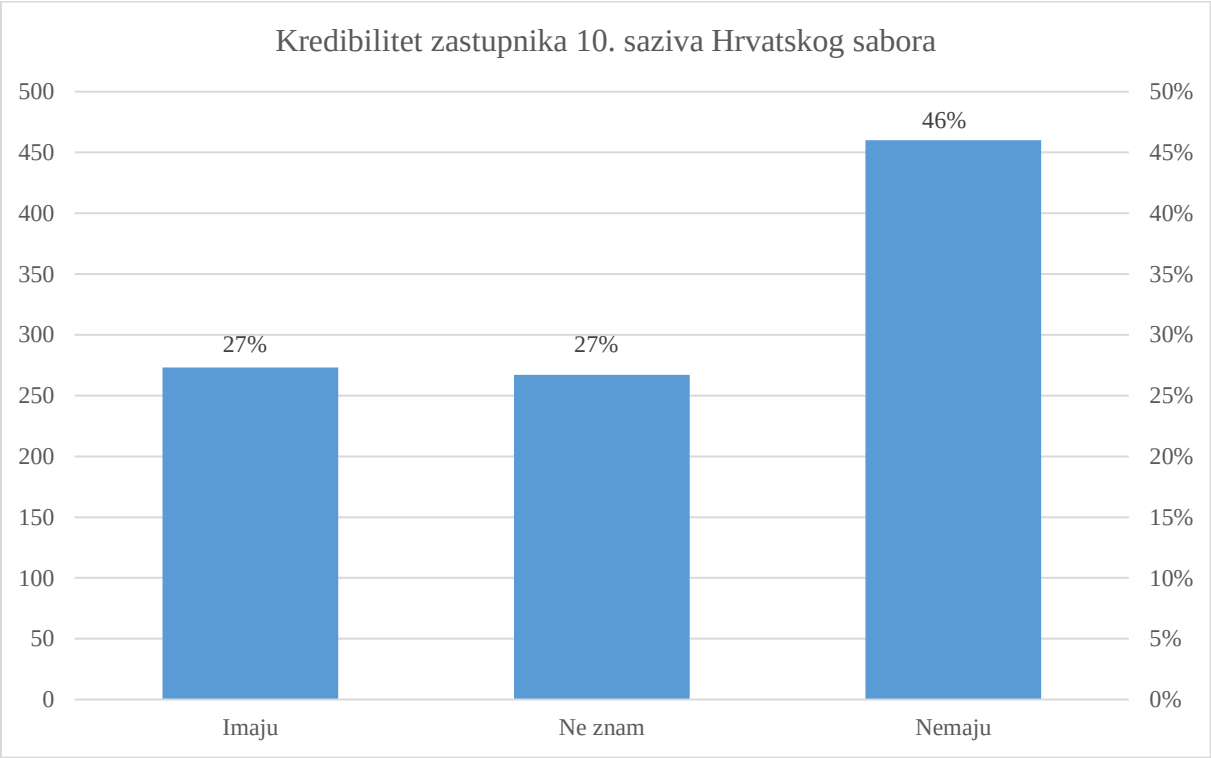
* p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001

Ovdje je nužno spomenuti da na samu ocjenu može utjecati puno čimbenika. Stoga smo provjerili što je kod građana utjecalo na prethodno danu ocjenu o radu 10. saziva Hrvatskog sabora i ugledu Hrvatskog sabora kao institucije. Građanima je bilo ponuđeno više odgovara pri čemu su mogli odabrati sve odgovore koji su za njih relevantni. Rezultati su prikazani na Slici 9. Građani su u najvećem broju istaknuli da je na njihovu ocjenu utjecala „komunikacija saborskih zastupnika“ (47 %), „kvaliteta donesenih zakona“ (43 %) te „aktivnost saborskih zastupnika na sjednicama kroz saborske rasprave i replike“ (35 %).



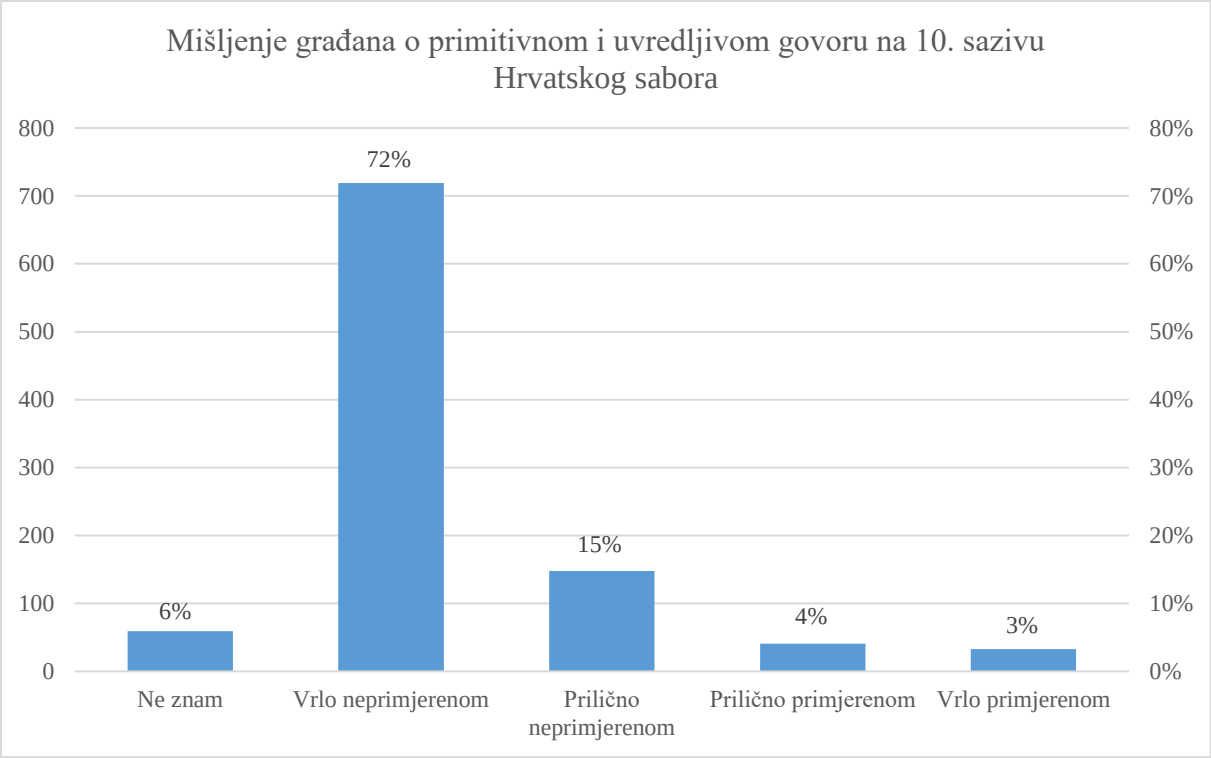
Slika 9. Utjecaj na prethodno danu ocjenu o radu 10. saziva Hrvatskog sabora i ugledu Hrvatskog sabora kao institucije

S obzirom da nas je zanimao imidž i ugled u društvu kojeg predstavljaju saborski zastupnici pitali smo i o njihovom kredibilitetu. Kredibilitet smo definirali u odnosu na njihov ugled u društvu, stručnost, poštenje, iskrenost i karizmu. Rezultati su prikazani na Slici 10 i za saborske su zastupnike poražavajući. Čak 46 % građana smatra da saborski zastupnici nemaju kredibilitet, dok samo 27 % građana smatra da ga imaju.



Slika 10. Kredibilitet saborskih zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (ugled u društvu, stručnost, poštenje, iskrenost i karizma)

S obzirom na različite prijedloge zakona, pitanja povjerenja Vladi i pojedinim članovima Vlade, interpelacije, druge inicijative i rasprave koje su se vodile tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora, te činjenicu kako smo tijekom tih rasprava mogli čuti agresivniji i oštriji govor, povremeno govor kojeg bi mogli okarakterizirati kao primitivan, prizeman, uvredljiv, pa i govor mržnje, zanimalo nas je kakav je to utjecaj ostavilo na građane. Stoga smo građane pitali smatraju li primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje i takav način komunikacije primjeren Hrvatskom saboru i javnom diskursu. Mišljenje građana prikazano je na Slici 11. Većina građana takav govor ne podržava, odnosno smatra ga neprimjerenim (87 %).



Slika 11. Mišljenje građana o raspravama tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora u kojim su mogli čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje

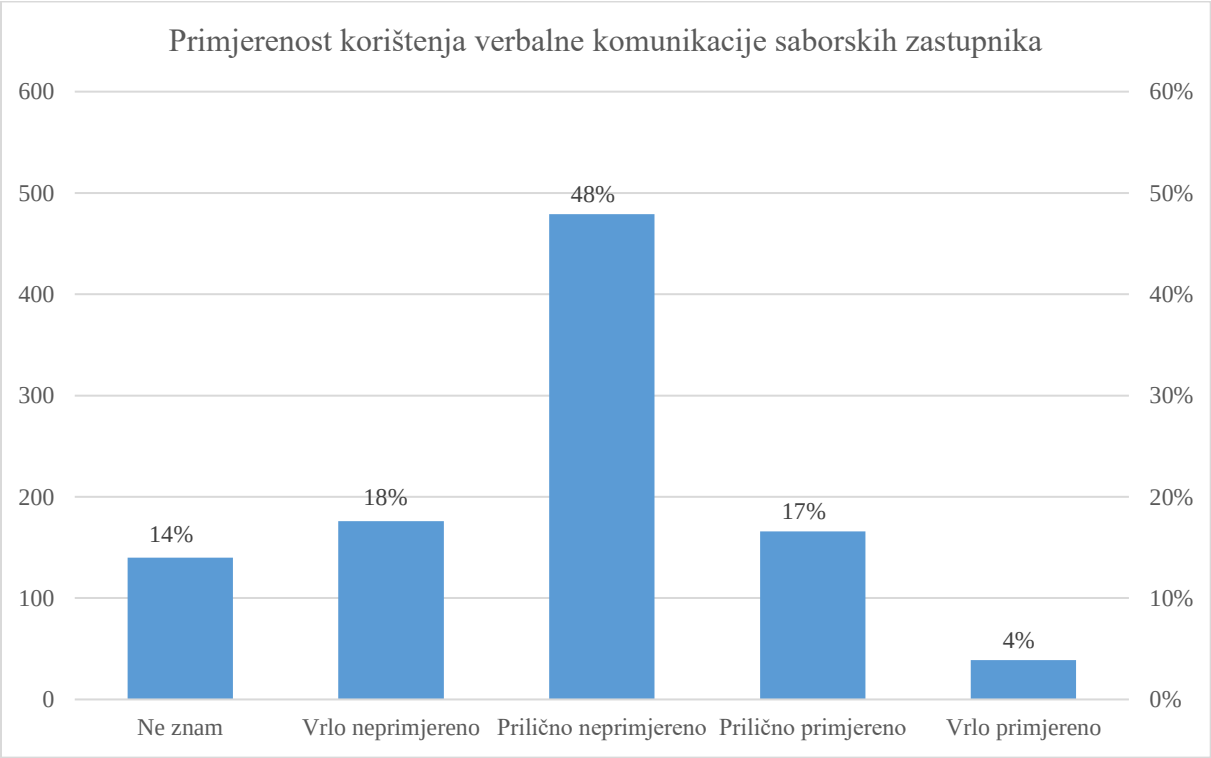
Zaključno, građani izrazito važnom smatraju komunikaciju saborskih zastupnika za razumijevanje rada Hrvatskog sabora, razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja i drugih inicijativa Hrvatskog sabora te komunikaciju saborskih zastupnika smatraju izrazito važnom za imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Također smatraju da rad zastupnika u Hrvatskom saboru ima velik utjecaj na život svakog građanina te istodobno tvrde da ih saborski zastupnici svojom komunikacijom ne mogu potaknuti na osobno djelovanje. Odraz je to loše ocjene rada Hrvatskog sabora, neprimjerene komunikacije saborskih zastupnika u vidu primitivnog, prizemnog i uvredljivog govora kao i mišljenja građana da saborski zastupnici nemaju kredibilitet u društvu.

Iz rezultata ovog istraživanja, ali i teoretskog dijela disertacije jasno nam je kako ne možemo očekivati učinke političke komunikacije na javnost dok ista ta javnost u velikom postotku tvrdi kako saborski zastupnici nemaju kredibilitet, a njihovu komunikaciju smatraju vrlo neprimjerenom.

4.4.1.3. Primjerenost komunikacije saborskih zastupnika s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora

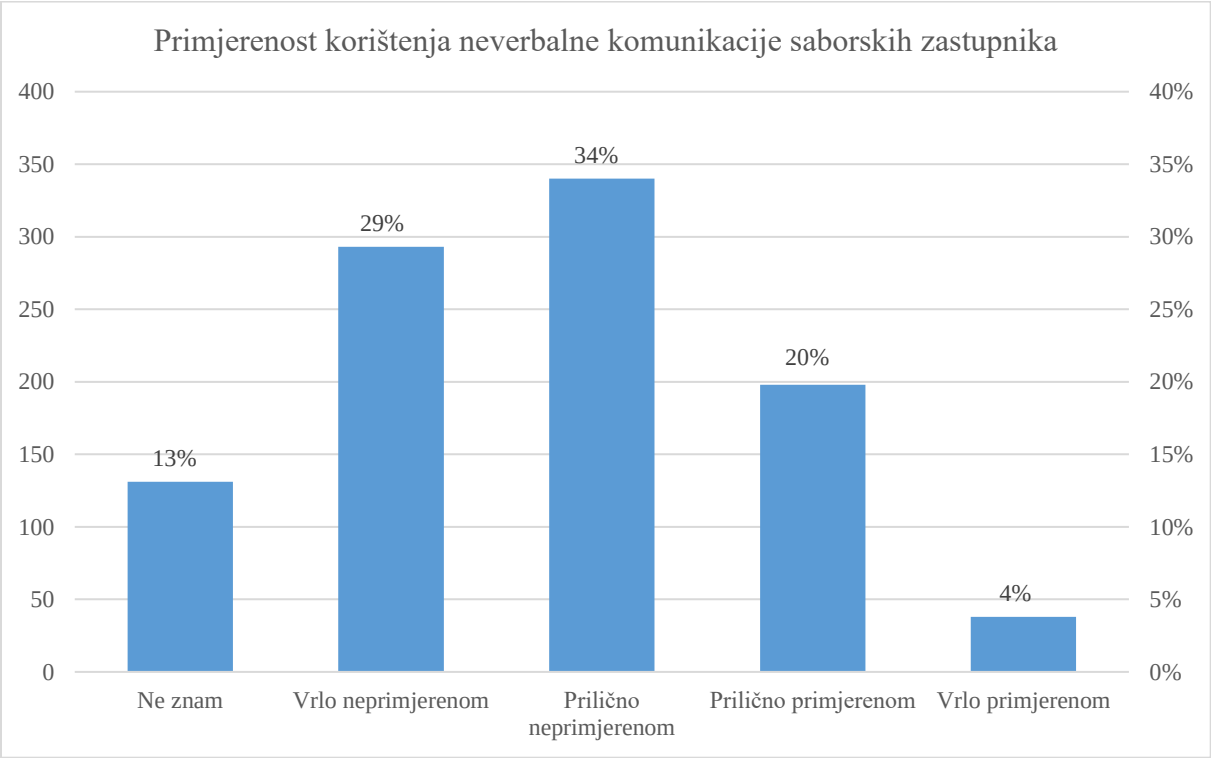
U skladu s trećom hipotezom provjerili smo smatraju li građani da zastupnici u Hrvatskom saboru primjereno koriste verbalnu komunikaciju (tj. da je njihova izgovorena riječ primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora kao institucije predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj, te koriste li ispravno argumente kao način uvjeravanja svojih kolega i javnosti i slušaju li s dužnom pozornošću svoje kolege) i neverbalnu komunikaciju saborskih zastupnika (tj. sve ono što nije izgovorena riječ, bilo da govorimo o odijevanju, mimici, gestikulaciji, prostornom i vremenskom ponašanju i drugo).

Procjena primjerenosti verbalne komunikacije saborskih zastupnika (tj. je li njihova izgovorena riječ primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora, koriste li ispravno argumente kao način uvjeravanja svojih kolega i slušaju li s dužnom pozornošću svoje kolege) pokazala je kako većina građana neprimjerenom smatra verbalnu komunikaciju saborskih zastupnika (66 %), odnosno da takva komunikacija narušava dignitet Hrvatskog sabora. Detalji su prikazani na Slici 12.



Slika 12. Procjena primjerenosti verbalne komunikacije saborskih zastupnika

Slični su rezultati dobiveni i za procjenu primjerenosti neverbalne komunikacije saborskih zastupnika (tj. je li sve ono što nije izgovorena riječ, bilo da govorimo o odijevanju, mimici, gestikulaciji, prostornom i vremenskom ponašanju i drugo, primjereno Hrvatskom saboru kao instituciji), pri čemu većina građana (63 %) neverbalnu komunikaciju saborskih zastupnika smatra neprimjerenom, odnosno da i ovaj aspekt njihove komunikacije narušava dignitet Hrvatskom saboru kao instituciji. Detalji su prikazani na Slici 13.



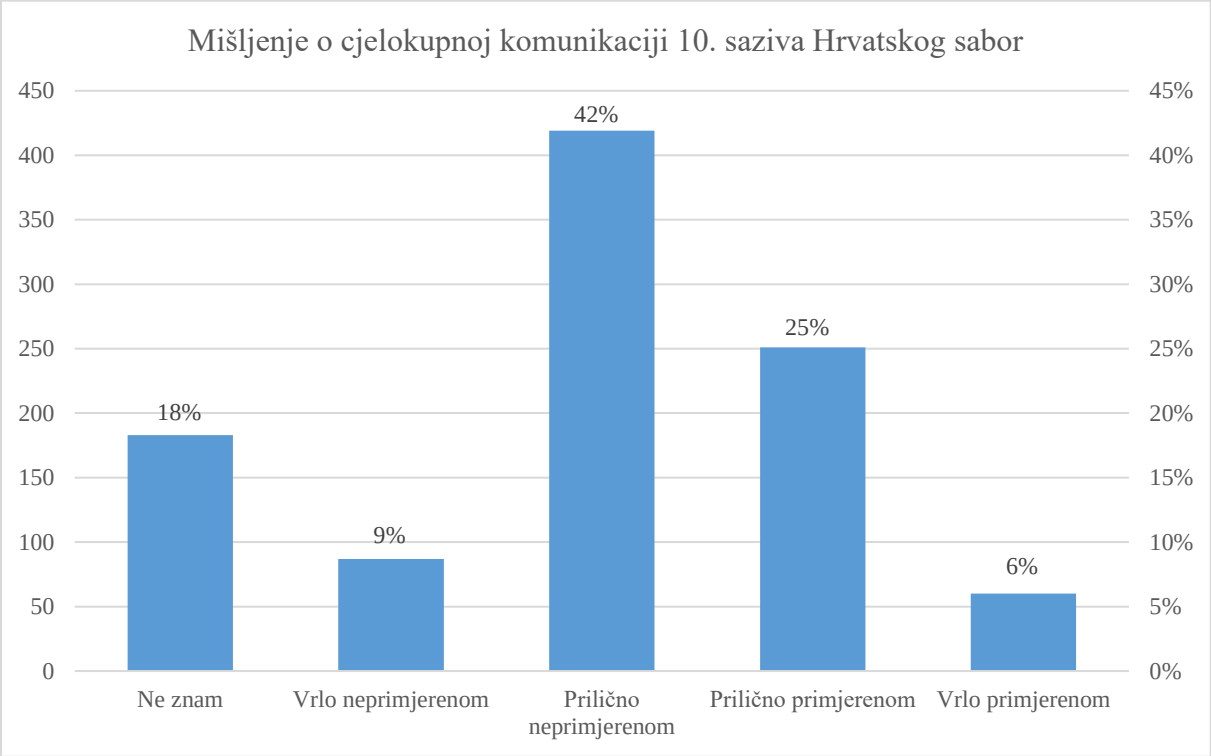
Slika 13. Procjena primjerenosti neverbalne komunikacije saborskih zastupnika

Hrvatski sabor ima svoj legitimitet, a samim time i dignitet. Naime, izborom zastupnika u Hrvatski sabor građani prenose svoj suverenitet na izabrane zastupnike. Sukladno tome u političkoj komunikaciji često čujemo frazu prema kojoj je iznad Hrvatskog sabora samo Bog. U sklopu ove hipoteze dodatno smo provjerili kako javnost procjenjuje komunikaciju saborskih zastupnika s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora:

1. Kako građani procjenjuju cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora?
2. Kako građani procjenjuju komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora?
3. Smatraju li građani da mediji utječu na komunikaciju saborskih zastupnika?

Kako bismo dodatno provjerili mišljenje građana pitali smo ih da ocjene primjerenost cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora. Rezultati su prikazani na Slici 14.

Većina građana (51 %) cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora smatra neprimjerenom.

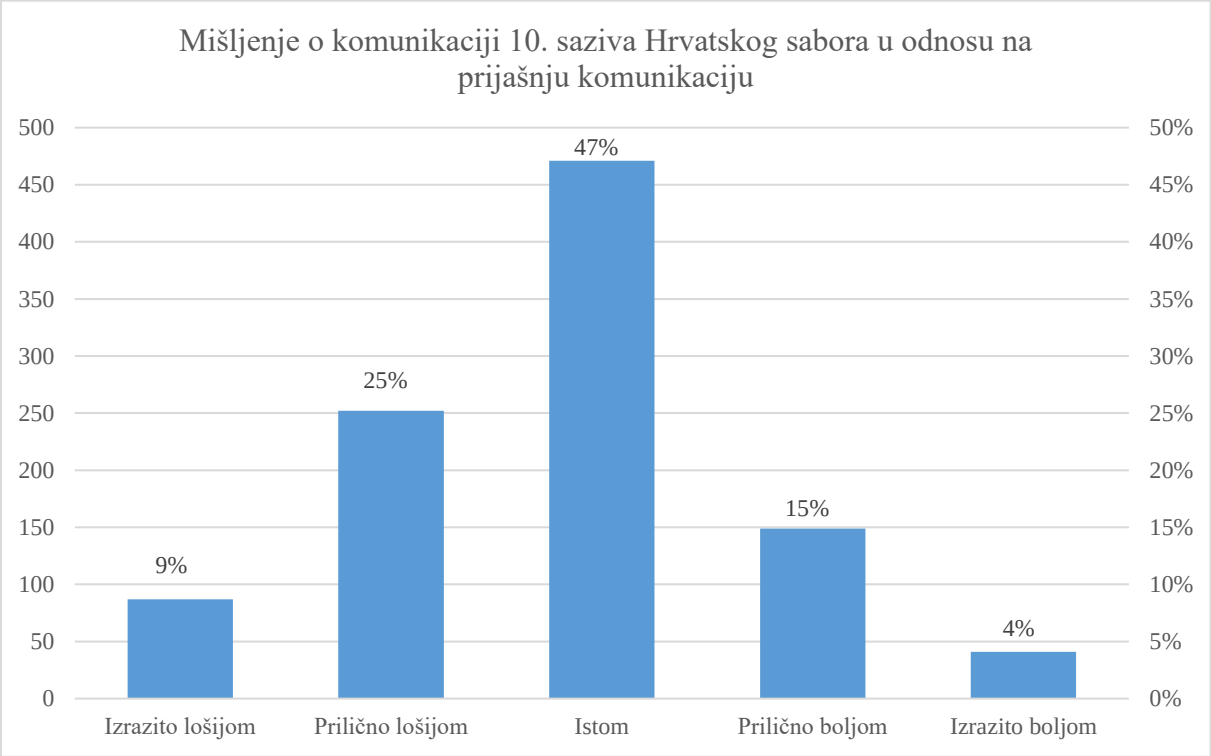


Slika 14. Procjena primjerenosti cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora

Nadalje građani su procijenili komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora. Rezultati su prikazani na Slici 15. Većina građana smatra da je komunikacija ista (47 %), međutim značajan dio njih smatra da je komunikacija lošija u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora (34 %). U teorijskom dijelu ove disertacije detaljnije smo objasnili stegovne mjere, tj. alate koji su na raspolaganju predsjedavajućem kada zastupnici na plenarnoj sjednici Hrvatskog sabora krše Poslovnik Hrvatskog sabora. Prema podacima dostupnima na stranicama Hrvatskog sabora u 6. sazivu Hrvatskog sabora ukupno je izrečeno 87 stegovnih mjera, u 7. sazivu predsjedavajući su izrekli ukupno 61 stegovnu mjeru, u 8. sazivu koji je trajao kraće od godinu dana ukupno 12, u 9. sazivu zastupnicima je izrečeno ukupno 773 stegovne mjere, a u 10. sazivu zastupnicima u Hrvatskom saboru izrečeno je ukupno čak 8.282 stegovne mjere[115]. Uzmemo li u obzir ranije navedene podatke i postotak porasta izrečenih stegovnih mjera u 10. sazivu u odnosu na ranije sazive Hrvatskog sabora,

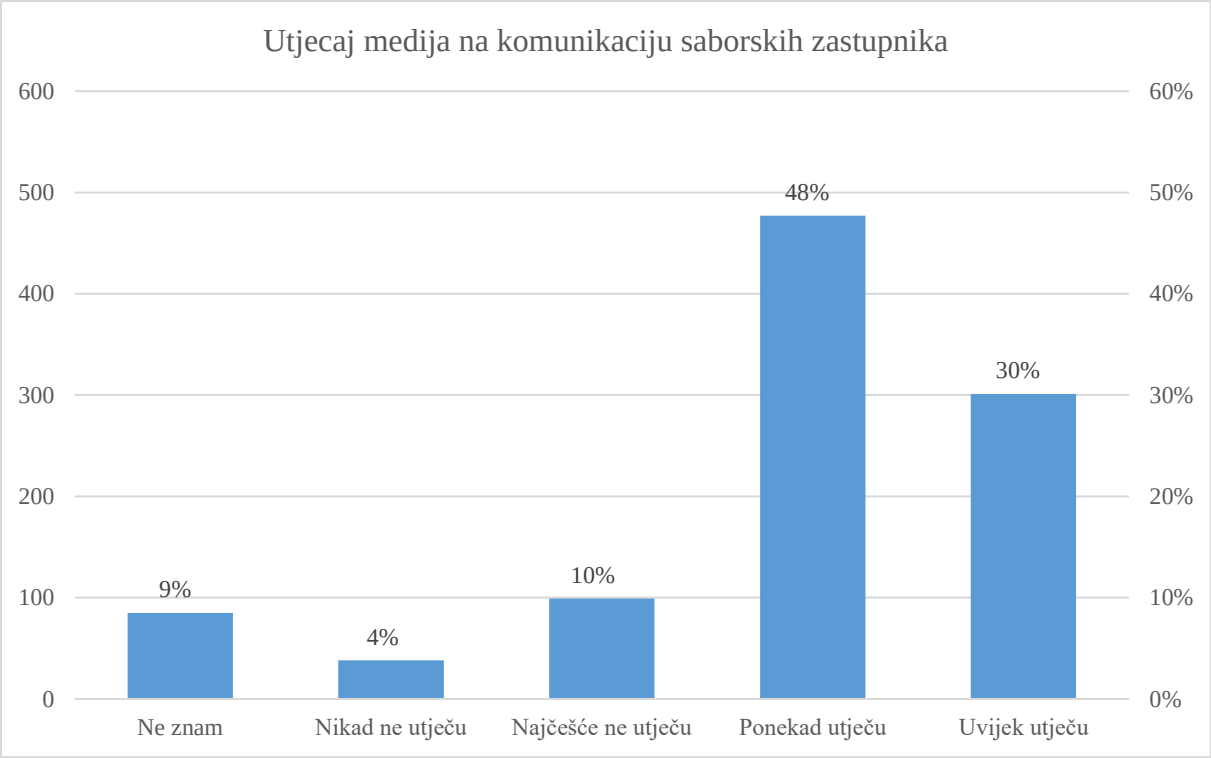
[115] https://edoc.sabor.hr/Statistika/StegovneMjere.aspx, datum pristupa: 11.02.2025

možemo zaključiti kako građani koji komunikaciju 10. saziva smatraju lošijom nisu u krivu te nisu vođeni isključivo vlastitim subjektivnim dojmom.



Slika 15. Procjena primjerenosti cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora

Nadalje valja istaknuti da su mediji važan element političke komunikacije koji, osim što prenosi poruke saborskih zastupnika, svojim izvještavanjem ali i komentarima u javnosti stvara sliku o radu Hrvatskog sabora i saborskih zastupnika. U skladu s time provjerili smo misle li građani da mediji imaju utjecaj na komunikaciju saborskih zastupnika. Rezultati su prikazani na Slici 16. Većina građana (78 %) smatra da mediji imaju utjecaja na komunikaciju saborskih zastupnika.



Slika 16. Procjena utjecaja medija na komunikaciju saborskih zastupnika

Zaključno, građani smatraju neprimjerenom i verbalnu i neverbalnu komunikaciju saborskih zastupnika s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora, s tendencijom pogoršanja u odnosu na prijašnje sazive. Većina građana smatra kako na komunikaciju saborskih zastupnika utječu i mediji.

4.4.1.4. Pridržavanje saborskih zastupnika osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru u javnim nastupima

Kako bi testirali posljednju hipotezu, to jest pridržavanju li se saborski zastupnici osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru provjerili smo sljedeće:

1. Kako građani ocjenjuju osnovna načela komuniciranja, odnosno komunikacijske vještine saborskih zastupnika?
    a. Koliko su zadovoljni jasnoćom komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikaciji upotrebljavaju jasne rečenice, poznate riječi te uvjerljive i dobre argumente…)?

b. Koliko su zadovoljni jezgrovitošću komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (poštuju vrijeme predviđeno za govor, u svojoj komunikaciji naglašavaju i sažimlju osnovnu poantu svojih poruka…)?
c. Koliko su zadovoljni poštivanjem i držanjem sadržaja komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (koliko se zastupnici u svojoj komunikaciji drže teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, raspravama na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji ili komunikaciji s građanima)?
d. Koliko su zadovoljni točnosti u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (zastupnici u komunikaciji iznose samo točne, istinite i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze)?
e. Koliko su zadovoljni oblikovanjem sadržaja u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (poruke koje saborski zastupnici šalju su poslane u pravoj formi, tj. ispravno koriste verbalnu i neverbalnu komunikaciju, primjereno komuniciraju u sabornici, na sjednicama radnih tijela, u medijima te u izravnoj komunikaciji s građanima, pisana komunikacija ali i komunikacija na društvenim mrežama primjerena je dužnosti koju obnašaju…)?

2. Smatraju li građani kako je komunikacija zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora etična (u komunikaciji su se poštovale odredbe Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, pravovremeno se iznosile točne, cjelovite i relevantne informacije, izbjegavalo se bilo kakvo plagiranje, komunikacija saborskih zastupnika kao i njihova konačna namjera je bila transparentna, komunicirao se izvor informacija, u komunikaciji se izbjegavao bilo kakav oblik manipulacije, izbjegavala se neprimjerena, uvredljiva i klevetnička komunikacija te se poštovalo dostojanstvo svake osobe)?

Građani su procijenili pet aspekata komunikacijskih vještina, odnosno načela komunikacije, kod saborskih zastupnika koje su mogli pratiti tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora. Rezultati su pokazali kako većina građana (57 %) nije zadovoljna jasnoćom komunikacije saborskih zastupnika (Slika 17), odnosno kako saborski zastupnici u svojoj komunikaciji uglavnom ne upotrebljavaju jasne rečenice, poznate riječi te uvjerljive i točne informacije te ne iznose dobre argumente.

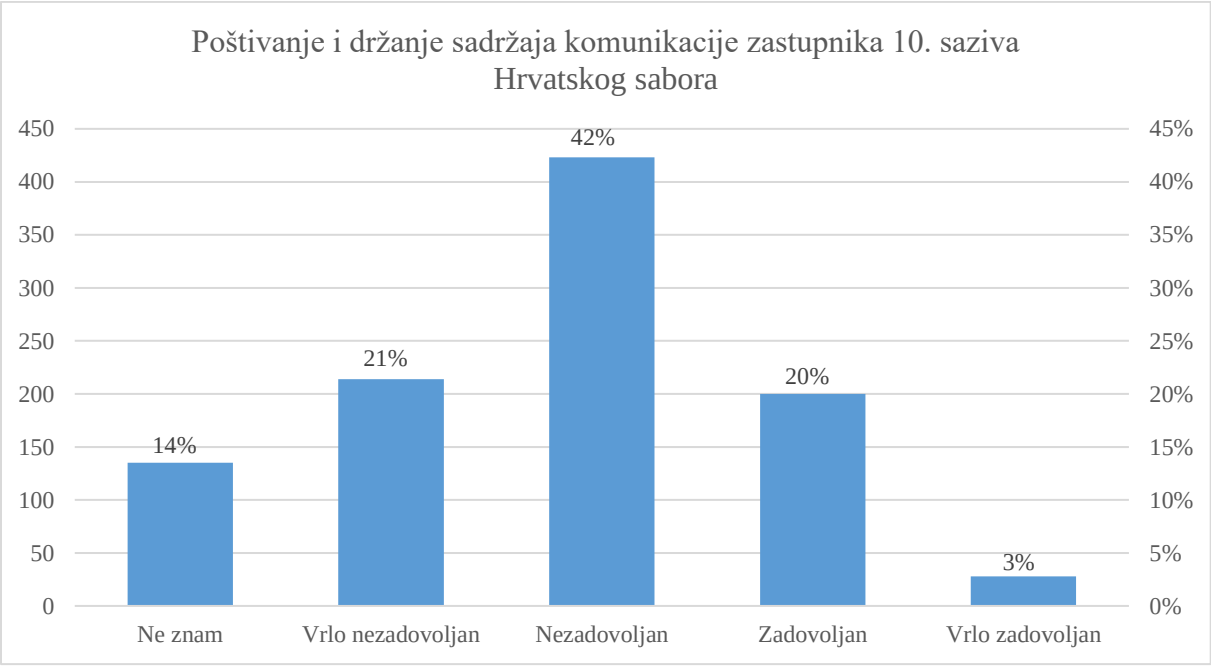
Slika 17. Procjena jasnoće zastupnika 10. saziva Hrvatskog

Po pitanju jezgrovitosti komunikacije rezultati su još lošiji (Slika 18). Građani smatraju (63 %) da saborski zastupnici u svojoj komunikaciji ne naglašavaju i ne sažimlju osnovnu poantu svojih poruka te ne poštuju vrijeme predviđeno za govor.

Slika 18. Procjena jezgrovitosti komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora

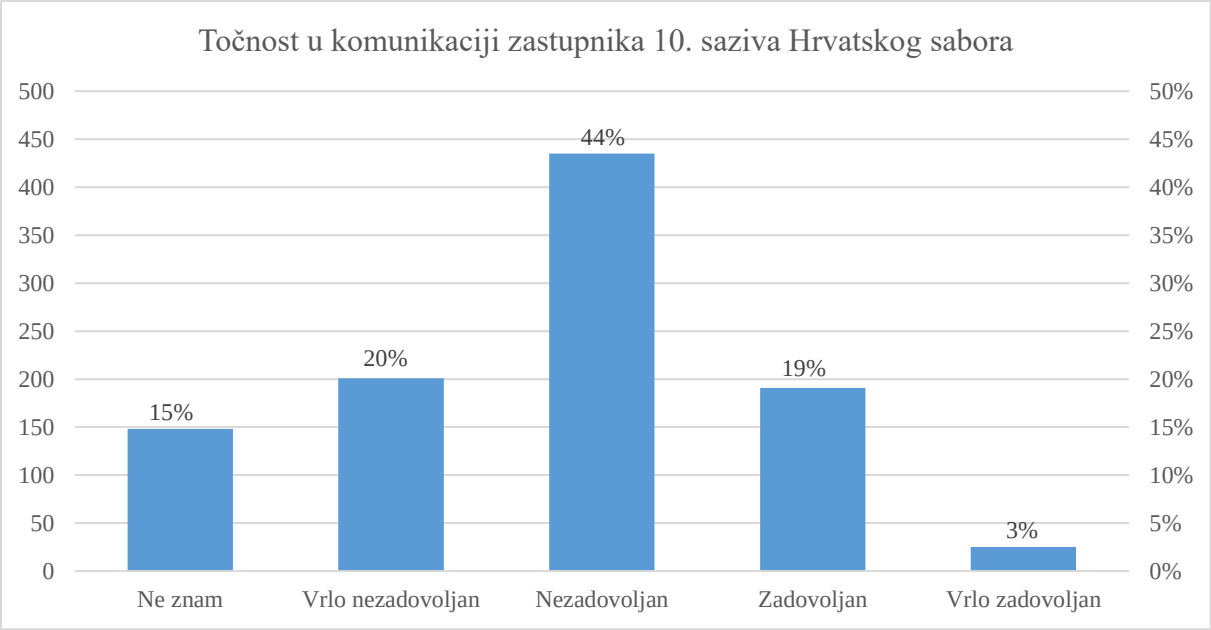
Nadalje, građani su podjednako nezadovoljni (63 %) poštivanjem i držanjem sadržaja komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (Slika 19). Smatraju kako se saborski

zastupnici u svojoj komunikaciji ne drže teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, radu na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji ili komunikaciji s građanima.



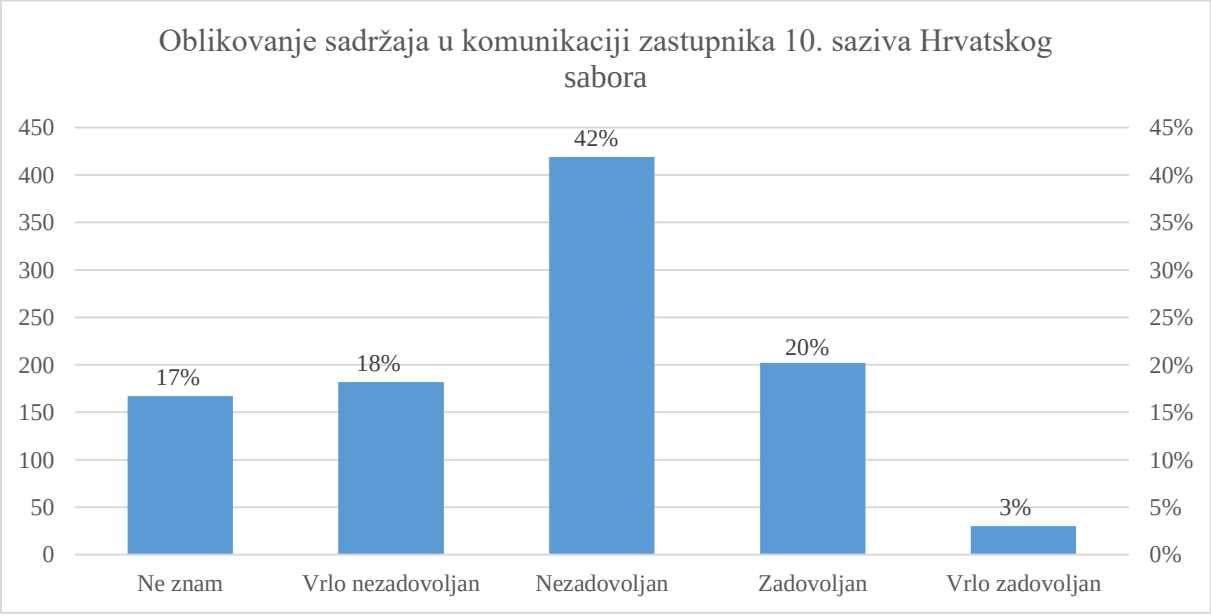
Slika 19. Procjena poštivanja i držanja sadržaja komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora

Slični rezultati dobiveni su i kod procjene točnosti u komunikaciji (Slika 20) gdje građani većinom (64 %) smatraju kako zastupnici u komunikaciji ne iznose samo točne, istinite i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze.



Slika 20. Procjena točnosti u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora

Kod procjene oblikovanja sadržaja u komunikaciji saborskih zastupnika (Slika 21) ispitanici također procjenjuju (60 %) kako poruke saborskih zastupnika nisu poslane u pravoj formi, tj. zastupnici ne koriste ispravno verbalnu i neverbalnu komunikaciju, neprimjereno komuniciraju u sabornici, na sjednicama radnih tijela, u medijima te u izravnoj komunikaciji s građanima, a pisana komunikacija i komunikacija na društvenim mrežama im je neprimjerena s obzirom na dužnost koju obnašaju.



Slika 21. Procjena oblikovanja sadržaja u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora

Nadalje, provjerili smo razlikuje li se procjena komunikacijskih vještina saborskih zastupnika s obzirom na određene karakteristike građana: spol, dob, veličina naselja u kojem žive, članstvo u političkim strankama, redovito praćenje politike i rada Hrvatskog sabora. Ukupno gledajući građani komunikacijske vještine saborskih zastupnika procjenjuju prilično niskima M=1,80 (sd=0,871, raspon odgovora od 1 do 4). Detaljniji rezultati su prikazani u Tablici 4.
Dobivene su statistički značajne razlike s obzirom na spol građana, članstvo u političkoj stranci te na njihovo praćenje politike i rada Sabora. Dobnih razlika (t-test n.s.) te razlika u veličini mjesta gdje žive (F-test n.s.) po pitanju procjene komunikacijskih vještina saborskih zastupnika nije bilo. T-testom je utvrđeno kako muškarci komunikacijske vještine saborskih zastupnika u prosjeku procjenjuju boljima za razliku od žena, te kako članovi političkih stranaka komunikacijske vještine saborskih zastupnika također procjenjuju boljima za razliku od građana koji nisu članovi niti jedne političke stranke.

Analizom varijance (ANOVA; F-test) provjerili smo postoje li razlike između skupina građana koji prate politiku i rad Hrvatskog sabora. ANOVA je potvrdila statistički značajne razlike. U odnosu na praćenje politike i praćenja rada Sabora dobivene su statističke značajne razlike između svih skupina. Post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe koje prate politiku komunikacijske vještine saborskih zastupnika statistički procjenjuju značajno najpozitivnije, a zatim slijede osobe koje donekle prate politiku, dok komunikacijske vještine saborskih zastupnika najlošijima procjenjuju osobe koje ne prate politiku.
Isti je rezultat dobiven i u odnosu na osobe koje prate rad Hrvatskog sabora. Post hoc analiza uz Bonferronijevu korekciju pokazala je kako osobe koje prate rad Sabora komunikacijske vještine saborskih zastupnika procjenjuju statistički značajno najpozitivnije, zatim osobe koje donekle prate rad Hrvatskog sabora, a komunikacijske vještine saborskih zastupnika najlošijima procjenjuju osobe koje ne prate rad Hrvatskog sabora.

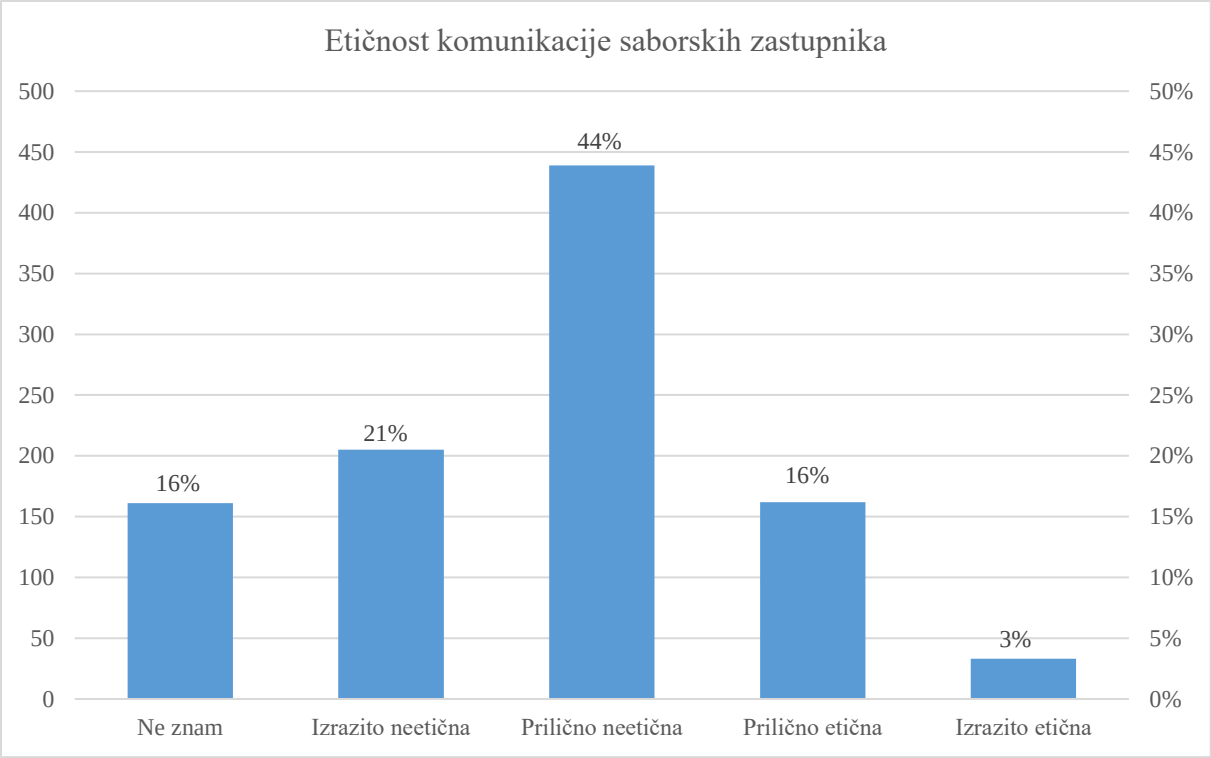
Tablica 4. Razlike u procjeni komunikacijskih vještina saborskih zastupnika s obzirom na karakteristike građana

Ocjena rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora		N	M	sd	t-test / F-test
Spolne razlike	Muško	481	1.96	0.854	5.66***
	žensko	519	1.65	0.862	
Dobne razlike	18-30	170	1.82	0.980	0.90
	31-65	570	1.82	0.849	
	više od 65	260	1.74	0.845	
Veličina naselja	do 1 000 stanovnika	289	1.71	0.059	1.72
	1.001 do 10.000 stanovnika	261	1.80	0.052	
	10.001 do 100.000 stanovnika	212	1.84	0.056	
	više od 100.001 stanovnika	289	1.87	0.051	
Član političke stranke	Da	352	2.05	0.828	6.82***
	Ne	638	1.66	0.866	
Praćenje politike	Pratim	483	2.03	0.760	61.33***
	Donekle pratim	411	1.71	0.857	
	Ne pratim	106	1.08	0.956	
Praćenje rada sabora	Pratim	322	2.12	0.761	68.34***
	Donekle pratim	523	1.79	0.035	
	Ne pratim	155	1.18	0.969	

N-broj sudionika; M-aritmetička sredina; sd-standardna devijacija

* p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001

U konačnici, građani su procijenili i etičnost komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora, odnosno jesu li zastupnici u komunikaciji poštovali odredbe Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, pravovremeno iznosili točne, cjelovite i relevantne informacije, izbjegavali bilo kakvo plagiranje, je li njihova komunikacija kao i konačna namjera bila transparentna, jesu li komunicirali izvor informacija, jesu li u komunikaciji izbjegavali bilo kakav oblik manipulacije te neprimjerene, uvredljive i klevetničke komunikacije te jesu li poštovali dostojanstvo svake osobe. Rezultati su prikazani na Slici 22. Većina građana (63 %) komunikaciju zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora smatra prilično neetičnom.

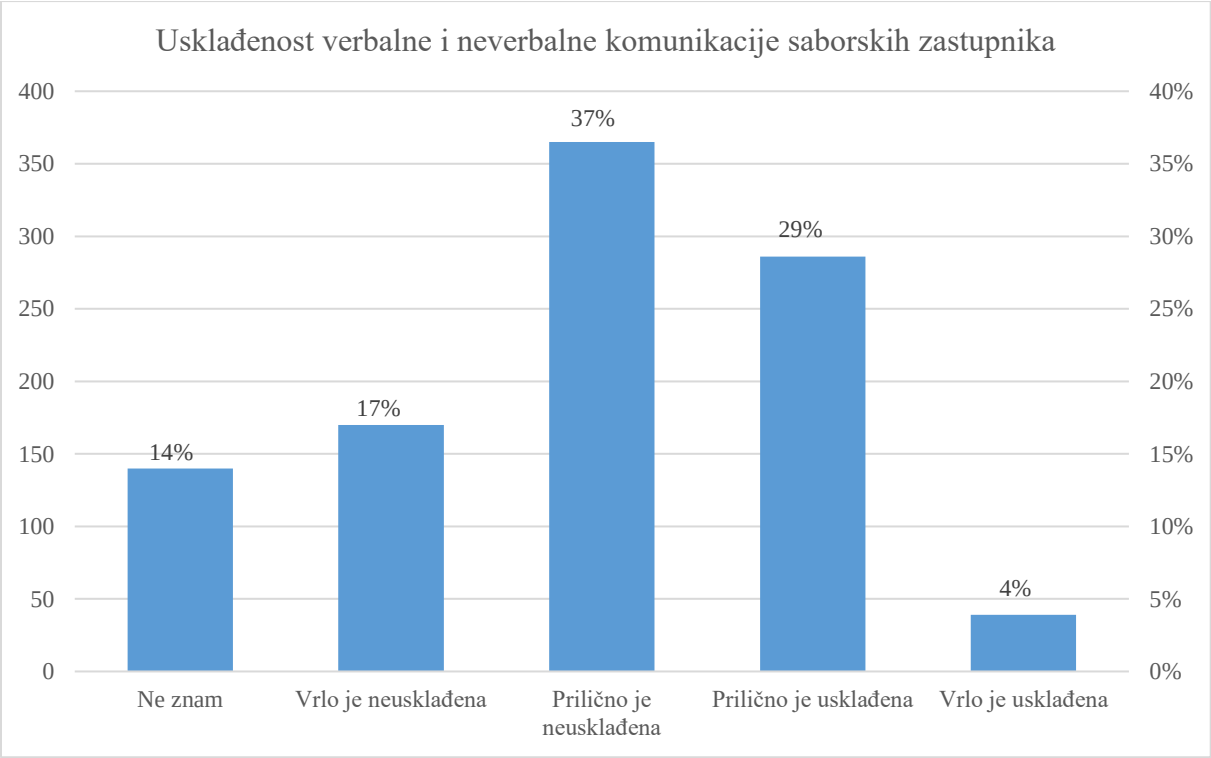


Slika 22. Procjena etičnosti komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora

U skladu s ovom hipotezom dodatno smo provjerili:

1. Smatraju li građani da je verbalna i neverbalna komunikacija saborskih zastupnika usklađena (tj. da je sadržaj onoga što izgovaraju usklađen s onim kako poruke odašilju, tj. da su njihove geste, mimika, ton i drugi oblici neverbalne komunikacije usklađeni s verbalnim sadržajem)?
2. Koji im je zastupnik u 10. sazivu Hrvatskog sabora najdraži te bi ga izdvojili kao pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti? (Ocjenom 1 do 5 ocijenite komunikaciju odabranog zastupnika, pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična).
3. Koji im je saborski zastupnik najlošiji te bi ga izdvojili kao negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti? (Ocjenom 1 do 5 ocijenite komunikaciju odabranog zastupnika, pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična).
4. Smatraju li građani kako je potrebna dodatna edukacija iz područja komunikacija za sve zastupnike u Hrvatskom saboru (tj. da bi time rasprave bile kvalitetnije i primjerenije Hrvatskom saboru kao instituciji i javnom diskursu, a samim time da bi percepcija, imidž i ugled Hrvatskog sabora bio bolji)?
5. Preporuke građana za komunikaciju budućih saborskih zastupnika.

Građani su procjenjivali usklađenost verbalne i neverbalne komunikacije saborskih zastupnika, odnosno je li sadržaj njihove poruke usklađen s govorom tijelom kojim žele prenijeti tu poruku javnosti. Rezultati su pokazali (Slika 23), kako većina građana (54 %) smatra da verbalna komunikacija saborskih zastupnika nije usklađena s neverbalnom komunikacijom.



Slika 23. Procjena usklađenosti verbalne i neverbalne komunikacije

Kako bi dobili bolji uvid u mišljenje javnosti, zamolili smo građane da izdvoje koji im je zastupnik u 10. sazivu Hrvatskog sabora najdraži, odnosno koga bi izdvojili kao pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti te isto tako da izdvoje koji im je zastupnik u 10. sazivu Hrvatskog sabora najlošiji odnosno koga bi izdvojili kao negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti. Nakon odabira pozitivnog i negativnog saborskog zastupnika zamolili smo građane da ocijene njihovu komunikaciju (s ocjenama od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična). Rezultati su prikazani u Tablici 5 i 6. Najveći broj građana za pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti izabrao je Gordana Jandrokovića s prosječnom ocjenom njegove komunikacije od M=4,6, slijedi Željko Reiner s visokom ocjenom komunikacije od M=4,8, a zatim Davor Ivo Stier s prosječnom ocjenom od M=4,5.

Tablica 5. Pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti prema mišljenju građana

Ime i prezime	rang	prosječna ocjena	broj građana koji su ga odabrali	postotak od ukupnog broja građana
Jandroković, Gordan	1	4.6	105	10.5%
Reiner, Željko	2	4.8	82	8.2%
Stier, Davor Ivo	3	4.5	44	4.4%
Vidović Krišto, Karolina	4	4.7	24	2.4%
Ačkar, Krešimir	4	4.5	24	2.4%
Selak Raspudić, Marija	5	4.8	22	2.2%
Mažar, Nikola	6	4.7	20	2.0%
Bulj, Miro	7	4.4	19	1.9%
Grmoja, Nikola	8	4.4	18	1.8%
Bartulica, Stephen Nikola	8	4.6	18	1.8%
Benčić, Sandra	9	4.1	16	1.6%
Miletić, Marin	10	4.3	15	1.5%
Blažević, Anamarija	11	4.5	14	1.4%
Penava, Ivan	11	4.0	14	1.4%
Raspudić, Nino	12	4.0	13	1.3%
Kapulica, Mario	13	5.0	12	1.2%
Hasanbegović, Zlatko	13	4.2	12	1.2%
Petir, Marijana	14	4.7	11	1.1%
Bauk, Arsen	14	4.5	11	1.1%
Jenkač, Siniša	14	4.5	11	1.1%
Ćelić, Ivan	15	4.8	10	1.0%
Bačić, Ante	16	4.1	9	0.9%
Prkačin, Ante	17	4.4	8	0.8%
Kujundžić, Ante	18	4.9	7	0.7%
Ćosić, Pero	18	4.7	7	0.7%
Zekanović, Hrvoje	18	4.7	7	0.7%
Hrebak, Dario	18	4.7	7	0.7%
Katičić, Krunoslav	18	4.7	7	0.7%
Franković, Mato	19	4.5	6	0.6%
Ahmetović, Mirela	19	3.8	6	0.6%
Deur, Ante	19	4.5	6	0.6%
Kekin, Ivana	19	4.7	6	0.6%

Zurovec, Dario	19	4.5	6	0.6%
Petrov, Božo	20	4.4	5	0.5%
Mlinarić, Stipo	20	5.0	5	0.5%
Mrak-Taritaš, Anka	20	4.6	5	0.5%
Sanader, Ante	20	4.8	5	0.5%
Burić, Majda	20	4.8	5	0.5%
Orešković, Dalija	20	4.8	5	0.5%
Baradić, Nikolina	20	4.2	5	0.5%
Grba-Bujević, Maja	20	4.6	5	0.5%
Glavašević, Bojan	20	4.6	5	0.5%
Perić, Grozdana	21	5.0	4	0.4%
Borić, Josip	21	4.5	4	0.4%
Klarić, Tomislav	21	5.0	4	0.4%
Krstulović Opara, Andro	21	4.8	4	0.4%
Bernardić, Davor	21	3.5	4	0.4%
Juričev-Martinčev, Branka	21	5.0	4	0.4%
Baričević, Danica	21	3.8	4	0.4%
Đakić, Josip	21	5.0	4	0.4%
Maksimčuk, Ljubica	21	4.5	4	0.4%
Murganić, Nada	21	4.3	4	0.4%
Peović, Katarina	21	4.0	4	0.4%
Kajtazi, Veljko	22	2.0	3	0.3%
Totgergeli, Miro	22	5.0	3	0.3%
Grčić, Branko	22	4.0	3	0.3%
Opačak Bilić, Marina	22	4.0	3	0.3%
Balić, Marijana	22	5.0	3	0.3%
Jakšić, Mišel	22	4.7	3	0.3%
Kliman, Anton	22	4.3	3	0.3%
Radić, Ivan	22	5.0	3	0.3%
Grbin, Peđa	22	4.3	3	0.3%
Bušić, Zdravka	22	4.3	3	0.3%
Lalovac, Boris	22	4.0	3	0.3%
Škoro, Miroslav	22	4.0	3	0.3%
Glasovac, Sabina	22	4.3	3	0.3%

Pupovac, Milorad	22	4.0	3	0.3%
Bošnjaković, Dražen	22	4.7	3	0.3%
Radin, Furio	22	4.3	3	0.3%
Troskot, Zvonimir	23	4.0	2	0.2%
Bajs, Damir	23	2.5	2	0.2%
Cappelli, Gari	23	3.5	2	0.2%
Gregurović, Zoran	23	4.5	2	0.2%
Tramišak, Nataša	23	4.5	2	0.2%
Marić, Andreja	23	5.0	2	0.2%
Šimičević, Rade	23	3.5	2	0.2%
Budalić, Ivan	23	3.5	2	0.2%
Okroša, Tomislav	24	5.0	1	0.1%
Barbarić, Nevenko	24	1.0	1	0.1%
Posavec Krivec, Ivana	24	5.0	1	0.1%
Daus, Emil	24	5.0	1	0.1%
Bakić, Damir	24	4.0	1	0.1%
Sačić, Željko	24	5.0	1	0.1%
Beljak, Krešo	24	5.0	1	0.1%
Radić, Mario	24	5.0	1	0.1%
Barišić, Dražen	24	3.0	1	0.1%
Vlašić Iljkić, Martina	24	3.0	1	0.1%
Ban Vlahek, Boška	24	1.0	1	0.1%
Klasić, Darko	24	5.0	1	0.1%
Bilek, Vladimir	24	5.0	1	0.1%
Lukačić, Ljubica	24	5.0	1	0.1%
Dretar, Davor	24	4.0	1	0.1%
Vidović, Davorko	24	5.0	1	0.1%
Begonja, Josip	24	3.0	1	0.1%
Jembrih, Ljubica	24	5.0	1	0.1%
Ivanović, Goran	24	3.0	1	0.1%
Šarić, Josip	24	5.0	1	0.1%
Hrelja, Silvano	24	4.0	1	0.1%
Komes, Magdalena	24	4.0	1	0.1%
Vučemilović, Vesna	24	4.0	1	0.1%
Ostojić, Rajko	24	4.0	1	0.1%

Radolović, Sanja	24	5.0	1	0.1%
Raukar-Gamulin, Urša	24	4.0	1	0.1%
Karlić, Mladen	24	3.0	1	0.1%
Puljak, Marijana	24	4.0	1	0.1%
Hajdaš Dončić, Siniša	24	4.0	1	0.1%
Brkan, Jure	24	5.0	1	0.1%
Grgić, Vinko	24	3.0	1	0.1%
Jankovics, Robert	24	4.0	1	0.1%
Nitko	-	1.7	83	8.3%
Ne znam	-	2.2	75	7.5%
Neodlučna/neodlučan	-	2.8	60	6.0%

Najveći broj građana za negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti izabrao je Sandru Benčić s prosječnom ocjenom njezine komunikacije od M=1,4. Idući je bio Hrvoje Zekanović s ocjenom komunikacije od M=1,2, a zatim Peđa Grbin s prosječnom ocjenom od M=1,4 (Tablica 6).

Tablica 6. Negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti prema mišljenju građana

Ime i prezime	rang	prosječna ocjena	broj građana koji su ga odabrali	postotak od ukupnog broja građana
Benčić, Sandra	1	1.4	126	12.6%
Zekanović, Hrvoje	2	1.2	76	7.6%
Grbin, Peđa	3	1.4	64	6.4%
Beljak, Krešo	4	1.2	57	5.7%
Bulj, Miro	5	1.4	51	5.1%
Orešković, Dalija	6	1.3	49	4.9%
Pupovac, Milorad	7	1.4	45	4.5%
Ahmetović, Mirela	8	1.5	35	3.5%
Kekin, Ivana	9	1.3	32	3.2%
Grmoja, Nikola	10	1.2	29	2.9%
Peović, Katarina	11	1.5	22	2.2%
Đakić, Josip	12	1.3	17	1.7%
Bauk, Arsen	12	1.6	17	1.7%
Jandroković, Gordan	13	1.4	14	1.4%
Vidović Krišto, Karolina	14	1.4	10	1.0%

Bajs, Damir	14	2.3	10	1.0%
Mrak-Taritaš, Anka	15	1.3	9	0.9%
Hasanbegović, Zlatko	15	1.7	9	0.9%
Penava, Ivan	16	1.5	8	0.8%
Raspudić, Nino	16	1.5	8	0.8%
Bartulica, Stephen Nikola	17	1.3	6	0.6%
Bernardić, Davor	17	1.3	6	0.6%
Miletić, Marin	17	1.3	6	0.6%
Selak Raspudić, Marija	18	1.4	5	0.5%
Jeckov, Dragana	18	1.0	5	0.5%
Hajdaš Dončić, Siniša	19	1.0	4	0.4%
Glavašević, Bojan	19	1.3	4	0.4%
Murganić, Nada	19	1.3	4	0.4%
Prkačin, Ante	19	2.3	4	0.4%
Reiner, Željko	20	2.0	3	0.3%
Gregurović, Zoran	20	2.0	3	0.3%
Bakić, Damir	20	2.7	3	0.3%
Puljak, Marijana	20	1.0	3	0.3%
Kajtazi, Veljko	20	2.3	3	0.3%
Bačić, Ante	20	2.7	3	0.3%
Ostojić, Rajko	21	1.5	2	0.2%
Sanader, Ante	21	1.5	2	0.2%
Baradić, Nikolina	21	1.5	2	0.2%
Balić, Marijana	21	4.5	2	0.2%
Škoro, Miroslav	21	1.0	2	0.2%
Dretar, Davor	21	1.5	2	0.2%
Begonja, Josip	21	2.5	2	0.2%
Glasovac, Sabina	21	1.0	2	0.2%
Raukar-Gamulin, Urša	21	1.5	2	0.2%
Baričević, Danica	21	1.0	2	0.2%
Ćosić, Pero	21	1.0	2	0.2%
Barišić, Dražen	21	1.5	2	0.2%
Štromar, Predrag	21	1.5	2	0.2%
Ban Vlahek, Boška	21	1.5	2	0.2%
Antolić Vupora, Barbara	21	1.0	2	0.2%

Šimičević, Rade	22	1.0	1	0.1%
Fabijanić, Erik	22	2.0	1	0.1%
Hrebak, Dario	22	1.0	1	0.1%
Krstulović Opara, Andro	22	1.0	1	0.1%
Mlinarić, Stipo	22	2.0	1	0.1%
Ačkar, Krešimir	22	3.0	1	0.1%
Sobota, Darko	22	1.0	1	0.1%
Vukovac, Ružica	22	2.0	1	0.1%
Kovač, Stjepan	22	1.0	1	0.1%
Grčić, Branko	22	1.0	1	0.1%
Borić, Josip	22	2.0	1	0.1%
Bedeković, Vesna	22	2.0	1	0.1%
Kapulica, Mario	22	1.0	1	0.1%
Budalić, Ivan	22	2.0	1	0.1%
Brkan, Jure	22	1.0	1	0.1%
Grgić, Vinko	22	1.0	1	0.1%
Barbarić, Nevenko	22	4.0	1	0.1%
Deur, Ante	22	2.0	1	0.1%
Vidović, Davorko	22	3.0	1	0.1%
Radin, Furio	22	1.0	1	0.1%
Mažar, Nikola	22	1.0	1	0.1%
Kujundžić, Ante	22	3.0	1	0.1%
Martinčević, Natalija	22	1.0	1	0.1%
Ne znam	-	2.0	93	9.3%
Neodlučna/neodlučan	-	1.9	61	6.1%
Nitko	-	2.0	43	4.3%

Zamolili smo građane da procjene je li potrebna dodatna edukacija iz područja komunikacija za sve zastupnike u Hrvatskom saboru s ciljem da rasprave budu kvalitetnije i primjerenije Hrvatskom saboru kao instituciji i javnom diskursu kako bi percepcija, imidž i ugled Hrvatskog sabora bio bolji. Rezultati su prikazani na slici 24, a pokazuju kako velika većina građana (88 %) smatra takvu edukaciju potrebnom.

Slika 24. Procjena građana o potrebi dodatne edukacija iz područja komunikacija za sve zastupnike u Hrvatskom saboru

Za kraj su sami građani dali preporuke za komunikaciju budućih saborskih zastupnika. Rezultati su prikazani u Tablici 7. Građani su na prvom mjestu izdvojili kako bi budući saborski zastupnici trebali „poboljšati svoje vještine komunikacije“, zatim da se „u komunikaciji trebaju držati komunikacijskih načela“ te „poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost“.

Tablica 7. Preporuke za komunikaciju budućih saborskih zastupnika

Preporuke	**f**	**%**
Poboljšati svoje vještine komunikacije	506	50.6%
U komunikaciji se trebaju držati komunikacijskih načela	438	43.8%
Poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost	398	39.8%
U komunikaciji ponuditi nesporne i uvjerljive argumente i preporuke	375	37.5%
Biti bolje pripremljen za raspravu	363	36.3%
Raspravljati o aktualnim problemima u zemlji i nuditi najbolja rješenja	323	32.3%
Ne podcjenjivati javnost, kolege i publiku	297	29.7%
Biti aktivniji na plenarnim raspravama	270	27.0%
Ne iznositi netočne i neprovjerene informacije i brojke	181	18.1%
Ne manipulirati javnost	172	17.2%
Biti redovno u neposrednom kontaktu s građanima	154	15.4%

U Hrvatskom saboru koristiti se hrvatskim standardnim jezikom te izbjegavati uporabu narječja, žargona ili tuđica	127	12.7%
Ne vrijeđati druge zastupnike i druge osobe, ne poticati na nasilje, netoleranciju i diskriminaciju	124	12.4%
Veću pozornost posvetiti slušanju te ne ometati ili sprječavati izražavanje volje drugih zastupnika	114	11.4%
Bolje koristiti društvene medijske i tehnološke alate	95	9.5%

Bez obzira koju definiciju politike odabrali jasno nam je, kako danas kao i stoljećima ranije, da politike i uspješnih političara ne može biti bez političke komunikacije. Koliko je zastupnicima u Hrvatskom saboru kao predstavnicima samog političkog vrha u Republici Hrvatskoj važno poznavati komunikacijska načela i posjedovati komunikacijske vještine najbolje govori činjenica kako oni povjerenje građana dobivaju na izborima, a u Hrvatskom saboru kao najvažnijoj i najvećoj političkoj pozornici kontinuirano svojom komunikacijom predstavljaju i zastupaju građane te im daljnji uspjeh ovisi o uspješnoj komunikaciji i potpori građana. Danas, za razliku od samo nekoliko desetljeća ranije, komunikacija pa i politička komunikacija, zahvaljujući internetu odvija se 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu i sve izgovoreno ili napisano građanima je dostupno, a zastupnici kao javne osobe pod posebnom su pozornošću javnosti.

Ovo istraživanje pokazalo je kako su građani svjesni činjenice da rad zastupnika u Hrvatskom saboru utječe na život svakog građanina, ali građani nisu zadovoljni kako se zastupnici drže komunikacijskih načela i smatraju kako zastupnici nemaju razvijene potrebne komunikacijske vještine. Još veći problem je što je veliki dio građana smatra kako zastupnici nemaju kredibilitet kada govorimo o njihovom ugledu u društvu, stručnosti, poštenju, iskrenosti i karizmi te komunikaciju unutar Hrvatskog sabora smatraju poprilično neetičnom, a rasprave u kojima se mogao čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje smatraju vrlo neprimjerenima s obzirom na javni diskurs i instituciju u kojoj su izgovorene. Sukladno tome, jasno nam je zašto većina ispitanih građana komunikaciju saborskih zastupnika ocjenjuje neprimjerenom (7,8 % vrlo neprimjerenom i 42,8 % prilično neprimjerenom), a ukupan rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenjuje u najvećoj mjeri ocjenom 3 (40 %) pri čemu je ocjena 1 izrazito loš, a ocjena 5 izvrstan. Ukupan rad Hrvatskog sabora 24 % ispitanih građana ocijenilo je ocjenom 2, ocjenu jedan dalo je 13 % ispitanih, dok je samo 16 posto građana 10. sazivu Hrvatskog sabora dalo ocjenu 4 te je 7 % ispitanih ukupan rad Hrvatskog sabora ocijenilo ocjenom 5. U teorijskom dijelu disertacije pisali smo i analizirali ocjene rada

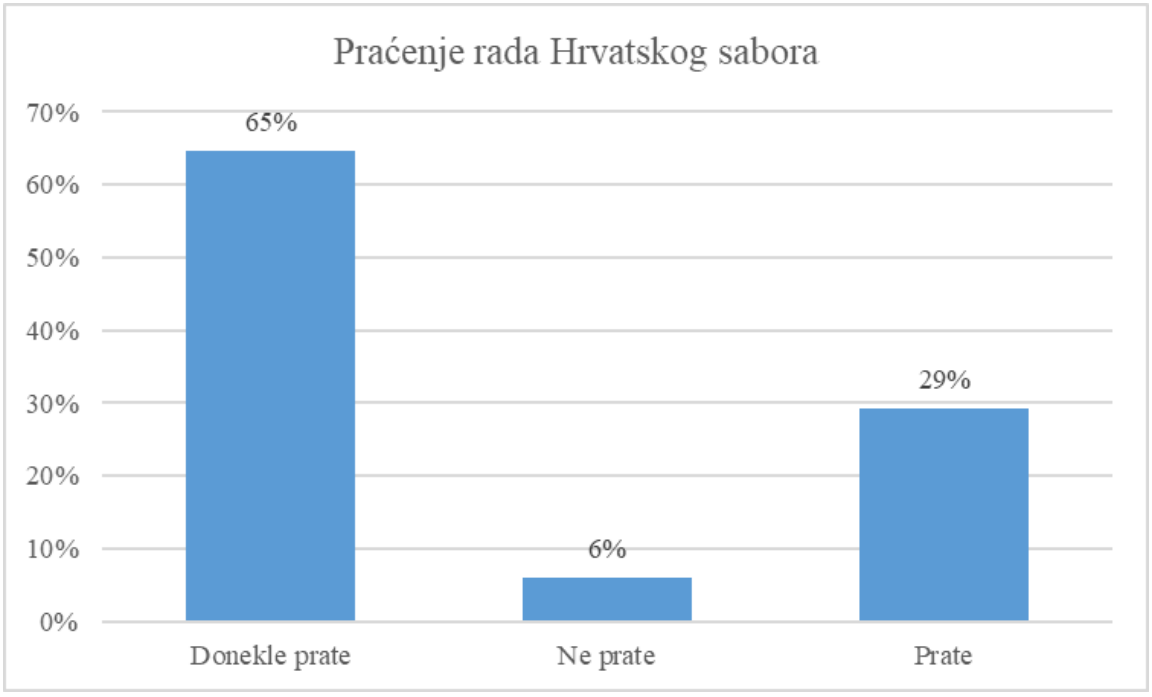
Hrvatskog sabora iz ranijih istraživanja koje kontinuirano provode agencije za istraživanje javnog mnijenja, a koje su slične dobivenim ocjenama u ovom anketnom upitniku.
U prilog važnosti komunikacije najbolje govori i činjenica kako su ispitani građani kao glavne preporuku budućim zastupnicima izdvojili: „Poboljšati svoje komunikacijske vještine“, „U komunikaciji se trebaju držati komunikacijskih načela“ i „Poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost.“

4.4.2. Mišljenje saborskih zastupnika o vlastitoj komunikaciji i komunikacija kolega te o vlastitom radu i radu kolega u saboru

Drugi dio istraživanja odnosio se na ispitivanje kako sami saborski zastupnici percipiraju vlastitu komunikaciju i komunikaciju kolega u Hrvatskom saboru. U tu svrhu provedeni su intervjui sa saborskim zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora.

4.4.2.1. Na koji se način građani i javnost informira o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika te koji oblik komunikacije saborski zastupnici smatraju najvažnijim za informiranje građana o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskog sabora?

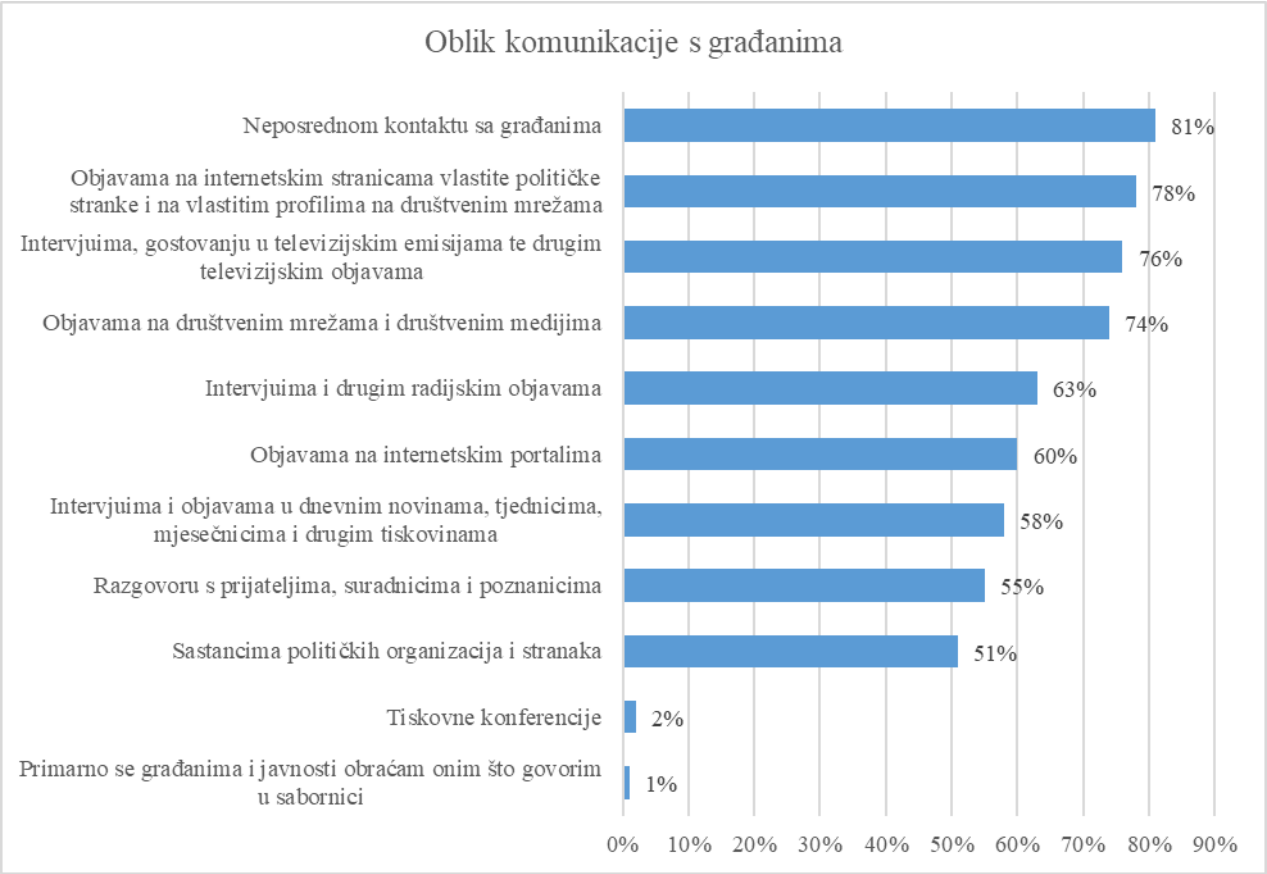
U intervjuu smo saborske zastupnike pitali za mišljenje o tome prate li građani rad Hrvatskog sabora. Većina intervjuiranih zastupnika misli da građani donekle prate rad Hrvatskog sabora (64 %), dok ih je 30 % odgovorilo kako prate, a samo 6 % ispitanih zastupnika misli kako građani ne prate rad Hrvatskog sabora (Slika 25). Zastupnik 26 tijekom intervjua pojašnjava: „Mislim u nekim okvirima, da su ljudi dosta zainteresirani za rad Hrvatskog sabora, ali naravno bitne su teme i događanja.“



Slika 25. Percepcija saborskih zastupnika o praćenju javnosti rada Hrvatskog sabora

U skladu s prvim istraživačkim pitanjem, mišljenje građana provjerili smo anketom, a odgovore saborskih zastupnika kategorizirali smo prema njihovoj procjeni važnosti određenog oblika komunikacije, pri čemu najviše njih smatra da ja najvažniji neposredni kontakt s građanima (81%), potom objave na internetskim stranicama vlastite političke stranke i na vlastitim profilima na društvenim mrežama (78 %) te intervjui, gostovanja u televizijskim emisijama i drugim televizijskim objavama (76 %). Detalji su prikazani na Slici 26.

Vidljivo nam je kako svi zastupnici koriste više oblika komunikacije s građanima, a mogli bismo zaključiti kako zastupnici koriste koncept integralne komunikacije. Tomić upravo ovaj koncept ističe kao najbolji u političkoj komunikaciji podsjećajući da „previše komunikacijskih kanala vodi iskrivljavanju poruke, premalo komunikacijskih kanala vodi blokiranju poruke, a ako nema dovoljno kanala - teći će i premalo informacija“ (Tomić, 2012, 181). Lesinger također pojašnjava kako je medijsko okruženje danas policintričnije te napominje da „hibridni medijski sustav stalno zahtjeva prosudbe sudionika o tome koji je medij ili kombinacija medija najprikladniji za oblikovanje političkoga događaja ili procesa“ (Lesinger, 2018, 296).



Slika 26. Najvažniji oblici komunikacije s građanstvom prema mišljenju saborskih zastupnika

U teorijskom dijelu posebnu pozornost posvetili smo medijima kao važnom sudioniku političke komunikacije. S obzirom da su ispitani građani u anketnom upitniku naveli da misle kako mediji utječu na komunikaciju saborskih zastupnika, ali je i većina ispitanih zastupnika istaknula važnost komunikacije s građanima putem medija (bilo objavama na internetskim portalima, putem televizije, radija ili intervjua u tiskovinama) pitali smo zastupnike o utjecaju medija na njihovu komunikaciju (Prilog 3). Većina ispitanih izjasnila se kako mediji imaju značajan utjecaj (19 % uvijek i 47 % ponekad), dok je manji broj ispitanika taj utjecaj smatrao neznačajnim (11 % rijetko i 30 % nikad nema utjecaj). Pri tome su neki taj utjecaj smatrali pozitivnim (19 %), neki negativnim (23 %), a često istovremeno i jedno i drugo. Zanimljivo je kako su gotovo svi zastupnici tijekom odgovora na ovo pitanje ili druga pitanja isticali značajnu ulogu medija u kreiranju slike o radu Hrvatskog sabora. Također, većina njih je isticala kako mediji često nisu objektivni te posebnu pozornost posvećuju senzacionalizmu, a zanemaruju meritum stvari. Većina zastupnika koji su odgovorili kako mediji ne utječu na njihovu osobnu komunikaciju utjecaj medija na komunikaciju drugih zastupnika u Hrvatskom saboru obrazložili su negativno. Tako je zastupnik 73 izjavio: „Možda to mogu bolje objasniti iz

primjera nekih drugih koji se povode za tim što mediji žele čuti, a vlasnici medija i novinari također imaju neku svoju ideologiju, interes ili izvore financiranja i sukladno tome pokušavaju kreirati javno mnijenje, a ne prikazujući istinu. Zastupnici i političari općenito da bi bili prisutni u javnosti, a najlakši oblik biti prisutan u javnosti jest da imaš pristup medijima, nastoje svoje stavove ili poruke koje šalju prilagoditi očekivanjima. Ja to nikad ne radim.“ Zastupnik 86 kazao je kako mediji ponekad utječu na njegovu komunikaciju, a utjecaj medija na komunikaciju zastupnika objasnio je primjerom: „Vidi se kada radimo na odborima i nema kamera, puno je bolja komunikacija, puno točnija i puno preciznija, puno iskrenija. Kada su kamere uključene, a to je prvenstveno na plenarnim sjednicama, onda se ipak traži efekt kako možda doprijeti do naslovnica nekog portala. Tu se gubi na kvaliteti.“

Zastupnici koji smatraju da je utjecaj medija na njihovu komunikaciju bio pozitivan uglavnom su na medije gledali kao na korektivni faktor njihove komunikacije. Tako zastupnik 24 ističe: „Kad imate javni nastup onda vodite računa i na koji način će to biti, od strane medija, prezentirano. Zato je važan način komunikacije s kojim nešto prezentirate. Utjecaj medija, na neki je način i korektivni faktor komunikacije saborskih zastupnika.“ Zastupnik 81 utjecaj medija na osobnu komunikaciju ocjenjuje pozitivnim pa pojašnjava: „Pozitivna kritika ili ukazivanje, možda čak ne i direktno, nego preko prenošenja onoga što sam govorila. Dakle, ako sam preko medija dobila informaciju da nisam dovoljno jasna, da nisam dovoljno precizna, da nisam dovoljno konkretna, to sam uzela kao jednu uputu, možemo reći kritiku, ali sasvim sigurno za mene pozitivnu kritiku i nastojala sam to poboljšati.“ Dio zastupnika - i vladajućih i oporbe - koji utjecaj medija na vlastitu komunikaciju ocjenjuju pozitivno u medijima vide partnere. Dok vladajući smatraju kako im mediji skreću pozornost na teme bitne javnosti i građanima, oporbeni zastupnici u medijima vide partnere preko kojih komuniciraju teme koje smatraju društveno važnima. Tako zastupnik 1 navodi: „Pratite medije i prateći društvenu sliku i bitnost neke teme, a novinari naravno potenciraju ono što je gledateljima najzanimljivije, vidite da je nešto uistinu bitno i važno, tada se više i posvetite tome i kvalitetnije radite na tom području“, dok zastupnik 29 tvrdi: „Neke teme koje su mediji otkrili su utjecale na moju aktivnost u Saboru i na apostrofiranje tih tema, a ponekad isto tako bih tražila načine kako da ona tema koju želim apostrofirati, naglasiti ili staviti u javni prostor bude prezentirana što atraktivnije, ali ne skandalozno, da bi ona uopće došla putem medija do onih kojima se obraćam.“

Utjecaj medija na vlastitu komunikaciju negativnim je ocijenilo 23 % ispitanih zastupnika. Tako je zastupnik 78 istaknuo: „Mediji nametnu teme, a obično su druge teme važne. Teme koje vam nameću nisu važne niti za novinare, nego za one tajkune koji stoje iza novinara, a čak

ni za tajkune koji stoje iza novinara, nego za oglašivače.“ Zastupnik 35 ocjenjuje: „Mislim da su čak utjecali negativno, mediji ne traže meritum nego traže senzaciju. Zastupnici koji govore o meritumu su označeni dosadnima, a oni koji imaju senzaciju, oni dobivaju medijski prostor.“ Zastupnik 75 tvrdi: „Mediji su se uvijek bavili senzacionalizmom, a ne sadržajem. Poruka koju sam željela ozbiljno uputiti nikad nije došla do medija i mislim da je to ozbiljan problem. Bile bi minice, sukobi, neke druge stvari ali Zakon o logopedima ne bi bio u medijima.“ Zastupnik 23 pak negativan utjecaj objašnjava riječima: „Mediji su često pristrani, stvaraju neke histerije i novinari često danas nisu odgovorni za izgovorenu odnosno napisanu riječ. Trudim se jako poštovati novinare, ali mnogi danas koji kažu da su novinari uopće nemaju veze s novinarstvom.“ Dio zastupnika koji su utjecaj medija na vlastitu komunikaciju ocijenili negativno iznijeli su konkretne primjere u kojima mediji nisu objektivno prenijeli izrečeno ili je nešto - što su zastupnici tijekom gostovanja u emisiji rekli sarkastično - naknadno na portalu medija, izdvojeno je kao glavni naslov te je samim tim preneseno potpuno iskrivljeno značenje i poruka koju su zastupnici tijekom gostovanja u emisiji nastojali poslati javnosti.

Da mediji na njihovu osobnu komunikaciju istodobno utječu i pozitivno i negativno smatra 24 % ispitanih. Zastupnik 84 pojašnjava: „Pozitivan jer vas tjera da sažimate misao i učinite ju jasnijom, a negativan je zato što vas tjera da misao učinite primamljivijom na način da bude prodornija, što nije nužno vezano uz sadržaj same rasprave, nego uz sve druge političke dodatke“, dok zastupnik 14 ističe: „Utjecaj je bio i pozitivan i negativan. Pozitivan u smislu potvrde, kad su mediji prenosili sadržaj koji je bio zapakiran u nekakve jednostavne jezične cjeline. To je bila potvrda da mediji zapravo traže što kraći i slikovitiji oblik izražavanja jer imaju ograničeno mjesto i vrijeme emitiranja. I to je zapravo determiniralo kompletnu komunikaciju, ne samo moju, nego svih saborskih zastupnika sa građanima. Negativan je kad se na primjer u radu Sabora kaže nešto na nekakav relativno, neću reći nespretan, nego način koji možda nema široku javnu podršku, odnosno veliko javno odobravanje, kad iznosite neke stavove koji možda, usudit ću se reći nisu mainstream, nego su drugačiji od drugih, tada mediji mogu odigrati ulogu osuđivanja, ismijavanja ili okretanja stvari jednostavno kakve nisu. Tu je zapravo potpuna sloboda prepuštena novinarima, komentatorima, kolumnistima i to zapravo i određuje javni diskurs. Možda je najbolji odgovor na ovo pitanje sažeo jedan zastupnik Pernar, kad ga je jedan ugledni hrvatski novinar Hrvoje Krešić pitao: 'Gospodine Pernar, do kad ćete se vi zapravo ponašati na način da Vas moraju iznositi iz dvorane?', a on je rekao: 'Gospodine Krešić, ponašat ću se do tada do kad ćete Vi to prenositi!'“

4.4.2.2. Kako građani i javnost, a kako saborski zastupnici, procjenjuju komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora i koji čimbenici utječu na tu procjenu?

Sukladno drugom istraživačkom pitanju, ranije prezentirani rezultati istraživanja provedenog putem anketnog upitnika pokazali su nam kako građani procjenjuju komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora.

Većina ispitanih zastupnika tijekom intervjua naglasila je kako im je teško jednom ocjenom ocijeniti ukupan rad cijelog saziva Hrvatskog sabora kao i vrednovati komunikaciju svih zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora, jer je rad kao i komunikacija svakog pojedinog zastupnika različita te se unutar iste političke opcije, ali i drugih političkih opcija mogu izdvojiti primjeri zastupnika koji su svojim radom zaslužili najvišu ocjenu kao i zastupnika čija je komunikacija vrlo primjerena, dok se mogu izdvojiti pojedinci čiji bi rad ispitani zastupnici ocijenili kao izrazito loš, a samu komunikaciju vrlo neprimjerenom.

Najveći broj zastupnika (61 %) ocijenio je rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora prosječnom ocjenom (3), podjednak broj dodijelio im je ocjenu vrlo dobar (ocjena 4,18 %) i dovoljan (ocjena 2,15 %), a samo nekoliko njih ocjenu nedovoljan (ocjena 1,3 %) te ocjenu izvrstan (ocjena 5,2 %). Prosječna ocjena rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora je M=3.01 (SD=0.73).

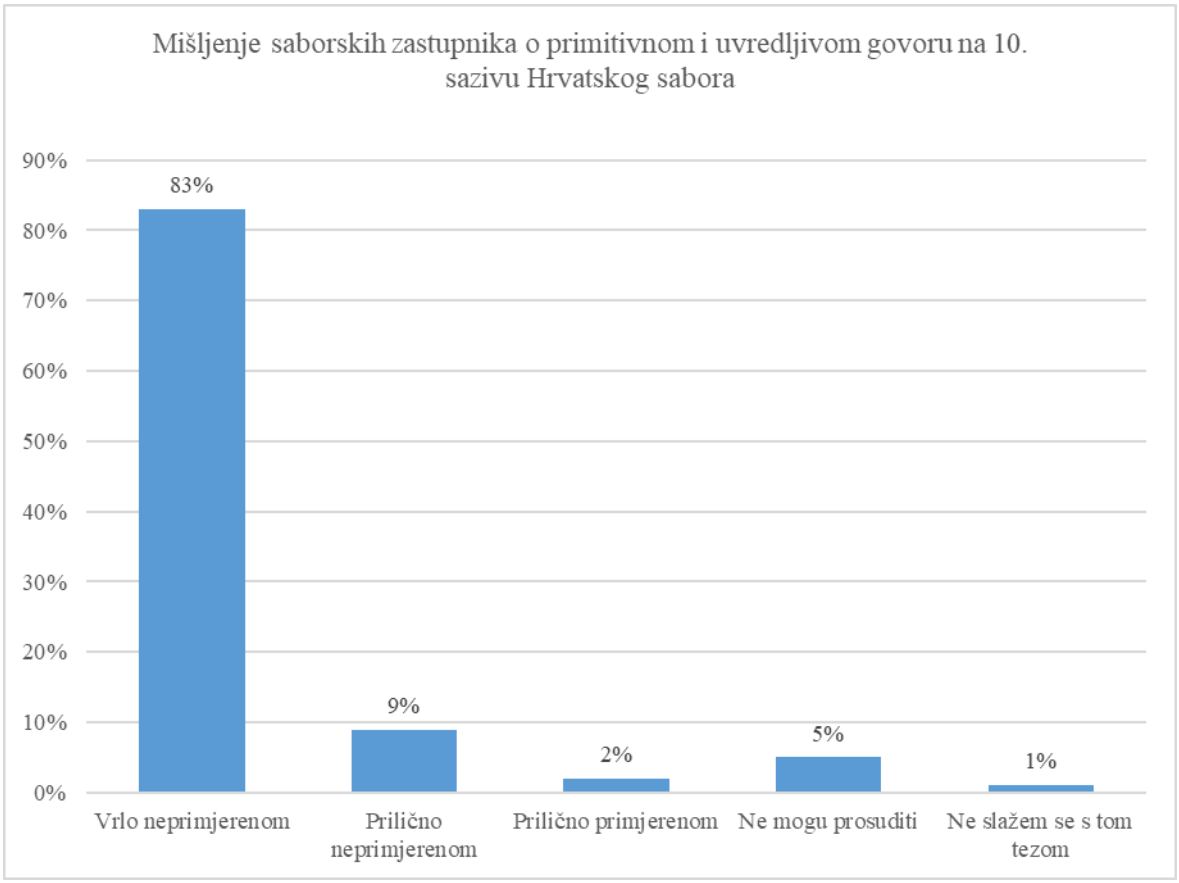
Samu komunikaciju tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora saborski zastupnici ocijenili su većinom neprimjerenom (45 % prilično neprimjerenom i dodatnih 12 % vrlo neprimjerenom). Oko trećine saborskih zastupnika komunikaciju je ocijenilo primjerenom (28 % prilično primjerenom i dodatnih 4 % vrlo primjerenom). Većina intervjuiranih koji su odgovorili kako je komunikacija zastupnika bila neprimjerena ili vrlo neprimjerena isticali su kako je to zbog pojedinaca koji su u Hrvatskom saboru radili predstave neprilične ovoj instituciji, čija je komunikacija bila znatno oštrija i izričajem neprikladna parlamentarnoj raspravi te su u raspravama umjesto argumenta i protuargumenta koristili psovke, uvrede pa čak i prijetnje. Za razliku od drugih zastupnika, zastupnik 21 komunikaciju saborskih zastupnika ocijenio je vrlo neprimjerenom, ali je pojasnio da misli kako je „ukinuta sloboda govora“ te dodao: „Ja mislim kako je komunikacija preblaga, saborske zastupnike je utišalo, Vlada je preuzela ulogu Sabora.“

Zastupnici su se izjasnili da na njihovu ocjenu o radu Hrvatskog sabora, ali i o ugledu Hrvatskog sabora kao institucije najviše utječe sama komunikacija saborskih zastupnika (87 %), zatim aktivnosti na sjednicama kroz saborske rasprave i replike (74 %) te općenito prisutnost saborskih zastupnika na plenarnim sjednicama (68 %). Detalji su prikazani na Slici 27.

Slika 27. Čimbenici koji utječu na ocjenu rada 10. saziva Hrvatskog sabora

Samo povremenim praćenjem rada 10. saziva Hrvatskog sabora ili medijskih objava o radu Hrvatskog sabora mogli smo svjedočiti verbalnoj agresiji zastupnika. Tijekom rasprava mogli smo čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje. Pitali smo saborske zastupnike smatraju li takav način komunikacije primjerenim za Hrvatski sabor i općenito javni

diskurs (Slika 28). Gotovo svi saborski zastupnici smatrali su takvu komunikaciju neprimjerenom (83 % vrlo neprimjerenom, 9 % prilično neprimjerenom).

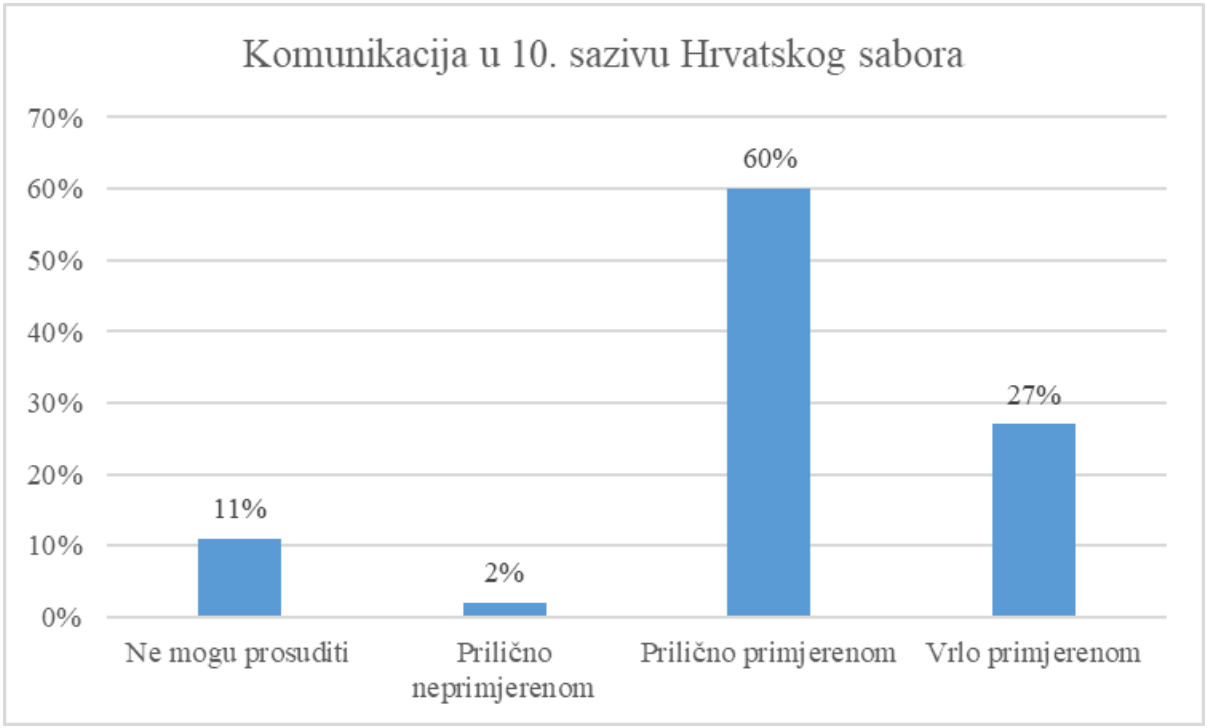


Slika 28. Mišljenje saborskih zastupnika o raspravama tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora u kojima su mogli čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje

4.4.2.3. Kako saborski zastupnici vrednuju vlastitu komunikaciju u saborskim raspravama?

Sukladno trećem istraživačkom pitanju ovoj temi smo posvetili posebnu pozornost, a na njoj smo se zadržali najviše jer ju smatramo ključnom za intervju i ovaj rad. Zamolili smo zastupnike da procjene svoju komunikaciju kao saborskog zastupnika, koliko je smatraju primjerenom, pripremaju li se za rasprave, koje su im ključne komunikacijske vještine. Zamolili smo zastupnike, ako mogu, da nam izdvoje primjere na koje su posebno ponosni kao zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora u komunikacijskom smislu te primjere izjava ili rasprava ili bilo čega izrečenog i napravljenog u Hrvatskom saboru zbog čega im je žao.

Većina saborskih zastupnika (87 %) smatrala je svoju komunikaciju tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora primjerenom i to 60 % prilično primjerenom i 27 % vrlo primjerenom (Slika 29). S obzirom na rezultate prethodnog istraživanja provedenog među građanima, ali i činjenicu kako zastupnici komunikaciju cijelog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenjuju većinom neprimjerenom (45 % prilično neprimjerenom i dodatnih 12 % vrlo neprimjerenom) jasno nam je kako su zastupnici pri ocjenjivanju vlastite komunikacije manje kritični. Činjenica je kako smo svi prema sebi subjektivni pa smo očekivali kako rezultati na ovo pitanje neće biti identični rezultatima ranijih pitanja. Ipak ovu kognitivnu pristranost i optimističnu sliku o sebi mogli bi pojasniti obrnutom Dunning – Krugerovim efektom. Prema radu poznatih socijalnih psihologa „Nestručni i nesvjesni toga: Kako poteškoće u prepoznavanju vlastite nesposobnosti dovode do prenapuhanih samoprocjena“, Ehrlinger i Dunning pokazali su kako ljudi s većim samopouzdanjem u komunikaciji često precjenjuju vlastitu izvedbu i stoga su i manje kritični prema vlastitom nastupu (Kruger, Dunning, 2000)[116].

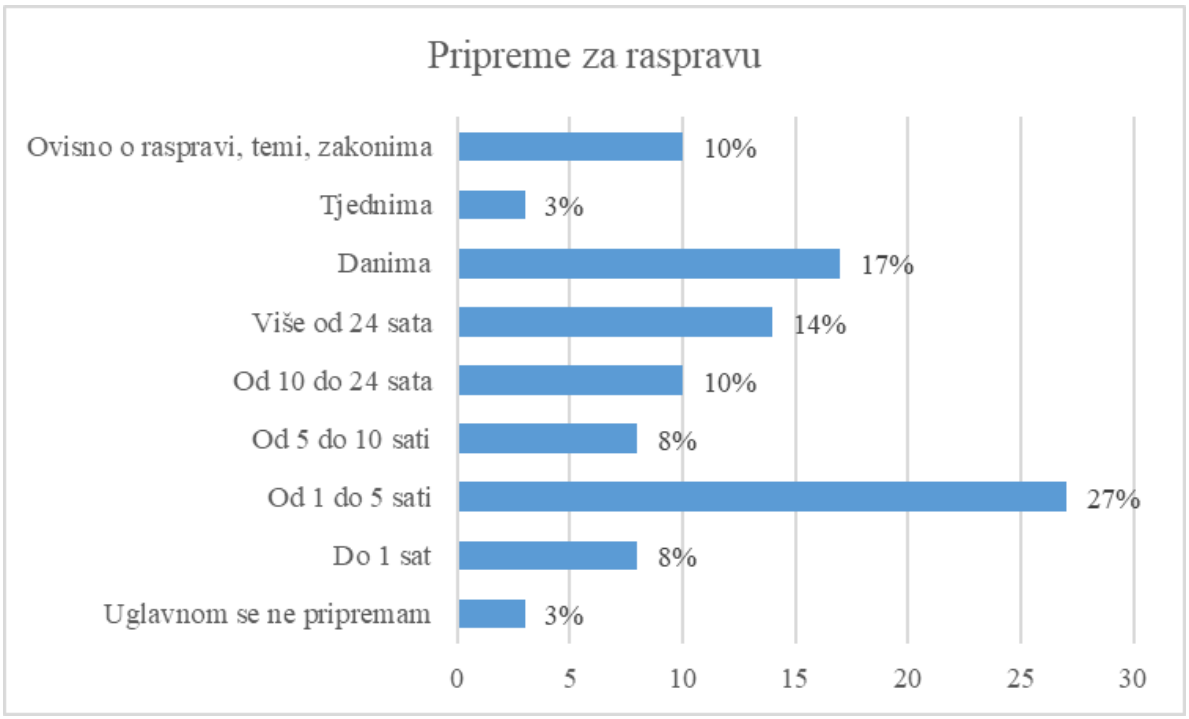


Slika 29. Percepcija saborskih zastupnika o vlastitoj komunikaciji tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora

Dok je za privatnu komunikaciju karakteristično da je često spontana i neformalna, naša poslovna komunikacija zahtijeva pripremu. Koliko je vježba i priprema važna za političku

[116] https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.1.5, datum pristupa 13. 2. 2025.

komunikaciju i javni nastup objasnili smo u teorijskom dijelu disertacije. S obzirom da smo intervjue provodili nakon što je zastupnicima završio četverogodišnji mandat, zanimalo nas je jesu li se zastupnici kao profesionalni političari s komunikacijskim iskustvom pripremali za rasprave u Hrvatskom saboru, bilo da su imali pojedinačnu raspravu ili raspravu u ime Kluba kojem su pripadali. Samo 3 % intervjuiranih zastupnika izjavilo je kako se nije pripremalo za raspravu u Hrvatskom saboru. Odgovori o samom trajanju pripreme su vrlo različiti te su detaljno prikazani na Slici 30. Da samo trajanje priprema ovisi o temi i zakonu o kojem se raspravlja izjavilo je 10 % zastupnika, dok je većina zastupnika tijekom intervjua istaknula kako je vrijeme potrebno za pripremu rasprave kraće ako je tema rasprave iz njihove struke ili im je bliska te kako zakoni u kojima se mijenjaju samo pojedini članci ili su obujmom manji također iziskuju kraću pripremu.



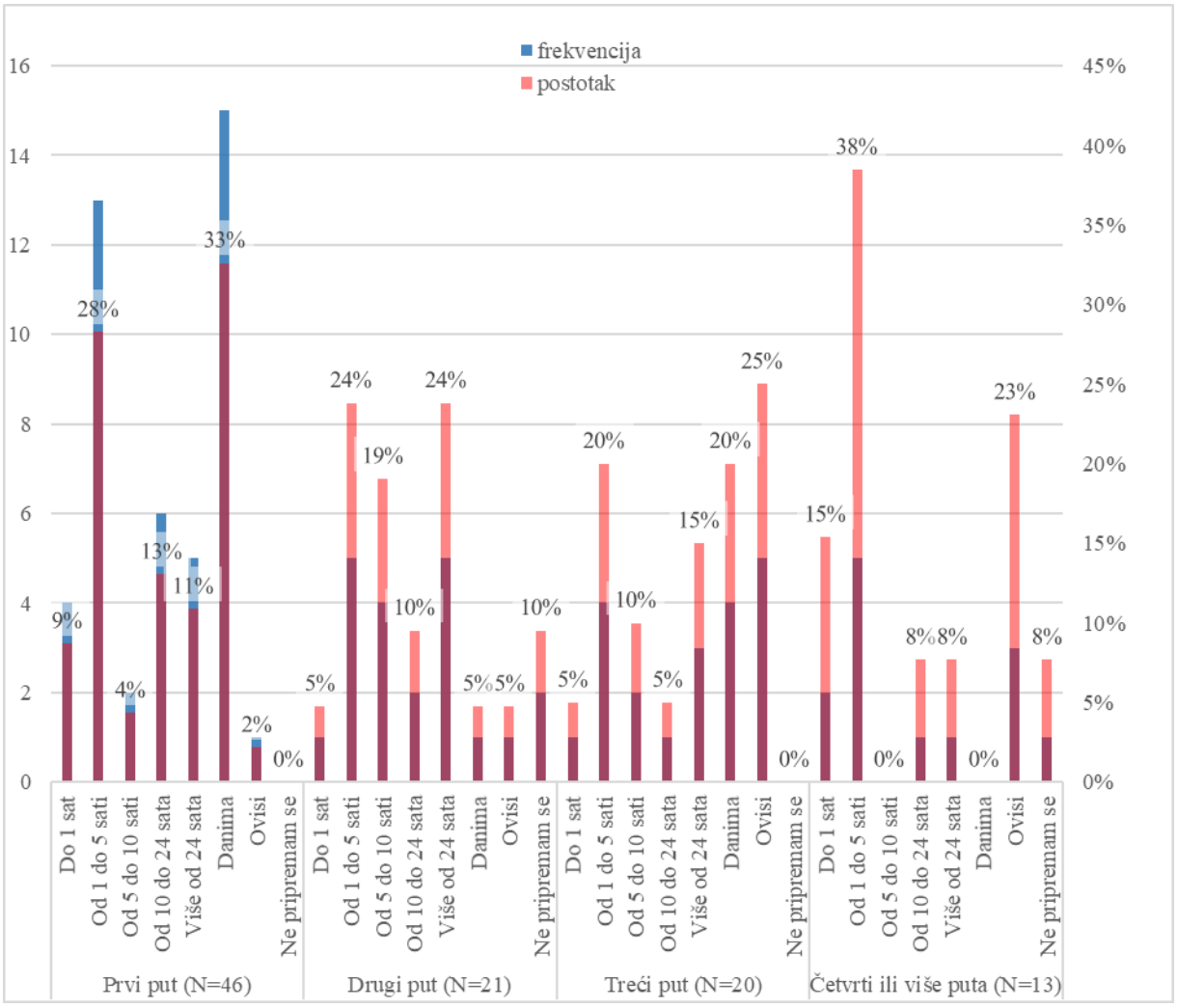
Slika 30. Samoprocjena trajanja priprema saborskih zastupnika za rasprave na sjednicama

Vrijeme potrebno za pripremu rasprave usporedili smo s vremenom obnašanja dužnosti saborskog zastupnika, tj. s činjenicom da zastupnici dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru obnašaju prvi, drugi, treći, četvrti ili više puta. Detalji prikaza vidljivi su u Tablici 8.

Tablica 8. Trajanje priprema za rasprave ovisno o broju obnašanja dužnosti saborskih zastupnika

Obnašanje dužnosti saborskog zastupnika	**Trajanje priprema**	**frekvencija**	**postotak**
Prvi put (N=46)	Do 1 sat	4	8.70%
	Od 1 do 5 sati	13	28.26%
	Od 5 do 10 sati	2	4.35%
	Od 10 do 24 sata	6	13.04%
	Više od 24 sata	5	10.87%
	Danima	15	32.61%
	Ovisi	1	2.17%
	Ne pripremam se	0	0.00%
Drugi put (N=21)	Do 1 sat	1	4.76%
	Od 1 do 5 sati	5	23.81%
	Od 5 do 10 sati	4	19.05%
	Od 10 do 24 sata	2	9.52%
	Više od 24 sata	5	23.81%
	Danima	1	4.76%
	Ovisi	1	4.76%
	Ne pripremam se	2	9.52%
Treći put (N=20)	Do 1 sat	1	5.00%
	Od 1 do 5 sati	4	20.00%
	Od 5 do 10 sati	2	10.00%
	Od 10 do 24 sata	1	5.00%
	Više od 24 sata	3	15.00%
	Danima	4	20.00%
	Ovisi	5	25.00%
	Ne pripremam se	0	0.00%
Četvrti ili više puta (N=13)	Do 1 sat	2	15.38%
	Od 1 do 5 sati	5	38.46%
	Od 5 do 10 sati	0	0.00%
	Od 10 do 24 sata	1	7.69%
	Više od 24 sata	1	7.69%
	Danima	0	0.00%
	Ovisi	3	23.08%
	Ne pripremam se	1	7.69%

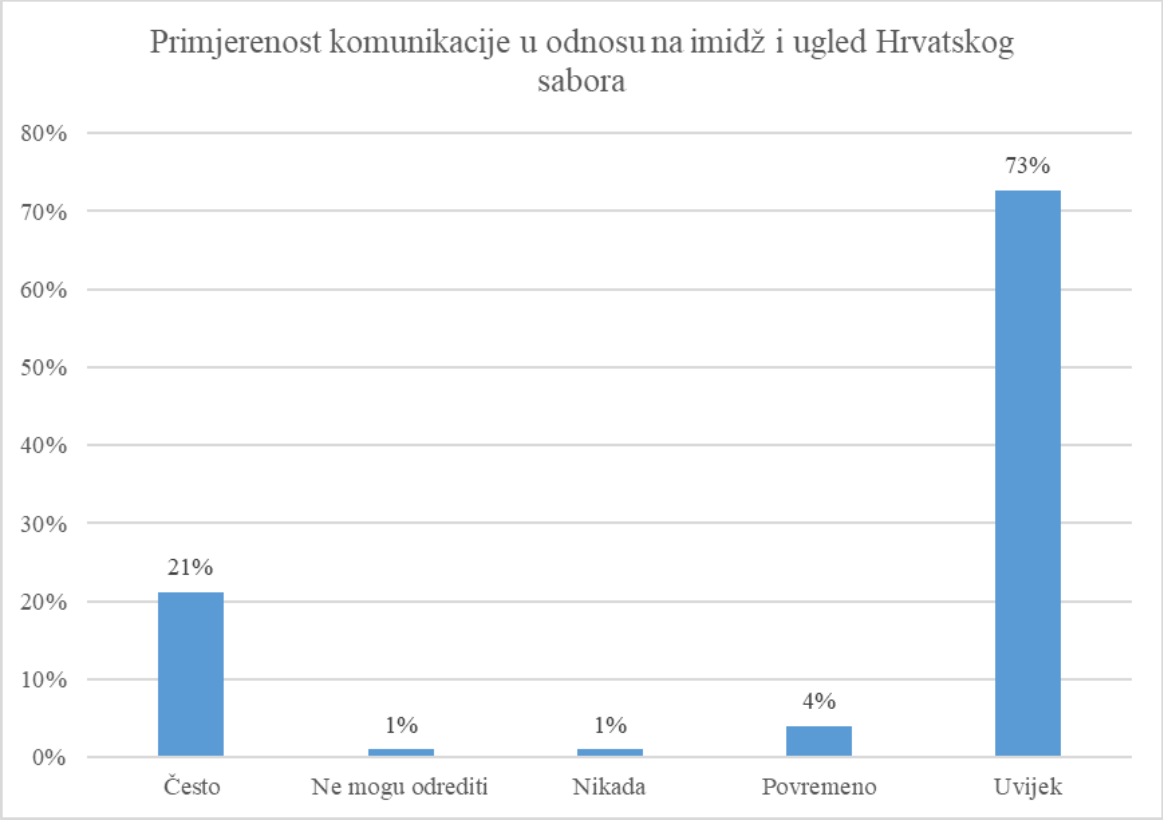
Promatrajući rezultate u Tablici 8 i na Slici 31, jasno se može vidjeti trend prema kojem saborski zastupnici koji obnašaju dužnost u više mandata i samim tim imaju više iskustva, manje vremena posvećuju pripremi same rasprave. Saborski zastupnici koji prvi put obnašaju dužnosti većinom (cca 56 % njih) se pripremaju 10 ili više sati za rasprave, oni koji obnašaju dužnost po drugi put u nešto manjem postotku (cca 49 %) jednako se dugo pripremaju, a manje od polovice saborskih zastupnika (cca 40 %) koji obnašaju dužnost po treći put se priprema 10 sati i više za rasprave, dok se samo cca 15 % onih koji obnašaju dužnost četvrti ili više puta pripremaju u jednakoj mjeri (10 ili više sati).



Slika 31. Odnos obnašanja saborske dužnosti i trajanja priprema za rasprave

U teorijskom dijelu disertacije pozornost smo posvetili percepciji, imidžu i ugledu političara, ali i institucije. Prema Kišiček komunikacija političara ne samo da utječe na njihov osobni imidž već može odrediti smjer cjelokupne javne komunikacije (Kišiček, 2021). Skoko tvrdi kako

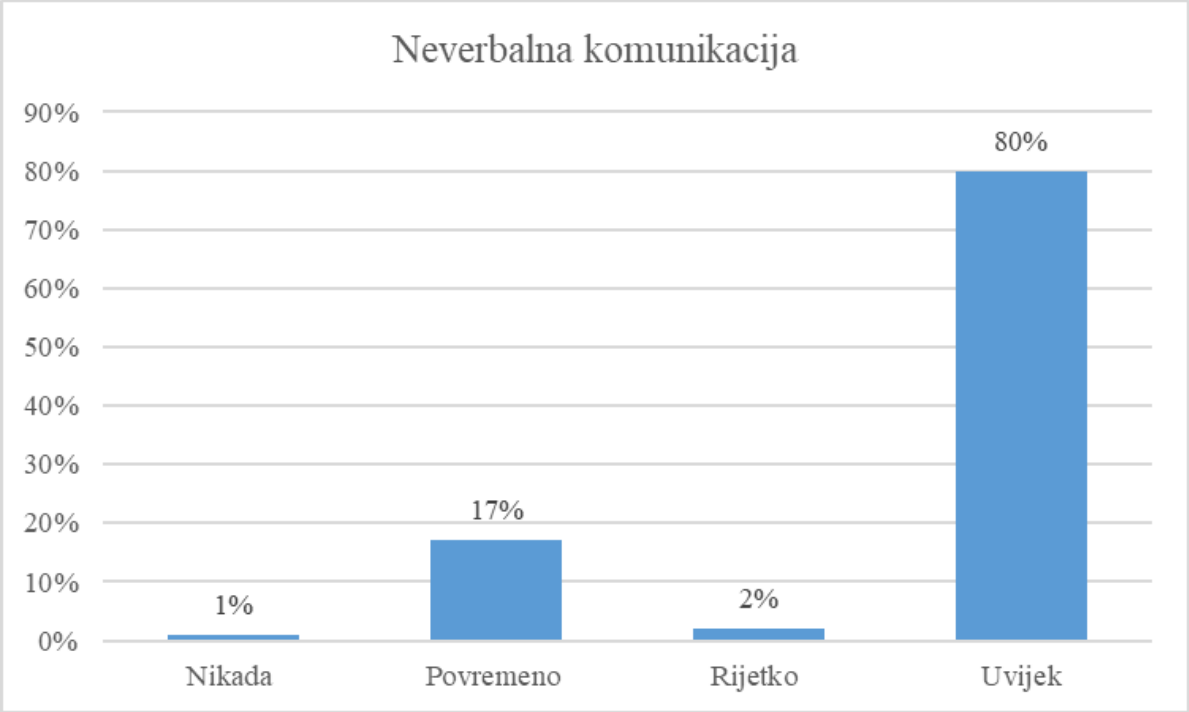
komunikacijski napori najviše utječu na oblikovanje imidža svake organizacije, pa i političke institucije (Skoko, 2006). Zbog toga smo zastupnike pitali jesu li u svojim nastupima u Hrvatskom saboru vodili računa da njihova komunikacija uvijek bude primjerena te da kao saborski zastupnik/zastupnica ne srozavaju percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora. Na Slici 32 prikazani su odgovori zastupnika, a važno je istaknuti kako je većina intervjuiranih zastupnika procijenila kako je u svojim nastupima vodila računa da njihova komunikacija bude primjerena ugledu i imidžu Hrvatskog sabora (73 %).



Slika 32. Samoprocjena primjernosti vlastite komunikacije u odnosu na imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije

Komunikolozi naglašavaju važnost neverbalne komunikacije za komunikacijski proces (Škarić, Leinert Novosel, Tomić, Jugo…). Autori su suglasni oko činjenice kako često neverbalna komunikacija ima ključnu ulogu u uspješnom uspostavljanju, održavanju pa i prekidanju međuljudskih odnosa. Neverbalna komunikacija važna je za uspjeh svakog političara i za svaki komunikacijski proces u kojem političari kreiranu poruku prenose građanima i temeljem svoje komunikacije nastoje pridobiti povjerenje i potporu građana. Zbog toga smo posebnu pozornost u teorijskom dijelu posvetili neverbalnoj komunikaciji, pa smo i zastupnike pitali jesu li u

Hrvatskom saboru vodili računa o neverbalnoj komunikaciji, tj. svemu onom što nije izgovorena riječ, bilo da govorimo o odijevanju, mimici, gestikulaciji, prostornom i vremenskom ponašanju i drugom, tako da uvijek bude primjerena Hrvatskom saboru kao instituciji. Većina zastupnika procijenila je kako su uvijek (79 %) u Hrvatskom saboru vodili računa da njihova neverbalna komunikacija bude primjerena (Slika 33).

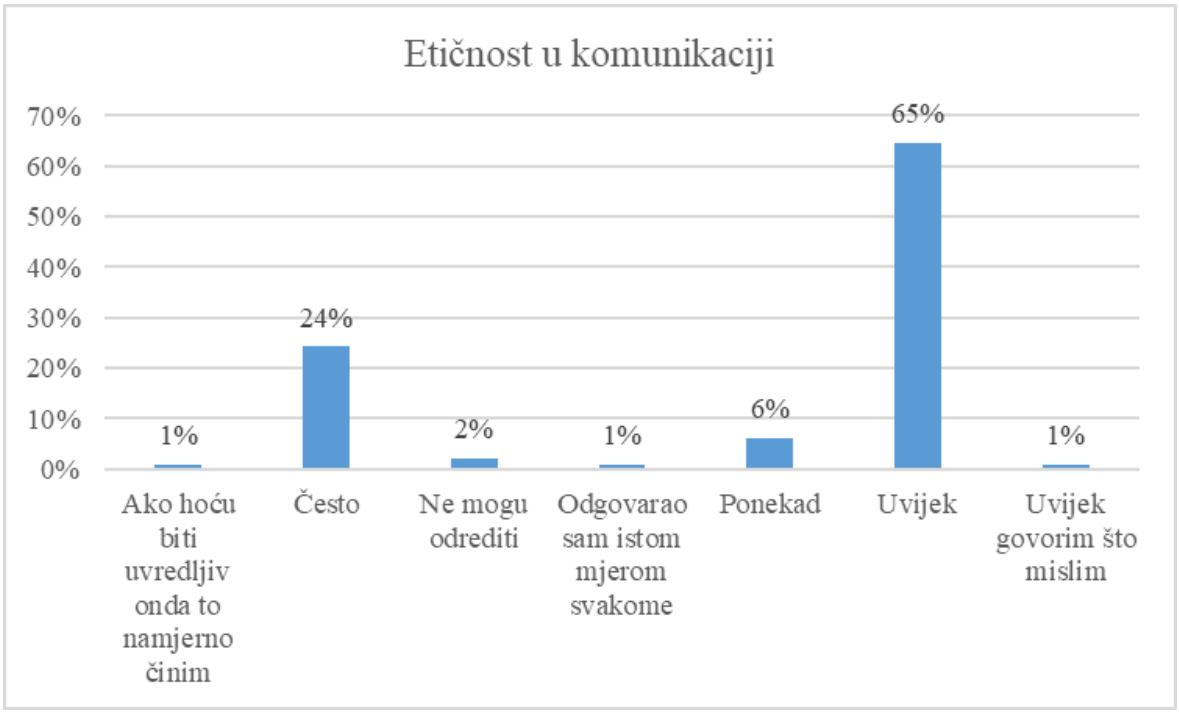


Slika 33. Samoprocjena saborskih zastupnika o tome koliko vode računa o vlastitoj neverbalnoj komunikaciji u Hrvatskom saboru

U teoretskom dijelu disertacije posebnu pozornost posvetili smo etici i komunikaciji. Naime, etika je tisućama godina središnja tema filozofskih rasprava, a razvojem komunikologije kao znanosti posebna pozornost posvećuje se i etici u komuniciranju, pa smo zbog toga i zastupnike tijekom intervjua pitali koliko su oni u svojoj komunikaciji vodili računa o etici u komuniciranju. Saborski zastupnici su procijenili koliko su etični u svojoj komunikaciji (Slika 34) pri čemu većina zastupnika smatra kako su oni osobno uvijek (65 %) i često (24 %) vodili računa o etici u komuniciranju. Zanimljivo je kako je većina građana procijenila komunikaciju zastupnika 10. saziva neetičnom (prilično neetična 44 % i izrazito neetična 21 %), a zastupnici su procjenjujući cijeli 10. saziv istaknuli kako je komunikacija zastupnika rijetko bila etična (44 %), kako nikad nije bila etična procijenilo je 3 %, 33 % je procijenilo kako je ponekad etična, 11 % procijenilo je kako je komunikacija često bila etična, 6 % zastupnika naveli su

kako ne mogu odrediti dok je samo 2 % zastupnika procijenilo kako je komunikacija zastupnika cijelog 10. saziva uvijek bila etična.

I na ovom primjeru jasno vidimo kako su zastupnici, kao i većina ljudi, subjektivni pa samim tim i pristrani kad procjenjuju koliko su oni osobno vodili računa o etici u komuniciranju, dok ako procjenjuju cijeli saziv (kojeg su i oni bili dio) emotivni ulog je sigurno slabiji pa su samim tim i objektivniji, a dobiveni rezultati kako građani i kako zastupnici vide etiku u komunikaciji u Hrvatskom saboru je bitno sličniji.



Slika 34. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj etičnosti komunikacije

U odgovoru na pitanje na što su posebno ponosni kao zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora zastupnici su iznijeli zanimljive situacije (Prilog 4). Dok manji dio zastupnika nije imao potrebu istaknuti ili se tijekom intervjua nisu mogli sjetiti nečeg na što su posebno ponosni, dio ih je posebno ponosan na način komunikacije kao i činjenicu kako su u svojim raspravama nastojali izbjeći sukob na osobnoj razini. Zanimljivo je kako bez obzira na političku opciju i činjenicu da pripadaju vladajućoj većini ili su oporbeni zastupnici podjednak broj ih je baš ovo istaknuo kao nešto na što su posebno ponosni. Zastupnik 53 rekao je: „Nisam nikada kroz komunikaciju išao osobno uvrijediti ikoga. Baš o tome vodim računa, da nikoga osobno ne uvrijedim, uvijek pokušavam reći svoj stav“. Slično je odgovorio i zastupnik 79: „Pazila sam, posebno što se tiče etičnosti i odnosa sa drugim zastupnicima i zastupnicama da se u raspravama nikad ne dotičem

nekakvog osobnog nivoa, nego da to uvijek bude na političkoj razini.“ Zastupnik 25 navodi: „Nastojao sam držati se merituma. Nekad na marginama toga priča se i o problemu koji taj sektor muči, ali ne previše i ne samo jedino, nastojao sam se držati merituma zakona i nastojao sam ne ići nikada na osobnu razinu.“ Zastupnik 42 tvrdi: „Uvijek sam vodila računa da ne povrijedim onog drugog kolegu, koliko god bi i on krenuo osobno na mene ili na nekog od mojih kolega.“ Zastupnik 62 tvrdi: „Ponosan sam na to što sam uvijek vodio računa, i verbalno i neverbalno. Vodio sam računa da se pripremim za raspravu i da raspravljam s argumentima te da nikoga ne uvrijedim. Dobio sam možda jednu ili dvije opomene, a možda ni to. Uvijek sam vodio računa kad komuniciram da nikoga ne vrijeđam, nego da iznesem argumente i stajališta.“ Zastupnica Anka Mrak-Taritaš u svom odgovoru poseban naglasak stavlja na neverbalnu komunikaciju: „Ja nisam osoba koja reagira uvijek i reagira odmah, ali nekako mislim da i kad nešto ignorirate je pokazatelj. Nije važan sadržaj nego i tko govori. Dakle, nekad sam neke stvari namjerno ignorirala i govorom tijela pokazala da to ignoriram. Neverbalnom komunikacijom pokazala sam da to što se radilo nije dobro.“

Dio zastupnika upravo je pripremu za raspravu stavio u prvi plan. Tako zastupnik 61 kaže: „Nastojala sam se baviti sadržajem i stvarima koje su bitne za građane, što znači da sam se referirala na teme nejednakosti, siromaštva, socijalne skrbi. To su teme za koje smatram da zanimaju i muče većinu ljudi, a to je posao koji mi moramo raditi. Pripremala sam se stvarno za svaku raspravu. Moram reći da nikad nisam došla na saborsku raspravu, a da nisam pročitala tekst predloženog zakona i u 90 % slučajeva, osim u slučaju kad bi to bilo 500 stranica, ja sam pročitala i svako javno savjetovanje. Moram istaknuti kako nikad nisam nekom rekla nešto, nekakvu osobnu uvredu.“

Da saborski zastupnici različito procjenjuju kvalitetu rasprava na odborima kao radnim tijelima kojima mediji u većini slučajeva posvećuju manju pozornost i raspravama na plenarnim sjednicama Hrvatskog sabora najbolje govori primjer kako su pojedini zastupnici, kako vladajuće većine tako i oporbe, upravo ove rasprave istaknuli kao ono na što su posebno ponosni. Tako zastupnik 44, član vladajuće većine, a potpredsjednik Odbora kojemu je na čelu bio oporbeni zastupnik, između ostalog tvrdi: „Komunikacija zastupnika se ne odnosi samo na plenarne sjednice. Ona se odnosi i na komunikaciju unutar odbora i na komunikaciju prema javnosti. Ja mislim da sam dobro komunicirao ono što je za mene bilo bitno u politici. Obzirom da sam bio i potpredsjednik Odbora za nacionalnu sigurnost mislim da sam imao odličnu komunikaciju unutar tog Odbora. Iako to nije uvijek bilo jednostavno, uspostavili smo jednu, više-manje, prihvatljivu i normalnu komunikaciju. Tad sam primijetio da se zastupnici koji su

u odborima na plenarnim sjednicama ponašaju kao da nisu bili na tim odborima. Tu sam isto bio šokiran“, dok oporbeni zastupnik i potpredsjednik Odbora zastupnik 37 ističe: „Ja sam jako ponosan što smo kroz Odbor za pravosuđe gdje smo imali teških momenata i oko izbora predsjednika Vrhovnog suda i oko izbora glavnog državnog odvjetnika i oko usvajanja Izvješća državnog odvjetništva, bez obzira što je bilo jako napeto, što je bilo poprilično političke rasprave i harange, što smo mi kao Odbor i vodstvo Odbora uspjeli sačuvati jedan dignitet da možemo normalno komunicirati, biti parlamentarni, voditi dijalog i na kraju se pozdraviti, bez obzira što se u puno toga nismo apsolutno slagali.“

Veći dio zastupnika izdvojio je konkretni primjer ili raspravu na koju su ponosni, a zanimljivo je kako postoje primjeri gdje su zastupnici većine i oporbe, raspravu o istoj točki dnevnog reda izdvojili kao onu na koju su posebno ponosni. Zastupnik 51 izdvojio je: „Moje rasprave prigodom prvog i drugog čitanja donošenja Zakona o hrvatskom jeziku, do čega mi je jako stalo, čemu sam bio inicijator i po čemu smo dobili veliki broj glasova i onih koji ne pripadaju većini“, a zastupnik 93 između ostalog je istaknuo: „ Mislim da sam imao i jako dobru raspravu na Zakon o hrvatskom jeziku. Ja sam istaknuo kako je suzdržanost o ovom Zakonu politički stav. Previše poštujem važnost jezika za ovu zemlju i smatram kako nitko politički ne smije zloupotrijebiti tu činjenicu.“ Nastavno na ranije izneseno posebno ćemo izdvojiti odgovor zastupnika 97 koji tvrdi: „Uvijek sam ponosna kada prepoznamo viši interes i kad jednoglasno donesemo neke odluke. Ponosna sam na sve ono gdje smo uspjeli postići suglasje. Mislim da je to vrlo važno jer moramo ponekad pokazati da se znamo izdići iznad naših ideoloških rovova i prepoznati širi interes. Nažalost toga nije bilo dovoljno, ali bilo je par situacija i to su te situacije na koje sam ponosna.“

U Prilogu 5 nalaze se detaljni odgovori zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora na pitanje je li im žao zbog neke izjave ili rasprave ili bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru, bilo verbalno ili neverbalno. Očekivano, za razliku od onoga na što su posebno ponosni, puno veći broj zastupnika istaknuo je kako se ne sjećaju ili im nije žao bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru tijekom 10. saziva. Izdvojit ćemo odgovor zastupnika 5 koji tvrdi: „Ne, ovog momenta se ne mogu sjetiti. Ako bi me netko konfrontirao s nekom izjavom koja mi je eventualno zamjerena, bio bih spreman o tome razmisliti pa čak i ispričati se ako bi takav slučaj bio, ali ovaj moment se ne mogu sjetiti“ te odgovor zastupnika 68: „Ne, sve što je bilo izgovoreno, izgovoreno je pri punoj svijesti i zdravoj pameti pa čak i onaj dio koji je izvan okvira komunikacije kakvu bih inače ja zagovarala ili bi se voljela takve komunikacije pridržavati. Međutim, postoje okolnosti i situacije koje su po meni nalagale da se izražavam na

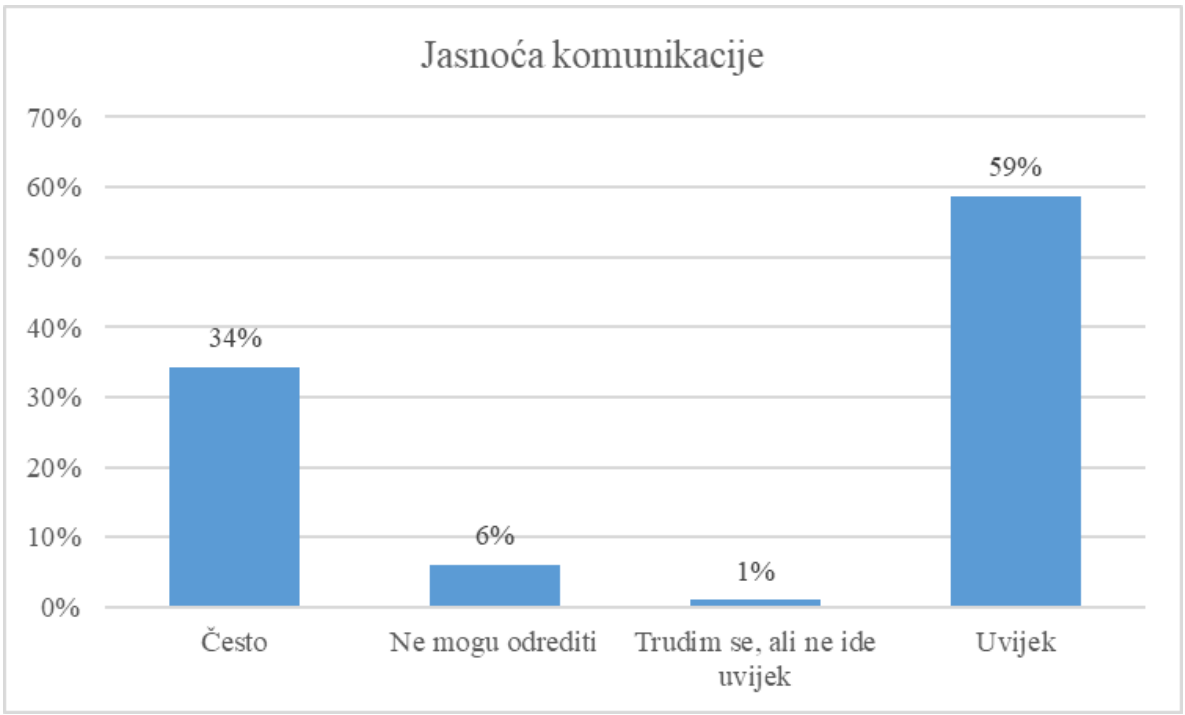
drugačiji način. To je bilo politički uvjetovano, okolnostima i trenutkom jer nekad onaj standardizirani, uobičajeni, pristojan politički rječnik nije primjerena reakcija na političke okolnosti.“ Dio zastupnika koji su potvrdno odgovorili naveli su kako im je žao zbog onoga što su propustili učiniti ili na što su propustili reagirati, dio ih je naveo konkretne situacije ili lapsuse, a najveći dio istaknuo je neprimjeren verbalni izričaj prema drugim zastupnicima, na osobnoj razini. Zastupnik 12 pojasnio je: „Da, možda sam pretjerao nekoliko puta, u nekim teškim riječima i uvredama. Žao mi zbog toga, trebao sam koristiti blaži rječnik, ali i mene su vrijeđali... Ok, žao mi je zbog toga, zapravo je stvorena slika drukčija nego što stvarno jest.“

Pri sastavljanju anketnog upitnika, a za potrebe prvog dijela istraživanja provedenog anketom na uzorku opće populacije, temeljem dostupne literature o komunikaciji, političkoj komunikaciji i aktivnostima koje podrazumijeva dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru samostalno smo kreirali komunikacijska načela i vještine kojih bi se svaki političar, a samim time i svaki zastupnik u Hrvatskom saboru u nekoj mjeri morao imati te bi ih se morao pridržavati.

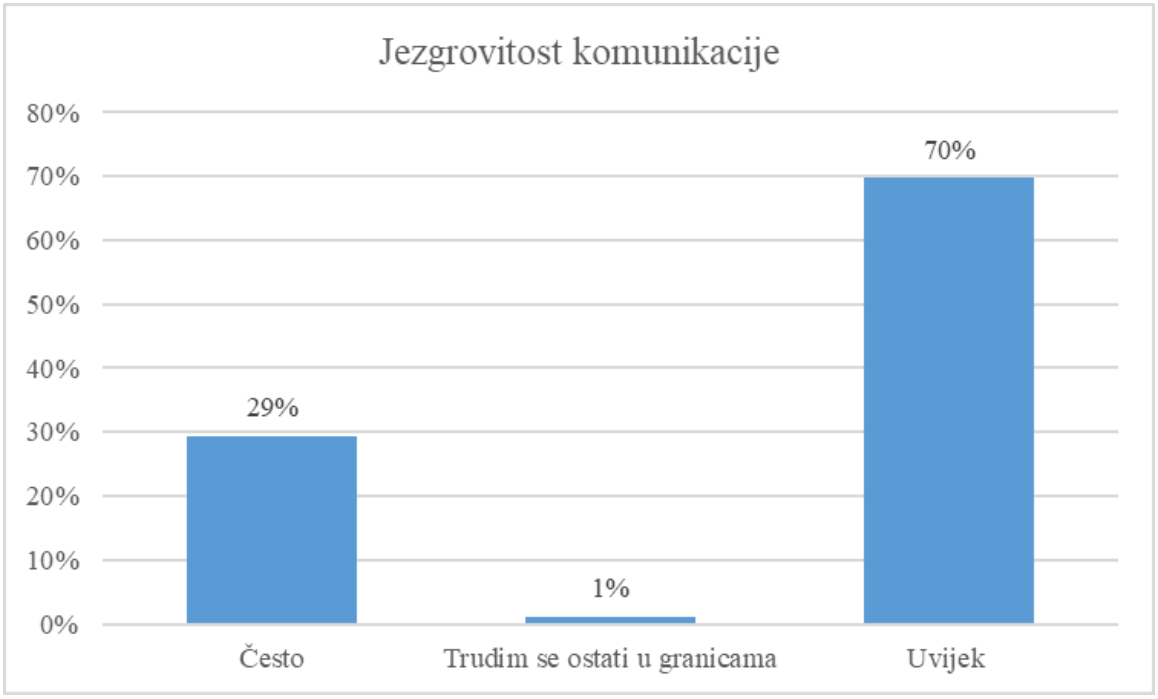
Istaknuli smo pet komunikacijskih načela, a kako bi odgovore građana mogli usporediti s odgovorima zastupnika tijekom intervjua smo sa zastupnicima razgovarali koliko se u svojoj komunikaciji pridržavaju jasnoće komunikacije (u komunikaciji upotrebljavate jasne rečenice, poznate riječi te uvjerljive i točne informacije, iznosite dobre argumente…), jezgrovitosti komunikacije (prije svega poštuju vrijeme predviđeno za govor, naglašavaju i sažimaju osnovnu poantu svojih poruka, poštuju vrijeme predviđeno za govor…), poštivanje i držanje sadržaja komunikacije (koliko su se držali teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, raspravama na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji ili komunikaciji s građanima…), točnost u komunikaciji (u komunikaciji iznosite samo točne, istinite i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imate dokaze) te oblikovanja sadržaja komunikacije (poruke su poslali u pravoj formi, tj. ispravno i primjereno komunicirali s obzirom na Hrvatski sabor kao instituciju, poruke primjereno oblikovali u medijima te u izravnoj komunikaciji s građanima, pisanu komunikaciju ali i komunikacija na društvenim mrežama oblikovali primjereno dužnosti koju obnašaju…).

Rezultati analize odgovora u intervjuima pokazali su kako zastupnici jako visoko procjenjuju primjenu svih aspekata načela komunikacije u saborskim raspravama (slike 35 do 39). Gotovo svi vrlo visoko samoprocjenjuju vlastitu upotrebu jasnoće komunikacije u raspravama (59 % uvijek, 34 % često), jezgrovitosti komunikacije (70 % uvijek, 29 % često), poštivanje i držanje sadržaja komunikacije (46 % uvijek, 49 % često), točnost u komunikaciji (82 % uvijek, 17 % često) te oblikovanje sadržaja komunikacije (47 % uvijek, 41 % često). Usporedbom ovih

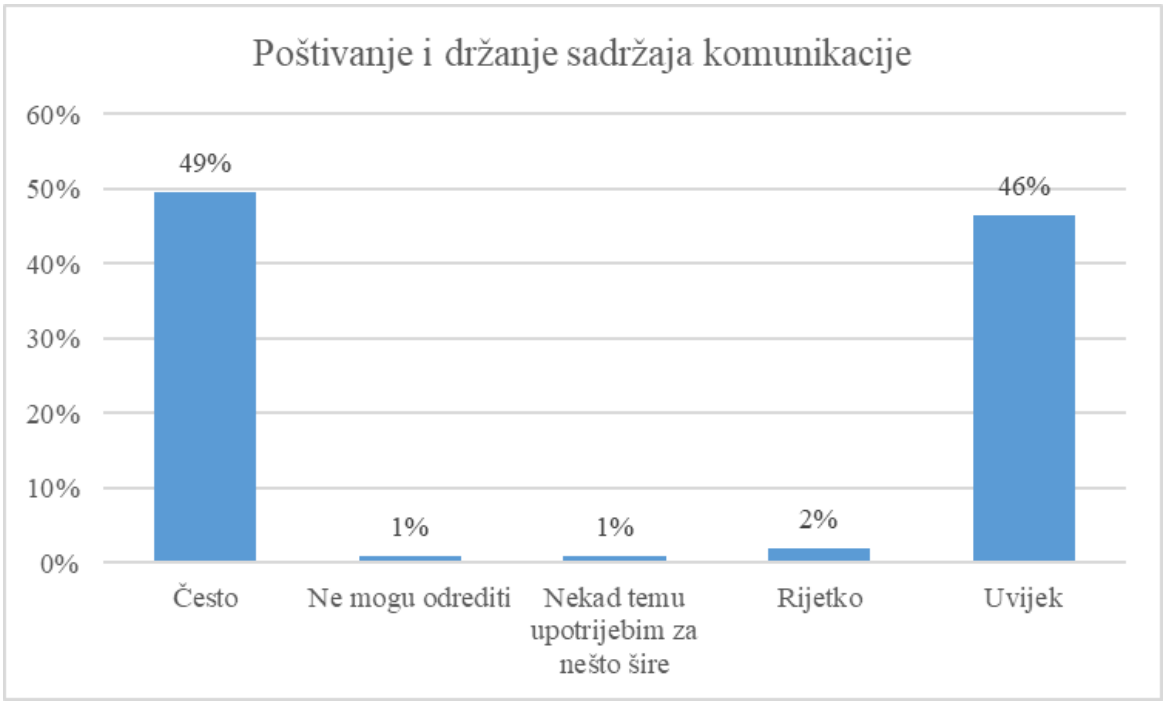
odgovora s rezultatima odgovora građani u anketnom upitniku, ali i pregledom sjednica Hrvatskog sabora, medijskim izvještajima o radu Hrvatskog sabora i izrečenim stegovnim mjerama temeljem Poslovnika Hrvatskog sabora možemo zaključiti kako su zastupnici u samoprocjeni pristrani. Dio zastupnika istaknuo je kako se zapravo teško držati svih navedenih načela komunikacije tijekom rasprava u Hrvatskom saboru s obzirom na vremenska ograničenja i poslovničke mogućnosti. Zanimljivo je kako su zastupnici neke situacije u Hrvatskom saboru, koje Poslovnikom nisu propisane i koje se nikad ranije tijekom svih devet saziva Hrvatskog sabora nisu dogodile, istaknuli kao ono na što su posebno ponosni u cijelom, gotovo četverogodišnjem mandatu Hrvatskog sabora. Tako je zastupnik 68 naveo: „Ponosna sam na to što smo se lupanjem po klupama sat vremena protivili zlouporabi Poslovnika i kršenju Poslovnika kada je predsjednik Vlade podnosio godišnje Izviješće o radu Vlade“, a zastupnik 99 je istaknuo: „Napravio sam par blockbustera, govor o cijepljenju kada su me izbacili iz stranke, to je bio govor koji je odzvonio u političkom prostoru Hrvatske ili kada sam napravio onaj performans sa kokainom to je isto bilo glavna tema 3 dana u Hrvatskoj.“



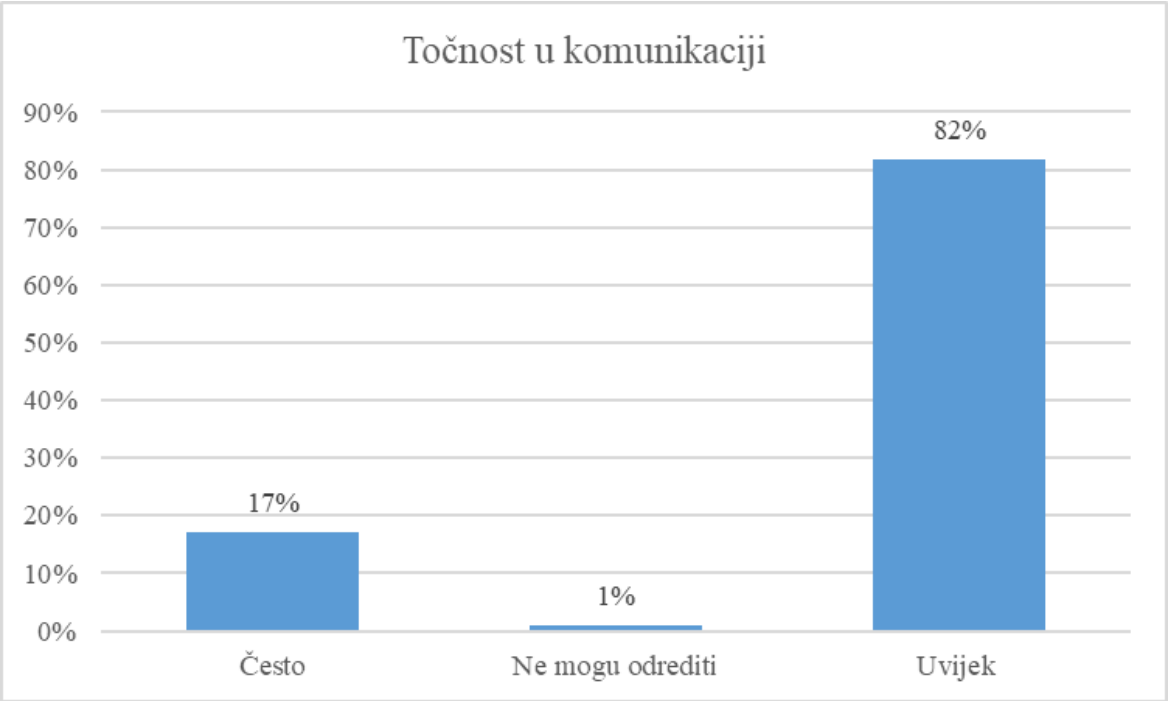
Slika 35. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj jasnoći komunikacije



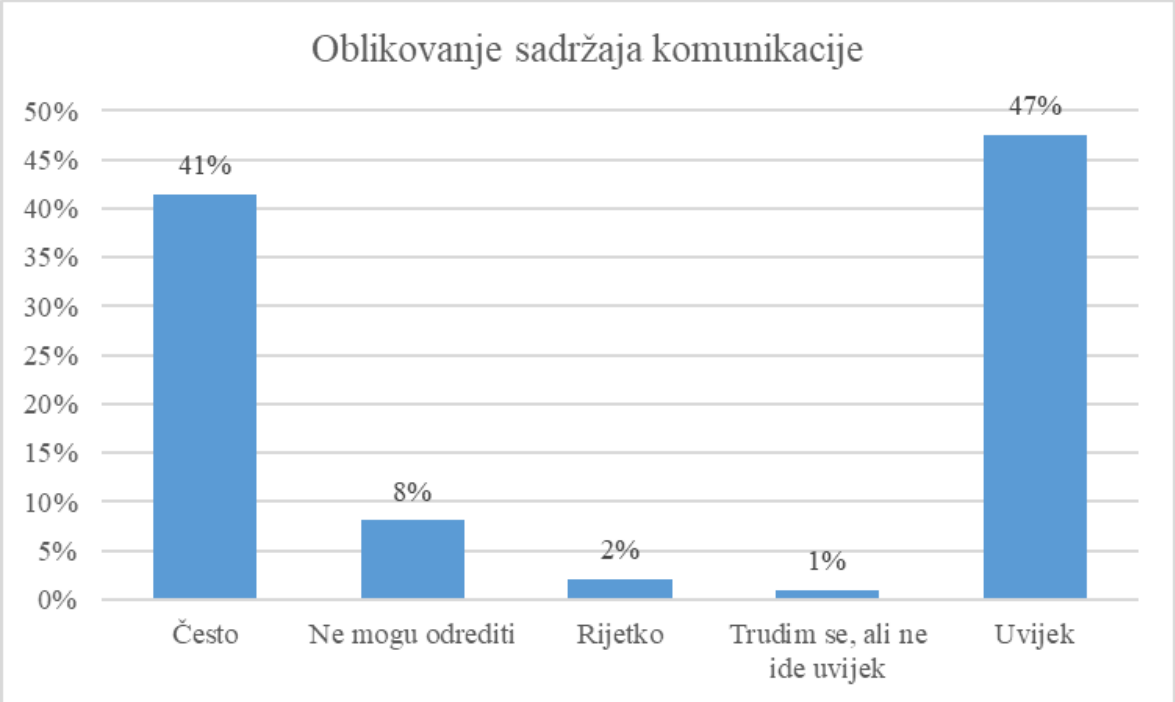
Slika 36. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj jezgrovitosti komunikacije



Slika 37. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitom poštivanju i držanju sadržaja komunikacije



Slika 38. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj točnosti u komunikaciji



Slika 39. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitom oblikovanju sadržaja komunikacije

Nastavno na ranije predstavljene rezultate, a sukladno trećem istraživačkom pitanju o tome kako zastupnici vrednuju vlastitu komunikaciju možemo zaključiti kako je većina saborskih

zastupnika (87 %) smatrala svoju komunikaciju tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora primjerenom. Također ih je većina procijenila kako u svojim nastupima vodi računa da komunikacija bude primjerena ugledu i imidžu Hrvatskog sabora (73 %) te da u toj komunikaciji uvijek vode računa o vlastitoj neverbalnoj komunikaciji (79 %). Rezultati analize odgovora saborskih zastupnika pokazali su kako jako visoko procjenjuju primjenu svih aspekata načela komunikacije u saborskim raspravama: jasnoću (59 % uvijek, 34 % često primjenjuje), jezgrovitost (70 % uvijek, 29 % često), poštivanje i držanje sadržaja komunikacije (46 % uvijek, 49 % često), točnost (82 % uvijek, 17 % često) te oblikovanje sadržaja komunikacije (47 % uvijek, 41 % često).

4.4.2.4. Kako saborski zastupnici doživljavaju komunikaciju svojih kolega u saborskom okruženju?

Osim procjene vlastite komunikacije i komunikacijskih vještina, sukladno četvrtom istraživačkom pitanju, pitali smo saborske zastupnike kako doživljaju komunikaciju svojih kolegica i kolega. U skladu s njihovim odgovorima dobile smo tri veće kategorije. Prva kategorija odgovora odnosila se na važnost komunikacije i komunikacijskih vještina saborskih zastupnika za razumijevanje rada Hrvatskog sabora odnosno za razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora. Ovdje su se gotovo svi složili da je komunikacija ključna (65 % vrlo važna, 32 % prilično važna te samo 3 % da nije važna). Druga kategorija odgovora odnosila se na važnost komunikacije i komunikacijskih vještina saborskih zastupnika za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Dobiveni su gotovo identični rezultati pri čemu su se gotovo svi složili da je komunikacija ključna (73 % vrlo važno, 24 % prilično važna te samo 2 % da nije važna). I konačno treća kategorija odgovora odnosila se na etičnost komunikacije (u komunikaciji su se poštovale odredbe Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, pravovremeno se iznosile točne, cjelovite i relevantne informacije, izbjegavalo se bilo kakvo plagiranje, komunikacija kao i konačna namjera bila je transparentna, komunicirao se izvor informacija, u komunikaciji se izbjegavao bilo kakav oblik manipulacije, izbjegavala se neprimjerena, uvredljiva i klevetnička komunikacije te se poštovalo dostojanstvo svake osobe), pri čemu se većina izjasnila da je takva komunikacija zapravo rijetka (44 %) ili je nema nikad (3 %), 6 % nije moglo procijeniti, a samo 2 % saborskih zastupnika smatra da je komunikacija

u saborskom okruženju uvijek etična, dok dodatnih 11% navodi da je često etična, a 33 % ponekad etična.

4.4.2.5. Kako saborski zastupnici komentiraju rezultate istraživanja javnosti o komunikaciji saborskih zastupnika u 10. sazivu Hrvatskog sabora?

S obzirom da je prvi dio istraživačkog dijela ovog rada uključivao kvantitativno istraživanje na reprezentativnom uzorku punoljetnih građana Republike Hrvatske, odlučili smo saborske zastupnike pitati za mišljenje o ključnim rezultatima provedenog istraživanja.

Prvo smo iznijeli rezultate koji govore kako većina građana ne podupire primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje, odnosno da ga smatra neprimjerenim instituciji Hrvatskog sabora i javnom diskursu (87 %) te da građani općenito smatraju cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora neprimjerenom (51 %). Većina saborskih zastupnika složila se s mišljenjem građana (76 % u potpunosti, a dodatnih 20 % djelomično). Međutim, nisu pokazali spremnost na promjenu komunikacije. Naime, izjavili su da bi njihova komunikacija tijekom 10. saziva ostala ista (64 % izjavilo je da bi bila potpuno ista, a dodatnih 29 % prilično ista), pa i da su ranije bili upoznati s istraživanjem i rezultatima istraživanja. Samo 4 % intervjuiranih zastupnika pokazalo je spremanost na promjene.

Zastupnicima smo iznijeli mišljenje građana o verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji u Hrvatskom saboru, to jest da su rezultati istraživanja pokazali kako 66 % ispitanih smatra kako je verbalna komunikacija neprimjerena, a 63 % ispitanih smatra kako je i neverbalna komunikacija zastupnika 10. saziva bila neprimjerena te da takva komunikacija narušava dignitet Hrvatskog sabora. I ovdje se većina saborskih zastupnika složila s građanima (54 % u potpunosti se slaže, 32 % djelomično se slaže, dok se 12 % uglavnom ne slaže) no kao i na prethodnom pitanju većina intervjuiranih zastupnika ne bi ništa promijenila u svojoj komunikaciji (69 % izjavilo je da bi im komunikacija bila potpuno ista, a dodatnih 25 % prilično ista).

Nadalje, predstavili smo im i sljedeće rezultate, to jest pokazali da rezultati ranije provedenog istraživanja pokazuju kako 57 % građana nije zadovoljno jasnoćom komunikacije saborskih zastupnika, 63 % nije zadovoljno jezgrovitošću komunikacije, da podjednaki postotak ispitanih - tj. 63 % građana nije zadovoljno kako su se zastupnici držali teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, raspravama na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji ili komunikaciji s građanima. Također, 64 % ispitanih građana

smatra kako zastupnici nisu iznosili točne, istinite, i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze te 60 % ispitanih građana smatra kako poruke saborskih zastupnika nisu poslane u pravoj formi. Većina saborskih zastupnika složila se s građanima (36 % u potpunosti se slaže, 53 % djelomično se slaže, dok se 7 % uglavnom ne slaže). Zatim smo ih pitali da su za ove rezultate istraživanja znali prije ili tijekom obnašanja dužnosti zastupnika/zastupnice 10. saziva Hrvatskog sabora, bi li njihova komunikacija bila drugačija. Gotovi svi su se složili da njihova osobna komunikacija ne bi bila drugačija (60 % odgovorilo je kako bi bila potpuno ista, a 36 % prilično ista).

Zabrinjavajuće je da zastupnici i nakon prezentiranih poražavajućih rezultata o mišljenju građana nisu spremni mijenjati svoju osobnu komunikaciju. Međutim većina zastupnika dala je i svoja obrazloženja za to. Dio zastupnika komentirao je kako Hrvatski sabor nije monolitna, koherentna i homogena institucija pa je samim time i mišljenje javnosti o instituciji negativno i znatno lošije nego o drugim institucijama. Zastupnik 33 obrazložio je to riječima: „To je zato što npr. glasač MOST-a Hrvatski sabor gleda kroz Borića, Zekanovića…, glasač SDP-a i HDZ-a Hrvatski sabor gleda kroz mene, Daliju Orešković, Bulja, Sandru Benčić, Radu Borić… i tu je taj problem. Hrvatski sabor nije monolitan kao što je monolitna Vlada, pa tko ne voli Plenkovića samo taj ima loše mišljenje o Vladi, a o Saboru ima loše mišljenje onaj tko voli mene i onaj tko voli Plenkovića, i tu je problem.“ Najveći dio zastupnika istaknuo je ulogu medija, odnosno činjenicu da su upravo mediji ti koji kreiraju sliku građana o radu Hrvatskog sabora, koja je bitno drugačija od stvarne slike Hrvatskog sabora. Zastupnici su u pravilu isticali kako mediji rad Sabora prenose selektivno s ciljem povećanja svoje gledanosti, slušanosti i čitanosti, a ne s ciljem objektivnog prenošenja informacija. Zastupnici različitih političkih opcija ističu kako mediji često zanemaruju sam meritum, sadržaj i argumentirane rasprave te izvještavaju pristrano i tendenciozno stavljajući naglasak na incidente, igrokaze ili rasprave onih pojedinaca koji su u svom izričaju verbalno oštriji. Dio zastupnika naglašava kako mediji izokreću činjenice pa i umjetno stvaraju sukobe te je u javnosti rad Hrvatskog sabora prikazan bitno drugačijim od onoga kakav on stvarno jest. Zastupnik 30 pojašnjava: „Mediji prenesu neku raspravu iz Sabora, na kojoj sam ja u Saboru bila nazočna, i onda pratiš medije i pitaš se jesmo mi bili na istoj raspravi u sabornici. To je percepcijski vrlo loše. Ja znam kakva je rasprava bila, ali veliki broj građana koji pročitaju ili prate medije nemaju stvarnu sliku i mislim da to nije u redu.“

4.4.2.6. Koje preporuke građani i javnost, a koje saborski zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora, daju zastupnicima budućih saziva Hrvatskog sabora, u cilju poboljšanja komunikacije pri obnašanju zastupničke dužnosti?

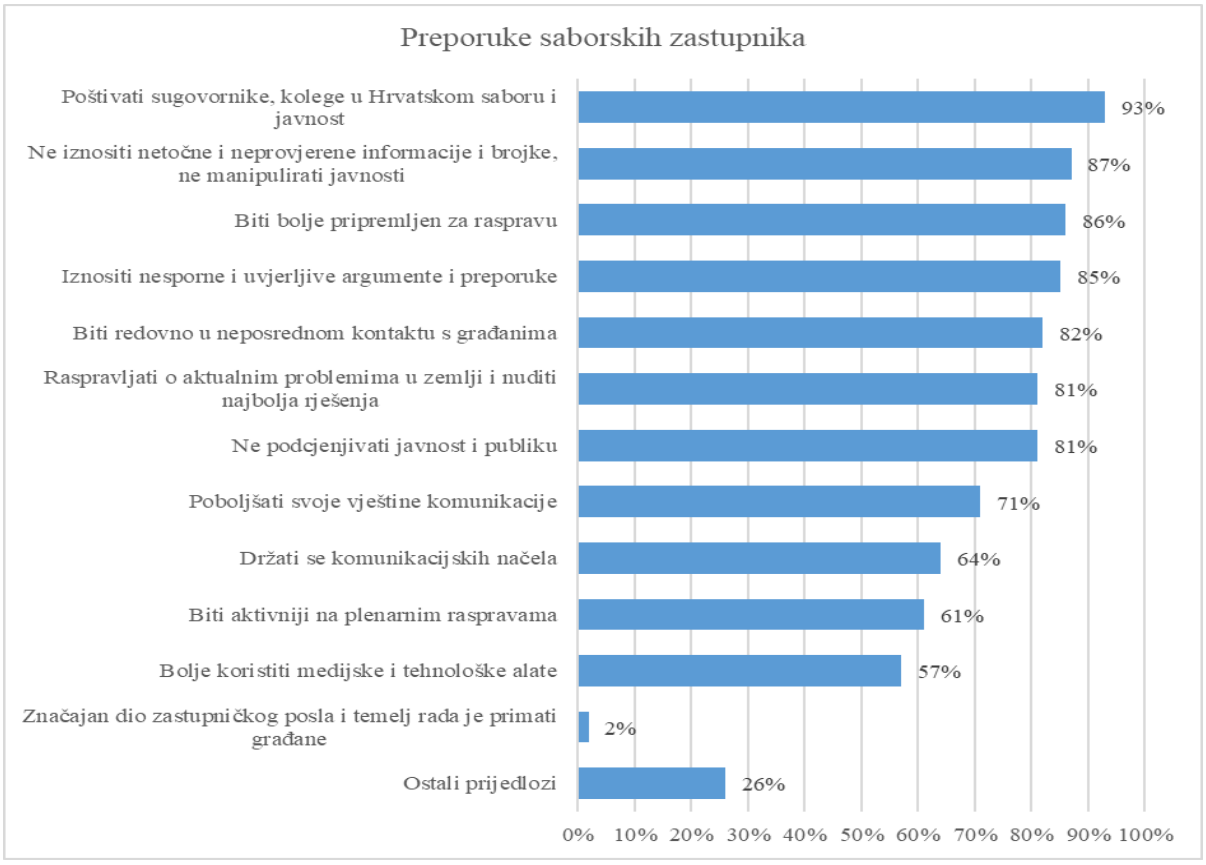
Pri sastavljanju anketnog upitnika i na temelju dostupne literature o komunikaciji, političkoj komunikaciji i aktivnostima koje podrazumijeva dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru za potrebe prvog dijela istraživanja provedenog na uzorku opće populacije samostalno smo kreirali tvrdnje nalik na preporuke budućim saborskim zastupnicima te smo ih ispitali među građanima. Građani su na prvom mjestu rekli da bi budući saborski zastupnici trebali „poboljšati svoje vještine komunikacije“, zatim da se „u komunikaciji trebaju držati komunikacijskih načela“ te „poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost“.

Tijekom intervjua ispitali smo koje bi od ranijih tvrdnji, to jest preporuka zastupnici istaknuli kao preporuke budućim kolegama. Kao i građani zastupnici su mogli odabrati jednu ili više preporuka, a zastupnicima smo omogućili da navedu i osobne preporuke budućim zastupnicima, ako nisu navedene ranije u istraživanju. Na prvom mjestu zastupnici su naveli „poštivanje sugovornika i javnosti (91 %), zatim ne iznositi netočne informacije i brojke, odnosno ne manipulirati javnosti (87 %) te biti bolje pripremljen za raspravu (86 %). Detaljniji prikaz nalazi se na Slici 40.

Možemo primijeti kako postoji djelomično preklapanje u odgovorima građana i zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora. Zanimljivo je kako je 26 % ispitanih zastupnika imalo potrebu navesti i dodatnu preporuku. Također je interesantno kako su zastupnici različitih političkih opcija i političkog spektra davali preporuke koje su često sadržajno slične ili se preklapaju. Tako su zastupnici 13 i 45 istaknuli pojačan neposredni rad s građanima kao jednu od glavnih dužnosti saborskog zastupnika. Zastupnik 13 tvrdi da „jako puno važnih tema koje sam formulirala, od primjerice agencija za preprodaju dugova, siromaštva, pitanja ovršenih, pitanja franka, drugih ekoloških tema posebno na mikrolokacijama, saznala sam direktno od građana i dobila dokaze od građana.“ Zastupnik 3 navela je: „Biti svjestan ograničenosti položaja zastupnika u Hrvatskom saboru s obzirom na odnos izvršne prema predstavničkoj vlasti“, dok je zastupnik 4 istaknuo: „Nastojati provoditi ustavna načela o nezavisnosti Sabora kao zakonodavnog tijela.“ Zastupnik 5 istaknuo je prijedlog budućim zastupnicima: „U raspravama, ali i u replikama koje su iznimno važne, naglasak staviti na sadržaj i meritum“, a zastupnik 10 naveo je da je potrebno „prilagoditi se okruženju, jer ako ostaneš neprilagođen, nećeš ga moći ni popraviti.“ Zastupnik 12 poručio je: „Educirajte se, ne bih davao preporuke, oni su mi konkurencija“, dok je zastupnik 14 preporučio: „Biti opušten, biti autentičan i ne obazirati se previše na mišljenje medija.“

Zastupnik 19 kaže: „Biti svoj i braniti ono što vjeruješ da je ispravno“, a zastupnik 21 u prvi plan stavlja slobodu govora: „Mijenjanjem poslovnika omogućiti veću slobodu govora saborskih zastupnika u Saboru zbog kvalitete rasprave i debate i što manja ograničenja u raspravama.“ Zastupnik 23 naglašava da je potrebno „voditi računa o cjelokupnom radu, pa i percepciji i rezultatima, a to se jedino može postići vlastitim primjerom“, dok zastupnik 34 napominje: „Preispitati vlastite motive ulaska u politiku.“ Zastupnik 36 kao preporuku budućim kolegama ističe da je potrebno „držati se etičkog kodeksa i više voditi računa o etici“, a zastupnik 44 preporuča i pojašnjava: „Zastupnici različitih političkih opcija trebaju češće međusobno komunicirati izvan plenarnih sjednica, mislim da bi to pridonijelo jednom normalnom parlamentarnom radu. Često se komunicira samo za publiku i pred publikom, a to dovodi i do ovakve slike Sabora.“ Zastupnik 47 navodi: „Prije kandidature za Hrvatski sabor steći političko iskustvo na lokalnim i regionalnim razinama“, zastupnik 51 ističe: „Pročitati bonton i držati ga se“, a zastupnik 54 podsjeća da je potrebno „voditi više računa o neverbalnoj komunikaciji, to je jako bitno.“ Zastupnik 55 kao preporuku izdvaja: „Više razmišljati kako probleme riješiti na kvalitetan način, a ne baviti se kako postati popularan i osigurati si i sljedeći mandat“, dok zastupnik 57 ističe da treba „naći pravi način kako medijski bolje komunicirati.“ Zastupnik 61 tvrdi da je potrebno „više pozornosti posvetiti poznavanju propisa i aktivnijem radu u Odborima što bi doprinijelo i kvaliteti same rasprave na plenarnoj sjednici“ dok zastupnik 66 po uzoru na Kongres u Sjedinjenim Američkim Državama kao prijedlog zastupnicima ističe: „U Hrvatskom saboru primati građane.“ Zastupnik 67 predlaže: „Biti kratak, jasan, čvrst i dozirati se u malim količinama“, a zastupnik 68 istaknuo je i pojasnio dvije preporuke: „1. Raditi selekciju prioriteta – recimo ako je pojedinoj političkoj stranci ili opciji bitno da se pozicionira s obzirom na svoj stav prema manjinskim pravima, ljudskim pravima, LGTBQ pravima, da se onda fokusira odnosno da zna formatirati taj svoj izričaj tako da se tome da naglasak i 2. U dijelu u kojem iznosimo općenite političke stavove ili predlažemo što će se naći na dnevnom redu da se vodi računa o redoslijedu prioriteta ili o težini nekog pitanja u javnom prostoru za državu ili za građane.“ Zastupnik 75 tvrdi kako je ključno „ponašati se dostojno funkciji zastupnika u Hrvatskom saboru, u svakom smislu, a ne samo pred televizijskim kamerama“, dok zastupnik 78 preporuča: „Koristiti se sa tri stupnja komunikacije: prvi je razmišljati, drugi je razmišljati, a treći je govoriti.“ Zastupnik 87 kao preporuku budućim zastupnicima ističe: „Više zdravog razuma, odgovornosti i svijesti kako mi kao saborski zastupnici u kratkoročnim mandatima donosimo odluke sa dugoročnim posljedicama“, a zastupnik 89 podsjeća: „Bilo bi dobro kad bi zastupnici pročitali zapisnike od prije 100 godina i kako su se zastupnici odnosili jedan prema drugom, ali i prvi saziv Hrvatskog sabora moderne

Hrvatske. Kad bi to pročitali, barem 2-3 rasprave, stekli bi uvid kako su se zastupnici odnosili jedni prema drugima, bez obzira što su politički 'neprijatelji' i vjerojatno ne bi ovakve rasprave bile danas.“ Zastupnik 94 na pitanje o preporukama budućim zastupnicima nije odgovorio, ali je dao duhovito obrazloženje: „ Ne dajem preporuke jer ja sam bivši zastupnik, a da sam bio dobar bio bih još uvijek zastupnik“, dok je zastupnik 96 uz druge preporuke posebno kao preporuku zastupnicima 11. saziva, ali i budućim sazivima Hrvatskog sabora, naglasio: „Voljeti Hrvatsku.“



Slika 40. Sažetak preporuka saborskih zastupnika za poboljšanje komunikacije

Sukladno 6. istraživačkom pitanju i saborske smo zastupnike, kao i građane, pitali za mišljenje o uvođenju obveze dodatne edukacije iz komunikacije za sve izabrane kandidate, a prije samog stupanja na dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru, tj. prije same prisege. Dok velika većina građana (88 %) smatra takvu edukaciju potrebnom, postotak zastupnika koji smatra da bi takva obaveza rezultirala kvalitetnijim i primjerenijim raspravama u Hrvatskom saboru, a samim time bi percepcija, imidž i ugled Hrvatskog sabora bio bolji, nešto je manji. Naime, većina intervjuiranih zastupnika slaže se s obavezom dodatne edukacije iz područja komunikacija (36 % u potpunosti i dodatnih 37 % djelomično), dok ih se oko četvrtine ne slaže (12 % uopće se

ne slaže, a dodatnih 12 % djelomično se ne slaže). Zastupnici koji se u potpunosti slažu s potrebom dodatne edukacije iz područja komunikacija za sve izabrane kandidate naglašavaju kako bi ona rezultirala primjerenijim raspravama te ističu osobne primjere edukacija koje su kao političari prošli i pozitivne primjere kako je takva edukacija utjecala na njihovu komunikaciju. Tako zastupnik 64 naglašava: „Ja osobno mislim kako bi svatko tko se bavi političkim radom trebao proći onu elementarnu edukaciju bavljenja političkim radom. Ja mislim da je to elementarna stvar. Ako vi doživljavate svoje mjesto zastupnika da glasate, da ne govorite, da eventualno govorite jedanput u mjesec dana, onda vam ne treba ništa. Ali ako doživljavate onako kako biste trebali, onda vam treba.“ Većina zastupnika koji su odgovorili kako se djelomično slažu, djelomično ne slažu ili se u potpunosti ne slažu s potrebom dodatne edukacije iz područja komunikacija obrazložili su svoje mišljenje, prema kojem pojedini zastupnici komuniciraju kako komuniciraju, ne zbog svog neznanja već je takav način komunikacije njihova isključiva namjera. Zanimljivo je da se obrazloženja zastupnika različitih političkih opcija i različitog političkog spektra djelomično preklapaju ili su vrlo slična. Tako zastupnik 9 svoj odgovor obrazlaže riječima: „Mnogi ljudi nisu poučljivi, imaju svoj plan i krivo shvaćaju kako izazvati pažnju pa onda rade ekscesne stvari, ne bi li im to puno pomoglo.“ Kao i zastupnik 9, zastupnik 46 dao je sličan odgovor te ga je obrazložio riječima: „Mislim da je to izbor, namjerno se nameće ta vrsta komunikacije i mislim da je to problem.“ Zastupnik 31 pojašnjava svoj odgovor: „Oni koji lošije komuniciraju mogli bi svoju želju da nekog lupe po glavi bolje upakirati. Bili bi jednako bezobrazni samo bi to možda bilo ljepše.“ Zastupnik 51 svoj odgovor obrazlaže: „Jer se ne može preodgojiti divljaka. Primitivca, divljaka, populista se ne može prevesti da bude demokrat i da poštuje bonton, bude tolerantan i poštuje proceduru.“

4.5. Rasprava

U nastavku rada ćemo prikazati usporedbu mišljenja javnosti i saborskih zastupnika o pojedinim pitanjima. Komparacijom provedenih istraživanja dobili smo zanimljive rezultate. Naime, neke smo odgovore, na temelju kvalitativne metodologije odnosno intervjua sa saborskim zastupnicima, mogli kodirati na sličan način kako je javnost odgovarala na pitanja u anketnom upitniku.

4.5.1. H1: Javnost se o aktivnostima zastupnika i radu Hrvatskoga sabora češće informira preko televizije nego li preko drugih medija

Rezultati istraživanja su potvrdili naše pretpostavke. U anketnom upitniku ispitani građani, na pitanje na koji način dobivaju obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika u najvećem postotku odgovorili su „putem televizije“ (69 %). Na drugom mjestu su internetski portali (59 %), treće mjesto s postotkom od 38 % zauzimaju društvene mreže i društveni mediji te razgovor s prijateljima, suradnicima i poznanicima. Građanima je u anketnom upitniku ponuđena mogućnost odabira jednog ili više medija, te su gotovo svi ispitani odgovorili kako se informiraju preko najmanje dva medija što nam govori u prilog tvrdnji koliko je za političku komunikaciju važno integriranje komunikacijskih kanala u strateškom smislu.

U intervjuu smo pitali zastupnike: „Kojem obliku komunikacije posvećujete posebnu pozornost jer mislite da je to način na koji građani najčešće dobivaju informacije o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika?“ Zastupnici kao i građani mogli su odabrati jedan ili više odgovora. Rezultati pokazuju kako zastupnici najveću pozornost posvećuju neposrednom kontaktu s građanima (81 %), zatim objavama na internetskim stranicama vlastite političke stranke i na vlastitim profilima na društvenim mrežama (78 %) te intervjuima, gostovanju u televizijskim emisijama i drugim televizijskim objavama (76 %). Kako zastupnici, kao pošiljatelji političkih poruka razumiju važnost integriranja komunikacijskih kanala, govore rezultati prema kojima su svi zastupnici odabrali više načina komunikacije s ciljanom javnosti. Prvih pet najučestalijih odgovora građana i zastupnika prikazani su i uspoređeni u Tablici 9. Možemo primijetiti djelomično poklapanje mišljenja u odgovorima građana i zastupnika, tj. mišljenja građana o načinu kako primaju informacije o radu i aktivnostima zastupnika te mišljenju zastupnika kojem obliku komunikacije posvećuju posebnu pozornost jer smatraju da njihovi potencijalni birači primaju obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika upravo na taj način. Općenito gledano, u odnosu na javnost, saborski zastupnici su precijenili sve aspekte komuniciranja i informiranja građanstva pridajući im veću važnost nego sama javnost.

Tablica 9. Način informiranja i komuniciranja javnosti sa saborskim zastupnicima

Način informiranja	Javnost (%)		Saborski zastupnici (%)	
	%	rang	%	rang
Putem televizije	69%	1.	76%	3.
Putem internetskih portala	59%	2.	60%	6.
Putem društvenih mreža i društvenih medija	38%	3.	74%	4.
U razgovoru s prijateljima, suradnicima i poznanicima	38%	4.	-	-
Putem dnevnih novina, tjednika i drugih tiskovina	37%	5.	58%	7.
Neposredni kontakt s građanima	12%	9.	81%	1.
Objavama na internetskim stranicama vlastite političke stranke i na vlastitim profilima na društvenim mrežama	15%	8.	78%	2.
Intervjuima i drugim radijskim objavama	27%	6.	63%	5.

Iako su u najvećem postotku (81 %) zastupnici istaknuli kako je neposredni kontakt s građanima onoj oblik komunikacije kojem posvećuju posebnu pozornost, većina zastupnika tijekom intervju, naglasila je kako mediji imaju doseg do puno većeg broja građana nego što ga zastupnici mogu ostvariti neposrednim kontaktom. Internetske portale građani su stavili na drugo mjesto dok su zastupnici na drugo mjesto stavili objave na internetskim stranicama vlastite političke stranke i na vlastitim profilima na društvenim mrežama, dok su zastupnici na 3. mjesto stavili televiziju, građani su ju stavili na 1. mjesto. Televizija kao najutjecajniji medij proteklih desetljeća polako gubi svoju dominantnu ulogu, ali ovo istraživanje, kao i neka druga istraživanja pokazuje kako je uloga televizije kao masovnog medija značajna te ju ne bi trebali podcjenjivati. Rezultati istraživanja anketnog instrumenta Europske unije – Eurobarometara iz 2023. godine, kojim su detaljno ispitane i razmatrane navike građana EU u korištenju medijskih

sadržaja, njihovo povjerenje u različite medijske izvore i stavovi prema dezinformacijama, upravo televiziju navode kao primarni izvor vijesti. Dok je postotak za građane EU 71 %, za Republiku Hrvatsku još je i viši – 77 %. Prema istom istraživanju u Europskoj uniji, ali i u Republici Hrvatskoj, u svakoj dobnoj skupini više od 50 % ispitanih odabralo je televiziju, ali nam je i vidljivo da je taj postotak značajno manji kod mlađih (za RH od 15 do 24 godine 57 %), dok se s povećanjem dobi povećava i postotak ispitanih kojima je televizija primarni izvor informiranja (za RH od 55+ godina 88 %). Prema istom istraživanju, građani EU odabiru javne televizije i radijske postaje kao izvor kojem najviše vjeruju, zatim tiskane medije (uključujući i njihova online izdanja), a na trećem mjestu privatne televizije i radijske postaje[117]. Značajno je spomenuti recentnije istraživanje Instituta Reuters Sveučilišta Oxford koje nam daje prikaz stanja u području medija i informiranja u 47 zemalja i na 6 kontinenata. Prema Digital News Reportu za 2024. godinu za Republiku Hrvatsku navodi se kako je u Republici Hrvatskoj povjerenje u institucije, ali i medije, tradicionalno nisko te da povjerenje u vijesti nastavlja opadati usred sve veće polarizacije društva. Prema istraživanju 80 % hrvatskih građana vijesti najviše koristi preko online medija, a online medije slijedi televizija, preko koje se informira 63 % građana. Također, 47 % građana informira se preko društvenih mreža, a 20 % preko tiskanih medija. Pojašnjavajući utjecaj medijskih kuća u televizijskom svijetu navedeno je kako u Republici Hrvatskoj dominiraju dva TV kanala u stranom vlasništvu više od dva desetljeća (Nova TV i RTL) zajedno s javnim servisom (HRT)[118].

U istraživanju putem anketnog upitnika veliki postotak građana izjasnio se kako smatraju da mediji utječu na komunikaciju saborskih zastupnika, a tijekom provođenja intervjua isto su potvrdili i sami ispitani zastupnici. Uloga medija, posebno danas kad tehnološke promjene omogućuju dvosmjernu komunikaciju, 24 sata u danu, 7 dana u tjednu, sigurno je ključna za cjelokupnu javnu komunikaciju. Za novinarstvo danas često koristimo pojam sedme sile, medije nazivamo demokratskim korektivom i četvrtim stupom demokracije, ali i zanemarujemo činjenicu kako se većina medija nalazi na tržištu te se tako i ponaša. Kako bi osigurali financijsku održivost i stabilnost, mediji često podliježu brzini i senzacionalizmu, a zanemaruju profesionalne standarde, a ponekad i samu točnost. Utjecaj medija na vlastitu komunikaciju zastupnik 89 objasnio je na vlastitom primjeru riječima: „Ponekad si primoran nešto objasniti što je u suprotnosti sa onim što su već mediji objavili. Evo recimo primjer od danas. Mediji su

[117] https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153, datum pristupa: 18. 2. 2025.
[118] https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/202406/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf, datum pristupa: 18. 2. 2025.

objavili kako će poduzetnici sigurno svim mladim zaposlenicima davati nove ugovore i tjerati ih da potpisuju nove ugovore zbog toga što se ukida oslobođenje od plaćanja doprinosa na zdravstveno osiguranje. A to uopće nije točno, prvo nije točno da se ukida pa je i samim time kriva vijest. U raspravi u ima Kluba, ja sam danas potrošio 3-4 minute, samo da to objasnim. Da su mediji imali točne objave ja se danas u raspravi s tim uopće ne bih bavio."

Temeljni zakoni kojima se mediji reguliraju u Republici Hrvatskoj su Zakon o elektroničkim medijima, Zakon o medijima i Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji. Na malom, a raznolikom i konkurentnom medijskom tržištu dužnost novinara i urednika je poštivati zakone te po slobodnoj volji poštivati novinarska načela i profesionalne standarde. Razumljivo je da se u svom radu, posebno mediji u privatnom vlasništvu, vode gledanošću, slušanošću, čitanošću i zbog toga mediji ne mogu i ne trebaju imati glavnu ulogu i odgovornost za političku kulturu i demokratizaciju hrvatskog društva. Svaki odgovorni političar uključujući i zastupnike u Hrvatskom saboru morao bi preuzeti odgovornost za izgovorenu riječ i osvijestiti činjenicu kako njegova komunikacija i njegovo ponašanje može utjecati na smjer cjelokupne javne komunikacije. Osim osobne odgovornosti za izgovorenu riječ, političari ne mogu utjecati na medije jer bi se bilo kakva intervencija mogla gledati kao politički pritisak i napad na slobodu govora. Ipak, zastupnici u Hrvatskom saboru, kao članovi predstavničkog i zakonodavnog tijela trebali bi postići konsenzus i suglasje oko javnih servisa, posebno Hrvatske radiotelevizije. Prema ranije spomenutim istraživanjima građani javne televizije i radijske postaje smatraju najpouzdanijim medijskim izvorom, a javni servis HRT- a u svom radu oslanja se na obveznu naknadu i financijski ne ovisi o prihodima od oglašavanja. Sve to omogućuje javnom servisu da se pridržava najviših profesionalnih standarda, a prema Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji glavnog ravnatelja HRT-a, četiri od pet članova Nadzornog odbora, članove Vijeća imenuje i razrješuje upravo Hrvatski sabor, koji obavlja i nadzor nad zakonitošću rada vijeća i Nadzornog odbora te potvrđuje i Statut HRT-a[119].

Globalno komunikacijsko okruženje iz temelja je promijenilo ulogu građana kao medijske publike, ali i ulogu građana u političkoj komunikaciji. Građani moraju osvijestiti činjenicu kako je najveći alat utjecaja na medije ali i same političare zapravo u njihovim rukama. I mediji i političari se nalaze na tržištu. Ako se i građani odluče ponašati kao na tržištu gdje je kupac uvijek u pravu ili bi trebao biti u pravu, mediji i političari će se svoju komunikaciju i svoje ponašanje morati prilagoditi samim građanima. Naime, ako građani bojkotiraju medije i sadržaj koji smatraju neprimjerenim, mediji će to zbog same praćenosti ali i svojih oglašivača

[119] https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji, datum pristupa: 19. 2. 2025.

primijetiti te će izvještavanje prilagoditi građanima. Također, ako građani kazne one pojedince i političare čiju komunikaciju smatraju neprimjerenom, bilo ignoriranjem komunikacije takvih zastupnika tijekom mandata i nepovjerenjem na izborima, drugim političarima će to biti jasan signal što građani žele i kakvu komunikaciju očekuju od svojih predstavnika u Hrvatskom saboru.

4.5.2. H2: Komunikacija saborskih zastupnika važna je za javnost te razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije

Rezultati su potvrdili naše pretpostavke. U prilog ovoj hipotezi govore rezultati istraživanja putem anketnog upitnika prema kojem većina ispitanih prati rad Hrvatskog sabora (32,2 % prate, a 52,3 % donekle prate) dok se samo 15,5 % sudionika izjasnilo kako ne prate rad Hrvatskog sabora. Također, u velikom postotku (57 % utječu i 26 % ponekad utječu) ispitani građani procijenili su kako rad zastupnika u Hrvatskom saboru utječe na život svakog građanina. To je i razumljivo jer svaki građanin dužan je poštovati Ustav i zakone, a upravo su Ustav i svi zakoni doneseni u Hrvatskom saboru.

Glavni alat rada svakog zastupnika u obavljanju zastupničke dužnosti u Hrvatskom saboru je izgovorena riječ. Koliko je izgovorena riječ i komunikacija zastupnika važna, govori činjenica prema kojoj sukladno Ustavu zastupnik ima imunitet i ne može biti pozvan na kaznenu odgovornost, biti pritvoren ili kažnjen za izraženo mišljenje ili glasovanje u Hrvatskom saboru. Prije samog izglasavanja i donošenja zakona, sukladno Poslovniku Hrvatskog sabora, svaki se zakon raspravi u Hrvatskom saboru. Tijekom rasprava Hrvatski sabor postaje svojevrsna politička pozornica na kojoj predlagatelj zakona, ali i svaki izabrani zastupnik može raspravljati i iznijeti svoje mišljenje, primjedbe, prijedloge, pohvale, kao i iznijeti nedostatke predloženog zakona. Tijekom rasprava, kao i o svakoj točci dnevnog reda u Hrvatskom saboru, mogu se čuti različita mišljenja svih parlamentarnih stranaka i zastupnika koji dolaze iz različitog političkog spektra. Parlamentarna debata na plenarnoj sjednici sigurno pomaže javnosti u razumijevanju rada Hrvatskog sabora, ali i razumijevanju predloženih, raspravljenih izglasanih zakonskih rješenja i drugih inicijativa Hrvatskog sabora. Upravo to je potvrdilo istraživanje putem anketnog upitnika, u kojemu su sami građani na izravno pitanje u visokom postotku izrazili mišljenje kako su komunikacijske vještine i komunikacija zastupnika u Hrvatskom saboru važni (85 %, od čega 48 % smatra vrlo važna, a 37 % prilično važna). Tijekom intervjua sa zastupnicima smo također razgovarali koliko su komunikacijske vještine i općenito

komunikacija zastupnika u Hrvatskom saboru važni za razumijevanje rada Hrvatskog sabora, ali i razumijevanju predloženih, raspravljenih izglasanih zakonskih rješenja i drugih inicijativa Hrvatskog sabora. Tako čak 97 % zastupnika smatra kako je važna (65 % vrlo važna, a 32 % prilično važna), dok 1 % smatra kako nije osobito važna i samo 2 % smatra kako uopće nije važna. Kada govorimo o samom razumijevanju možemo zaključiti da su zastupnici precijenili važnost komunikacijskih vještina i komunikacije u odnosu na građane.

U teorijskom dijelu disertacije pojasnili smo koliko je komunikacija važna za uspjeh svakog političara. Isto tako, pojasnili smo važnost komunikacije za percepciju, imidž i ugled, kako političara pojedinca, tako i institucije ili organizacije kojoj pripadaju. Istraživanje provedeno anketnim upitnikom pokazalo je kako i sami građani u izuzetno viskom postotku komunikaciju saborskih zastupnika u Hrvatskom saboru smatraju vrlo važnom za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Naime, čak 91 % građana smatra komunikaciju važnom za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. Na isto pitanje tijekom intervjua, 97 % zastupnika odgovorilo je kako komunikaciju smatraju važnom (73 % vrlo važnom, 24 % prilično važnom) komunikaciju saborskih zastupnika u Hrvatskom saboru za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije.

Rezultati istraživanja o ocjeni Hrvatskog sabora koja redovno provode agencije za istraživanje javnog mnijenja o kojima smo prethodno pisali, kao i rezultati istraživanja provedenog anketnim upitnikom u kojem smo zamolili građane da ocijene rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenom od 1 do 5, kao i kako građani vide cjelokupnu komunikaciju Hrvatskog sabora u 10. sazivu, kazuju nam kako je ugled Hrvatskog sabora kao institucije razočaravajući. Građani su rad Sabora ocijenili ispodprosječno (M=2,80, sd=1,07). Naime, više od trećine građanstva dalo je ocjenu 1 ili 2 (37 %) dok je niti jedna četvrtina (23 %) građana dala ocjenu 4 ili 5. Također je većina građana cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora ocijenila kao neprimjerenu (7,8 % vrlo neprimjerenom, 42,8 % prilično neprimjerenom). Trećina građana komunikaciju smatra primjerenom (25 % prilično primjerenom te 5,2 % vrlo primjerenom). Građani su u istraživanju, u najvećem broju istaknuli, kako je na njihovu ocjenu o radu 10. saziva Hrvatskog sabora, ali i ugledu Hrvatskog sabora kao institucije utjecala „komunikacija saborskih zastupnika“ (47 %), „kvaliteta donesenih zakona“ (43 %) te „aktivnost saborskih zastupnika na sjednicama kroz saborske rasprave i replike“ (35 %).

Kako bi usporedili percepciju javnosti i saborskih zastupnika o radu 10. saziva Hrvatskog sabora koristili smo tri mjere: prosječnu ocjenu rada sabora 10. saziva Hrvatskog sabora, procjenu primjerenosti cjelokupne komunikacije saborskih zastupnika pri 10. sazivu Hrvatskog

sabora, a također smo uključili i pitanje o ocjeni primjerenosti primitivnog, prizemnog i uvredljivog govora, pa i govora mržnje kojem smo tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora mogli svjedočiti (Tablica 10). Rezultati t-testa (t=1.92, p=0.06) pokazali su da u prosječnoj ocjeni rada Hrvatskog sabora nema statistički značajne razlike u mišljenju između javnosti i saborskih zastupnika. Za testiranje razlike u postotku odgovora korišten je z-test proporcija. Rezultati su pokazali da u procjeni primjerenosti komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora (z= -1.15, p=0.25) nema statistički značajne razlike u mišljenju između javnosti i saborskih zastupnika, odnosno i jedni i drugi je većinom smatraju neprimjerenom. Testiranje razlika u procjeni primjerenosti primitivnog, prizemnog, uvredljivog govora i govora mržnje tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora (z= -1.44, p=0.15) pokazalo je kako nema statistički značajne razlike u mišljenju između javnosti i saborskih zastupnika, odnosno i jedni i drugi je velikom većinom smatraju neprimjerenom.

Tablica 10. Procjena rada 10. saziva Hrvatskog sabora

10. saziv Hrvatskog sabora	Javnost	Saborski zastupnici
prosječna ocjena rada	M=2.80 (SD=1.07)	M=3.01 (SD=0.73)
komunikacija	43 % prilično neprimjerena i 8 % vrlo neprimjerena	45 % prilično neprimjerena i 12 % vrlo neprimjerena
primitivan, prizeman, uvredljiv govor i govor mržnje tijekom rasprava	72 % vrlo neprimjeren, 15 % prilično neprimjeren	83 % vrlo neprimjeren, 9 % prilično neprimjeren

Ranije navedeni podaci daju nam naslutiti kako građani i javnost imaju slične kriterije kada procjenjuju važnost komunikacije s obzirom na instituciju Hrvatskog sabora kao predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj. Ipak zastupnici u Hrvatskom saboru posebnu pozornost moraju posvetiti mišljenju i preporukama građana te osvijestiti činjenicu kako je upravo njihova komunikacija u najvećoj mjeri ono što oblikuje ne samo njihov osobni imidž, ugled i kredibilitet već oblikuje imidž i ugled cijele institucije, pa i političke kulture društva. Poražavajuće je kako 46 % ispitanih građana smatra da zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora nemaju kredibilitet, kojeg smo definirali kao ugled u društvu, stručnost, poštenje i karizmu, dok samo 27 % građana smatra da ga imaju.

Iako su ranije navedeni rezultati pokazali kako su zastupnici po više pitanja, kada ocjenjuju sami sebe i svoju komunikaciju, kognitivno pristrani i manje spremni na promjene važno je istaknuti kako bi svi zastupnici u Hrvatskom saboru morali osvijestiti činjenicu kako građani nisu tu zbog njih, nego oni mandat saborskih zastupnika imaju isključivo zbog građana koji su im povjerenje dali na izborima. Saborski zastupnici morali bi jednako kao što vode računa o ugledu, imidžu i osobnim interesima voditi računa o imidžu i ugledu Hrvatskog sabora te interesu institucije u kojoj obnašaju dužnost, a sve s ciljem kako bi građanima mogli na primjeren, jasan i razumljiv način prezentirati zakonska rješenja i druge inicijative Hrvatskog sabora, svoj rad, ali i rad Hrvatskog sabora u cjelini, te stajališta političke opcije kojoj pripadaju, kao i svoje osobno mišljenje.

4.5.3. H3: Javnost smatra da komunikacija saborskih zastupnika nije primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora

Rezultati su potvrdili naše pretpostavke, jer je ocjena ukupnog rada 10. saziva Hrvatskog sabora i primjerenosti cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora govori već u prilog ranije iznesenoj pretpostavci. Također, u anketnom upitniku, a kako bi dodatno provjerili utjecaj komunikacije na ukupnu ocjenu rada zastupnika, molili smo građane da izdvoje zastupnika kojeg bi istaknuli kao pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti te smo ih molili da ocjenom od 1 do 5 ocjene komunikaciju prethodnog zastupnika pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična. U nastavku smo molili građane da izdvoje zastupnika kojeg smatraju negativnim primjerom obnašanja zastupničke dužnosti i da po istom modelu vrednuju njegovu komunikaciju. Detaljno dobivene rezultate prezentirali smo ranije u tekstu. Istaknut ćemo samo kako su građani komunikaciju zastupnika koje su izdvojili kao pozitivan primjer vrednovali visokom ocjenom (najveći broj građana za pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti izabrao je Gordana Jandrokovića s prosječnom ocjenom njegove komunikacije od M=4,6. Idući po rangu je bio Željko Reiner s visokom ocjenom komunikacije od M=4,8, a zatim Davor Ivo Stier s prosječnom ocjenom od M=4,5). Građani su komunikaciju zastupnika, kojeg su izdvojili kao najlošijeg i kao negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti, ocijenili kao izrazito lošu (najveći broj građana za negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti izabrao je Sandru Benčić s prosječnom ocjenom njezine komunikacije od M=1,4. Idući po rangu je bio Hrvoje Zekanović s ocjenom komunikacije od M=1,2, a zatim Peđa Grbin s prosječnom ocjenom od M=1,4).

Našu pretpostavku potvrdili su i odgovori na pitanja o primjerenosti verbalne i neverbalne komunikacije. Naime, istraživanje je pokazalo kako većina građana neprimjerenom smatra verbalnu (66 %) komunikaciju u Hrvatskom saboru, tj. građani smatraju kako izgovorene riječi zastupnika nisu primjerene s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora te kako zastupnici ne koriste ispravno argumente kao način uvjeravanja svojih kolega i kako ne slušaju svoje kolege s dužnom pozornošću. U teorijskom dijelu disertacije posebnu pozornost posvetili smo neverbalnoj komunikaciji kao obliku komunikacije kojeg smo često nesvjesni, a koji u velikoj mjeri privlači pozornost publike te često na samu publiku djeluje jače od izgovorene riječi. Visokih 63 % ispitanih građana ocijenilo je neverbalnu komunikaciju zastupnika u Hrvatskom saboru neprimjerenom, tj. većina ispitanih građana smatra kako sve ono što nije izgovorena riječ, bilo da govorimo o odijevanju, mimici, gestikulaciji, prostornom i vremenskom ponašanju, i drugom ponašanju zastupnika nije primjereno Hrvatskom saboru kao instituciji. U teorijskom dijelu disertacije pojasnili smo kako poslane neverbalne poruke utječu na verbalni sadržaj te smo posebnu pažnju posvetili pojašnjenju važnosti usklađenog verbalnog i neverbalnog komuniciranja. Također, većina građana (54 %) smatra kako je verbalna i neverbalna komunikacija zastupnika neusklađena, tj. kako sadržaj onoga što izgovaraju nije usklađen s porukama koje neverbalno šalju bilo gestama, mimikom, tonom i drugim oblicima neverbalne komunikacije. Sve to sigurno utječe na vjerodostojnost poslanih poruka i građanima ostavlja prostor za sumnju i preispitivanje komunikacije zastupnika u Hrvatskom saboru. U teorijskom dijelu rada jednako tako smo pojasnili koliko su komunikacijske vještine, vjerodostojnost, empatija, moć uvjeravanja i argumentiranja važni za uspjeh svakog političara od antičke Grčke do danas. U prilog činjenici kako komunikacija zastupnika nije primjerena s obzirom na dignitet institucije Hrvatskog sabora govori i mišljenje prema kojem građani u velikoj većini smatraju komunikaciju saborskih zastupnika važnom za razumijevanje rada Hrvatskog sabora (85 %) te za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije (91 %), ali manje od polovice građana (45 %) tvrdi kako ih zastupnici svojom komunikacijom i buđenjem suosjećanja mogu potaknuti na nešto ili pridobiti za nešto. Zanimljivo je da se zastupnici, osim kad vrednuju osobnu komunikaciju, po nizu pitanja i u velikoj mjeri slažu s mišljenjem građana, ali nažalost iskazuju nespremnost na promjenu osobne komunikacije. Tako se zastupnici, nakon prezentiranih rezultata o mišljenju građana, slažu kako je verbalna i neverbalna komunikacija zastupnika 10. saziva bila neprimjerena te da takva komunikacija narušava dignitet Hrvatskog sabora (54 % u potpunosti se slaže, 32 % djelomično se slaže), ali ih većina ne bi ništa promijenila u svojoj komunikaciji (69 % izjavilo da bi im komunikacija bila potpuno ista). Za svakog čovjeka, pa i zastupnike, karakteristično je ono što Smiljana

Leinert Novosel u komunikaciji naziva „pogonsko sljepilo“, tj. zbog stalne uključenosti u komunikacijski proces smatramo da sve znamo pa komunikaciji pristupamo površno (Leinert Novosel, 2012). Uobičajeno je da smo u samoprocjeni često subjektivni i kognitivno pristrani. Međutim za političku komunikaciju, sve političare pa i zastupnike u Hrvatskom saboru, ključno je da kao pošiljatelji političkih poruka posebnu pozornost posvete primateljima političkih poruka, tj. građanima i da svoje poruke prilagode njihovim očekivanjima i zahtjevima, vodeći računa o komunikacijskom kontekstu i dignitetu Hrvatskog sabora kao predstavničkog tijela građana i nositelja zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj.

Našu pretpostavku potvrdila su i pitanja o etičnosti komunikacije saborskih zastupnika. U teorijskom dijelu disertacije pojasnili smo kako bilo koji komunikacijski proces neće biti uspješan ako smatramo da govornik nije iskren i etičan ili je njegova komunikacija netransparentna, manipulativna i neetična. Također, posebnu pozornost posvetili smo Kodeksu o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru kojeg su i donijeli upravo zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora. Tijekom rasprava u Hrvatskom saboru mogli smo čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje. I građani i zastupnici u velikom postotku tvrde kako je takav način komunikacije neprimjeren Hrvatskom saboru i javnom diskursu. Građane smo putem anketnog upitnika pitali smatraju li da je komunikacija zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora bila etična, tj. jesu li zastupnici u komunikaciji poštovali odredbe Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, jesu li pravovremeno iznosili točne, cjelovite i relevantne informacije, jesu li izbjegavali bilo kakvo plagiranje, je li njihova komunikacija kao i konačna namjera bila transparentna, jesu li komunicirali izvor informacija, jesu li u komunikaciji izbjegavali bilo kakav oblik manipulacije, neprimjerene, uvredljive i klevetničke komunikacije te jesu li poštovali dostojanstvo svake osobe. Većina građana smatra kako je komunikacija zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora bila neetična (44 % prilično neetična, 21 % izrazito neetična). O etičnosti komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora pitali smo tijekom intervjua i same zastupnike. Samo 3 % zastupnika tvrdi kako nikad nije bila etična, međutim poražavajuće je kako 44 % zastupnika konstatira kako je rijetko bila etična, dok 33 % odgovara kako je ponekad bila etična, još je i manji postotak onih koji tvrde kako je često bila etična - i to 11 %, dok samo 2 % tvrdi kako je uvijek bila etična. Interesantno je kako na pitanje koliko su osobno u svojoj komunikaciji vodili računa o etici u komuniciranju, 65 % ispitanih tvrdi uvijek, a 24 % zastupnika kao odgovor navodi često. Po pitanju etičnosti u komunikaciji također možemo zaključiti kako su zastupnici precijenili svoje etičke vrline i da su kognitivno pristrani.

Većina građana izrazila je mišljenje kako mediji utječu na komunikaciju saborskih zastupnika, a i zastupnici su to tijekom intervjua potvrdili. Činjenica je kako mediji redovno izvještavaju o radu Hrvatskog sabora, a svojim izvještavanjem u dobrom dijelu kreiraju sliku javnosti o radu Hrvatskog sabora i komunikaciji saborskih zastupnika. Sami zastupnici tijekom intervjua naglasili su postojanje medijske pristranosti, davanje medijskog prostora upravo onim zastupnicima koji su skloniji oštrijoj komunikaciji i „igrokazima“, davanje prostora senzacionalizmu i populizmu nauštrb sadržaja. Vlasnici medija, novinari i urednici moraju osvijestiti činjenicu kako u današnjem svijetu upravo mediji kreiraju društvenu stvarnost te kako s tom odgovornom ulogom dolazi i obaveza i odgovornost za kulturu društva, političku kulturu i demokratski sustav.

4.5.4. H4: Saborski zastupnici kao javne osobe u svojim nastupima ne pridržavaju se osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru

Rezultati su i kod ove hipoteze potvrdili naše pretpostavke. Naime, za potrebe ove disertacije izdvojili smo komunikacijska načela kojih bi se saborski zastupnici trebali pridržavati: jasnoća (upotrebljavati jasne rečenice, poznate riječi, jasnu argumentaciju), jezgrovitost (prije svega poštivati vrijeme predviđeno za govor, sažimati i naglašavati osnovnu poantu poslanih poruka), oblikovanje sadržaja (držanje teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, raspravama na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji i komunikaciji s građanima), točnost (u komunikaciji iznositi samo točne, istinite i provjere informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze) i oblikovanje poruka (poruke poslati u formi koja poštuje hrvatski standardni jezik). Također, pitali smo građane o etičnosti komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora naglašavajući poštivanje odredbi kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru. Građani smatraju da se saborski zastupnici kao javne osobe u svojim nastupima ne pridržavaju osnovnih načela komunikacije (57 % - 64 %) niti Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru (63 %).
Većina saborskih zastupnika (87 %) smatrala je svoju komunikaciju tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora primjerenom te visoko procjenjuju primjenu svih aspekata načela komunikacije u saborskim raspravama: jasnoću (59 % uvijek, 34 % često primjenjuje), jezgrovitost (70 % uvijek, 29 % često), poštivanje i držanje sadržaja komunikacije (46 % uvijek,

49 % često), točnost (82 % uvijek, 17 % često) te oblikovanje sadržaja komunikacije (47 % uvijek, 41 % često).

Provjerili smo kako se saborski zastupnici samoprocjenjuju, odnosno njihovu percepciju vlastitih komunikacijskih vještina u odnosu na to kako ih percipira, tj. doživljava javnost. U Tablici 11 su prikazani rezultati za koje smo napravili usporedbu. Za etičnost u saborskim raspravama (z= -15.34, p=00) dobivena je statistički značajna razlika, pri čemu javnost u manjem postotku etičnom percipira komunikaciju saborskih zastupnika nego li to čine sami zastupnici koji smatraju da su u komunikaciji izrazito etični. Isti rezultati su dobiveni i za sve aspekte osnovnih načela komunikacije, pri čemu javnost u značajnoj manjoj mjeri percipira kako su saborski zastupnici u komunikaciji jasni (z= -12.27, p=00), jezgroviti (z= -15.16, p=00), poštuju i drže se sadržaja komunikacije (z= -15.24, p=00), točni su u komunikaciji (z= -16.18, p=00) te jasno oblikuju komunikaciju (z= -13.87, p=00) za razliku od samih zastupnika koji očito jako precjenjuju sve aspekte svojih komunikacijskih vještina.

Tablica 11. Usporedba percepcije komunikacijskih vještina saborskih zastupnika

Komunikacijske vještine saborskih zastupnika	**Javnost**	**Saborski zastupnici**
Etičnost u saborskim raspravama	3% vrlo i 16% prilično	65% uvijek i 24% često
Jasnoća komunikacije	4% vrlo i 27% prilično	59% uvijek i 34% često
Jezgrovitost komunikacije	3% vrlo i 22% prilično	70% uvijek i 29% često
Poštivanje i držanje sadržaja komunikacije	3% vrlo i 20% prilično	47% uvijek i 49% često
Točnost u komunikaciji	3% vrlo i 19% prilično	82% uvijek i 17% često
Oblikovanje sadržaja komunikacije	3% vrlo i 20% prilično	47% uvijek i 42% često

Zastupnicima smo tijekom intervjua predstavili rezultate anketnog upitnika i mišljenja građana o njihovom poštivanju komunikacijskih načela. Većina saborskih zastupnika složila se s građanima (36 % u potpunosti se slaže, 53 % djelomično se slaže). Poražavajuće je kako su zastupnici i nakon prezentiranih rezultata i nakon činjenice da se u velikom postotku slažu s

građanima istaknuli kako nisu spremni mijenjati svoju komunikaciju. Naime, 96 % zastupnika tvrdi da bi njihova komunikacija, da su s ovim rezultatima bili upoznati prije ili tijekom obnašanja dužnosti zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora bila ista (60 % potpuno ista, 36 % prilično ista). Saborski zastupnici tijekom intervju često su navodili kako je zapravo teško držati se svih načela u komunikaciji s obzirom na vremensko ograničenje, bilo da govorimo o plenarnoj sjednici pa su vremenska ograničenja propisana Poslovnikom ili nastupom u medijima koje je također vremenski ograničeno. Također zastupnici su istaknuli kako je vrijeme za pripremu rasprava o pojedinom zakonu zapravo nedostatno, bilo zbog vremena u kojem od Vlade ili drugih predlagatelja dobiju konačan tekst predloženog zakona, bilo zbog samog obujma sadržaja i privitaka pojedinog zakonskog rješenja ili broja zakona o kojem se raspravlja u jednom danu ili jednom tjednu na radnim tijelima i nakon toga na plenarnoj sjednici Sabora. Uzmemo li ranije navedene primjere zastupnika kao valjane i opravdane, potreba za edukacijom i poboljšanjem komunikacijskih vještina čini nam se još poželjnijom i korisnijom. Potrebu za edukacijom i poboljšanjem komunikacijskih vještina zastupnika u Hrvatskom saboru prepoznali su i građani i zastupnici. Naime, zamolili smo građane da procjene je li potrebna dodatna edukacija iz područja komunikacija za sve izabrane kandidate, a prije stupanja na dužnost zastupnika u Hrvatskom saboru (tj. da bi tim rasprave bile kvalitetnije i primjerenije Hrvatskom saboru kao instituciji i javnom diskursu, a samim tim da bi percepcija, imidž i ugled Hrvatskog sabora bio bolji). Velika većina građana (88 %) i saborskih zastupnika (73 %) smatra takvu edukaciju potrebnom.

Naposljetku smo provjerili koliko se saborski zastupnici slažu s mišljenjem javnosti o preporukama za poboljšanje komunikacijskih vještina saborskih zastupnika. U Tablici 12 su prikazani prvih pet najučestalijih odgovora. Može se primijetiti djelomično poklapanje mišljenja o preporukama za poboljšanje komunikacijskih vještina saborskih zastupnika. Općenito gledano, u odnosu na javnost, saborski zastupnici su precijenili pojedine preporuke pridajući im veću važnost nego sama javnost.

Tablica 12. Preporuke za poboljšanje komunikacijskih vještina saborskih zastupnika

Način informiranja	Javnost (%)		Saborski zastupnici (%)	
	%	rang	%	rang
Poboljšati svoje vještine komunikacije	51%	1.	71%	8.
U komunikaciji se trebaju držati komunikacijskih načela	44%	2.	64%	9.
Poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost	40%	3.	93%	1.
U komunikaciji ponuditi nesporne i uvjerljive argumente i preporuke	38%	4.	85%	4.
Biti bolje pripremljen za raspravu	36%	5.	86%	3.
Ne iznositi netočne informacije i brojke, odnosno ne manipulirati javnosti	18%	9.	87%	2.
Biti redovno u neposrednom kontaktu s građanima	15%	11.	82%	5.

4.6. Ograničenja i prednosti provedenog istraživanja

Provedeno istraživanje suočilo se s nekoliko općenitih ograničenja koja treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata. Prvo, politička tematika istraživanja može biti podložna kontekstualnim promjenama, ovisno o trenutačnim političkim, gospodarskim i društvenim okolnostima. Budući da su podaci prikupljeni u specifičnom vremenskom razdoblju, postoji mogućnost da su rezultati djelomično reflektirali tadašnje političke kontroverze ili specifične događaje vezane uz Hrvatski sabor. Drugo, Hrvatski sabor predstavničko je tijelo građana, a zastupnici koji obnašaju dužnost pripadaju različitom političkim opcijama koje obuhvaćaju cijeli politički spektar u Republici Hrvatskoj te se samim tim kod ispitanika javlja problem objektivne procjene cijelog saziva kao jednog koherentnog tijela. Naime, zastupnici desnice možda pozitivno vrednuju komunikaciju članova desnog spektra, ali negativno ocjenjuju komunikaciju zastupnika lijevog političkog spektra te ocjenjujući cijeli saziv Hrvatskog sabora daju pozitivnu

ili negativnu ocjenu, sukladno trenutnom odabiru zastupnika kroz čije djelovanje ocjenjuju rad Hrvatskog sabora, i obrnuto. Treće, iako je istraživanje bilo usmjereno prema općoj populaciji i saborskim zastupnicima, određene podskupine, poput marginaliziranih skupina ili pojedinaca iz udaljenijih ruralnih područja kao i onih bez pristupa internetu, mogle su ostati nedovoljno uključene, što je moglo utjecati na generalizaciju nalaza.

Kod kvantitativne metodologije jedno od ključnih ograničenja je korištenje online ankete kao glavnog instrumenta prikupljanja podataka. Ovaj pristup zahtijeva pristup internetu, što je moglo rezultirati isključenjem dijela populacije, posebno starijih osoba, osoba s nižim socioekonomskim statusom ili onih koji žive u ruralnim područjima s ograničenom internetskom infrastrukturom. Premda je uzorak bio stratificiran prema glavnim demografskim varijablama, poput dobi, spola i razine obrazovanja, postoji mogućnost da određeni segmenti stanovništva nisu bili dovoljno zastupljeni. Nadalje, korištenje Likertove skale s ograničenim brojem opcija može smanjiti preciznost izražavanja stavova sudionika jer ne pruža prostor za dodatna objašnjenja ili nijansirane odgovore. Osim toga, činjenica da je anketa bila anonimna možda je potaknula iskrenost odgovora, ali istovremeno je onemogućila daljnje produbljivanje uvida kroz dodatna pitanja ili praćenje odgovora. Rezultati ankete, iako kvantitativno robusni, ponekad mogu biti ograničeni u interpretaciji zbog ovih metodoloških izazova.

Kvalitativna metodologija također nosi svoja specifična ograničenja, posebno s obzirom na provedbu polustrukturiranih intervjua sa saborskim zastupnicima. Jedno od glavnih ograničenja odnosi se na pristranost uzorka. Iako su svi zastupnici bili pozvani sudjelovati u istraživanju, odazvalo se njih 100. Dio neispitanih zastupnika iskazao je spremnost za sudjelovanje, ali zbog metodologije samog intervjua koji se provodio u živo, oni zbog drugih obaveza ili odsustva nisu sudjelovali što predstavlja djelomičan uvid u raznolikost stajališta zastupnika u 10. sazivu Hrvatskog sabora. Osim toga, ne možemo procijeniti pristranost u odgovorima zastupnika koji su sudjelovali u istraživanju.

Interpretacija intervjua, iako strukturirana prema unaprijed definiranoj agendi, podložna je subjektivnosti istraživača, što može utjecati na analizu rezultata. Nadalje, broj sudionika i vrijeme provedeno na intervjuima možda nisu bili dostatni za potpuno razumijevanje složenih aspekata političke komunikacije, dok je interpretacija rezultata morala uzeti u obzir ograničen kontekst razgovora.

Unatoč navedenim ograničenjima, istraživanje ima nekoliko ključnih prednosti koje ga čine vrijednim doprinosom u ovom području. Prvo, kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda omogućila je sveobuhvatan pristup istraživanju političke komunikacije i percepcije rada Hrvatskog sabora. Kvantitativni dio osigurao je širu sliku javnog mnijenja kroz statističku

analizu, dok je kvalitativni dio omogućio dubinske uvide u stavove i iskustva saborskih zastupnika, čime su rezultati obogaćeni raznolikošću perspektiva. Drugo, visoka pouzdanost korištenih instrumenata, poput ankete i polustrukturiranih intervjua, pridonijela je valjanosti i vjerodostojnosti rezultata. Pouzdanost Skale komunikacijskih vještina (Cronbach α=0,91) i konstrukcijska valjanost dodatno potvrđuju kvalitetu prikupljenih podataka. Treće, istraživanje se temelji na nacionalno reprezentativnom uzorku birača, što značajno pridonosi generalizaciji rezultata. Stratificirani uzorak od 1.000 sudionika osigurava uravnoteženu zastupljenost ključnih demografskih skupina prema dobi, spolu i obrazovanju, čime je omogućeno preciznije razumijevanje percepcija šire javnosti. Osim toga, intervjuiranje čak 100 od ukupno 151 saborskog zastupnika predstavlja izuzetno visok odaziv u kontekstu političkih istraživanja, pri čemu često postoji izazov osiguravanja sudjelovanja velikog broja političkih aktera. Ovaj visok odaziv omogućio je obuhvatniji uvid u raznolikost perspektiva i iskustava unutar 10. saziva Hrvatskog sabora. Četvrto, istraživanje je pružilo vrijedne smjernice za buduća istraživanja i potencijalna unaprjeđenja političke komunikacije u Hrvatskoj. Identificirane preporuke javnosti i zastupnika o poboljšanju komunikacijskih vještina, većem fokusiranju na transparentnost i etiku te boljim medijskim strategijama pružaju osnovu za praktične inicijative i politike. Konačno, stratificirani uzorak i jasno definirane metodologije omogućili su istraživanju da pruži pouzdane i reprezentativne uvide koji mogu biti korisni kreatorima politika, akademskoj zajednici i široj javnosti.

4.7. Praktična primjena istraživanja

Rezultati ovog istraživanja nude i višestruke praktične primjene.

Prvo, političari - uključujući i saborske zastupnike te političke stranke mogu iskoristiti dobivene uvide za unaprjeđenje vlastitih komunikacijskih vještina i strategija. Identificirane slabosti u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji ukazuju na potrebu dodatne edukacije i treninga u javnom nastupu. Poboljšanje komunikacije sigurno će pridonijeti poboljšanju kredibiliteta, imidža i ugleda samih političara u javnosti, politike kao časnog zanimanja te će povećati povjerenje građana prema politici, političkim strankama i institucijama.

Drugo, nalazi istraživanja mogu služiti kao smjernice za razvoj kodeksa ponašanja i etike u političkoj komunikaciji, kako političkih stranaka tako i drugih institucija te mogu biti i podloga za eventualno donošenje stegovnih mjera za neprimjereno ponašanje i komuniciranje.

Treće, obrazovne institucije kao i organizacije koje se bave političkom edukacijom mogu koristiti rezultate za kreiranje edukativnih programa usmjerenih na povećanje transparentnosti, točnosti informacija i poštivanja profesionalnih standarda u komunikaciji.

Četvrto, medijske kuće, urednici i novinari mogu iskoristiti rezultate za bolje razumijevanje kako njihovi izvještaji utječu na percepciju političkih aktera i institucija u javnosti. Ovo otvara prostor za konstruktivniji pristup u medijskom izvještavanju i suradnji s političkim akterima.

Konačno, akademska zajednica može koristiti istraživanje kao temelj za daljnje studije o političkoj komunikaciji, posebno u kontekstu tranzicijskih demokracija poput Hrvatske. Dobiveni rezultati omogućuju usporedbe s drugim zemljama te pridonose boljem razumijevanju izazova u političkoj komunikaciji i percepciji institucija.

5. ZAKLJUČAK

Čovjek kao društveno biće primoran je komunicirati u najrazličitijim situacija, kako u privatnom tako i u poslovnom okruženju. Često su komunikacijske vještine dodana vrijednost i glavni ključ uspjeha kako pojedinca, tako i organizacija.

U nekim područjima, kao što je politika, komunikacijske vještine preduvjet su samog rada. Naime, političari predstavljaju i zastupaju interese svojih birača na lokalnoj, državnoj ili međunarodnoj razini i primorani su svakodnevno komunicirati sa građanima i potencijalnim biračima, različitim udrugama, organizacijama i institucijama, medijima i drugim političarima, bilo iz istog ili različitog političkog spektra. Iako formalno obrazovanje za političara u Republici Hrvatskoj ne postoji, da bi bio uspješan, političar mora posjedovati tehničko znanje, široku lepezu općih informacija i znanja, karizmu i kredibilitet te komunikacijske vještine. Naime, političar mora moći izraziti misli i stavove koje zastupa jasno, jezgrovito, točno, sadržajno ispravno i pravilno oblikovano. Biti političar podrazumijeva i redovno držanje govora, sudjelovanje u debatama, medijske nastupe i drugo, što zahtjeva samopouzdanje, uvjerljivost pri izlaganju i argumentiranju, posjedovanje dobrih prezentacijskih vještina i pregovaračke sposobnosti. U javnom i medijskom prostoru često čujemo kako je politika kao zanimanje nemoralna i nepopularna, a sami političari su omraženi. Ipak izbori na svim razinama i broj kandidata za različite političke funkcije govore suprotno. Politika kao aktivnost pomoću koje ljudi tvore i mijenjaju pravila po kojima žive predstavlja svojevrsnu moć, a samim tim je poželjno zanimanje ljudima različitih profila bilo da govorimo o dobi, spolu, formalnom obrazovanju i drugom. S druge strane, izabrani političari bilo u izvršnim ili predstavničkim tijelima, svojim djelovanjem utječu na život svakog građanina. Stoga možemo zaključiti kako je veza čovjeka i politike neraskidiva, jer neizlazak na izbore i ignoriranje politike, politička je poruka.

Glavni alat svakog političara izgovorena je riječ. Politička komunikacija oblikuje političku i komunikacijsku kulturu, ali i kulturu društva u cjelini. Da politička komunikacija u Republici Hrvatskoj nije na zavidnoj i visokoj razini dala su nam naslutiti provedena istraživanja prema kojima je povjerenje u političke institucije nisko te višegodišnji rezultati redovnih mjesečnih istraživanja agencija o preferencijama birača, ocjeni institucija i popularnosti političkih aktera. Naime, sve tri najvažnije institucije u Republici Hrvatskoj redovito su ocjenjene ispodprosječno od kojih je Hrvatski sabor uvijek najlošije ocjenjen. U dosadašnjoj stručnoj literaturi zapostavljena je politička komunikacija članova predstavničkog tijela građana i nositelja

zakonodavne vlasti, kao najvažnije institucije u Republici Hrvatskoj, ali i najveće političke pozornice.

Baš zbog toga smo u ovom radu posebnu pozornost posvetili komunikaciji zastupnika u Hrvatskom saboru. Rezultati provedenog istraživanja za potrebe ove doktorske disertacije pokazali su kako većina građana prati politiku i rad Hrvatskog sabora, a sukladno ciljevima i istraživačkim problemima potvrđene su sve četiri postavljene hipoteze.

Potvrđeno je da se javnost o radu Hrvatskog sabora češće informira preko televizije nego preko drugih medija. Iako mnogobrojni znanstvenici i recentna istraživanja pokazuju kako televizija kao dominantni medij polako gubi utrku s internetom i društvenim mrežama, posebno kod građana mlađe životne dobi, ipak kad je riječ o političkoj komunikaciji i ukupnoj populaciji, uloga televizije kao tradicionalnog masovnog medija, ne smije biti zanemarena. Tim više što građani tradicionalne medije, posebno javne televizije i radijske postaje, smatraju najpouzdanijim izvorom informiranja. Zanimljivo je kako su zastupnici u najvećem postotku, na pitanje kojem obliku komunikacije posvećuju posebnu pozornost, jer misle da je to način na koji građani primaju informacije o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika, odgovorili: „U neposrednom kontaktu s građanima“. Neposredni kontakt s građanima zapravo je prvi oblik političke komunikacije te je jedno dugo vremensko razdoblje - do pojave masovnih medija, bio i jedini oblik. Prema dostupnoj literaturi i danas možemo tvrditi kako je ovo oblik komunikacije koji ostavlja najveći utjecaj na potencijalne birače i javnost, međutim kao što su i sami zastupnici primijetili ovaj način komunikacije ima najmanji doseg građana. U stručnoj literaturi komunikaciji putem interneta i društvenih mreža posvećuje se posebna pozornost, kao novom alatu komunikacije koji omogućuje bržu, jednostavniju i učinkovitu komunikaciju. Kako su i sami zastupnici prepoznali ranije navedene prednosti pokazuje i ovo istraživanje prema kojem su zastupnici na drugo mjesto stavili „objave na internetskim stranicama vlastite političke stranke i na vlastitim profilima na društvenim mrežama“, dok na trećem mjestu pozornost posvećuju gostovanjima u televizijskim emisijama i drugim televizijskim objavama. Potvrđena je i druga hipoteza prema kojoj je komunikacija saborskih zastupnika važna za javnost te razumijevanje, imidž i ugled Hrvatskog sabora. U prilog tome govore rezultati provedenog istraživanja putem anketnog upitnika, ali i intervjua sa samim zastupnicima. Jasno nam je zašto je to tako iz više razloga. Sukladno ovlastima Hrvatskog sabora koje proizlaze iz Ustava kao najvišeg pravnog akta države svako se zakonsko rješenje, važnije izvješće i druge važnije inicijative raspravljaju na radnim tijelima i plenarnim sjednicama Hrvatskog sabora. Također, najvažnije političke rasprave vode se u Hrvatskom saboru kao najvećoj političkoj pozornici, sukladno poslovničkim mogućnostima u formi slobodnih govora, prema kojima

zastupnici mogu otvoriti i raspravljati o temama za koje procjenjuju da su od osobite važnosti ili ih građani i mediji procjenjuju važnima. Hrvatski sabor predstavničko je tijelo građana te je sukladno demokratskom izbornom sustavu i rezultatima provedenih izbora, struktura zastupnika heterogena što omogućava da se tijekom rasprava čuje mišljenje različitih političkih opcija, svih parlamentarnih stranaka, koje obuhvaćaju cijeli relevantni politički spektar u Republici Hrvatskoj. Politička debata i konfrontiranje različitih političkih mišljenja pridonosi boljem razumijevanju rada Hrvatskog sabora te boljem razumijevanju predloženih, raspravljanih, izglasanih zakonskih rješenja i drugih inicijativa Hrvatskog sabora, ali utječe i na imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije. U žaru političkih rasprava u Hrvatskom saboru, povremeno smo svjedoci primitivnog, prizemnog, uvredljivog govora, pa i govora mržnje i to u pravilu između saborskih zastupnika različitih političkih opcija. Takav način komunikacije su u istraživanju građani, kao i sami saborski zastupnici, ocijenili neprimjerenim Hrvatskom saboru i javnom diskursu. Treća hipoteza kako javnost smatra da komunikacija saborskih zastupnika nije primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora potvrđena je s više bilo izravnih ili neizravnih pitanja. Ocjenjujući rad cijelog 10. saziva Hrvatskog sabora i cjelokupnu komunikaciju, kao i verbalne i neverbalne vještine saborskih zastupnika, a posebno etičnost jasno nam je kako građani smatraju komunikaciju saborskih zastupnika neprimjerenom s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora. Zanimljivo je kako su tvrdnje i ocjene zastupnika na ista pitanja slična ocjenama građana, dok su zastupnici značajno pristrani kada odgovaraju na pitanja o osobnoj komunikaciji, a ne cijelom 10. sazivu.

Potvrđena je i posljednja hipoteza prema kojoj se saborski zastupnici kao javne osobe u svojim nastupima ne pridržavaju osnovnih načela komunikacije i Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru. Istraživanje za potrebe ove disertacije pokazalo je da većina građana smatra kako zastupnici u svojoj komunikaciji nisu jasni, jezgroviti, ne poštuju i ne drže se sadržaja komunikacije, ne iznose samo točne i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze, te poruke ne šalju u pravom obliku. Također većina ispitanih smatra kako je komunikacija saborskih zastupnika bila neetična i kako se zastupnici između ostalog ne pridržavaju Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru. Zastupnici su, procjenjujući vlastite vještine komuniciranja, pridržavanja ranije spomenutih načela komunikacije i etičnosti vlastite komunikacije, kao i kod ranijih pitanja o osobnoj komunikaciji pristrani te na nju gledaju znatno pozitivnije nego što ih ocjenjuju građani ili nego što oni sami ocjenjuju cijeli saziv. Činjenica kako je većina građana, ali i zastupnika istaknula potrebu za dodatnom edukacijom iz područja komunikacija za sve izabrane zastupnike te preporuke koje su građani, ali i sami zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora istaknuli kao preporuke

zastupnicima budućih saziva Hrvatskog sabora, pokazuju nam nužnost poboljšanja komunikacijskih vještina i komunikacije u cjelini saborskih zastupnika, a s ciljem poboljšanja parlamentarnih rasprava i utjecaja na pozitivniji imidž i ugled Hrvatskog sabora.

Činjenica je kako javnost komunikaciju saborskih zastupnika smatra neprimjerenom s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora kao institucije, međutim krivnja i odgovornost za takvu komunikaciju često se pripisuje isključivo saborskim zastupnicima zanemarujući druge aktere političke komunikacije.

Saborski zastupnici morali bi preuzeti odgovornost za izgovorenu riječ, ali i osvijestiti činjenicu kako njihova komunikacija utječe na imidž i ugled institucije u kojoj obnašaju dužnost, na političku kulturu i na društvo u cjelini. Kao političari, izabrani zastupnici i javne osobe saborski zastupnici svojom komunikacijom trebali bi biti pozitivan primjer svim drugim segmentima društva. U samoprocjeni, kako komunikacijskih vještina tako i etike, zastupnici bi trebali biti objektivniji i samokritičniji, te bi morali iskazati spremnost na promjenu vlastite komunikacije i vlastitog ponašanja s ciljem prilagodbe željama i očekivanju građana, potrebama vremena u kojem se nalazimo i društva u cjelini.

Dostupna literatura, ali i ovo istraživanje pokazalo je da na komunikaciju saborskih zastupnika utječu i mediji. Mediji su ujedno i najveći kreatori stvarne slike društva. Urednici i novinari moraju osvijestiti svoju ulogu u društvu te u skladu s tom ulogom preuzeti i odgovornost za stabilnost, demokraciju i društvo u cjelini. Misao vodilja u radu svim medijskim djelatnicima ne bi trebao biti profit i tržišna načela, nego bi se medijski djelatnici kao odgovorni akteri i sudionici političke komunikacije trebali voditi primarno moralnim načelima struke.

Najsnažniji alat utjecaja na komunikaciju saborskih zastupnika i političara općenito, pa i utjecaja na medije, nalazi se u rukama građana. Građani moraju osvijestiti činjenicu kako se danas političari, pa i izabrani zastupnici, ali i mediji ponašaju kao na tržištu. Sukladno tome građani trebaju preuzeti svoju ulogu aktivnog sudionika u procesu političke komunikacije, ali moraju osvijestiti i kako ta uloga sa sobom nosi i najveću odgovornost kako za političku komunikaciju, tako i za političku kulturu te kulturu društva u cjelini. Naime, građani konzumiranjem izbornog prava, a posebno preferencijskim glasom mogu nagraditi političare čiju komunikaciju smatraju primjerenom te na taj način direktno utjecati na politički smjer i političku kulturu idućeg mandata. Također, građani kao primatelji političkih poruka moraju osvijestiti kako samo ignoriranje senzacionalističkih naslova i neprimjerene komunikacije šalje poruku i medijima ali i političarima te će i na taj način kao konzumenti indirektno utjecati na političku komunikaciju. Isto tako, građani u svakoj prilici trebaju iskoristiti mogućnost i

naglasiti kakvu komunikaciju smatraju poželjnom te koja su njihova očekivanja od političara kao njihovih predstavnika u institucijama.

U radu su istaknuta ograničenja i prednosti samog istraživanja kao i mogućnosti praktične primjene. Naime, jedno od objektivnih ograničenja proizlazi iz činjenice kompleksnosti ocjenjivanja i vrednovanja komunikacije i rada cijelog saziva Hrvatskog sabora. Kako je Hrvatski sabor predstavničko tijelo građana u kojem su zastupljene sve političke stranke različitog političkog spektra, teško je odrediti što je u danom trenutku imalo presudan utjecaj na ocjenu, bilo da govorimo o političkim preferencijama samih birača ili trenutačnom političkom, gospodarskom i društvenom kontekstu.

Istaknuta je praktična primjena istraživanja za saborske zastupnike i druge političare, političke stranke i institucije, obrazovne institucije, urednike i novinare te akademsku zajednicu. Naime, primjerena politička komunikacija društva može se postići samo suradnjom svih sudionika procesa političke komunikacije, poštujući i razumijevajući zadane uloge svakog od njih uz istovremeni konsenzus oko političke komunikacije kakvu želimo, oko političke kulture i vrijednosti društva u cjelini.

POPIS LITERATURE

Almond A. G, Bingham Powell G., Dalton J.R., Storm K., (2018): *Komparativna politika danas,* Zagreb: Mate d.o.o

Antolović K., Sviličić N., (2016): *Interpersonalna komunikacija,* Zagreb: K & K Promocija

Arendt, H., (1996): *Politički eseji,* Zagreb: Antibarbarus

Aristotel (1989): *Retorika,* Zagreb: ITP Naprijed

Aristotel (1992): *Politika,* Zagreb: Hrvatska Sveučilišna naklada

Armstrong, S., Brunskill, P., (2020): *Informacijska pismenost,* Zagreb : Naklada Kosinj

Bahtijerević-Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N., (2008): *Suvremeni menadžment*, Zagreb: Školska knjiga

Bales, R. F., (1970): *Personality and interpersonal behavior*. Holt, Rinehart & Winston.

Barišić, P., (2022): *Ante Starčević Ideali slobode i prava*, Zagreb: Školska knjiga d.d.

Barišić, P., Manin, M., Matanović, D., Šimunović, R., Vitek, D., ur., (2016): *Hrvatski sabor 1990. - 2007.*, Slavonski Brod: Moja knjiga d.o.o.

Bauer, H., (1997): *Sloboda medija i javno mnijenje,* Osijek, Zagreb, Split: Pan liber,

Bauer, T.A., (2007): *Mediji za otvoreno društvo,* Zagreb: ICEJ i Sveučilišna knjižara

Bebić, D., Boko, A. i Dolinar, D., (2023): Memeifikacija skandala: internetski memeovi kao pojačivači skandala. *Medijske studije, 14* (28), 89-104. preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/452416, https://doi.org/10.20901/ms.14.28.6 (Datum pristupa: 6. 10. 2025.)

Bekić, J., (2016): Između demosa i etnosa – koncept hrvatske nacije u govorima predsjednika Franje Tuđmana, *Časopis za suvremenu povijest*, 48(1), str. 7-32. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/160570 (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)

Blanc A., (1860): *Diplomatska korespondencija Josepha de Maistrea, 1811.-1817*, Paris: Michel Lévy frères libraires éditeurs

Borčić, N., (2023): *Vrag je u detalju*, Zagreb: TIM press

Bovan, K., Baketa, N., (2022): Stabilnost i/ili promjene? Povjerenje u institucije u Hrvatskoj od 1999. do 2020., *Revija za sociologiju,* 52(1), str. 31-60. https://doi.org/10.5613/rzs.52.1.0315, preuzeto sa https://hrcak.srce.hr/clanak/449660, (Datum pristupa: 14. 2. 2024.)

Bovan, K., Širinić, D., Raos, V., (2024): *Hrvatski birači: 30 godina političkog ponašanja i mišljenja*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti

Bovee, L. C., Thill, J. V., (2012): *Suvremena poslovna komunikacija,* Zagreb: MATE d.o.o.
Božičević, I., Zoraja, B., (1997): *Klub malo ispod koljena,* Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo
Brajša, P., (1993): *Menadžerska komunikologija Razgovor, problemi i konflikti u poduzeću*, Varaždin: DRIP- Društvo za razvoj informacijske pismenosti
Brajša, P., (1994): *Pedagoška komunikologija*, Zagreb: Školske novine
Bratanić, M., (1991.): *Mikropedagogija: interakcijsko-komunikacijski aspekt odgoja: priručnik za studente i nastavnike*. Zagreb: Školska knjiga
Bratanić, M., (1997): *Odgojnost Starčevićeve misli*, Jastrebarsko: Naklada Slap
Buble, M., (2006): *Osnove menadžmenta*, Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.
Buchberger, I., (2012): *Kritičko mišljenje*, Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Udruga za razvoj visokoga školstva Universitas
Budak, N., (2010): *Hrvatski sabor,* Zagreb: Leykam international d.o.o.
Bugarski, R., (2005): *Jezik i kultura,* Beograd: Biblioteka XX vek
Bukovec, M., (2024): POLITIČKO KOMUNICIRANJE I KANALI KOMUNIKACIJE USMJERENI PREMA MLADIM BIRAČIMA. *Media, culture and public relations,* 15 (2), 90-105. preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/475601, https://doi.org/10.63191/mcpr.15.2.2 (Datum pristupa: 6. 10. 2025)
Burušić, J., (2007): 'POŽELJNA OBILJEŽJA POLITIČARA Što žele hrvatski glasači?', *Društvena istraživanja*, 16(1-2 (87-88)), str. 99-110. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/18922, (Datum pristupa: 3. 6. 2024.)
Car, V., (2010): 'Politika i političari - glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti', *Anali Hrvatskog politološkog društva,* 7(1), str. 193-212. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/64023 (Datum pristupa: 3. 6. 2024.)
Caramani, D., (2013): *Komparativna politika*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti
Chomsky, N., (2002): *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Što čitaš?
Cortina, A., (2010): *Etika minimuma,* Zagreb: Demetra d.o.o.
Cviić, K., (1994): *Pogled izvana,* Zagreb: Nakladni zavod Znanje
Čehok, I., (2024): *Politika za svakoga*, Varaždin: Stanek d.o.o.
Čerepinko, D., (2012): *Komunikologija: kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa,* Varaždin: Veleučiliste u Varaždinu d.o.o.
Dodig Hundrić, D., Ricijaš, N., Vlček, M., (2018): Mladi i ovisnost o internetu – pregled suvremenih spoznaja. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 54 (1), 123-137.

preuzeto s. https://hrcak.srce.hr/file/300090, https://doi.org/10.31299/hrri.54.1.9 (Datum pristupa: 7. 10. 2025.)
Duraković, J., (2019): *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruženju*, Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka,
Đorđević V., Braš M,. ur., (2011): *Komunikacija u medicini Čovjek je čovjeku lijek*, Zagreb: Medicinska naklada
Ehrlinger, J., Dunning, D., (2003): How chronic self-views influence (and potentially mislead) estimates of performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 5–17. https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.1.5 (Datum pristupa 13.02.2025)
Ekman, P., Friesen V.W., (2003): *Unmasking the Face,* Cambridge MA: Malor Books
Elezović S., (1992): *Povijesni razvoj komuniciranja: vrste i oblici kroz stoljeća*, Samobor: A.G. Matoš
Feldman, E., (1972): *Theorie der Massenmedien*, München: UTB Reinhardt Verlag
Fox, R., (2001): *Poslovna komunikacija*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, Pučko otvoreno učilište
Galić, G., Bebić, D., (2021): Politička komunikacija kandidata na društvenim mrežama na hrvatskim predsjedničkim izborima 2019./2020.. *Medijske studije*, 12 (23), 78-102., preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/379562, https://doi.org/10.20901/ms.12.23.5 (Datum pristupa: 6. 10. 2025.)
Gamble, T.K., Gamble, M., (2006): *Communication works – 9th ed.*, Boston: McGraw-Hill
Gavranović, A., (2009): *Mediji – mitovi i stvarnost,* Zagreb: Sveučilišna knjižara
Grbeša M., Šalaj B., (2018): *Dobar, loš ili zao?*, Zagreb: TIMpress
Grdešić, I., (1995): *Političko odlučivanje*, Zagreb: Alinea
Grdešić, I., (2006): *Osnove analize javnih politika*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti
Hague, R., Harrop, M., (2009): *Komparativna vladavina i politika*, Zagreb: Golden Marketing- tehnička knjiga
Hättich M., (1996): *Temeljni pojmovi političke znanosti*, Osijek-Zagreb-Split: Pan liber
Henjak, A., Čular, G., (2024). Stari rascjepi i nove stranke: Analiza biračkog ponašanja na izborima 2020. u Hrvatskoj. *Politička misao*, 61 (1), 7-38. preuzeto s https://hrcak.srce.hr/en/file/457474, (Datum pristupa: 3. 10. 2025)
Heywood, A., (2013): *Politika*, Zagreb: Mate d.o.o.
Himanen, P., (2002): *Hakerska etika,* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
Hromadžić, H., (2014): *Medijska konstrukcija društvene zbilje*, Zagreb: AGM d.o.o. za izdavaštvo i usluge

Ilišin, V., Marinović Bobinac A., Radin F., (2001): *Djeca i mediji*, Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
Inglis, F., (1997): *Teorija medija*, Zagreb: Barbat, AGM
Isaacson, W., (2021): *Inovatori,* Zagreb: Školska knjiga
Jakšić, J. (2003): 'Motivacija. Psihopedagoški pristup', *Kateheza*, 25(1), str. 5-16. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/113877 (Datum pristupa: 12. 10. 2023.)
Janković, I., Karavanić, I., (2009): *Osvit čovječanstva*, Zagreb: Školska knjiga
Jantol, T., (2004): *Politička javnost*, Zagreb: Birotisak
Jelenić, J., (2018): 'Politika je častan i odgovoran poziv i zato političar mora biti pošten čovjek', *Obnovljeni Život,* 73.(1.), str. 83-94. https://doi.org/10.31337/oz.73.1.6
Jelić, M., (2012): 'Nove spoznaje u istraživanjima samopoštovanja: konstrukt sigurnosti samopoštovanja', *Društvena istraživanja*, 21(2 (116)), str. 443-463. https://doi.org/10.5559/di.21.2.08, (Datum pristupa: 11. 10. 2023.)
Jojić, Lj., (2015): *Veliki rječnik hrvatskog standardnog jezika*, Zagreb: Školska knjiga d.d.
Jokoš, I., i Kanižaj, I., (2012): 'Percepcija novinarske profesije studenata novinarstva i komunikologije na Sveučilištu u Zagrebu', *Medijske studije*, 3(5), str. 102-116. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/95271 (Datum pristupa: 16. 5. 2024.)
Kangrga, M., (2004): *Etika Osnovni problemi i pravci*, Zagreb: Golden marketing- Tehnička knjiga
Kasapović, M., (2007): *Izlazak iz množine? Stanje Hrvatske političke znanosti,* Zagreb: Fakultet političkih znanosti
Kišiček, G., (2018): *Retorika i politika*, Zagreb: Jesenski i Turk
Kišiček, G., (2021): *Homo politicus,* Zagreb: Jesenski i Turk
Knapp M.L., Hall A.J., (2010): *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*, Jastrebarsko: Naklada Slap
Kolar-Dimitrijević, M., (2018). 'Višestruki razlozi atentata na vođu HSS-a Stjepana Radića 1928. godine (U povodu obilježavanja 90-godišnjice atentata u Narodnoj skupštini u Beogradu)', *Cris*, XX(1), str. 5-15. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/216396 (Datum pristupa: 15. 1. 2024.)
Košćak, V., (1990): *Josip Juraj Strossmayer, političar i mecena,* Osijek: Revija, Izdavački centar Otvorenog sveučilišta Osijek
Kramsch, C., (1998): *Language and Culture*, Oxford: Oxford University Press.
Kruger, J., & Dunning, D. ,(2000): Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments, *Journal of*

Personality and Social Psychology. 77. 1121-34. 10.1037//0022-3514.77.6.1121. preuzeto sa file:///C:/Users/agelo/Downloads/Unskilled_and_Unaware_of_It_How_Difficulties_in_Re.pdf, (Datum pristupa 13. 2. 2025)

Kulenović, E., (2016): *Govor mržnje u Hrvatskoj*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti

Kunczik, M., Zipfel, A., (1998): *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zagreb: Fridrich Ebert Stif-Tung,

Kunczik, M., Zipfel, A., (2006): *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Fridrich Ebert Stif-Tung,

Kvintilijan, M., F., (1967): *Obrazovanje govornika*, Sarajevo: Izdavačko preduzeće Veselin Masleša

Labaš, D., (2010). Luka Brajnović – od vjernosti sebi do vjerodostojnosti profesije. *Medijske studije*, 1 (1-2), 171-182., preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/index.php/76709, (Datum pristupa: 3. 10. 2025.)

Labaš, D., (2010): *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu

Labaš, D., Skoko, B., (2018): Interpersonalna komunikacija i profil svećenika komunikatora, *Bogoslovna smotra*, 88 (2018.) 3, 585-611, preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/305349, (Datum pristupa: 10. 9. 2023.)

Labaš, D., Vizler, A., (2005): „Odgovornost primatelja u svjetlu medijske etike“, *Nova prisutnost*, III(2), str. 277-294., preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/83566, (Datum pristupa: 11. 7. 2024.)

Lalić, D., Kunac, S., (2010): *Izborne kampanje u Hrvatskoj*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti

Lamza-Maronić, M., Glavaš, J., (2008.): *Poslovno komuniciranje,* Osijek: Studio HS Internet d.o.o., Ekonomski fakultet u Osijeku

Lechpammer, S., Kanižaj, I. i Beck, B., (2024): Mamilice kao prodavanje magle: Stavovi hrvatskih novinara i urednika. *Medijske studije*, 15 (29), 77-92. preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/463500, https://doi.org/10.20901/ms.15.29.4 (Datum pristupa: 8. 10. 2025)

Leinert Novosel S. (2012): *Komunikacijski kompas,* Zagreb: Plejada d.o.o.

Lesinger, G., (2018): *Odnosi s medijima i medijske agende,* Osijek: Filozofski fakultet u Osijeku

Lesinger, G., Đaić, V., i Felger, B., (2019). 'Politička komunikacija na društvenim mrežama – kanalotvorene komunikacije s građanimaili sukreator imidža političkih elita(slučaj Hrvatska i

Slovenija)', *South Eastern European Journal of Communication*, 1(2), str. 27-34. https://doi.org/10.47960/2712-0457.2019.2.1.27 (Datum pristupa: 28. 10. 2023.)
Luhmann, N., (2011): *Društvo društva*, Zagreb: Naklada Breza
Lukas, F. i dr., (1992): *Dr. Ante Starčević*, Split: Laus
Machiavelli, N., (2020): *Vladar*, Zagreb: Disput
Maldini, P. (2016). Mrežno društvo i demokracija: Kako komunikacija posredovana ICT-om i virtualna socijalizacija utječu na političko sudjelovanje. *Communication Management Review*, 01 (01), 104-121., preuzeto s https://hrcak.srce.hr/en/file/251948, https://doi.org/10.22522/cmr20160106, (Datum pristupa: 3. 10. 2025.)
Maldini, P., (2011): *Politička kultura i demokratska tranzicija u Hrvatskoj*, Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku
Mander, J., (2002): *Četiri argumenta protiv televizije*, Rijeka: Adamić
Mašić, B., i Jovev, J., (2022): Populistička komunikacija u parlamentu: slučaj Hrvatskog sabora, *Međunarodne studije*, XXII(2), str. 129-147. https://doi.org/10.46672/ms.22.2.6, (Datum pristupa: 17. 1. 2024)
Mataušić, J. M., (2007): *Komunikacijske znanosti*, Zagreb: Hrvatski studij Sveučilišta u Zagrebu
Matković, D., (1995): *Televizija: igračka našeg stoljeća*, Zagreb: AGM
McChesney, W.R., (2014): *Digitalna isključenost*, Zagreb: Multimedijalni institut
McLean, I., (1997): *Uvod u javni izbor*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti
McNair, B., (2003): *Uvod u političku komunikaciju*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu
McQuail, D., (2010): *McQuail,s Mass Comunication Theory 6.ed,* London: SAGE Publications
Meyer, T., (2003): *Transformacija političkog*, Zagreb: Politička kultura
Milardović, A., (1998): *Prinosi za povijest politologije,* Osijek, Zagreb, Split: Pan liber,
Mirosavljević, M., (2010): *Političko komuniciranje*; Sarajevo: Friedrich-Ebert-Stiftung, BiH
Moguš, M., (1996): O govoru Ivana Kukuljevića Sakcinskoga na hrvatskom jeziku u Hrvatskom saboru, *Croatica : časopis za hrvatski jezik, književnost i kulturu*, Vol. 26 No. 42-43-44, str. 281-287. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/214683 (Datum pristupa: 15. 1. 2024.)
Mouffe, C., (2016): *O političkom*, Zagreb: Politička kultura
Osrededečki, E., (2022.): *Poslovno komuniciranje i poslovni bonton*, Samobor: Naklada Edo d.o.o.

Perić, I., (2000): *Hrvatski državni sabor 1848.-2000. Drugi svezak: 1868.-1918.*, Zagreb: Hrvatski institut za povijest, Hrvatski državni sabor, Dom i svijet
Perić, I., (2000): *Hrvatski državni sabor 1848.-2000. Prvi svezak: 1848.-1867.*, Zagreb: Hrvatski institut za povijest, Hrvatski državni sabor, Dom i svijet
Perić, I., (2000): *Hrvatski državni sabor 1848.-2000. Treći svezak: 1918.-2000.*, Zagreb: Hrvatski institut za povijest, Hrvatski državni sabor, Dom i svijet
Perša C. L., Kanižaj I., Labaš D., (2024): *Mediji i dezinformacije - priručnik za roditelje*, Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu
Peruško, Z., (2011): *Uvod u medije*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo
Petošić, M., i Slijepčević, M., (2022). 'Analiza političke komunikacije na društvenim mrežama tijekom predizborne kampanje za parlamentarne izbore 2020.', *Suvremene teme*, 13(1), str. 27-56. https://doi.org/10.46917/st.13.1.2, (Datum pristupa: 10. 7. 2024.)
Petrović, N., (2019): 'Prosuđivanje političara na moralnoj osnovi', *Političke perspektive*, 9(2), str. 39-64. https://doi.org/10.20901/pp.9.2.02, (Datum pristupa: 2. 7. 2024.)
Piršl, E., (2014). 'Modeli interkulturalne kompetencije', *Pedagogijska istraživanja*, 11(2), str. 27-39. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/173978 (Datum pristupa: 10. 10. 2023.)
Plenković, M., (1983): *Teorija i praksa javnog komuniciranja*, Zagreb: Izdavačko instruktivni biro,
Plenković, M., (1991): *Poslovna komunikologija*, Zagreb: Alinea
Plenković, M., (1993): *Komunikologija masovnih medija*, Zagreb: Barbat
Plenković, M., (2014): *Medijska komunikacija*, Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo
Podunavac M., Keane J., Sparks C., (2008): *Politika i strah*, Zagreb: Politička kultura
Poljak, Ž., (2023): Parties' attack behaviour in parliaments: Who attacks whom and when. *European Journal of Political Research*, 62(3), 903-923., (Datum pristupa 10. 2. 2024.)
Posavec, Z., (1995): *Sloboda i politika*, Zagreb: Hrvatsko filozofsko društvo
Primorac, I., (2011): *Politika i moral*, Zagreb: Kruzak
Pye, L., (1995): „*Political Culture" u The Encyclopaedia of Democracy*, London i New York: Routledge
Reardon, K.,K., (1998): *Interpersonalna komunikacija*, Zagreb: Alinea
Reimann, H., (1968): *Kommunikations-Systeme. Umrisse einer Soziologie der Vermittlungs- und Mitteilungsprozesse*, Tübingen: J.C.B. Mohr
Rijavec, M., Miljković, D., (2002): *Neverbalna komunikacija: jezik koji svi govorimo*, Zagreb: IEP-D2, VERN

Rijavec, M., Miljković, D., (2007): *Organizacijska psihologija : odabrana poglavlja*, Zagreb: IEP - D2

Robbins, P.S., (1992): *Bitni elementi organizacijskog ponašanja*, Zagreb: Mate d.o.o.

Rouse, J. M., Rouse, S., (2005): *Poslovne komunikacije: kulturološki i strateški pristup*, Zagreb: Masmedia

Rožić, N., (1992)*: Informacije i komunikacije, kodiranje s primjenama*, Zagreb: Alineja

Runjić-Stoilova, A., i Tomelić Ćurlin, M. (2022). 'Hrvatski jezik u Hrvatskome saboru. Odstupanja u govorno-jezičnim iskazima hrvatskih saborskih zastupnika', Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Splitu, 0(15), str. 101-121. https://doi.org/10.38003/zrffs.15.6, (Datum pristupa: 23. 1. 2024.)

Sabol, Ž., (1994): *Hrvatski sabor*, Zagreb: Sabor Republike Hrvatske, Nakladni zavod Globus, Školska knjiga

Sabol, Ž., (2003): *Proglašenje Božićnog ustava i slika o tom događaju*, Zagreb: Hrvatski sabor i Fotosoft d.o.o

Sabol, Ž., ur (1992): *Sabor Republike Hrvatske 1990-1992.*, Zagreb: Izviješća Hrvatskog sabora

Sapunar, M., (1994): *Radio- jučer, danas, sutra*, Varaždin: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za znanstveni rad ; Zagreb: Savjet za kazalište, film radio i televiziju: Epoha,

Sapunar, M., (2004): *Osnove znanosti o novinarstvu*, Zagreb: Vlastita naklada autora

Sapunar, M., (2004): *Osnove znanosti o novinarstvu*, Zagreb: Vlastita naklada autora

Sigman, A., (2009): *Daljinski upravljani*, London: Ostvarenje d.o.o.

Sikavica, P., Bahtijarević- Šiber, F., (2004): *MENADŽMENT Teorija menadžmenta i veliko empirijsko istraživanje u Hrvatskoj,* Zagreb: MASMEDIA

Skoko B., (2006): *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću,* Zagreb: Milenijum promocija d.o.o.

Skoko, B.,ur, (2021): *Strateško komuniciranje država Javna diplomacija, brendiranje država i nacija, međunarodni odnosi s javnošću,* 1. dio, Zagreb: Synopsis d.o.o.

Smailagić, N., (1970): *Historija političkih doktrina*, Zagreb: Naprijed

Spehnjak, M., i Plenković, M., (2015): 'Intrapersonalna i antropološka utjecajna dimenzija komuniciranja na dinamičko i stresno ponašanje profesionalnih sportaša', *Media, culture and public relations*, 6(2), str. 150-160. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/149020 (Datum pristupa: 11. 10. 2023.)

Starčević, A., (1996): *Govori u Hrvatskom saboru*, Zagreb: Narodne novine, Dom i svijet; Državnost

Starčević, A., priredio dr. Blaž Jurišić (1943): *Izabrani spisi*, Zagreb: Hrvatski izdavalački bibliografski zavod

Stipanov, J., (2021): *Komunikacija i društvo*, Zadar: Ogranak Matice hrvatske u Zadru

Stolac, D., Vlastelić, A., (2021): *Generacija interneta*, Zagreb - Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet

Street, J., (2003): *Masovni mediji, politika i demokracija*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Supek, I., (2005): *Refleksije o znanosti i politici*, Zagreb: Prometej

Šiber, I., (1992): *Politička propaganda i politički marketin*g, Zagreb: NIP „Alineja“

Šiber, I., (1998): *Osnove političke psihologije*, Zagreb: Politička kultura

Šiber, I., (2003): *Politički marketing*, Zagreb: Politička kultura

Šiber, I., (2003): *Politički m*arketing, Zagreb: Politička kultura

Šiber, I., (2007): *Političko ponašanje,* Zagreb: Politička kultura

Škarić, I., (2000): *Temeljci suvremenog govorništva,* Zagreb: Školska knjiga

Škaro, D., (1999): *Marketing u politici u 21. stoljeću*, Osijek-Zagreb-Split: Panliber

Šorđan, Z., (2009): 'Riječ i misao – verbalna komunikacija u duhovnom spo/razumjevanju', *Informatologia*, 42(2), str. 106-109. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/40762 (Datum pristupa: 11. 10. 2023.)

Tanta, I., (2009): 'Sizif je bio novinar – u Hrvatskoj!', *MediAnali*, 3(6), str. 73-88. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/44533 (Datum pristupa: 16. 5. 2024.)

Tatković, N., Diković, M.,Tatković, S., (2016): *Pedagoško- psihološki aspekti komunikacije*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile

Tomić Z., (2016): *Odnosi s javnošću - teorija i praksa*, Zagreb-Sarajevo: Synopis d.o.o.

Tomić Z., Jugo D., (2021): *Temelji međuljudske komunikacije*, Mostar, Zagreb: Sveučilište u Mostaru, Synopsis d.o.o., Edward Bernays University College

Tomić, Z., (2012): *Osnove političkog komuniciranja*; Mostar: Synopsis d.o.o. Zagreb: Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija „Kairos“

Turkalj, J., Švoger V., (2022): *„Zdrav temelj za razvitak Parlamentarnog života“? Poslovnici Hrvatskog sabora (1861.-1918.),* Zagreb: Hrvatski institut za povijest

Vrana R., Pečarić Đ., (2014): *Komunikacijski obrasci i informacijska znanost*, Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog Fakulteta Sveučilišta u Zagrebu

Vučković, M., Oblak Črnič, T., (2020): Emocionalizacija i privatizacija političke komunikacije na Facebooku: Faktori koji stimuliraju interakciju građana?. *Medijske studije*, 11 (22), 0-0. preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/368183, https://doi.org/10.20901/ms.11.22.1 (Datum pristupa: 6. 10. 2025)
Vujčić, V., (2001): *Politička kultura demokracije*, Osijek-Zagreb-Split: PAN LIBER
Vujević, M., (2001): *Politička i medijska kultura u Hrvatskoj*, Zagreb: Školska knjiga
Vukić T., (2017): *Od novinara do novinarstva*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga
Vuksan-Ćusa, B. i Šalaj, B. (2024). Bura u čaši vode: populistički stavovi i glasovanje za populiste u Hrvatskoj. *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 21 (1), 25-63. preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/file/453955, https://doi.org/10.20901/an.21.01 (Datum pristupa: 7. 10. 2025.)
Weber, M., (1999): *Vlast i politika*, Zagreb: Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo
Weber, M., (2001): *Politika kao poziv*, Zagreb: Jesenski i Turk
Zekić, Z., (2007): *Menadžment*, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Conefing grupa Opatija
Zerfaß, A., Radojković M., (2011): *Menadžment političke komunikacije*, Beograd: Konrad Adenauer Stiftung
Zsifkovits, V., (1996): *Politika bez morala?*, Zagreb: Školska knjiga

Enciklopedija:

etika. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2023.. preuzeto s: https://enciklopedija.hr/clanak/etika, (Datum pristupa: 22. 10. 2023.)
komunikacijska znanost. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2023., preuzeto s: https://www.enciklopedija.hr/clanak/komunikacijska-znanost, (Datum pristupa: 14. 9. 2023.)
Radić, Stjepan. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013 – 2024., preuzeto s: https://www.enciklopedija.hr/clanak/51444>. (Datum pristupa: 15. 1. 2024.)

Novinski članci i članci na portalima:

dnevnik.hr (2016): https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/doznajte-sto-to-andreja-plenkovica-cini-toliko-drugacijim-od-vecine-hrvatskih-politicara---441516.html, (Datum pristupa: 6. 6. 2024.)
dnevnik.hr (2023): https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/recite-nam-svoje-misljenje-velika-novost-u-dnevniku-nove-tv-od-ponedjeljka---803856.html, (Datum pristupa: 19. 2. 2024.).
dnevnik.hr (2024): https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/novi-crobarometar-hdz-je-i-dalje-na-vrhu-ali-oporba-vec-neko-vrijeme-ozbiljno-napreduje---830282.html, (Datum pristupa: 25. 2. 2024.)
faktograf.hr (2023): https://faktograf.hr/2023/12/28/cak-11-evidencija-a-vlasnistvo-medija-i-dalje-netransparentno/, (Datum pristupa: 16. 5. 2024.)
n1info.hr (2022): https://n1info.hr/vijesti/puhovski-plenkovic-se-na-momente-ponasa-kao-da-su-ga-helikopterom-spustili/, (Datum pristupa: 2. 2. 2024.)
večernji.hr (2020): https://www.vecernji.hr/vijesti/ankica-mamic-o-incidentu-u-saboru-sve-skupa-se-polako-pretvara-u-niskobudzetni-reality-show-1626367,(Datum pristupa: 2. 2. 2024.)
youtube.com (2019): https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=wQwyane28gY, (Datum pristupa: 5. 2. 2024.)

Ostala građa:

Digital News Report 2024., preuzeto s: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/202406/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf, (Datum pristupa: 18. 2. 2025.)
Etički kodeks državnih službenika, NN 40/2011, 13/2012, preuzeto s: https://sabor.hr/hr/pristup-informacijama/vazniji-propisi/eticki-kodeks-drzavnih-sluzbenika-narodne-novine-broj-402011, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)
Eurobarometar, Media & News Survey 2023, preuzeto s: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153, (Datum pristupa: 18. 2. 2025.)
Godišnje izvješće o radu Službe za građane u 2023. godini, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/godisnje-izvjesce-o-radu-sluzbe-za-gradane-u-2023-godini, (Datum pristupa: 26. 2. 2024.)

Hrvatski sabor, PRESS, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/press/kratke-obavijesti/informacija-o-objavi-pregleda-javnosti-rada-sabora-u-10-sazivu-0, (Datum pristupa: 25. 4. 2024.)
Izviješće četvrtog evaluacijskog kruga GRECO-a, Sprječavanje korupcije kod saborskih zastupnika, sudaca i državnih odvjetnika, preuzeto s: https://rm.coe.int/fourth-evaluation-round-corruption-prevention-in-respect-of-members-of/1680a8be50, (Datum pristupa: 23. 1. 2024.)
Kodeks o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, NN 140/2022, broj dokumenta u izdanju 2113, preuzeto s: https://narodne novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_12_140_2113.html, (Datum pristupa: 23. 1. 2024.)
Konačni prijedlog zakona o hrvatskom jeziku, videosnimka rasprave u Hrvatskom saboru, preuzeto s: https://www.sabor.hr/konacni-prijedlog-zakona-o-hrvatskom-jeziku-drugo-citanje-pz-br-572-predlagateljica-vlada-republike?t=144304&tid=212583, (Datum pristupa: 1. 2. 2024.)
Mažuranić, I., *Govor Hrvatskom u saboru od 13. prosinca 1886. godine*, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-ivana-mazuranica-u-saboru-13-prosinca-1886, (Datum pristupa: 17. 1. 2024.)
Ministarstvo unutarnjih poslova, *GRECO*, preuzeto s: https://mpu.gov.hr/istaknute-teme/borba-protiv-korupcije/medjunarodna-suradnja/greco/21569, (Datum pristupa: 23. 1. 2024.)
Odluka o proglašenju promjene Ustava Republike Hrvatske, NN 113/2000, broj dokumenta u izdanju 2224, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_11_113_2224.html, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)
Odluka o proglašenju promjene Ustava Republike Hrvatske, NN 28/2001, broj dokumenta u izdanju 487, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_04_28_487.html, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)
Odluka o proglašenju promjene Ustava Republike Hrvatske, NN 76/2010, broj dokumenta u izdanju 2214, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_06_76_2214.html, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)
Odluka Ustavnog suda Republike Hrvatske broj: U-I-4208/2020 od 20. listopada 2020., NN 119/2020, broj dokumenta u izdanju: 2337, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_10_119_2337.html, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)
Odluka Ustavnog suda Republike Hrvatske broj: U-I-4957/2015 od 11. srpnja 2023. i dva izdvojena podupiruća mišljenja sudaca, NN 86/2023, broj dokumenta u izdanju: 1347,

preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_07_86_1347.html, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)
Pluralizam i vlasništvo medija u Hrvatskoj- slučaj tržišta lokalnih medija, Uska grla lokalnih radija u Hrvatskoj, preuzeto s: https://gong.hr/media/uploads/20140212_analiza_uska_grla_lokalnih_radija_u_hrvatskoj_finalno.pdf, (Datum pristupa: 16. 5. 2024.)
Posjećenost saborskih internetskih stranica od 1. kolovoza do 31. prosinca 2023., preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/posjecenost-saborskih-internetskih-stranica-od-1-kolovoza-do-31-prosinca-2023, (Datum pristupa: 26. 2. 2024).
Poslovnik Hrvatskog sabora, preuzeto s: https://sabor.hr/hr/pristup-informacijama/vazniji-propisi/poslovnik-hrvatskoga-sabora-narodne-novine-broj-81/2013-113, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)
Poslovnik Hrvatskog sabora, preuzeto s: https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/inline-files/Poslovnik-HS_procisceni-tekst-11_2020.pdf, Datum pristupa: 24. 1. 2024.)
Pravilnik o javnosti rada Hrvatskoga sabora i radnih tijela, NN 66/2005, broj dokumenta u izdanju: 1286, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2005_05_66_1286.html, (Datum pristupa: 26. 2. 2024.)
Pregled rada Hrvatskog sabora u 10. sazivu, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/press/javnost-rada/pregled-rada-hrvatskoga-sabora-u-10-sazivu-od-15-sijecnja-do-14-ozujka-2024, (Datum pristupa: 26. 4. 2024.)
Prijedlog kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, preuzeto s: https://sabor.hr/hr/prijedlog-kodeksa-o-etickom-djelovanju-zastupnika-u-hrvatskom-saboru-podnositelj-odbor-za-ustav, (Datum pristupa: 27. 2. 2024.)
Promocija plus, CRO Demoskop za RTL, preuzeto s: https://promocija-plus.com/hr/vijesti, (Datum pristupa: 25. 2. 2024.)
Prvi digitalni Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj, preuzeto s https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88, (Datum pristupa 11. 2. 2025.)
Rasprava u Hrvatskom saboru o Zakonu o hrvatskom jeziku, preuzeto s: https://www.sabor.hr/konacni-prijedlog-zakona-o-hrvatskom-jeziku-drugo-citanje-pz-br-572-predlagateljica-vlada-republike?t=144304&tid=212583, (Datum pristupa: 1. 2. 2024.)
Starčević, A., Govor Hrvatskom u saboru od 26. lipnja 1861. godine, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-ante-starcevica-u-saboru-26-lipnja-1861, (Datum pristupa: 17. 1. 2024.)

Statistički pokazatelji izrečenih stegovnih mjera u Hrvatskom saboru za 6., 7., 8., 9. i 10 saziv Hrvatskog sabora, preuzeto s: https://edoc.sabor.hr/Statistika/StegovneMjere.aspx, Datum pristupa: 11. 2. 2025.)

Statut Političke stranke možemo! –Politička platforma, NN 77/2021, broj dokumenta u izdanju: 1443, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_07_77_1443.html, (Datum pristupa: 5. 6. 2024.)

Strossmayer, J.J., Govor u Hrvatskom saboru od 29. travnja 1861. godine, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/povijest-saborovanja/znameniti-govori/govor-josipa-jurja-strossmayera-u-saboru-29-travnja, (Datum pristupa: 16. 1. 2024.)

Tuđman,F., Govor prilikom konstituirajuće sjednice Hrvatskoga Sabora, 30. svibnja, 1990. godine, preuzeto sa: https://www.tudjman.hr/govori/konstituirajuca-sjednica-hrvatskoga-sabora, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)

Ustav Republike Hrvatske, preuzeto s: https://www.usud.hr/hr/ustav-RH, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)

Ustav, NN 56/1990, broj dokumenta u izdanju 1092, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1990_12_56_1092.html, (Datum pristupa 10. 1. 2024.)

Ustavni sud Republike Hrvatske, preuzeto s: https://www.usud.hr/hr, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)

Ustavni zakon o izmjenama i dopunama Ustava Republike Hrvatske, NN 135/1997, broj dokumenta u izdanju 1944, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1997_12_135_1944.html, (Datum pristupa: 10. 1. 2024.)

Ustrojstvo Hrvatskog sabora, preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/ustrojstvo-sabora, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)

Zakon o državnim službenicima, NN 155/2023, broj dokumenta u izdanju 2358, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_12_155_2358.html, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)

Zakon o državnim službenicima, NN, broj - br. 92/05, 140/05, 142/06, 77/07, 107/07, 27/08, 34/11, 49/11, 150/11, 34/12, 49/12, 37/13, 38/13, 1/15, 138/15, 61/17, 70/19 i 98/19); članci 108. – 112. Zakona o državnim službenicima i namještenicima ("Narodne novine", br. 27/01), koji se primjenjuju temeljem članka 144. Zakona o državnim službenicima, preuzeto s: https://mpu.gov.hr/pristup-informacijama-6341/zakoni-i-ostali-propisi/zakoni-i-propisi-6354/sluzbenicko-zakodavstvo/zakon-o-drzavnim-sluzbenicima/24450, (Datum pristupa: 24. 1. 2024.)

Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, preuzeto s: https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji, (Datum pristupa: 19. 2. 2025.)
Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (Narodne novine broj 116/1999, 109/2000, 53/2003, 167/2003, 44/2006, 19/2007, 20/2009, 145/2010, 24/2011, 93/2011, 19/2015, 104/2015, 48/2018, 98/2019), preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/pristup-informacijama/vazniji-propisi/zakon-o-izborima-zastupnika-u-hrvatski-sabor-narodne-novine, (Datum pristupa: 26. 2. 2025.)
Zakon o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Hrvatski sabor, NN 114/2023, broj dokumenta u izdanju: 1608, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_10_114_1608.html, (Datum pristupa: 26. 2. 2025.)
Zakon o izbornim jedinicama za izbor zastupnika u Zastupnički dom Hrvatskoga državnog sabora, NN116/1999, Broj dokumenta u izdanju: 1855, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_11_116_1855.html, (Datum pristupa: 26. 2. 2025.)
Zakon o pravima i dužnostima zastupnika u Hrvatskom saboru (NN55/2000, 107/2001, 86/2009, 91/2010 i 49/2011, 12/2012, 102/2014 i 44/2017), preuzeto s: https://www.sabor.hr/hr/o-saboru/vazniji-propisi/zakon-o-pravima-i-duznostima-zastupnika-u-hrvatskom-saboru-narodne-novine, (Datum pristupa: 27. 2. 2024.)
Zakona o sprječavanju sukoba interesa, NN 143/2021, broj dokumenta u izdanju: 2435, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_12_143_2435.html, (Datum pristupa: 27. 2. 2024.)
Zakonom o financiranju političkih aktivnosti, izborne promidžbe i referenduma, NN 29/19 i 98/19, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_03_29_602.html, (Datum pristupa: 4. 6. 2024.)
Zastupnička pitanja u 10 sazivu, preuzeto s: https://www.sabor.hr/sites/default/files/uploads/inline-files/10_saziv_ZastupnickaPitanja.pdf, (Datum pristupa: 26. 4. 2024.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Stranačka pripadnost saborskih zastupnika sudionika intervjua 143
Slika 2. Pripadnost sudionika intervjua klubu zastupnika u Hrvatskom saboru 144
Slika 3. Obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika 147
Slika 4. Važnost komunikacijskih vještina saborskih zastupnika i njihove komunikacije u Hrvatskom saboru za percepciju, imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije..... 148
Slika 5. Utjecaj rada zastupnika u Hrvatskom saboru na život svakog građanina 149
Slika 6. Poticanje građana na djelovanje ili pridobivanje građana na neku aktivnost komunikacijom i buđenjem suosjećanja saborskih zastupnika 150
Slika 7. Važnost komunikacijskih vještina saborskih zastupnika i njihove komunikacije u Hrvatskom saboru za razumijevanje rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora 151
Slika 8. Prikaz ocjena građana o radu prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora 152
Slika 9. Utjecaj na prethodno danu ocjenu o radu 10. saziva Hrvatskog sabora i ugledu Hrvatskog sabora kao institucije 154
Slika 10. Kredibilitet saborskih zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (ugled u društvu, stručnost, poštenje, iskrenost i karizma)..... 155
Slika 11. Mišljenje građana o raspravama tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora u kojim su mogli čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje 156
Slika 12. Procjena primjerenosti verbalne komunikacije saborskih zastupnika 157
Slika 13. Procjena primjerenosti neverbalne komunikacije saborskih zastupnika..... 158
Slika 14. Procjena primjerenosti cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora..... 159
Slika 15. Procjena primjerenosti cjelokupne komunikacije 10. saziva Hrvatskog sabora u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora 160
Slika 16. Procjena utjecaja medija na komunikaciju saborskih zastupnika 161
Slika 17. Procjena jasnoće zastupnika 10. saziva Hrvatskog 163
Slika 18. Procjena jezgrovitosti komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora..... 163
Slika 19. Procjena poštivanja i držanja sadržaja komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora 164
Slika 20. Procjena točnosti u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora..... 165
Slika 21. Procjena oblikovanja sadržaja u komunikaciji zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora..... 165
Slika 22. Procjena etičnosti komunikacije zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora 168
Slika 23. Procjena usklađenosti verbalne i neverbalne komunikacije 169
Slika 24. Procjena građana o potrebi dodatne edukacija iz područja komunikacija za sve zastupnike u Hrvatskom saboru..... 176
Slika 25. Percepcija saborskih zastupnika o praćenju javnosti rada Hrvatskog sabora 179
Slika 26. Najvažniji oblici komunikacije s građanstvom prema mišljenju saborskih zastupnika 180
Slika 27. Čimbenici koji utječu na ocjenu rada 10. saziva Hrvatskog sabora..... 184
Slika 28. Mišljenje saborskih zastupnika o raspravama tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora u kojima su mogli čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje 185

Slika 29. Percepcija saborskih zastupnika o vlastitoj komunikaciji tijekom 10. saziva Hrvatskog sabora 186
Slika 30. Samoprocjena trajanja priprema saborskih zastupnika za rasprave na sjednicama 187
Slika 31. Odnos obnašanja saborske dužnosti i trajanja priprema za rasprave 189
Slika 32. Samoprocjena primjernosti vlastite komunikacije u odnosu na imidž i ugled Hrvatskog sabora kao institucije 190
Slika 33. Samoprocjena saborskih zastupnika o tome koliko vode računa o vlastitoj neverbalnoj komunikaciji u Hrvatskom saboru 191
Slika 34. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj etičnosti komunikacije 192
Slika 35. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj jasnoći komunikacije 196
Slika 36. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj jezgrovitosti komunikacije 197
Slika 37. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitom poštivanju i držanju sadržaja komunikacije 197
Slika 38. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitoj točnosti u komunikaciji 198
Slika 39. Samoprocjena saborskih zastupnika o vlastitom oblikovanju sadržaja komunikacije 198
Slika 40. Sažetak preporuka saborskih zastupnika za poboljšanje komunikacije 204

POPIS TABLICA

Tablica 1. Podaci iz popisa stanovništva 2021. godine 141
Tablica 2. Prikaz osnovnih karakteristika sudionika istraživanja (N=1000) 142
Tablica 3. Razlike u ocjeni rada prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora s obzirom na karakteristike građana 153
Tablica 4. Razlike u procjeni komunikacijskih vještina saborskih zastupnika s obzirom na karakteristike građana 167
Tablica 5. Pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti prema mišljenju građana 170
Tablica 6. Negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti prema mišljenju građana 173
Tablica 7. Preporuke za komunikaciju budućih saborskih zastupnika 176
Tablica 8. Trajanje priprema za rasprave ovisno o broju obnašanja dužnosti saborskih zastupnika 188
Tablica 9. Način informiranja i komuniciranja javnosti sa saborskim zastupnicima 207
Tablica 10. Procjena rada 10. saziva Hrvatskog sabora 212
Tablica 11. Usporedba percepcije komunikacijskih vještina saborskih zastupnika 217
Tablica 12. Preporuke za poboljšanje komunikacijskih vještina saborskih zastupnika 219

PRILOG 1. Anketni upitnik za građane

Politička i javna komunikacija
saborskih zastupnika

Poštovana/i,

molim Vas da ispunjavanjem anketnog upitnika sudjelujete u istraživačkom projektu koji se provodi za potrebe Interdisciplinarnog poslijediplomskog doktorskog studija „Komunikologija" na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Cilj istraživanja je steći uvid u percepciju komunikacije saborskih zastupnika, a rad je povezan s temom u naslovu te će biti dio moje doktorske disertacije.

Ispunjavanjem anketnog upitnika i iskrenim iznošenjem Vašeg mišljenja znatno ćete pridonijeti kvaliteti samog istraživanja i izradi objektivnog znanstvenog rada na ovu temu. Samo sudjelovanje ne bi trebalo oduzeti više od 10 minuta Vašeg vremena.

Napominjem kako je anketni upitnik anoniman te u svakom trenutku možete odustati od sudjelovanja.

Srdačno zahvaljujem,

Antonija Rimac Gelo

1. ***Spol ispitanika***
   - *Žensko*
   - *Muško*

2. ***Dob ispitanika***
   - *18-29*
   - *30-39*
   - *40-49*
   - *50-59*
   - *60-69*
   - *više od 70*

3. ***Koja je Vaša školska naobrazba***
   - *Bez škole*
   - *Osnovna škola*

- *Srednja škola*
- *Viša stručna sprema*
- *Visoka stručna sprema*
- *Magistar znanosti*
- *Doktor znanosti*
- *Učenik/Student*

4. ***Tip naselja u kojem živite?***
   - *Selo*
   - *Prigradsko naselje*
   - *Manji grad (do 50 000 stanovnika)*
   - *Srednji grad (50 000 – 100 000 stanovnika)*
   - *Veliki grad (preko 100 000 stanovnika)*

5. ***Pratite li politiku?***
   - *Pratim*
   - *Donekle pratim*
   - *Ne pratim*

6. ***Jeste li član neke političke stranke?***
   - *Da*
   - *Ne*

7. ***Pratite li rad Hrvatskog sabora?***
   - *Pratim*
   - *Donekle pratim*
   - *Ne pratim*

8. ***Utječe li rad zastupnika u Hrvatskom saboru na život svakog građanina?***
   - *Utječe*
   - *Ponekad utječe*
   - *Rijetko utječe*
   - *Ne utječe*
   - *Ne znam*

9. ***Na koji način Vi osobno dobivate obavijesti o radu Hrvatskog sabora i aktivnostima saborskih zastupnika? (moguće više odgovora)***
   - *U razgovoru s prijateljima, suradnicima i poznanicima*
   - *Na sastancima političkih organizacija i stranaka*
   - *Putem neposrednog kontakta sa saborskim zastupnicima*

- *Putem dnevnih novina, tjednika, mjesečnika i drugih tiskovina*
- *Putem radija*
- *Putem televizije*
- *Putem internetskih portala*
- *Putem društvenih mreža i društvenih medija*
- *Putem internetske stranice i profila na društvenim mrežama političkih stranaka i saborskih zastupnika*
- *Ne primam obavijesti jer me rad saborskih zastupnika i Hrvatskog sabora ne zanima*

10. Prema Vašem mišljenju ocijenite rad prethodnog 10. saziva Hrvatskog sabora ocjenom od 1 do 5, pri čemu je 1 izrazito loš, dok je 5 izvrstan:

- *1*
- *2*
- *3*
- *4*
- *5*

11. Na Vašu prethodnu ocjenu o radu 10. saziva Hrvatskog sabora i ugledu Hrvatskog sabora kao institucije utječe (moguće više odgovora):

- *Političko, gospodarsko i kulturno okruženje u kojem je Hrvatski sabor djelovao*
- *Utjecaj Hrvatskog sabora na državnu politiku*
- *Organizacijska djelotvornost te kadrovski i informacijski resursi za djelovanje*
- *Kvaliteta donesenih zakona*
- *Mjera u kojoj Hrvatski sabor zastupa javno mnijenje*
- *Struktura izabranih zastupnika prema dobi*
- *Struktura izabranih zastupnika prema obrazovanju*
- *Struktura izabranih zastupnika prema spolu*
- *Struktura izabranih zastupnika prema ugledu u društvu, bilo da govorimo o sredini iz koje potječu, nacionalnoj razini ili da govorimo o ugledu u profesiji*
- *Prisutnost saborskih zastupnika na plenarnim sjednicama Hrvatskog sabora*
- *Aktivnost saborskih zastupnika na sjednicama kroz saborske rasprave i replike*
- *Međunarodne aktivnosti saborskih zastupnika*
- *Aktivnosti i inicijative saborskih zastupnika u različitim akcijama od općeg društvenog i humanitarnog značenja*
- *Komunikacija saborskih zastupnika*
- *Prisutnost saborskih zastupnika u medijima*
- *Prisutnost saborskih zastupnika na društvenim mrežama*
- *Osobna poznanstva ili neposredni kontakt s izabranim zastupnicima*
- *Isključivo mediji i komentari novinara ili urednika*
- *Ne znam/ništa od navedenog*

12. ***Smatrate li da zastupnici 10. saziva Hrvatskog sabora imaju kredibilitet kad govorimo o njihovom ugledu u društvu, stručnosti, poštenju, iskrenosti i karizmi?***
    - *Imaju*
    - *Nemaju*
    - *Ne znam*

13. ***Hrvatski sabor predstavničko je tijelo građana i nositelj zakonodavne vlasti u Republici Hrvatskoj. Cjelokupnu komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora smatrate***
    - *Vrlo primjerenom*
    - *Prilično primjerenom*
    - *Ne znam*
    - *Prilično neprimjerenom*
    - *Vrlo neprimjerenom*

14. ***Komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora u usporedbi s ranijim sazivima Hrvatskog sabora smatrate***
    - *Izrazito boljom*
    - *Prilično boljom*
    - *Istom*
    - *Prilično lošijom*
    - *Izrazito lošijom*

15. ***Koliko su komunikacijske vještine saborskih zastupnika i njihova komunikacija u Hrvatskom saboru važne za RAZUMIJEVANJE rada Hrvatskog sabora te razumijevanje predloženih, raspravljenih, izglasanih zakonskih rješenja ili drugih inicijativa Hrvatskog sabora?***
    - *Vrlo važna*
    - *Prilično važna*
    - *Nije osobito važna*
    - *Uopće nije važna*
    - *Ne mogu odrediti*

16. ***Koliko su komunikacijske vještine saborskih zastupnika i njihova komunikacija u Hrvatskom saboru važni za PERCEPCIJU, IMIDŽ I UGLED Hrvatskog sabora kao institucije?***
    - *Vrlo važni*
    - *Prilično važni*
    - *Nisu osobito važni*
    - *Uopće nisu važni*
    - *Ne mogu odrediti*

17. Smatrate li da zastupnici u Hrvatskom saboru primjereno koriste verbalnu komunikaciju, tj. da je njihova izgovorena riječ primjerena s obzirom na dignitet Hrvatskog sabora, da ispravno koriste argumente kao način uvjeravanja svojih kolega i da s dužnom pozornošću slušaju svoje kolege?

- *Vrlo primjereno*
- *Prilično primjereno*
- *Ne znam*
- *Prilično neprimjereno*
- *Vrlo neprimjereno*

18. U 10. sazivu Hrvatskog sabora tijekom rasprava mogli smo čuti primitivan, prizeman, uvredljiv govor, pa i govor mržnje. Smatrate li da je takav način komunikacije primjeren Hrvatskom saboru i javnom diskursu?

- *Vrlo primjerenom*
- *Prilično primjerenom*
- *Prilično neprimjerenom*
- *Vrlo neprimjerenom*
- *Ne znam*

19. Smatrate li neverbalnu komunikaciju saborskih zastupnika, tj. sve ono što nije izgovorena riječ, bilo da govorimo o odijevanju, mimici, gestikulaciji, prostornom i vremenskom ponašanju i drugom, primjereno Hrvatskom saboru kao instituciji?

- *Vrlo primjerenom*
- *Prilično primjerenom*
- *Prilično neprimjerenom*
- *Vrlo neprimjerenom*
- *Ne znam*

20. Smatrate li da je verbalna i neverbalna komunikacija saborskih zastupnika usklađena, tj. da je sadržaj onoga što izgovaraju usklađen s onim kako poruke odašilju, tj. da su njihove geste, mimika, ton i drugi oblici neverbalne komunikacije usklađeni s verbalnim sadržajem?

- *Vrlo je usklađena*
- *Prilično je usklađena*
- *Prilično je neusklađena*
- *Vrlo je neusklađena*
- *Ne znam*

21. Mogu li Vas saborski zastupnici svojom komunikacijom i buđenjem suosjećanja potaknuti na djelovanje ili pridobiti za nešto?

- *Uvijek mogu*

- *Ponekad mogu*
- *Rijetko mogu*
- *Najčešće ne mogu*
- *Nikad ne mogu*

22. Smatrate li da mediji utječu na komunikaciju saborskih zastupnika?

- *Uvijek utječu*
- *Ponekad utječu*
- *Najčešće ne utječu*
- *Nikad ne utječu*
- *Ne znam*

23. Koji zastupnik u 10. sazivu Hrvatskog sabora Vam je najdraži te bi ga izdvojili kao pozitivan primjer obnašanja zastupničke dužnosti? Ako ste neodlučni, ne znate ili je odgovor nitko ljubazno molim da to i navedete):

- _____

24. Ocjenom 1 do 5 ocijenite komunikaciju prethodno odabranog zastupnika, pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična:

- *1*
- *2*
- *3*
- *4*
- *5*

25. Koji saborski zastupnik Vam je najlošiji te bi ga izdvojili kao negativan primjer obnašanja zastupničke dužnosti? (Ako ste neodlučni, ne znate ili je odgovor nitko ljubazno molim da to i navedete):

- _____

26. Ocjenom 1 do 5 ocijenite komunikaciju prethodno odabranog zastupnika, pri čemu je ocjena 1 izrazito loša, a ocjena 5 odlična:

- *1*
- *2*
- *3*
- *4*
- *5*

27. Smatrate li da je potrebna DODATNA EDUKACIJA IZ PODRUČJA KOMUNIKACIJA za sve zastupnike u Hrvatskom saboru, a prije stupanja na samu

dužnost, tj. da bi rasprave bile kvalitetnije i primjerenije Hrvatskom saboru kao instituciji i javnom diskursu, a samim tim da bi percepcija, imidž i ugled Hrvatskog sabora bio bolji ?

- *Izrazito potrebna*
- *Prilično potrebna*
- *Prilično nepotrebna*
- *Izrazito nepotrebna*
- *Ne znam*

28. Smatrate li da je komunikacija zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora etična (u komunikaciji se poštovale odredbe Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru, pravovremeno se iznosile točne, cjelovite i relevantne informacije, izbjegavalo se bilo kakvo plagiranje, njihova komunikacija kao i konačna namjera je bila transparentna, komunicirali su izvor informacija, u komunikaciji su izbjegavali bilo kakav oblik manipulacije, neprimjerene, uvredljive i klevetničke komunikacije te su poštovali dostojanstvo svake osobe)?

- *Izrazito etična*
- *Prilično etična*
- *Prilično neetična*
- *Izrazito neetična*
- *Ne znam*

29. Molim Vas da ocijenite koliko ste zadovoljni JASNOĆOM KOMUNIKACIJE zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikaciji upotrebljavaju jasne rečenice, poznate riječi te uvjerljive i dobre argumente…)

- *Vrlo zadovoljan*
- *Zadovoljan*
- *Nezadovoljan*
- *Vrlo nezadovoljan*
- *Ne znam*

30. Molim Vas da ocijenite koliko ste zadovoljni JEZGROVITOŠĆU KOMUNIKACIJE zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (u svojoj komunikaciji poštuju vrijeme predviđeno za govor, naglašavaju i sažimlju osnovnu poantu svojih poruka…)

- *Vrlo zadovoljan*
- *Zadovoljan*
- *Nezadovoljan*
- *Vrlo nezadovoljan*
- *Ne znam*

31. Molim Vas da ocijenite koliko ste zadovoljni POŠTIVANJEM I DRŽANJEM SADRŽAJA KOMUNIKACIJE zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (koliko se zastupnici u svojoj komunikaciji drže teme, bilo da je riječ o raspravama na plenarnoj sjednici, odgovorima na repliku, raspravama na odborima, nastupima u medijima, međusobnoj komunikaciji ili komunikaciji s građanima)

- *Vrlo zadovoljan*
- *Zadovoljan*
- *Nezadovoljan*
- *Vrlo nezadovoljan*
- *Ne znam*

32. Molim Vas da ocijenite koliko ste zadovoljni TOČNOSTI U KOMUNIKACIJI zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (zastupnici u komunikaciji iznose samo točne, istinite i provjerene informacije u koje su sigurni i za koje imaju dokaze)

- *Vrlo zadovoljan*
- *Zadovoljan*
- *Nezadovoljan*
- *Vrlo nezadovoljan*
- *Ne znam*

33. Molim Vas da ocijenite koliko ste zadovoljni OBLIKOVANJEM U KOMUNIKACIJI zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora (poruke koje saborski zastupnici šalju su poslane u pravoj formi, tj. ispravno koriste verbalnu i neverbalnu komunikaciju, primjereno komuniciraju u sabornici, na sjednicama radnih tijela, u medijima te u izravnoj komunikaciji s građanima, pisana komunikacija ali i komunikacija na društvenim mrežama primjerena je dužnosti koju obnašaju…)

- *Vrlo zadovoljan*
- *Zadovoljan*
- *Nezadovoljan*
- *Vrlo nezadovoljan*
- *Ne znam*

34. Preporuke za komunikaciju budućih saborskih zastupnika (moguće označiti više odgovora):

- *U komunikaciji se trebaju držati komunikacijskih načela*
- *Poboljšati svoje vještine komunikacije*
- *Poštivati sugovornike, kolege u Hrvatskom saboru i javnost*
- *Biti aktivniji na plenarnim raspravama*
- *Biti bolje pripremljen za raspravu*
- *U komunikaciji ponuditi nesporne i uvjerljive argumente i preporuke*
- *Raspravljati o aktualnim problemima u zemlji i nuditi najbolja rješenja*

- *Ne podcjenjivati javnost, kolege i publiku*
- *U Hrvatskom saboru koristiti se hrvatskim standardnim jezikom te izbjegavati uporabu narječja, žargona ili tuđica*
- *Ne iznositi netočne i neprovjerene informacije i brojke*
- *Ne manipulirati javnost*
- *Ne vrijeđati druge zastupnike i druge osobe, ne poticati na nasilje, netoleranciju i diskriminaciju*
- *Veću pozornost posvetiti slušanju te ne ometati ili sprječavati izražavanje volje drugih zastupnika*
- *Bolje koristiti društvene medijske i tehnološke alate*
- *Biti redovno u neposrednom kontaktu s građanima*

PRILOG 2. Agenda za polustrukturirani intervju sa zastupnicima 10. saziva Hrvatskog sabora

Uvodni dio

1. **Predstavljanje istraživača** i svrhe istraživanja: "Cilj ovog intervjua bolje je razumjeti kako saborski zastupnici percipiraju i vrednuju vlastitu komunikaciju te komunikaciju Hrvatskog sabora."
2. **Objašnjenje postupka**: Upoznavanje kako je ranije napravljano istraživanje s građanima, putem anketnog upitnika o percepciji komunikacije saborskih zastupnika, s naglaskom na 10. saziv Hrvatskog sabora te nas, kako bi bolje razumjeli komunikaciju saborskih zastupnika zanima mišljenje samih zastupnika. Očekivano vrijeme trajanja i pojašnjenje kako se intervju snima
3. **Uvodno pitanje**:
    - "Kako biste opisali svoje iskustvo u komunikaciji kao saborski zastupnik u 10. sazivu Hrvatskog sabora?"

Glavni dio

Tema 1: Oblici komunikacije s javnošću

1. Koji oblik komunikacije najčešće koristite za informiranje građana o svojem radu i radu Hrvatskog sabora?
2. Koji oblik komunikacije, prema vašem mišljenju, građani najviše koriste za dobivanje informacija o radu saborskih zastupnika?

Tema 2: Procjena komunikacije 10. saziva

4. Kako biste ocijenili i opisali komunikaciju 10. saziva Hrvatskog sabora?
5. Koji su ključni čimbenici koji su utjecali na kvalitetu komunikacije 10. saziva?

Tema 3: Vlastita komunikacija

6. Kako biste opisali vlastitu komunikaciju tijekom saborskih rasprava?
7. Koliko pažnje pridajete pripremi za rasprave i na koji način se pripremate?
8. Jeste li vodili računa o neverbalnoj komunikaciji (npr. odijevanje, gestikulacija)?
9. Postoji li utjecaj medija na komunikaciju Vas kao zastupnika (obrazloženje)?
10. Koliko ste se držali jasnoće, jezgrovitosti, sadržaja, točnosti i oblikovanja (obrazložiti)?

- Prezentirati mišljenje građana i provjeriti slaganje te spremnost na promjenu komunikacije

Tema 4: Komunikacija kolega

10. Kako doživljavate komunikaciju svojih kolega tijekom saborskih rasprava?
11. Kako biste ocijenili razinu međusobnog poštovanja i uvažavanja među zastupnicima?
12. Smatrate li da govor mržnje, uvredljiv govor ili primitivan jezik narušavaju percepciju Hrvatskog sabora?

Tema 5: Utjecaj komunikacijskih vještina

13. Koliko su komunikacijske vještine važne za razumijevanje rada Hrvatskog sabora i zakonskih rješenja?
14. Smatrate li da komunikacija zastupnika utječe na imidž i ugled Sabora kao institucije?
    1. Prezentirati mišljenje građana i provjeriti slaganje te spremnost na promjenu komunikacije
15. Biste li preporučili dodatnu edukaciju za zastupnike u području komunikacijskih vještina prije stupanja na dužnost?

Tema 6: Preporuke za budućnost

16. Koje biste preporuke dali budućim sazivima Hrvatskog sabora za unapređenje komunikacije?
17. Postoji li nešto što ste posebno ponosni u komunikacijskom smislu, kao zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora i je li vam žao bilo čega izrečenog ili napravljenog, bilo verbalno ili nevarbalno tijekom obnašanja zastupniče dužnosti u 10. sazivu Hrvatskog sabora ?

Zaključni dio

18. Zahvala na sudjelovanju i informacija o daljnjim koracima istraživanja.

PRILOG 3. Odgovori saborskih zastupnika o utjecaju medija na njihovu komunikaciju

IME I PREZIME	Jesu li mediji utjecali na komunikaciju Vas kao saborskog zastupnika?	Ako postoji utjecaj medija, smatrate li da je on pozitivan ili negativan? Obrazložite.
Zastupnik 1	Povremeno	Bio je pozitivan. Dakle pratite i prateći društvenu sliku i bitnost neke teme, novinari naravno potenciraju ono što je gledateljima najzanimljivije, i kada vidite da je nešto uistinu bitno i važno, više se i posvetite tome i kvalitetnije radite na tom području.
Zastupnik 2	Rijetko	Ne mogu ocijeniti kakav je bio utjecaj medija, ali je bio temeljen na tome da medijima treba atraktivna izjava da bi objavili bitan sadržaj te izjave. Bez tog atraktivnog dijela nećeš biti prenesen. Nastojala sam se ne cenzurirati. ja uvijek govorim ono što mislim, mada to nije nekad ni popularno ako govorimo o dignitetu sabora itd., ako idemo strogo uokviriti u primjerenost ili neprimjerenost komunikacije, međutim upravo to moje iskreno govorenje je doprinijelo tome da me mediji i prenesu .
Zastupnik 3	Uvijek	I pozitivno, ovisno o temi, ali i vrlo negativno. (Pozitivno i negativno)
Zastupnik 4	Povremeno	I pozitivan i negativan. Ukoliko želite poslati poruku koja vam je bitna ponekad morate napraviti neke drastičnije poteze u govoru ili ponašanju, kako bi to mediji primijetili i prenijeli.
Zastupnik 5	Nikada	/
Zastupnik 6	Povremeno	Pozitivan, kao nova zastupnica sam nešto naučila i samo su mi pomogli.
Zastupnik 7	Uvijek	Negativan- interes medija za stvarne teme u pravilu nije prevelik. Nisam se tome prilagođavao, pa sam rjeđe bio u medijima. Medije zanima eksces i igrokaz i to je dio kolega vrlo spretno koristio i bili su na dnevnoj razini nekoliko puta u medijima. Mediji se nisu previše posvećivali suštini i kvaliteti rasprava i inicijativa. To u konačnici, takav pristup medija srozava ugled cijelog Sabora.
Zastupnik 8	Povremeno	Pozitivno- više sam se trudila pripremati.

Zastupnik 9	Povremeno	Rekao bih da su novinari imali praksu svojevoljno rezati izjave za priloge i da se mogao primijetiti obrazac ponašanja gdje su skloni manipulirati. Dakle, najveću manipulaciju vidim u onome što ne objavljuju, pustu nešto što je skraćeno pa se može shvatiti ovako ili onako ali puno toga ne žele da ljudi vide i tu vidim kako zloupotrebljavaju svoju ulogu. Na moju komunikaciju nisu utjecali ni pozitivno ni negativno. Kao netko iz akademske zajednice morao sam savladati komunikaciju u kratkoj formi. To mi je bio izazov i to sam naučio. Prilagodio sam se formi.
Zastupnik 10	Uvijek	I pozitivan i negativan jer mediji vole doskočice, pa su me u pozitivnom smislu natjerali da se tako jezgrovito i slikovito izražavam, a u negativnom smislu to znači da se ne možeš ozbiljnije posvetiti nečemu
Zastupnik 11	Povremeno	Nije baš često pozitivan. Dakle, prvo treba razlučiti kod percepcije medijskih informacija što su istinite, a što su neistinite informacije te što su pristrane a što su nepristrane. Nerijetko imam dojam da su mediji pristrani.
Zastupnik 12	Uvijek	Negativan- mediji su radili sve da me ocrne, na sve moguće načine, nikad niti jedna lijepa riječ. Čak i lijevi mediji, dakle čak i oni kao skloni, to je to je jednostavno tako. A za to je razlog, mogu vam obrazložiti, to je razlog što su svi mediji ovisni o novcima kojih ja nemam. To je to. Hrvatska ima previše medija. Mi smo premala bara sa puno krokodila. Što mi je samo Bujanac radio, mogu vam govoriti tri dana. I desni i lijevi mediji, ja kažem jedno oni objave drugo. Ja sam završio na sudu i pola Hrvatske misli da sam rekao „da je Udba pobila premalo Hrvata“, ja to nisam nikad rekao niti napisao. To vam je to što su napravili mediji.
Zastupnik 13	Povremeno	Kako kada. Zaista je različito, ali ima i negativnog utjecaja
Zastupnik 14	Uvijek	Utjecaj je bio i pozitivan i negativan. Pozitivan u smislu potvrde, kad su mediji prenosili sadržaj koji je bio zapakiran u nekakve jednostavne jezične cjeline. To je bila potvrda da mediji zapravo traže što kraći i slikovitiji oblik izražavanja jer imaju ograničeno mjesto i vrijeme emitiranja. I to je zapravo determiniralo kompletnu komunikaciju, ne samo moju, nego svih saborskih zastupnika sa građanima. Negativan je kad se na primjer u radu Sabora kaže nešto na nekakav relativno, neću reći nespretan, nego način koji možda nema široku javnu podršku, odnosno veliko javno odobravanje, kad iznosite neke stavove koji su možda, usudit ću se reći nisu mainstream, nego su drugačiji od drugih, tada mediji mogu odigrati ulogu osuđivanja, ismijavanja ili okretanja stvari

		jednostavno kakve nisu. Tu je zapravo potpuna sloboda prepuštena novinarima, komentatorima, kolumnistima i to zapravo i određuje javni diskurs. Možda je najbolji odgovor na ovo pitanje sažeo jedan zastupnik Pernar, kad ga je jedan ugledni hrvatski novinar Hrvoje Krešić pitao: „Gospodine Pernar, do kad ćete se vi zapravo ponašati na način da Vas moraju iznositi iz dvorane?“, a on je rekao: „Gospodine Krešić, ponašat ću se do tada, do kad ćete Vi to prenositi!“.
Zastupnik 15	Nikada	/
Zastupnik 16	Nikada	/
Zastupnik 17	Povremeno	Negativan- mediji ne prenose meritum događanja, nego se bave popratnim i atraktivnim doskočicama
Zastupnik 18	Povremeno	Pozitivan, na način da sam putem medija uvijek želio poslati razumljive i istinite poruke.
Zastupnik 19	Rijetko	Svjestan sam kako mediji stvaraju percepciju, odnosno oni određuju teme koje nekada nisu teme. Utjecaj je bio pozitivan i negativan. Više su utjecali na samu formu
Zastupnik 20	Povremeno	I pozitivan i negativan. Pozitivan je otvarajući teme koje su nekada nevidljive u raspravi, a negativan kada mediji nameću teme.
Zastupnik 21	Nikada	/
Zastupnik 22	Rijetko	Imali su utjecaj, ali ne na sadržaj već na formu (različiti stilovi)
Zastupnik 23	Povremeno	Negativan utjecaj- mediji su često pristrani, stvaranje neke histerije i novinari često danas nisu odgovorni za izgovorenu odnosno napisanu riječ. Trudim se jako poštovati novinare, ali mnogi danas koji kažu da su novinari uopće nemaju veze s novinarstvom.
Zastupnik 24	Povremeno	Pozitivan, kad imate javni nastup onda vodite računa i na koji način će to biti, od strane medija, prezentirano. Zato je važan način komunikacije s kojim nešto prezentirate. Utjecaj medija, na neki je način i korektivni faktor komunikacije saborskih zastupnika.
Zastupnik 25	Nikada	/
Zastupnik 26	Povremeno	I pozitivno i negativno. Ovisi često koja je tema, kakvo je okruženje, na koji način je preneseno, kakva je trenutna komunikacija i iz kojih izvora
Zastupnik 27	Povremeno	Negativan, jer je pristran i neobjektivan prema vladajućima.
Zastupnik 28	Povremeno	Uglavnom pozitivan, mediji bi ukazali na neke teme bitne za naše građane koje bi onda u konačnici iskomunicirali prilikom drugog čitanja određenog zakona u Hrvatskom saboru.
Zastupnik 29	Povremeno	Bio je pozitivan zato što neke teme koje su mediji otkrili su utjecale na moju aktivnost u Saboru i na apostrofiranje tih tema, a ponekad isto tako bih tražila

		načine kako da ona tema koju želim apostrofirati, naglasiti ili staviti u javni prostor bude prezentirana što atraktivnije, ali ne skandalozno, da bi ona uopće došla putem medija do onih kojima se obraćam.
Zastupnik 30	Povremeno	Negativan, npr. mediji prenesu neku raspravu iz Sabora, na kojoj sam ja u Saboru bila nazočna, i onda pratiš medije i pitaš se jesmo mi bili na istoj raspravi u sabornici. To je percepcijski vrlo loše. Ja znam kakva je rasprava bila ali veliki broj građana koji pročitaju ili prate medije nemaju stvarnu sliku i mislim da to nije uredu.
Zastupnik 31	Povremeno	Ne mogu odrediti (pozitivan ili negativan). Naprosto prilagođavaš se i nekad sažimaš ono što želiš reći Upravo utjecaj medija često dovodi do toga da rasprave završavaju i postaju površne jer ne jednom su se u Saboru vodile ozbiljne rasprave koje nitko nije prenio, a rezultirale su izmjenama zakonskih prijedloga. 2012. godine tek sam bio izabran saborski zastupnik imali smo raspravu o promjeni Poslovnika i mislim da mi je Marasović replicirao, a moj odgovor njemu je bio da se nadam da će ove izmjene Poslovnika dovesti do toga da neće više biti dovoljno da spomeneš druga Tita da završiš u središnjem Dnevniku. Prvi put sam završio u središnjem Dnevniku.
Zastupnik 32	Povremeno	Negativan, obično se u medijima prenese na drugačiji način, vrlo često na drugačiji način nego što je rečeno ili se izvuče ono što nije bitno
Zastupnik 33	Povremeno	I pozitivan i negativan. Onaj tko diktira teme diktira praktički javni narativ. Nekad je taj diktat medija imao pozitivan učinak dakle i na otvaranje nekih bitnih tema koji se tiču npr. teško bolesne djece, nečega što treba riješiti, a nekad je bilo da da se nameću neke negativne stvari koje loše utječu, jer se i mi kao političari, a i društvo i javnost bavi tim temama, koje možda ne bi trebale ima toliki značaj
Zastupnik 34	Nikada	/
Zastupnik 35	Uvijek	Mislim da su čak utjecali negativno, na način mediji ne traže meritum nego traže senzaciju. Uvijek prolaze oni zastupnici: meritum su označeni dosadni, a oni koji imaju senzaciju, oni dobivaju medijski prostor
Zastupnik 36	Povremeno	Pozitivan - jedno je kad nešto izgovaraš, ali drugo je kad pogledaš kako je to u medijima preneseno i prikazano.
Zastupnik 37	Ne mogu odrediti	I pozitivan i negativan, podijeljen sam. Ima sigurno pozitivnih stvari, ali ima i negativnih gdje mislim da mediji, pa nekad i umjetno stvaraju neke teme i sukobe, u situacijama koje uopće nisu toliko važne građanima niti bi trebale biti toliko zanimljive. Pozitivno je da se puno puta dogodi da su neke afere u

		Hrvatskoj nažalost razotkrivali mediji pa i neke probleme koji su bili zatvoreni, negdje u ladicama sakriveni.
Zastupnik 38	Uvijek	Utjecaj je negativan. Kontekst je da je ovo sve jedna pozornica koju mediji, odnosno urednici odabiru, što je njima bitno i što će pritisnuti više laikova, više klikova i povećati gledanost.
Zastupnik 39	Uvijek	Negativan- Srpska nacionalna manjina kao najomraženija manjina u Republici Hrvatskoj uglavnom je prikazivana u najpogrdnijem i najlošijem svijetlu s tim da smo u medijima vrlo često bili onda kada su se događale neke ružne i loše stvari, a kada smo bili konstruktivni, kada smo predlagali, to je prolazilo mimo radara i bez medijskog odjeka.
Zastupnik 40	Povremeno	Pozitivan - vodila više računa o komunikaciji
Zastupnik 41	Nikada	/
Zastupnik 42	Uvijek	Pozitivan- čitajući izjave nekih svojih kolega koji su imali neki ispad, koji je kasnije više puta prozivan, jako sam pazila da se takvi problemi i meni ne dogode. Da se nespretno izrazim pa se zbog toga iščita nešto drugačije, negativnije, nego ono što sam stvarno željela reći
Zastupnik 43	Uvijek	Negativno jer mediji ne provjeravaju činjenice i ne prenose pozitivan rad (izgradio to, napravio to)
Zastupnik 44	Povremeno	Negativan. Mediji utječu na formu onoga što govoriš zato što ne trpe predugačka obrazloženja. Često vade iz konteksta i onda se mora voditi računa o tome da sve što govoriš bude u najmanjoj mjeri izloženo da ti se nešto ne izvadi iz konteksta jer se često kontekst zanemaruje u medijima. Što se tiče medija njihovo djelovanje za mene bilo je pomalo razočaravajuće jer sam shvatio da tu istina najčešće nije bitna. To je dosta razočaravajuće. I postoje različiti kriteriji, odnosno mediji se ne mogu osloboditi od toga da zapravo demonstriraju koju političku opciju podržavaju. Naravno da je nemoguće imati potpuno neutralan mediji ali sam često razmišljao o tome da je obrnuta situacija, da je netko iz oporbe u mojoj poziciji, kako bi se to reflektiralo u medijima i shvatio sam da bi to bilo potpuno drugačije. Najviše me demoraliziralo, kada su u pitanju mediji, moj jedan odgovor na Grmojin izazov u kojem me prozivao da sam bio u onom Klubu u Slovenskoj. On je od mene tražio da odem na poligraf, ja sam na to pristao uz uvjet da onaj tko u tom slučaju laže napusti politiku. Mediji su nakon toga izvještavali da će netko od nas dvojice morati napustiti politiku i da se samo čekaju ti rezultati. Ja sam bio ne na jednom već na tri poligrafa, dokazao sam da Grmoja laže i nakon toga ga o tome više nitko nije ništa pitao. Da je bila obratna situacija

		ja bih napustio politiku, napustio bih svojom odlukom ali da to i nije moja odluka ja bih politiku napustio pod pritiskom. U to sam uvjeren. Ovako se ta priča zapravo zaboravila i išlo se dalje, a taj čovjek i dalje uživa status vjerodostojnog političara u medijima i ništa mu to nije naškodilo. To mi je bilo jedno gorko iskustvo. Danas je u medijskom prostoru previše neistina, premalo žudnje za istinom, propitkivanja koja idu uvijek su pristrana, nema objektivnosti. Možda zvučim konsternirano i razočarano ali mislim da je to objektivno.
Zastupnik 45	Povremeno	Pozitivan, više sam vodio računa o izričaju i komunikaciji jer u današnjem vremenu ono što se objavi putem javnih medija i servisa ili putem vlastitih društvenih mreža ipak stvara određenu sliku.
Zastupnik 46	Povremeno	Više je bio pozitivan, na način da su mediji nametnuli neke teme, koje jesu od relevantnog društvenog značaja i koje smo onda koristili i u Saboru, kako bi te teme nastavili dizati i dalje
Zastupnik 47	Povremeno	Ponekad pozitivan, ponekad negativan. Ponekad procijeniš da mediji plasiraju informacije tendenciozno kako bi utjecali na javno mnijenje, to bi bio negativan utjecaj. Pozitivno su utjecali na način da sam svoj nastup više prilagođavao medijima i bio sam oprezniji u izričaju
Zastupnik 48	Povremeno	Pa mislim da je zapravo utjecaj medija poprilično negativan jer se traži senzacionalizam ili teži populizmu, a ne iznošenju realnih činjenica
Zastupnik 49	Rijetko	Negativan, sve zavisi s kojeg pola Hrvatske politike dolazite. Dakle, svjesni smo da je jako puno medija naklonjeno kritici Vlade. Nerijetko se kritički odnose prema zakonskim prijedlozima, prema potezima Vlade i nas zastupnika u Saboru samo da bi bili preneseni.
Zastupnik 50	Povremeno	Pozitivan. Preispitam svoju komunikaciju, više pazim na izričaj i jasnoću

Zastupnik 51	Povremeno	Nažalost mediji su potpali pod tendenciju traženja populizma pri čemu me posebno razočaravala činjenica da neke kvalitetne rasprave pojedinih kolega, pa tako i moje, uopće nisu zabilježene, ali kada bi se izveo nekakav performans, nekih od kolega, ili kada bih ja ponekad koristio malo jaču gestikulaciju ili jači izričaj, e to bi došlo do javnosti, što me osobno frustriralo, jer osobno nisam takav da bih radio šou od svojih rečenica. Ima jedan fantastičan primjer. Pazite 15 dana, 10 dana, prije raspisivanja izbora i raspuštanja samog Sabora, Hrvatski sabor odlučivao je o Zakonu kojim se prihvaća Sporazum o razgraničenju na kontinentalnom pojasu između Talijanske Republike i Republike Hrvatske, koji je prije desetak godina i 15 godina izazivao velike interese u javnosti oko proglašavanja našeg zaštićenog ekološkog i gospodarskog pojasa sa Italijom. Ta rasprava, ja sam je vodio u ime Kluba, je izazvala i uz raspravu nekih drugih, jedan kvalitetni konsenzus, unatoč činjenici da je tada već rasprava u Saboru bila kontaminirana predstojećim izborima, u kojemu je populizam preuzeo gotovo u potpunosti način funkcioniranja. Unatoč tome, ta jedna kvalitetna rasprava je vođena da bi i sami zastupnici, kad se glasovalo o tome, pokazali ogromnu većinu u prihvaćenu. Činjenica jest, da tog dana i tih dana, niti jedna jedan medij nije izvijestio o činjenici da je Hrvatska svoj suverenitet proširila na dodatnih 23 000 kvadratnih kilometara, s čime je uz unutarnje vode i teritorijalne vode došla do morskih površina na kojima ima Hrvatska suverenitet na 55.000 kvadratnih kilometara. Podsjećam da je ozemlje Republike Hrvatske 56 594 kvadratna kilometra. Dakle, cijela jedna površina Hrvatske je na evropskom moru, na kojem smo mi isključivo sami i suvereni. Naša mornarica i naša policija skrbi o tom najvažnijem resursu koji Hrvatska ima. Niti jedan medij o tome nije izvijestio, ali su izvješćivali o majmunarijama koje je izvodio Bulj. To razočarava i frustrira.
Zastupnik 52	Nikada	/
Zastupnik 53	Rijetko	Utjecaj je bio neutralan, nisu me potaknuli da bi promijenio svoj način komunikacije
Zastupnik 54	Povremeno	Imam dojam da je utjecaj negativan, uvijek su me ganjali i tražili da nađu nešto negativno, da sam ja nešto negativno plasirala, nisam im bila po volji
Zastupnik 55	Rijetko	Više negativan, jer veliki dio medija su mainstream mediji koji često budu plaćeni za ono što rade, a komuniciraju stvari na drugačiji način nego što su one u realnosti. Ja kao zastupnik nikada se nisam vodio u raspravi medijskim člancima, natpisima i snimkama

		već sam uvijek pokušao razlučiti svojom glavom, znanjem i komunikacijom s ljudima koji poznaju tematiku o nekoj temi, a ne slušajući medije koji često znaju iskvariti mišljenje zastupnicima, pa zastupnici raspravljaju u totalno krivom smjeru i to na način da bi se svidjeli medijima, a kako bi digli svoju popularnost i ostali i u drugom sazivu zastupnici, umjesto da razmišljaju svojom glavom i raspravljaju onako kako bi trebali raspravljati. Ja sam često koristio termin da smo mi narodni zastupnici, a ne saborski zastupnici i ono što je tužno kod naših zastupnika, a takvih je mislim 80 %, oni sve rade samo da bi ostali u Hrvatskom saboru i kunu se u domoljublje, a recimo Domovina i narod su nerazdvojni, jer bez naroda nema Domovine. Jednostavno nisu o tome vodili računa nego su vodili o svojim osobnim interesima, koristi i slici u medijima.
Zastupnik 56	Uvijek	Za teme koje ja zastupam u Hrvatskom saboru mediji baš nisu bili zainteresirani, stoga često puta ono o čemu sam ja govorila nije bilo preneseno javnosti. Svojom komunikacijom sam nastojala iznijeti temu na način da ju mediji prenesu i da samim tim bude i vidljivija u javnosti
Zastupnik 57	Uvijek	I pozitivan i negativan, razmišljala sam što ću izgovoriti ali i kako će mediji to prenijeti i kako će to zapravo javnost prihvatiti.
Zastupnik 58	Nikada	/
Zastupnik 59	Povremeno	I pozitivan i negativan. Pozitivan na način da se trudimo izreći ono što je činjenično istinito, točno i bitno za ljude jer će mediji prenijeti. Negativno zato što vidimo da određeni saborski zastupnici koji na populistički način koriste pet minuta slave budu u medijima prenijeti.
Zastupnik 60	Nikada	/
Zastupnik 61	Povremeno	Pozitivan, sama forma medija je takva da zahtjeva kratkoću i jasnoću i nastojala sam se prilagoditi svjesna da veći dio ljudi tako dobiva poruku. To ima i svojih nedostataka u smislu da neke kompleksnije materije koje radi Sabor, određena zakonska rješenja se teško daju prenijeti u svojoj punini kroz taj format.
Zastupnik 62	Povremeno	I pozitivan i negativan. Pozitivan utjecaj je kada su mediji naglašavali teme koje su važne, odnosno nametali su teme koje možda nekada i ne bi bile u fokusu i ne bi bile raspravljene. Negativan utjecaj je zbog senzacionalizma kojem su podlegli i zastupnici. Dok mediji imaju pažnju na rasprave, pogotovo u samom početku rasprave, rade se razni verbalni i neverbalni incidenti i onda baš to bude u fokusu, a ne argumenti i sama rasprava, nego bude tko je dobio

		opomenu, tko je iznesen iz dvorane i sl. To je apsolutno negativno..
Zastupnik 63	Nikada	/
Zastupnik 64	Povremeno	Morate gledati i vidjeti kako mediji zapravo percipiraju vaš rad i ja nastojim pročitati što to je. Taj utjecaj je pozitivan, dakle ako vidite da vas netko ne razumije u onom što ste htjeli reći onda bi to trebalo pojasniti, ali ne mislim da je populizam način na koji treba funkcionirati
Zastupnik 65	Uvijek	Bila sam malo opreznija
Zastupnik 66	Povremeno	Pozitivan, u raspravama raspravljaš i o onim temama koje zanimaju medije i građane
Zastupnik 67	Rijetko	I pozitivan i negativan. Više su utjecali na samu formu nego na sadržaj. Često su mediji izokretali činjenice, izokretali ono što su pojedini saborski zastupnici pogotovo zastupnici vladajuće većine iznosili, te smatram da su na taj način negativno utjecali na širu medijsku sliku političara u javnosti.
Zastupnik 68	Nikada	/
Zastupnik 69	Povremeno	Većinom negativan zato što mediji traže sam bajtove i to ima za posljedicu da saborski zastupnici više ne traže argumentiranu raspravu već gledaju kako će bajtom ući portalu, dnevnik ili nešto
Zastupnik 70	Nikada	/
Zastupnik 71	Ne mogu odrediti	/
Zastupnik 72	Uvijek	Sadržajno mediji nisu utjecali ni pozitivno ni negativno. Moramo se prilagoditi, moramo prilagoditi način i stil izražavanja medijima
Zastupnik 73	Nikada	Možda to mogu bolje objasniti iz primjera nekih drugih koji se povode za tim što mediji žele čuti, a vlasnici medija i novinari, također imaju neku svoju ideologiju, interes ili izvore financiranja i sukladno tome pokušavaju kreirati javno mnijenje, a ne prikazujući istinu. Zastupnici i političari općenito da bi bili u javnosti prisutni, a najlakši oblik biti prisutan u javnosti jest da imaš pristup medijima, nastoje svoje stavove ili poruke koje šalju prilagoditi očekivanjima. Ja to nikad ne radim
Zastupnik 74	Nikada	/
Zastupnik 75	Rijetko	Uglavnom negativno, u smislu da su se mediji uvijek bavili senzacionalizmom, a ne sadržajem. Poruka koju sam željela ozbiljno uputiti nikad nije došla do medija i mislim da je to ozbiljan problem. Bile bi minice, sukobi, neke druge stvari ali Zakon o logopedima nebi bio u medijima
Zastupnik 76	Povremeno	I pozitivan i negativan. Povremeno formirate svoje poruke kako bi Vas mediji zapazili, formirate poruke prilagođene medijima. Nije mi to pravilo, ni cilj, ali

		povremeno se dogodi. Ponekad i nesvjesno izazovete to i sami se začudite što mediji baš to prenose.
Zastupnik 77	Nikada	/
Zastupnik 78	Uvijek	Negativan. Nametnu teme, a obično su druge teme važne. Teme koje vam nameću nisu važne niti za novinare, nego za one tajkune koji stoje iza novinara, a čak ni za tajkune koji stoje iza novinara, nego za oglašivače.
Zastupnik 79	Povremeno	I pozitivan i negativan. Mediji nam ponekad kreiraju teme u Hrvatskom saboru. Pozitivno je kad se npr. radi o nekakvim slučajevima socijale, za naglasiti da ljudi dobiju percepciju i bolju svijest o tome, a ponekad je to negativan utjecaj
Zastupnik 80	Nikada	/
Zastupnik 81	Povremeno	Pozitivan- pozitivna kritika ili ukazivanje, možda čak ne i direktno, nego preko prenošenja onoga što sam govorila. Dakle, ako sam preko medija dobila informaciju da nisam dovoljno jasna, da nisam dovoljno precizna, da nisam dovoljno konkretna, to sam uzela kao jednu uputu, možemo reći kritiku, ali sasvim sigurno za mene pozitivnu kritiku i nastojala sam to poboljšati
Zastupnik 82	Povremeno	Najčešće negativno, mediji su često pristrani i informacije se prenose selektivno
Zastupnik 83	Nikada	/
Zastupnik 84	Povremeno	Pozitivan i negativan. Pozitivan jer vas tjera da sažimate misao i učinite ju jasnijom, a negativan je zato što vas tjera da misao učinite prijamčljivijom na način da bude prodornija, što nije nužno vezano uz sadržaj same rasprave, nego uz sve druge političke dodatke
Zastupnik 85	Ne mogu odrediti	/
Zastupnik 86	Povremeno	Vidi se kada radimo na odborima i nema kamera, puno je bolja komunikacija, puno točnija puno preciznija, puno iskrenija. Kada su kamere uključene, a to je prvenstveno na plenarnim sjednicama, onda se ipak traži efekt kako možda doprijeti do naslovnica nekog portala. Tu se gubi na kvaliteti.
Zastupnik 87	Uvijek	Negativan. Mediji u Hrvatskoj su jako u službi interesnih skupina i mislim da su podosta lijevo orijentirani. Nije važno što i kako se izgovori, važno je kako se i što prenese. Uvijek su prenosili kako je odgovaralo tim interesnim skupinama. Ne treba zaboraviti da postoje neki čudni putevi, prije svega novca, kad je u pitanju financiranje i postojanje medija. Mediji u Hrvatskoj da posluju samo sukladno onome kako im je dopušteno i kakve su tehničke mogućnosti bi svi bili u crvenom. Zanimljivo je da svi vlasnici medija u Hrvatskoj imaju barem još jedan posao sa strane, gdje ustvari medije koriste u svrhu

		kvalitetnijeg pozicioniranja, da bi ostvarili neke druge poslove. Npr. imaju odvjetnički ured i imaju medijsku kuću, imaju telekomunikacijsku kompaniju i imaju medijsku kuću, imaju građevinsku tvrtku i imaju medijsku kuću. Medijska kuća im je uvijek mjesto na kojemu se oni vrlo rijetko izvlače u financijskom smislu zato što su mediji nešto što se može digitalizirati i samim tim su dostupni, te je onda i percepcija javnosti da ne vrijede ništa kao ni glazba. U mom smislu utjecali su negativno do razine da su u mulj uvlačili cijelu moju obitelj, a onda bi moje ponašanje, za primjer moju kampanju u Gradu Zagrebu nazvali su najprljavijom do sada, a samo iz jednog razloga i sad ću vam to i reći. Ja dođem na sučeljavanje s gospodinom Tomašivećem. Kažem, a vrijeme to sad pokazuje osvjedočeno, mi u ničem ne pratimo ishode, a sada kada pratim ishod, a pratim jer sam bio in vivo unutra. Ja sam onda govorio da taj čovjek jednostavno nije sposoban, da nema kognitivne ni bilo kakve druge sposobnosti da vodi bilo što, dječji vrtić, grupu u dječjem vrtiću, a kamoli sustav kao što je Grad Zagreb. On nema sposobnosti u financijskom smislu, sociološkom, kulturološkom, bilo kojem drugom smislu, poduzetničkom da ne govorim, da obećano napravi. Takav lik je mene u jednom trenutku doveo u situaciju da sam ja njemu jednostavno rekao da ja ne vjerujem u ono što on govori i to se pokazalo točnim. I na kraju sam mu rekao: „Ne vjeruje vam ni vlastiti otac jer je kod mene na listi, u mojoj stranci“. To je u javnosti bilo protumačeno kao moj žestoki napad na gospodina Tomaševića. On je vikao: „ostavite se moga oca“. Pri tome su mojoj supruzi govorili da je četnik, djeci, da mi je punac četnički vojvoda, da sam ja bezobraznik koji nije postigao nešto u poduzetništvu, nego sam ja najskuplji parking, ja sam najlošiji vino, ja samâ€¦ S te strane znači samo negativno i po meni udri koliko hoćeš. I nema problema, ali ja sam samo naveo činjenice. Dakle, činjenica je da moj punac nije četnički vojvoda, a činjenice da je njegov otac na mojoj listi. Međutim ta činjenica da je on na mojoj listi je uvreda za njega, a to što je moj punac prozvan time meni bi trebalo biti ok, a čovjek apsolutno nema veze sa time, sa svojom braćom sahranjen je na groblju veteranskih vojnika u SAD- u.
Zastupnik 88	Povremeno	I pozitivan i negativan. Vodio sam više računa kako ću biti prenesen
Zastupnik 89	Rijetko	Trebalo bi da izvući neke primjere, sjetiti se nekog zanimljivog primjera koji bi to slikovito prikazao. Ali sigurno su imali utjecaj, tu uopće nema dvojbe.

		Ponekad si primoran nešto objasniti što je u suprotnosti sa onim što su već mediji objavili. Evo recimo primjer od danas. Mediji su objavili kako će poduzetnici sigurno svim mladim zaposlenicima davati nove ugovore i tjerati ih da potpisuju nove ugovore zbog toga što se ukida oslobođenje od plaćanja doprinosa na zdravstveno osiguranje. A to uopće nije točno, prvo nije točno da se ukida pa je i samim tim kriva vijest. U raspravi u ima Kluba, ja sam danas potrošio 3- 4 minute, samo da to objasnim. Da su mediji imali točne objave ja se danas u raspravi s tim uopće ne bih bavio.
Zastupnik 90	Rijetko	Više informativno, ne mogu reći ni pozitivno ni negativno nego radi nekakvih širih informacija
Zastupnik 91	Povremeno	Pozitivan. Teme kojima sam se bavio i način kako sam komunicirao, unatoč tome što sam oporbeni zastupnik, dobivale su medijski prostor i otkrivali smo afere, nudili rješenja itd. Za sad je većinom stvarno bio pozitivan.
Zastupnik 92	Nikada	/
Zastupnik 93	Uvijek	I pozitivan i negativan. Vodio sam računa kakva će biti percepcija onoga što ću reći, kako će to biti doživljeno, kako će biti prikazano i kako će biti shvaćeno, hoće li biti krivo interpretirano, hoće li nešto biti izvučeno iz konteksta. Primjer lošeg iskustva je npr. N1 gdje sam gostovao, volio sam gostovati jer sam imao priliku reći što mislim. Ja govorim i svatko može čuti što govorim, ali kad oni to transponiraju za portal onda to nema veze s onim što sam ja rekao. Oni stave naslov, izvuku rečenicu koju sam ja ironizirao, u tekstu ne vidiš jesam li ja to ironično rekao, a kad ja govorim to se vidi. Oni hoće privući pozornost. Nakon izgubljenih izbora ja govorim u prilog Bernardiću, ništa loše o čovjeku ne govorim, dapače baš ga branim, jedini sam ga branio i tu sam ga branio. Ja kažem Gledajte ruše ga 4 godine, smijenite ga ali ga smijenite na statutaran način. Četiri organizacije neka daju inicijativu i smijenite ga. Zapravo ja njega branim i objašnjavam da smjenu traže pojedinci, a ne organizacija i ne na statutaran način. Ja njega branim, a naslov Uvijek sam tražio da se smjeni Bernardić. To nema političkog značaja ali sam ja kao čovjek smeće. Bartolovićka onda, koja je pročitala samo naslov, napisala je u drugom tekstu Vidović se odrekao?! Imam loših iskustava, ne znaš što će se u naslov staviti. Kad govorimo, govorimo kontroliramo, pazimo, hoćeš biti slikovit, malo sarkazma, malo ironije, da nije monotono, ali onda se sarkazam može staviti u naslov.

Zastupnik 94	Uvijek	I pozitivan i negativan. Češće pozitivan nego negativan. Pozitivan je kad su prenosili ono što sam ja komunicirao, ispravno prenosili od riječi do riječi. Negativan, imao sam i nekih negativnih iskustava, npr. kad je iz šale nastao naslov tipa Predsjednik Odbora tvrdi da avioni padaju zbog sile teže. To je bila šala u studiju, u direktnom programu. I voditelj i ja smo se smijali na šalu, voditelj je to i razumio kao šalu. Urednica za web to nije razumjele kao šalu i upravo to je izdvojila kao naslov, a onda su svi drugi mediji prenijeli i onda ispadnete kompletna budala iako budala niste.
Zastupnik 95	Povremeno	I pozitivno i negativno. Mediji su utjecali na to da se bave onim što je trenutno i aktualno. Recimo, ako je nekakva tema aktualna u medijima, koja nije nužno povezana sa sadržajem zakona, ali je iz tog resora, iskoristim repliku i komuniciram nešto što je trenutno aktualno u vijestima, povedem se za tim da to pitam, iako nije sadržaj trenutnog zakona. Na taj način idem u korak s medijima, odnosno na taj način postoji veća vjerojatnost da će me prenijeti u medijima nego da sam se konkretno usredotočila na sam sadržaj zakona
Zastupnik 96	Rijetko	I pozitivan i negativan. Pozitivan da sam došao do neke informacije, a negativan da sam postao svjestan da mediji nisu vođeni primarno interesom hrvatskog naroda.
Zastupnik 97	Povremeno	I pozitivan i negativan. Utjecali su oblik i formatiranje komunikacije tako da me se ne može interpretirati na način koji nije sukladan onome što sam ja htjela reći
Zastupnik 98	Nikada	/
Zastupnik 99	Uvijek	Negativan. Neke stvari koje sam izgovorio nije mi drago što su izašle u medijima, a neke koje su popraćene sam ciljano želio da izađu. Pitanje je kako bi se ono što bih ja izgovorio interpretiralo. Znači ponekad nešto što bi ja napravio bi bilo interpretirano potpuno na krivi način. Jednu stvar ti izgovoriš, oni te interpretiraju drugačije, izvuku iz konteksta. Ja sam do sada imao takvih situacija bar 20. Kad ljudi objektivno pogledaju raspravu vide da u toj raspravi nema ništa sporno, ali se izvuče u naslovu nešto što izgleda sporno. Bez medija ne možeš. Evo još jedan primjer. Osnivao sam organizaciju u Općini Ražanac, prošli četvrtak i sjedim s kolegama i jedan kolega otvara portal i gleda na dnevno.hr neki naslov Strava i užas u Saboru. Ja sam bio taj dan u Saboru i ja kažem ali nije bilo ništa danas. Ali naslov je bitan i on je pod utjecajem tog portala koji piše Strava i užas u Saboru
Zastupnik 100	Povremeno	Pozitivan, u smislu da me ispravio oko toga što trebam popraviti u svojoj komunikaciji i na koji način trebam komunicirati, što verbalno što neverbalno, mislim

		neverbalno je i kakvu odjeću nosiš i kako svežeš kravatu

* Zastupnik korišten za ženski i muški spol

PRILOG 4. Odgovori saborskih zastupnika na pitanje „Postoji li nešto na što ste posebno ponosni kao zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikacijskom smislu)?“

IME I PREZIME	Postoji li nešto na što ste posebno ponosni kao zastupnik 10. saziva Hrvatskog sabora (u komunikacijskom smislu)?
Zastupnik 1	Ponosan sam na iniciranje Zakona o ukidanju anonimnih inspekcija u prosvjeti te iniciranje sa zastupničkim pitanjem Zakona o upravljanju državnom imovinom u jedinicama lokalne samouprave.
Zastupnik 2	Ne mogu se sjetiti u ovom trenutku
Zastupnik 3	Ne
Zastupnik 4	Zapravo ne, ja sam bio zadužen za tiskovne konferencije tadašnje moje stranke koje su bile redovite i koje su bile vrlo često medijski popraćene, s obzirom da smo pratili i politiku stranke i aktualna dešavanja. Time su poruke prenijete jer saborska pozornica nije samo saborska govornica nego su to i tiskovne konferencije koje su bile održavane u Saboru
Zastupnik 5	Ja sam osobito zadovoljan time što sam uvijek, od početka do kraja mandata, kad god sam govorio u Saboru, govorio sam argumentirano. Dakle to naravno ima veze i sa onim prethodnim pitanjem o pripremama, dakle gotovo nikad, osim u nekoj izravnoj replici, nisam se referirao ni na šta drugo, ni na kojeg zastupnika niti na neku prethodnu izjavu, nego sam se uvijek zapravo vodio time da moja rasprava ide u meritum oko čega raspravljamo
Zastupnik 6	Kulturno ponašanje i nikad nisam išla na osobne uvrede
Zastupnik 7	S obzirom da dolazim iz 11. izborne jedinice i predstavnik sam Hrvata izvan Republike Hrvatske napravili smo značajan iskorak u pojašnjavanju problema Hrvata prije svega u Bosni i Hercegovini, problema konstruktivnosti i legitimnog zastupanja. Zadnje dvije godine mandata nije čak ni bilo kolega koji su se suprotstavljali takvom mišljenju. Smatramo da smo napravili kvalitetan pomak informiranjem i kolega u Hrvatskom saboru ali i hrvatske javnosti prema boljem razumijevanju problema s kojima su Hrvati u Bosni i Hercegovini suočeni. Isto tako, kad se tiče tematskih rasprava o izvršenju Deklaracije i zakona, pokazalo se da je na početku bilo cijeli niz sukoba, nesuglasica i optužbi, ali smo to svojim raspravama doveli u jedno mirnije stanje s više razumijevanja što zapravo znači pomoći Hrvatima u Bosni i Hercegovini. Svakako je tu i suradnja sa svim ministarstvima i institucijama Republike Hrvatske koje je dala i dalje daje rezultate.
Zastupnik 8	Ponosna sam na sve rasprave koje sam vodila u Hrvatskom saboru na dobrobit hrvatskih građana, posebno mojih građana iz moje Splitsko-dalmatinske „županije i mojih otočana, a sve u cilju dobrobiti područja iz koje dolazim.
Zastupnik 9	Uvijek sam bio dostupan novinarima, bio sam savjestan i na raspolaganju te nisam bježao od osjetljivih tema.
Zastupnik 10	Slobodan govor o tzv. Lex AP-u
Zastupnik 11	Najsvjetlija točka po meni, u prošlom sazivu bila je donošenje Zakona o hrvatskom jeziku. Mislim da je to u prošlom sazivu bila povijesna, jedna od povijesnih točaka. Na to sam posebno ponosna, na moju raspravu ali i raspravu kolega i kolegica.

Zastupnik 12	To što uvijek govorim iz srca i iz glave. Mislim da to prepoznato, odnosno znam da je to prepoznato, to se vidi po broju glasača.
Zastupnik 13	Posebno sam ponosna da naš Klub nikad nije podlegao oblicima populizma i manipuliranja informacijama, odnosno iznošenju lažnih informacija. Kad nam se dogodila greška znali smo se ispričati. I ja osobno ali i ekipa iz Kluba
Zastupnik 14	Osobno procjenjujem da je svaki moj nastup bio sa sadržajem i smislom. Negdje je to bilo jezgrovitije, negdje je bilo sadržajnije, negdje je bilo kraće, negdje je bilo slikovitije, a negdje je bilo duhovitije. Možda najduhovitija rasprava je bila o osvrtu na dolazak Laure Kovesi, evropske tužiteljice u Hrvatsku. To je bilo pred sam kraj 10. saziva Hrvatskog sabora, možda se toga i najsvježije sjećam pa sam zato to spomenuo.
Zastupnik 15	Bez obzira da li je bilo nešto pozitivno ili negativno uvijek, što se tiče komunikacije prema van, na neki način idem sa pozitivnim pristupom i ukoliko dolazi do izazova, odnosno problema, tražim rešenje kako te izazove, odnosno probleme riješiti.
Zastupnik 16	Nisam nikoga vrijeđala.
Zastupnik 17	Ne
Zastupnik 18	Uvijek sam imao rasprave u nekakvim okvirima, vodio sam računa da budu istinite, primjerene i etične. Ponosan sam na to što sam sudjelovao, kao predsjednik Odbora za Ustav, poslovnik i politički sustav, na donošenju dokumenta Kodeksa o etičkom djelovanju zastupnika u Hrvatskom saboru.
Zastupnik 19	Posebno sam ponosan na teme i rasprave o ljudima koji su iselili iz Hrvatske i na rasprave o svemu što mi kao društvo nismo učinili da se to ne desi
Zastupnik 20	Ponosan sam na odnose i suradnju koju sam ostvario s kolegama, kako iz svoje politička opcije, tako i pojedinim kolegama iz drugih političkih opcija
Zastupnik 21	Ponosan sam na vrijeme suludih korona mjera kada sam branio slobodu, i komunikacijski i verbalno i neverbalno. Jedini sam gradonačelnik i načelnik koji nije uveo korona mjere. ponosan sam na rasprave o vojsci na granici i ilegalnim migrantima
Zastupnik 22	Ne
Zastupnik 23	Samodisciplina. Često puta ja, kao i svi ostali živi ljudi, dođem do ljutnje i dođe mi da bih najradije viknula u Saboru, ali nisam reagirala zato što nisam htjela produbljivati krizu ili sukob.
Zastupnik 24	Obzirom da sam ja prvenstveno bio angažiran na temama zdravstva i socijalne skrbi, a također je to bilo razdoblje covid epidemije, mislim da je politika Vlade prema toj covid epidemiji bila ispravna, a tu bi zapravo najviše istaknuo neki svoj doprinos. Također istaknuo bih dvije nacionalne strategije, znači nacionalna strategija za mentalno zdravlje i za borbu protiv ovisnosti, to je nešto na što sam ponosan, da sam mogao dati neki svoj aktivniji doprinos
Zastupnik 25	Nastojao sam dr“ati se merituma. Nekad na marginama toga priča se i o problemu koji taj sektor muči, ali ne previše i ne samo jedino, nastojao sam se držati merituma zakona i nastojao sam ne ići nikada na osobnu razinu.

Zastupnik 26	Teško mi je reći. Puno je rasprava koje su mi ostale u pozitivnom sjećanju, u kojima sam ja sam sebe nadogradio kao čovjek i kao zastupnik u Hrvatskom saboru.
Zastupnik 27	Ponosan sam da sam predložio nekoliko amandmana koji su prihvaćeni. Određene zakonske prijedloge popravio sam amandmanima.
Zastupnik 28	Istaknuo bih odluku kojom smo izmijenili Zakon o sigurnosti prometa na cestama, osigurali da konkretno grad Dubrovnik može uvesti zonu posebnog prometnog režima, smanjili pritisak na UNESC- ovu zaštićenu povijesnu jezgru.
Zastupnik 29	Ponosna sam na to što nisam podlegla trendu da mi je jedino i isključivo važno završiti u medijima pod bilo koju cijenu, pa makar i napravila nekakav skandal.
Zatupnik 30	Ja sam zadovoljna sa inicijativama koje su mi i uspjele, a vezane su uz zdravstvo, recimo Nacionalni dan palijativne skrbi. Jako je važno da Hrvatski sabor to prepozna. Ova mi je posebno draga, ali imala sam još četiri druge i na to sam posebno ponosna.
Zastupnik 31	Ne
Zastupnik 32	Ne znam što bih posebno izdvojio.
Zastupnik 33	Ponosan sam na to što sam se uvijek trudio govoriti ono što mislim.
Zastupnik 34	Sadržajem svojih rasprava.
Zastupnik 35	Da sam ostao dosljedan svom načinu komunikacije, neovisno o bilo kome, koja ide u smjeru sadržaja, a ne senzacije.
Zastupnik 36	Možda sam nekakvom svojom osobnošću dao prikaz drugačijeg djelovanja političara, da političar ne mora uvijek biti suhoparan, da se može malo poslužiti i nekim retoričkim frazama. Ja sam koristio bećarac kao frazu.
Zastupnik 37	Ja sam jako ponosan što smo kroz Odbor za pravosuđe gdje smo imali teških momenata i oko izbora predsjednika Vrhovnog suda i oko izbora Glavnog državnog odvjetnika i oko usvajanja Izvješća državnog odvjetništva, bez obzira što je bilo jako napeto, što je bilo poprilično političke rasprave i harange, što smo mi kao Odbor i vodstvo Odbora uspjeli sačuvati jedan dignitet da možemo normalno komunicirati, biti parlamentarni, voditi dijalog i na kraju se pozdraviti, bez obzira što se u puno toga nismo apsolutno slagali.
Zastupnik 38	Ne
Zastupnik 39	Ponosna sam na nekoliko press konferencija.
Zastupnik 40	Ostat će mi u sjećanju moje prvo javljanje, replika prva je bila za Zakon o hrvatskom jeziku, što me ne samo veseli nego sam ponosna na taj Zakon da smo ga donijeli.
Zastupnik 41	Trudio sam se biti u skladu s percepcijom kakav zastupnik treba biti i obnašati dužnost sa dignitetom i čašću.
Zastupnik 42	Uvijek sam vodila računa da ne povrijedim onog drugog kolegu, koliko god bi i on krenuo osobno na mene ili na nekog od mojih kolega.
Zastupnik 43	Da, imajući u vidu da mi je to bio četvrti mandat, znači sazreo sam, bio sam puno slobodniji u samim raspravama i bio sam upoznat sa svim onim i pozitivnim negativnim stvarima.

Zastupnik 44	Komunikacija zastupnika se ne odnosi samo na plenarne sjednice. Ona se odnosi i na komunikaciju unutar odbora i na komunikaciju prema javnosti. Ja mislim da sam dobro komunicirao ono što je za mene bilo bitno u politici. Obzirom da sam bio i potpredsjednik Odbora za nacionalnu sigurnost mislim da sam imao odličnu komunikaciju unutar tog Odbora. Iako to nije uvijek bilo jednostavno, uspostavili smo jednu, više-manje, prihvatljivu i normalnu komunikaciju. Tad sam primijetio da na plenarnim sjednicama zastupnici koji su na odborima se ponašaju kao da nisu bili na tim odborima. Tu sam isto bio šokiran. Izdvojio bih svoju raspravu kada je trebalo na jedan argumentirani način izložiti hrvatsku poziciju u odnosu na migrante. Predlagatelj izmjena Zakona je bilo Ministarstvo unutarnjih poslova i ministar Božinović. Ta mi se rasprava učinila jako dobrom. Govorio sam u ime Kluba HDZ-a i mislim da sam jako dobro obrazložio stajalište. Ponosan sam općenito na rasprave koje su se ticale nacionalne sigurnosti, ne samo u Saboru, nego i posljedično izjave u medijima i sudjelovanje u emisijama. Tu sam zadovoljan sa svojim doprinosom kao saborski zastupnik. Puno je tema u Saboru ali ja bih izdvojio ona pitanja koja se tiču obrane, nacionalne sigurnosti i identiteta poput rasprave na Zakon o hrvatskom jeziku. Tu sam se dobro osjećao, tu sam volio raspravljati i mislim da sam kvalitetno raspravljao.
Zastupnik 45	Ponosan sam na ponašanje mene osobno ali i većine u Hrvatskom saboru, prilikom oporbene opstrukcije rada Hrvatskog sabora, udaranjem o klupe.
Zastupnik 46	Uvijek se zaista trudim, kao i svi iz našeg Kluba, da govorim provjerene činjenice. Dakle da nikad ne baratamo lažima, namjernim iskrivljavanjem, nepotpunim istinama itd. I mislim kako sam otvarala teme koje su stvarno važne za većinu, poput zdravstva
Zastupnik 47	Utjecaj na pojedina zakonska rješenja koja su došla kao konačno rješenje na raspravu u Sabor. Imao sam tu mogućnost kroz komunikaciju, kroz Odbor, sa ministrom i u ministarstvima, poboljšati svojim iskustvom koje imam, pogotovo iz zakona koje se odnose na gospodarstvo, poduzetničke zone, rješavanja imovinsko pravnih odnosa, zemljišta, katastra.
Zastupnik 48	Pridržavao sam se etičkih načela i nisam se dao isprovocirati da na neke stvari odgovaram istom mjerom
Zastupnik 49	Ponosan sam da nikoga nisam želio uvrijediti i osobne razine sam želio izbjegavati, a bilo je prilika jer sam imao osobne napade, ali ponosan sam što nisam odgovarao istom mjerom.
Zastupnik 50	Nastojala sam poštivati pravila etike.
Zastupnik 51	Moje rasprave prigodom prvog i drugog čitanja donošenja Zakona o hrvatskom jeziku, do čega mi je jako stalo, čemu sam bio inicijator i po čemu smo dobili veliki broj glasova i onih koji ne pripadaju većini.
Zastupnik 52	Ponosan sam na to što nisam nikad nijedan zakonski prijedlog a priori odbacio, da ga istovremeno nisam sagledao kritički i u kontekstu da bi dao određene sugestije samom predlagatelju da određene stvari izmijeni.
Zastupnik 53	Nisam nikada kroz komunikaciju išao osobno uvrijediti ikoga. Baš o tome vodim račun, da nikoga osobno ne uvrijedim, uvijek pokušavam reći svoj stav.
Zastupnik 54	Ponosna sam na to da sam poslala poruku predsjedniku države kada je pričao o odcijepljenu Kosova. S obzirom da dolazim iz tih krajeva i znam situaciju onda sam smatrala da je i predsjednik moro paziti kako se

	izražava i kakvu poruku šalje dalje za susjedne države i koliko je to utjecalo na odnose
Zastupnik 55	Uglavnom sam svoje nastupe radio iz glave, a ne, pisanim govorima. Govore sam sastavljao prema onome što sam komunicirao svakodnevno sa građanima, sa određenim skupinama na terenu i sva ta njihova razmišljanja i promišljanja sam ugrađivao u svoje rasprave i uvijek sam na taj način pokušavao raspravljati
Zastupnik 56	Svojom komunikacijom popularizirala sam teme vezane uz osobe s invaliditetom i doprinijela sam donošenju nekih zakonskih rješenja.
Zastupnik 57	Komunikacija, rad i rasprave posebno na teme i točke dnevnog reda vezane za moju regionalnu sredinu
Zastupnik 58	Ne sjećam se.
Zastupnik 59	Podrška Ukrajini.
Zastupnik 60	To što smo imali molitvu, slavlje ovdje u Saboru. Kao što je rekao župnik, prvi put nakon '91. kad je Franjo imao takvu vrstu okupljanja u Saboru, rekao je da to nije bilo. Evo to smo imali, jedan ekumenski susret.
Zastupnik 61	Nastojala sam se baviti sadržajem i stvarima koje su bitne za građane, što znači da sam se referirala na teme nejednakosti, siromaštva, socijalne skrbi. To su teme za koje smatram da zanimaju i muče većinu ljudi, a to je posao koji mi moramo raditi. Pripremala sam se stvarno za svaku raspravu. Moram reći da nikad nisam došla na saborsku raspravu, a da nisam pročitala tekst predloženog zakona i u 90 % slučajeva, osim u slučaju kad bi to bilo 500 stranica, ja sam pročitala i svako javno savjetovanje. Moram istaknuti kako nikad nisam nekom rekla nešto, nekakvu osobnu uvredu.
Zastupnik 62	Ponosan sam na to što sam uvijek vodio računa, i verbalno i neverbalno. Vodio sam računa da se pripremim za raspravu i da raspravljam sa argumentima, te da nikoga ne uvrijedim. Dobio sam možda jednu ili dvije opomene, a možda ni to. Uvijek sam vodio računa kad komuniciram da nikoga ne vrijeđam, nego da iznesem argumente i stajališta.
Zastupnik 63	Ponosan sam na raspravu o jednoj točki i to civilne žrtve rata.
Zastupnik 64	Ja nisam osoba koja reagira uvijek i reagira odmah, ali nekako mislim da i kad nešto ignorirate je pokazatelj. Nije važan sadržaj nego i tko govori. Dakle, nekad sam neke stvari namjerno ignorirala i govorim tijela pokazala da to ignoriram. Neverbalnom komunikacijom pokazala sam da to što se radilo nije dobro.
Zastupnik 65	Postoji, stvarno sam vrlo srčano branila i korisnike i djelatnike u sustavu socijalne skrbi
Zastupnik 66	Bila sam pristojna prema vladajućima i prema oporbi.
Zastupnik 67	Kao zastupnik bio sam član saborskog Odbora za gospodarstvo. U vrijeme trajanja 10. saziva Hrvatskog sabora dogodio se čitav niz velikih svjetskih kriza, koja uključuje rat u Ukrajini i rusku agresiju te su se u tom slučaju događali veliki tektonski poremećaji na energetskom tržištu. Diplomirao sam na Fakultetu elektrotehnike i računalstva, smjer energetiku i ponosan sam što me je stranka odlučila predložiti i imenovati u Odbor za gospodarstvo gdje sam se pobliže bavio utjecajem energetskih poremećaja na gospodarstvo u cjelini.

Zastupnik 68	Ponosna sam na to što smo lupanjem po klupama sat vremena protivili se zlouporabi Poslovnika i kršenju Poslovnika kada je predsjednik Vlade podnosio godišnje Izvješće o radu Vlade.
Zastupnik 69	Postoji, trudio sam se komunicirati građanima kompleksnost EU fondova i objasniti im važnost EU fondova za društveni i gospodarski razvoj Hrvatske.
Zastupnik 70	Ponosan sam na rasprave o zakonima koji možda nisu bili u prvom planu, te prijedloge i primjedbe koje sam davao na zakone
Zastupnik 71	Bio sam najaktivniji zastupnik iz V. izborne jedinice u 10. sazivu Hrvatskog sabora. I općenito ja nikad ne čitam govore. Znači ja kad govorim, onda govorim iz glave.
Zastupnik 72	Ne, ne mogu se sjetiti.
Zastupnik 73	Nisam se spuštala na razinu i uvrede koje su pojedini kolege upućivali kad su se, ili meni direktno obraćali, ili političkoj opciji koju podržavam.
Zastupnik 74	U ovom trenutku se ne mogu sjetiti nečega što bi posebno izdvojio
Zastupnik 75	Ostalo mi je puno mojih rasprava u dobrom sjećanju, ali nisu doprle do javnosti. Posebna uspomena koju nosim iz 10. saziva Hrvatskog sabora je imenovanje dvorana po znamenitim Hrvaticama, kao moja inicijativa, a to je nešto što su i mediji prihvatili. Uslijedilo je i nekoliko intervjua i to je dobilo i medijski prostor. Nije se znalo da smo to mi, samo se znalo da je to Hrvatski sabor napravio, ali nema veze.
Zastupnik 76	Posebno sam ponosna što me nitko nikad nije uspio izbaciti iz takta.
Zastupnik 77	Ne bih ništa posebno istaknuo.
Zastupnik 78	Da sam vrlo rijetko pao ispod određenog nivoa u komunikaciji.
Zastupnik 79	Pazila jesam, posebno što se tiče etičnosti i odnosa sa drugim zastupnicima i zastupnicama da se u raspravama nikad ne dotičem nekakvog osobnog nivoa, nego da to uvijek bude na političkoj razini.
Zastupnik 80	Da, dva slobodna govora o žetonima i o hobotnici.
Zastupnik 81	Ja sam ponosna na sve one svoje istupe u kojima sam bila konkretna, argumentirana i jasna svim Građanima Republike Hrvatske.
Zastupnik 82	Nisam se spuštao na razinu nekih kolega.
Zastupnik 83	Ne sjećam se .
Zastupnik 84	Predložila sam cjelovitu reformu Hrvatskog sabora s ciljem da se unaprijedi rad institucije
Zastupnik 85	Ostao sam na razini dostojanstvene komunikacije.
Zastupnik 86	Rasprava dan nakon ruske agresije na Ukrajinu.
Zastupnik 87	U Hrvatskom saboru barem sam tri puta govorio faktografski. Jedno je bilo o rezultatima izbora u Garčinu, gdje sam, imenom prezimenom, dokazao da je na djelu bila izborna prevara. Nikada ništa. Drugi puta je bilo kada je jedan dečko pretučen od strane nekolicine pripadnika druge nacionalnosti u vinkovačkom kraju. Pretučen, znači pokušaj ubojstva, pokazivao sam i fotografije. Raspravljao sam dva puta na tu temu i čini mi se da se nije dogodilo ništa. Treći puta sam raspravljao na temu smjenjivanja ravnatelja Hrvatske- radio televizije, koji je otišao u pritvor. Ja sam rekao da jednostavno mislim kako je to igrokaz u kojem će se taj čovjek ipak vratiti na Hrvatsku -radio televiziju i tražit će zaostale plaće jer je kod nas pravosudni sustav u velikoj diskrepanciji sa MUP-om, USKOK-om, Saborom, zakonima i svim tim skupa. Ove prve dvije stvari bih izdvojio, rasprave u formi slobodnih govora, pokušavao sam skrenuti

	pozornost. Bilo je i mojih pokušaja da nešto napravim kad je bila rasprava o Zakonu o autorskom i srodnim pravima, koji se sada pokazao nevaljalim. Jako sam ponosan na jednu od prvih sjednica Odbora za unutarnju politiku i nacionalnu sigurnost. Pitao sam državnog tajnika i raspravljao sam na temu potrebe Hrvatske države da ima cjeloviti migracijski zakon, mi se iz iseljeničke zemlje pretvaramo u useljeničku, pa prema tome zakon koji će regulirati tko nam dolazi, prava i obaveze, sve.
Zastupnik 88	Osobno ništa posebno ne bih istaknuo. Meni je pozitivno bilo da je predsjednik Sabora uvijek pokušavao smiriti komunikacijske tenzije i ići pozitivno prema van.
Zastupnik 89	Teško mi se sad sjetiti i izdvojiti nešto.
Zastupnik 90	Ne mogu procijeniti.
Zastupnik 91	Otkrivanje afere plin za jedan cent. Mislim da je to bilo jedna od boljih rasprava. U Hrvatskom saboru kad su oni došli i počeli davati argumente, a kad smo došli Nikola i ja zajedno kao saborski zastupnici sa argumentima, kad smo išli stavku po stavku razbijati to. To je bila jedna od boljih rasprava, jako pripremljena, stručno. Ja sam baš jako ponosan na to.
Zastupnik 92	Na upravljanje dvjema velikim krizama u hrvatskoj energetici koje su se prelijevale preko Odbora za gospodarstvo koji sam ja vodio. Mislim da smo na razini ta dva velika zasjedanja odbora, koja su trajale gotovo cijeli jedan dan zasjedanja, koja su imala veliku medijsku pozornost i veliki politički interes, vrlo je bila jedna nervozna i opterećujuća situacije generalno za političku scenu u Hrvatskoj, a samim tim i za nas koji smo bili akteri svega toga skupa, da smo uspjeli zadržati jedan dignitet. Izvesti to na način da se izvuče iz zastupnika, bilo pozicijskih ili opozicijskih ono što je najbolje, razumijevajući njihove pozicije, a da se zadrži razina i dignitet rada
Zastupnik 93	Imao sam govor na izvanrednoj ljetnoj sjednici. U raspravi sam upozorio na ono što je problem države, govorio sam što ovu državu muči 30 godina, nisam sve prebacio na HDZ, kritizirao sam s argumentima, a pohvalio sve što je dobro. Ponosan sam na glasovanje o pomoći ukrajinskim vojnicima. Cijela oporba je to odbila, mi smo bili izloženi strašnom pritisku, ali ponosan sam kako smo glasali, a glasali smo za interes Hrvatske kao zemlje članice NATO saveza. Mislim da sam imao i jako dobru raspravu na Zakon o hrvatskom jeziku. Ja sam istaknuo kako je suzdržanost o ovom Zakonu politički stav. Previše poštujem važnost jezika za ovu zemlju i smatram kako nitko politički ne smije zloupotrijebiti tu činjenicu.
Zastupnik 94	Ponosan sam na sjednice Odbora, posebno na moj govor kad smo nabavljali zrakoplove
Zastupnik 95	Što sam prepoznala neke teme koje nisu nužno nametnute od strane medija, ali su bile važne građanima koji su mi se obratili i kad sam komunicirala to u Saboru vladajući su to prepoznali i krenulo se u rješavanje tih problema.
Zastupnik 96	Prvi sam u Saboru progovorio o ideološkom moratoriju, odnosno potrebi da se javnost upozna što znači ideološki moratorij u negativnom smislu
Zastupnik 97	Uvijek sam ponosna kada prepoznamo viši interes i kad jednoglasno donesemo neke odluke. Ponosna sam na sve ono gdje smo uspjeli postići

	suglasje. Mislim da je to vrlo važno jer moramo ponekad pokazati da se znamo izdići iznad naših ideoloških rovova i prepoznati širi interes. Nažalost toga nije bilo dovoljno, ali bilo je par situacija i to su te situacije na koje sam ponosna.
Zastupnik 98	Ponosan sam na Zakon, koji smo kao stranka Socijaldemokrati podržali, o obuci ukrajinskih vojnika.
Zastupnik 99	Ponosan sam na tiskovnu konferenciju kada je Sv. Nikola donio poklone oporbi. Spontano sam ju u 5 sekundi smislio ali to je bilo baš super. Napravio sam par blockbustera, govor o cijepljenju kada su me izbacili iz stranke, to je bio govor koji je odzvonio u političkom prostoru Hrvatske ili kada sam napravio onaj performans sa kokainom to je isto bilo glavna tema 3 dana u Hrvatskoj.
Zastupnik 100	Nisam ustuknuo u branjenju stavova ali nikoga nisam išao primitivno napadati.

* Zastupnik korišten za ženski i muški spol

PRILOG 5. Odgovori zastupnika 10. saziva Hrvatskog sabora na pitanje „Je li vam je žao zbog neke izjave ili rasprave ili bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru (u komunikacijskom smislu, bilo verbalna ili neverbalna komunikacija)?“

IME I PREZIME	Je li Vam je žao zbog neke izjave ili rasprave ili bilo čega izrečenog ili napravljenog u Hrvatskom saboru (u komunikacijskom smislu, bilo verbalna ili neverbalna komunikacija)? Možete navesti?
Zastupnik 1	Ne
Zastupnik 2	Ne
Zastupnik 3	Da, sjećam se, kada sam izrekla jednu kompliciranu rečenicu, a u nacionalnom prostoru je bila opća sprdnja: što je zastupnik mislio da je predsjednik mislio, kada je mislio da je.
Zastupnik 4	Ne
Zastupnik 5	Ne, ovog momenta se ne mogu sjetiti. Ako bi me netko konfrontirao s nekom izjavom koja mi je eventualno zamjerena, bio bih spreman o tome razmisliti pa čak i ispričati se ako bi takav slučaj bio, ali ovaj moment se ne mogu sjetiti.
Zastupnik 6	Ne
Zastupnik 7	Ne mogu se sada sjetiti. Dakle, ništa značajno, a ako je i bilo isprika velika, ali ne mogu se sjetiti. Na uvrede kolega, prije svega iz MOSTA i djela gdje su pokušavali manipulirati, mi smo malo Žešće odgovarali, ja i kolega koji je bio u prethodnom sazivu, ali sve se završilo na tome.
Zastupnik 8	U komunikacijskom smislu mi je žao zbog gafova tijekom gostovanja u emisiji. Činjenica je kako sam imala sitne gafove, prema ljudima prema kojima su bili upućeni sve s moje strane bilo je zaista dobronamjerno, možda nespretno izraženo. Mediji su to iskoristili.
Zastupnik 9	Da, u jednoj polemici s premijerom možda sam bio mrvicu prežestok, evo to mi je malo žao.
Zastupnik 10	Da, ali se sad ne mogu sjetiti konkretnih primjera
Zastupnik 11	Ne, uvijek vodim računa o etičnom ponašanju i ne spuštam se na osobnu razinu.
Zastupnik 12	Da - možda sam pretjerao nekoliko puta, u nekim teškim riječima i uvredama. Žao mi zbog toga, trebao sam koristiti blaži rječnik, ali i mene su vrijeđali... Ok, Žao mi je zbog toga, zapravo je stvorena slika drukčija nego što stvarno jest.
Zastupnik 13	Da. Ne mogu se sada specifično sjetiti ali znam da mi je bilo Žao kada sam možda bila oštra prema nekom.
Zastupnik 14	Ne mogu sad reći nešto specifično, ali ono što mogu reći je da sam pod pritiskom društva, javnosti, savjetnika, na primjer u devetom sazivu Saboru, u nekim situacijama u raspravi nisam bio autentičan, nisam bio svoj.
Zastupnik 15	Ne
Zastupnik 16	Nije, ne sjećam se.
Zastupnik 17	Ne
Zastupnik 18	Ne
Zastupnik 19	Ne
Zastupnik 20	Ne

Zastupnik 21	Takav sam kakav sam. Narod me birao takvog. Šta je izabrao to ima.
Zastupnik 22	Žao mi nije ali mi nije drago zbog svih lapsusa, ali baš lapsusa. Sad konkretno mislim na milion i milijardu zaposlenih. To mi nije drago, ali da mi je žao zbog toga, ne mogu reći da žalim.
Zastupnik 23	Ne, zato što jako pazim što izgovaram.
Zastupnik 24	Bilo je par situacija gdje sam možda prešao neku granicu, u verbalnom smislu, prema drugim kolegama zastupnicima. Mislim da takve situacije gdje uvrede, psovke, omalovažavanja drugih zastupnika, koja su se nažalost događala, nije nešto što je na ponos radu 10. saziva Hrvatskog Sabora. Ja sam u nekih par situacija možda podlegao tom pritisku i izazvao neku reakciju zbog koje sam poslije razmišljao da bi bilo bolje da nisam tako verbalno reagirao prema drugoj strani.
Zastupnik 25	Mislim da nisam imao nešto što da bi mi bilo žao.
Zastupnik 26	Da. To ne znači da to ponovno ne bih ponovio, isto možda, ali to nije moj narativ. U datom trenutku čovjek određene stvari iskaže u saborskoj areni na koje nisam ponosan, ali je ona, na Žalost, takva kakva je.
Zastupnik 27	Da, na uvrede i prozivke koristio sam još žešći odgovor. Možda bih birao druge riječi.
Zastupnik 28	Ne
Zastupnik 29	Žao mi je kada se naprosto ne uspijem na neke, opozicijske mahom zastupnike, iskontrolirati i kada kažem neku riječ previše ili pregrubu riječ.
Zastupnik 30	Ne
Zastupnik 31	Ne mogu se sjetiti u 10. sazivu. Kad podvučem crtu u 12-13 godina, koliko sam saborski zastupnik, najviše mi je žao kad sam Buriću, tamo negdje 2012. godine rekao da nije to ni pročitao pa me poklopio po glavi.
Zastupnik 32	Ne
Zastupnik 33	Da, sigurno sam znao u izričaju pretjerati. Ne mogu se sad sjetiti prošlog sazva, vrlo vjerojatno sam imao jer je to toliko emotivno, dakle to je politička rasprava, nije to akademska rasprava. Sigurno sam imao neku težu riječ. Iz ovog saziva na primjer, kad sam Želio nešto objasniti konkretnije, a imaš 30 sekundi u povredi Poslanika, pa sam premijeru rekao da da je on glava kriminalne hobotnice koju ću ja odrezati. Da mi je bilo vremena, ja bih to objasnio, ne bi ispalo tako grubo. Ne mislim ja čovjeku odrezati glavu. U tom smislu, kad u kratkom vremenu moraš neku sliku ili nešto primijeniti, ispadne možda preteško, a nije ti namjera ta. Dakle nije ti namjera osobno ići protiv čovjeka, nego upozoriti na nekakav problem u društvu.
Zastupnik 34	Ne
Zastupnik 35	Ne, jer nisam nikada nikoga uvrijedio, a to se može vidjeti i po povredama Poslovnika. Nikad nisam imao težu povredu Poslovnika i nikad nisam izašao iz Sabora da bi me netko uklonio ili bilo što drugo.
Zastupnik 36	Ne, ne nešto posebno da sam nekoga uvrijedio da bi mi bilo žao. Možda je nekad bilo shvaćeno drugačije, ali namjera mi je uvijek bila ista.
Zastupnik 37	Ne, nemam ja stil da baš nekoga idem vrijeđati.
Zastupnik 38	Ne
Zastupnik 39	Nije mi žao ni zbog čeg.
Zastupnik 40	Ne

Zastupnik 41	Ne
Zastupnik 42	Ne sjećam se
Zastupnik 43	U 10. nisam imao. U 9. sam imao sa Zekanovićem, a u 8. sam imao sa Culejom, kad me je Culej nazvao srpskim ciganinom (sukoba kojeg privatno ne bi bilo).
Zastupnik 44	Ne
Zastupnik 45	Ne
Zastupnik 46	Ne znam točan detalj, ali da, sigurno sam mogla u nekim situacijama biti neverbalno primjerenija.
Zastupnik 47	Da, rasprava na osobnoj razini.
Zastupnik 48	Ne
Zastupnik 49	Ne
Zastupnik 50	Ne
Zastupnik 51	Ne
Zastupnik 52	Da žao mi je. Evo recimo bila je ta nekakva rasprava, ja sam bio u Klubu Mosta. U Klubu pratiš rasprave na televiziji. Ne sjećam se cijeloga konteksta, ali znam da je predsjednik Sabora gospodin Jandroković neću reći napao, ali način koji za mene nije baš bio niti objektivan niti pravedan, pristupio je prema kolegi Troskotu. I onda sam ja gore u tom kontekstu uletio i odmah digao povredu poslovnika i rekao mu da treba shvatiti da u Klub Mosta, nikad nam nije izbor u političkom smislu rektalni alpinizam ili uvlačenje nekome da bismo nešto dobili, u tom smislu.
Zastupnik 53	Ne
Zastupnik 54	Ne, jer nisam nikog povrijedila ni uvrijedila niti sam slala negativne poruke. Uvijek sam nastojala da moje poruke i izlaganja budu afirmativni.
Zastupnik 55	Desilo se nekih isprovociranih mojih izjava od strane drugih sugovornika, a gdje sam im vratio istom mjerom. Možda to danas više ne bih napravio.
Zastupnik 56	Ne mogu reći da mi je žao ali možda sada nešto ne bih rekla, bila bih opreznijaž
Zastupnik 57	Možda mi je žao što nekada na uvrede nisam oštrije odgovorila.
Zastupnik 58	Ne
Zastupnik 59	Da, pa neke rasprave koje su otišle izvan okvira kvalitetne rasprave i spuštanje na osobni nivo recimo.
Zastupnik 60	Da, sad ne mogu sjetiti konkretno čega, ali sam se nekoliko puta ispričao kolegama vladajućima i oporbi.
Zastupnik 61	Možda sam trebala u nekoj situaciji kad je bila neka povreda Poslovnika više odreagirati. Možda sam u nekim situacijama trebala više naglašavati ne etičnosti.
Zastupnik 62	Ne
Zastupnik 63	Ne
Zastupnik 64	Vjerojatno bi mi bilo Žao ali stvarno se sada ne mogu sjetiti.
Zastupnik 65	Ne
Zastupnik 66	Ne
Zastupnik 67	Ne

Zastupnik 68	Ne, sve što je bilo izgovoreno, izgovoreno je pri punoj svijesti i zdravoj pameti pa čak i onaj dio koji je izvan okvira komunikacije kakvu bih inače ja zagovarala ili bi se voljela takve komunikacije pridržavati. Međutim, postoje okolnosti i situacije koje su po meni nalagale da se izražavam na drugačiji način. To je bilo politički uvjetovano, okolnostima i trenutkom jer nekad onaj standardizirani, uobičajeni, pristojan politički rječnik nije primjerena reakcija na političke okolnosti.
Zastupnik 69	Sigurno ima situacija u kojima sam možda prešao granicu u povredama Poslovnika gdje mi je bilo žao.
Zastupnik 70	Ne, nisam nikada nikog osobno uvrijedio.
Zastupnik 71	Ne
Zastupnik 72	Ne mogu se sjetiti, mislim da ne.
Zastupnik 73	Jednom sam sa govornice rekla nešto oštrije, ali sam se nakon toga bivšem ministru koji je tada bio oporbeni zastupnik ispričala, jer u stvari ne može biti samo jedna osoba odgovorna za to što cijeli sustav nije funkcionirao.
Zastupnik 74	Ne sjećam se u ovom trenutku
Zastupnik 75	Da, slobodni govor u ime Kluba SDP-a tada, koji je dobio sudski epilog, a na kojem sam izgubila parnicu nakon završetka mandata. .
Zastupnik 76	Ne, ne sjećam se.
Zastupnik 77	Ne
Zastupnik 78	Da
Zastupnik 79	Ne mogu se sad sjetiti nečeg specifičnog, ali možda nekada reagirati mirnije na neke provokacije.
Zastupnik 80	Ne mogu se sada sjetiti. Nije da mislim da sam bezgrešan već mi sada konkretno ne pada ništa na pamet.
Zastupnik 81	Žao mi je za one situacije u kojima sam dozvolila da me neprimjerene primjedbe, neistine i manipulacije, izazovu na emotivne odgovore.
Zastupnik 82	Ne mogu se sjetiti.
Zastupnik 83	Ne
Zastupnik 84	Žao mi je svaki put kad nisam bila dovoljno precizna ili kada bih negdje pretjerala u žaru rasprave.
Zastupnik 85	Ne
Zastupnik 86	Žao mi je što nekada nisam reagirao, a morao sam. Više mi je žao zbog propusta nego zbog onoga što sam rekao.
Zastupnik 87	Ne, ne žalim ni za čim, u komunikacijskom smislu pokušao sam i učinio sam koliko sam mogao.
Zastupnik 88	Ne
Zastupnik 89	Ne
Zastupnik 90	Ne
Zastupnik 91	Žao mi je zbog sučeljavanja s premijerom, a kada sam mu rekao za Žvakanje kemijske ili tako nešto, mislim da je bio komentar. Mislim da je to bilo neprimjereno s moje strane i Žao mi je također što više nisam pohvalio dobre strane vladajućih i dobre stvari koje su donijeli.
Zastupnik 92	Mislim da ne.
Zastupnik 93	Ne sjećam se sada, ne sjećam se da sam nekoga uvrijedio, pazio sam na ljude i dostojanstvo i u političkom smislu nisam nikada protiv interesa zemlje i mojih najdubljih vrijednosti.

Zastupnik 94	Ne, nastojao sam ne prelaziti granice, a kad sam ih prelazio to je bilo vrlo, vrlo, vrlo malo, ne toliko da bih žalio.
Zastupnik 95	Ne
Zastupnik 96	Ne
Zastupnik 97	Ne, stojim iza svake riječi koju sam rekla.
Zastupnik 98	Ne
Zastupnik 99	Ne, ne bih ništa mijenjao, ali mi je često Žao zbog interpretacija.
Zastupnik 100	Da, znao sam tu i tamo se s nekim pokačiti ili nekome reći neke informacije o osobnom Životu, ali to iskreno sad više ne bih radio.

* Zastupnik korišten za ženski i muški spol

ŽIVOTOPIS AUTORICE

Antonija Rimac Gelo rođena je 13. lipnja 1984. godine u Livnu, Bosna i Hercegovina. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu u Splitu, smjer Poslovni marketing 2007. godine i 2008. godine na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu, smjer Odnosi s javnošću i televizija. Formalno obrazovanje nastavila je na Poslijediplomskom interdisciplinarnom sveučilišnom studiju Komunikologije na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Najveći dio profesionalne karijere Antonija Rimac Gelo provela je u državnoj službi u Hrvatskom saboru, a trenutno je zaposlena na radnom mjestu predstojnice Ureda potpredsjednika Hrvatskog sabora. Bila je član nadzornog odbora i član Državne ispitne komisije, a trenutno je član revizorskog odbora i upravnog vijeća te sukladno tome redovito sudjeluje u programima osposobljavanja i usavršavanja rukovodećih državnih službenika, brojnim stručnim usavršavanjima i specijalističkim radionicama te programima edukacije za članove nadzornih i revizorskih odbora.

Kao vanjski stručni suradnik od 2020. godine samostalno sudjeluje u izvođenju kolegija Poslovno komuniciranje na Odsjeku za komunikologiju Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Sudjeluje na znanstvenim i stručnim konferencijama te je autor i koautor nekoliko znanstvenih radova iz područja komunikologije.