

UDK 316.77:81'22

81'22:32(497.6)

Izvorni naučni rad

Original scientific paper

Samira Demirović

UTJECAJ NEVERBALNE KOMUNIKACIJE NA STIL POLITIČKOG LIDERSTVA U BOSNI I HERCEGOVINI

Komunikacija i liderstvo su međusobno povezani i uslovljeni jer nije moguće upravljati organizacijom a ne komunicirati, i obrnuto. Komunikacijske sposobnosti ključne su za uspjeh liderstva, prvo kako bi se uspostavio kvalitetan odnos, a potom i utjecaj na okruženje. Uspješno liderstvo, posebno u politici, zahtijeva dobre komunikacijske sposobnosti u internoj i eksternoj, ali i verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji.

Jedan od nabitnijih segmenata svake političke stranke i općenito svih političkih aktivnosti je komunikacija. Među osnovnim ciljevima koje političke stranke pokušavaju ostvariti jeste upravo osvajanje vlasti ili participacija u vlasti. Način na koji ostvaruju svoje osnovne ciljeve - dobivanje naklonosti i povjerenja javnosti (birača), jeste putem kvalitetnih komunikacija i odnosa s javnošću, i to radi uvjeravanja u svoje programe, ideje i stavove.

Umijeća uvjeravanja javnosti nema bez kvalitetne komunikacije lidera političkih stranaka. Stoga posebnu pažnju usmjeravamo na analizu komunikacije političkih lidera, odnosno komunikološke aspekte kao determinantu političkog liderstva kojim se ostvaruje podrška javnosti. Pri govornoj komunikaciji svaku poruku, osim riječi, čine još dvije komponente: korištenje glasa i korištenje tijela. Neverbalni izričaj nadopunjuje usmeno izražavanje komuniciranjem bez izgovorenih riječi.

Jedno od diferencirajućih obilježja koje se ispoljava u aktivnosti političkih lidera je i stil neverbalne komunikacije. Određuju ga diferencirajuće i specificirajuće karakteristike

paralingvističkih aspekata govora, kao i kombinacija, stepen i smjer izražajnosti neverbalne tjelesne ekspresije lidera. Sa aspekta funkcija političke komunikacije sagledavaju se obilježja sljedećih kanala neverbalne komunikacije: paragovora – načina korištenja glasa, facijalne ekspresije, govora tijela i smjera izražajnosti prikazivanja lidera preko komunikacije odijevanjem, ukrašavanjem tijela i korištenjem artefakata.

Stoga možemo tvrditi da pravilna upotreba neverbalne komunikacije putem plasiranja glavnih poruka medijskim kanalima pozitivno utječe na prihvatljivost stila lidera političkih stranaka. Ova hipoteza se može dokazati analizom sadržaja glavnih poruka koje su lideri političkih stranaka u Bosni i Hercegovini plasirali putem medija. U radu ćemo, metodama naučne deskripcije i strukturne analize sadržaja medijskih izjava lidera političkih stranaka koje participiraju u vlasti BiH, pokazati da li je i kojoj mjeri dokazana signifikantnost za pojedine lidere te da li pravilna upotreba neverbalne komunikacije tokom plasiranja glavnih poruka putem odabranih medijskih kanala pozitivno utječe na prihvatljivost stila političkih lidera. Cilj rada odnosi se na istraživanje značaja modaliteta neverbalne komunikacije kao ključnom determinantom efektivne političke komunikacije za uspostavu pozitivnog imidža lidera u javnom prostoru. U tom kontekstu jedan od ciljeva rada ogleda se u proćavanju utjecaja kvalitete neverbalne političke komunikacije na pozitivnu percepciju lidera kod biraća.

Zaključak koji je zasnovan na provedenom istraživanju ukazuje na ulogu i važnost neverbalnih komunikoloških aspekata u korelaciji sa stilom političkog liderstva.

Ključne riječi: politička komunikacija, neverbalna komunikacija, mediji, stil, liderstvo

UVOD

Ključni motivi političkog komuniciranja zasnivaju se na nastojanjima političkih subjekata da participiraju u vlasti, koja se u demokratskim sistemima ostvaruje upravo delegiranjem političke volje građana (glasaća) na izabrane predstavnike tj. političke kandidate. Način na koji ostvaruju svoje osnovne ciljeve, to jest dobivanje podrške i povjerenja javnosti (biraća), jeste putem kvalitetnih komunikacija i odnosa s javnošću, a radi uvjeravanja u svoje programe, ideje i stavove. Budući da komunikacijski aspekt ima izuzetno važnu ulogu u političkom kontekstu uopće, posebno značajnim činilo se istražiti ovu oblast u Bosni i Hercegovini gdje još uvijek nije naučno utemeljen koncept stila političkog liderstva, odnosno instrumentaliziran model za istraživanje liderskih političkih stilova. Politički lideri, njihov način i karakteristike komuniciranja

su od izuzetnog značaja s jedne strane, za predizbornu kampanju, a s druge strane za upravljanje i participaciju u političkim te drugim društvenim procesima.

Iz navednog, možemo zaključiti da su liderstvo i komunikacija međusobno povezani i uslovljeni jer nije moguće upravljati organizacijom a ne komunicirati, niti komunicirati a ne upravljati. Komunikacijske sposobnosti su ključne za uspjeh liderstva jer uspješan lider zna kvalitetno i efikasno komunicirati sa svojim okruženjem. Uspješno liderstvo zahtijeva dobre komunikacijske sposobnosti, kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji.

Predmet ovog istraživanja su neverbalni komunikacijski aspekti, odnosno ključni elementi neverbalne komunikacije koji karakteriziraju bh. političke lidere prilikom plasiranja poruka javnosti, te utjecaj neverbalne komunikacije na stil političkog liderstva. Istraživanje utjecaja komuniciranja lidera političkih stranaka posebno je važno provoditi u sredinama sa skromnom i nerazvijenom demokratskom tradicijom, kakva je i Bosna i Hercegovina. Stoga je u ovom radu predmet istraživanja politička komunikacija, odnosno aspekt neverbalne komunikacije lidera/vođa političkih stranaka u Bosni i Hercegovini, te njen utjecaj na određenje stila političkog liderstva u našoj zemlji.

S obzirom na to da još uvijek nije uspostavljen određeni model kojim se mjere komunikološki aspekti stila političkih lidera u Bosni i Hercegovini, niti je ova oblast istraživana u ovakvom obliku, opravdanim se činilo uspostaviti pionirski korak te provesti takvo istraživanje. Pri tome treba naglasiti da su se dosadašnja istraživanja komunikacije političkih lidera u BiH, uglavnom odnosila na analize izbornih kampanja i analizu političkih poruka plasiranih tokom izbornih kampanja, kada i jeste zapravo pripremljena i osmišljena komunikacija, a da je potpuno zanemaren period između kampanja i izbora.

1. TEORIJSKO ODREĐENJE PREDMETA ISTRAŽIVANJA

Kao što smo već naglasili politička komunikacija je jedan od nabitnijih segmenata svake političke stranke i općenito svih političkih aktivnosti. S jedne strane, na političku komunikaciju možemo gledati kao na "centralni mehanizam za formuliranje i artikuliranje političkih interesa, njihovu agregaciju kroz programe odlučivanja, kao i za sprovođenje i legitimiranje političkih odluka" (Zafer, Radojković, 2011:47), dok s druge strane, ona podrazumijeva sveukupnost političkog djelovanja, kao i reakciju javnosti (javno mnijenje) na takvo djelovanje. Prema McNairu (2003), američka autorica Doris Graber pod „političkim jezikom” podrazumijeva ne samo retoriku,

nego i paralingvističke znakove kao što su govor tijela te političke akte kao što su bojkoti i protesti (1981).

R. Denton i G. Woodward analiziraju intencionalnost političke komunikacije koju McNair definira jednostavno kao „svrhovitu komunikaciju u politici, koja uključuje sve oblike komunikacije kojima se služe političari i drugi politički akteri u svrhu ostvarivanja specifičnih ciljeva” (McNair, 2003). Način na koji R. Denton i G. Woodward definiraju političku komunikaciju kao “javnu raspravu o alokaciji javnih resursa, službene vlasti i službenih sankcija, koja uključuje samo verbalnu i pisanu političku retoriku”, ali ne i simbolične akte komunikacije koji postaju sve važniji za razumijevanje političkog procesa u cjelini. Iako ovi autori smatraju da takav diskurs pronalazi svoj put u život nacije, države ili zajednice kada postoji konflikt između konkurentnih interesa, na jezik političke komunikacije može se, u najboljem slučaju, gledati kao na vrijedan posrednik koji zamjenjuje ukorijenjene nasilne sukobe i čini mogućim promjenu poretka. Ukazuju da političku komunikaciju karakterizira intencija njenih pošiljatelja da utječu na političko okruženje, pa ističu da „presudan činilac” koji komunikaciju čini „političkom” nije izvor poruke nego njen sadržaj i svrha.

McNair je značajno pojednostavio svoju definiciju u odnosu na Dentona i Woodwarda, ukazujući upravo da se političko komuniciranje odnosi na “svrhovitu komunikaciju u politici”. Ukratko, McNairovom definicijom obuhvaćen je “sav politički diskurs” jer se pod političkom komunikacijom ne misli “samo na verbalne i pisane iskaze nego i na vizualna sredstva označavanja kao što su odjeća, šminka, frizura i dizajn logotipa, to jest sve elemente komunikacije za koje se može reći da čine politički „imidž ili identitet”.

Liderstvo se kao pojam prvo pojavilo u neekonomskim društvenim teorijama i prema tim teorijama, kako smatra Northouse, lider jeste ona osoba koja ima sposobnosti svojim riječima i/ili ličnim primjerom izrazito utjecati na ponašanje, razmišljanje i emocije značajnog broja ljudi, sljedbenika ili opće populacije (Northouse, 2010). Osnovna podjela liderstva je u odnosu prema publici: direktni lideri se obraćaju “licem u lice”, dok indirektni lideri vrše svoj utjecaj kroz svoj rad ili djela koja stvaraju. Šest konstanti liderstva, prema Gardneru, jesu: priča/retorika, publika, organizacija, oličenje, obraćanje i vještina (Certo, 2008). Kada govorimo o klasičnim stilovima liderstva pionirske studije su Hotorn i Ajova (Luthans, 2005), koje su ispitivale utjecaj tri stila liderstva na ponašanje i performanse, i to: autokratsko, demokratsko i liberalno. Međutim, novija istraživanja liderstva zasnivaju se na pristupu koji se temelji na: osobinama, vještinama, stilu, situacijskom pristupu, transformacijskom vodstvu, teoriji puta do cilja te novijim stilovima vodstva (trening,

supervodstvo, vodstvo služenjem, poduzetničko vodstvo i sl.). Koncept političkog liderstva zapravo je samo jedna od mnogih liderskih kategorija. O tome govori i Leon Dion u članku „The Concept of Political Leadership: An Analysis” objavljenom u *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique* (A1, 2009)¹, gdje analizirajući koncept političkog liderstva ukazuje na poseban problem njegovog identificiranja. Naglašava da su psiholozi i sociolozi dugo proučavali fenomen liderstva, ali i pored toga nisu na zadovoljavajući način riješili problem glavnih komponenti političkog rukovodstva, odnosno vrha. Na osnovu analize, Dion smatra da je liderstvo odnos između lidera i podređenih, te da čini odnos procesa u grupi.

Knjige koje se bave političkim liderstvom kao i stilovima političke komunikacije pružaju interesantna zapažanja o načinima djelovanja političara, a koja se odnose na način građenja imidža, odnosno pojedine aspekte njihove komunikacije sa političkom publikom, uključujući i neverbalnu komunikaciju, potom tehnike građenja političke moći i tehnike manipulacije koje uključuju i politički diskurs.

Stanković ukazuje na bitnost mentaliteta u karakterima političkih lidera kao na važan segment mogućeg koncepta stila političkog liderstva (Stanković, 2010), te se iz ove perspektive i konteksta dotiče aspekata političke komunikacije, posebno načina građenja i karakteristika imidža, neverbalne komunikacije, ideološkog i političkog koncepta lidera, relacije prema političkoj kulturi te političkog diskursa lidera.

„Politički stil u značajnoj mjeri determiniraju komunikacijski odnosi te se razmatra kao ukupnost specificirajućih (singularizirajućih) atributa koji određuju karakteristike djelovanja političkog subjekta, i to korelativno njegovom načinu građenja političke moći, načinu predstavljanja i građenja komunikacionih odnosa te usvojenim referentnim vrijednosnim preferencijama (Pavličević, 2010:185, 195, 198). S druge strane „komunikacijski stil se definira kao kompleksna forma izražajnog ponašanja, personalni idiom, koji obilježava ukupnu aktivnost jedne ličnosti” (Mandić, 1995:31). Politički stil, prema Pavličeviću čine karakteristike izražene u „djelovanju političkih aktera koje određuju mehanizmi građenja njihove političke moći, postupci građenja legitimiteta, referentni ideološki sistem, njihov politički jezik, politička simbolika koju pretežno praktiraju u političkom djelovanju, elementi i obilježja njihove neverbalne komunikacije i elementi političke kulture, tj. način ispoljavanja patriotizma” (Pavličević 2010:196).

¹ <https://www.cambridge.org/core/journals/canadian-journal-of-political-science-revue-canadienne-de-science-politique/article/div-classtithe-concept-of-political-leadership-an-analysisa-hrefn01-ref-typefna-div/204C220D597867C47EDD0461978E0C53> (Pristup obavljen 17.03.2017. godine u 11:47 sati)

Sadržaj poruke, način njenog prenošenja i plasiranje prema javnosti ili ciljnoj grupi su posebno značajni aspekti za vodstvo političkih stranaka i njihove lidere. Tako možemo kazati da od same poruke zavisi reakcija i percepcija javnosti o lideru i političkoj stranci koju predstavlja, ali i podrška javnosti političkom akteru te provođenju njegovih političkih aktivnosti.

Brajan Trejsi ukazuje na važnost interpretacije političke poruke, te poseban naglasak stavlja na značaj verbalne i neverbalne komunikacije. Prema Trejsiju, Albert Mehrabian sa univerziteta UCLA proveo je prije nekoliko godina niz proučavanja u okviru efikasne komunikacije. Tom prilikom je došao do zaključka da postoje tri komponente svake izgovorene poruke: riječi, ton glasa i govor tijela govornika. Mehrabian je tako utvrdio procenat važnosti sve tri komponente poruke. Tako riječi odnosno verbalni dio čini samo 7% prenijete poruke, a 38% poruke se sastoji u govornikovom tonalitetu i naglasku na različitim riječima – glasovni dio, dok je čak 55% poruke sadržano u govoru tijela govornika odnosno vizuelnom segmentu (B. Trejsi, 2008:14-15).

Možemo zaključiti da značaj ličnosti lidera u procesima političke komunikacije nalaže izdvajanje ključnih aspekata u analizi aktivnosti lidera preko kategorije stila.

2. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Umijeća uvjeravanja javnosti nema bez kvalitetne komunikacije lidera političkih stranaka. Stoga posebnu pažnju usmjeravamo na analizu komunikacije političkih lidera, odnosno komunikološke aspekte kao determinantu političkog liderstva kojim se ostvaruje podrška javnosti. Pri govornoj komunikaciji svaku poruku, osim riječi čine još dvije komponente: korištenje glasa i korištenje tijela. Neverbalni izražaj nadopunjuje usmeno izražavanje komuniciranjem bez izgovorenih riječi.

Jedno od diferencirajućih obilježja koje se ispoljava u aktivnosti političkih lidera je i stil neverbalne komunikacije. Određuju ga diferencirajuće i specifikirajuće karakteristike paralingvističkih aspekata govora, kao i kombinacija, stepen i smjer izražajnosti neverbalne tjelesne ekspresije lidera. Sa aspekta funkcija političke komunikacije sagledavaju se obilježja sljedećih kanala neverbalne komunikacije: paragovora – načina korištenja glasa, facijalne ekspresije, govora tijela i smjera izražajnosti prikazivanja lidera preko komunikacije odijevanjem, ukrašavanjem tijela i korištenjem artefakata.

Hipoteza rada glasi: Pravilna upotreba neverbalne komunikacije putem plasiranja glavnih poruka medijskim kanalima pozitivno utječe na prihvatljivost stila lidera političkih stranaka. Ova hipoteza se dokazuje strukturnom analizom sadržaja glavnih

poruka koje su lideri političkih stranaka u Bosni i Hercegovini plasirali putem medija. Metodama naučne deskripcije i strukturne analize sadržaja medijskih izjava lidera političkih stranaka koje participiraju u vlasti BiH, analizirano je da li je i kojoj mjeri dokazana signifikantnost za političke lidere, te da li pravilna upotreba neverbalne komunikacije tokom plasiranja glavnih poruka putem odabranih medijskih kanala pozitivno utječe na prihvatljivost stila političkih lidera.

Cilj rada odnosi se na istraživanje značaja modaliteta neverbalne komunikacije kao determinante efektivne političke komunikacije ključne za uspostavu pozitivnog imidža lidera u javnom prostoru. U tom kontekstu jedan od ciljeva rada ogleda se i u utvrđivanju utjecaja kvaliteta neverbalne političke komunikacije na pozitivnu percepciju lidera kod birača. Uzorkom istraživanja su obuhvaćeni lideri/predsjednici devet najvećih političkih stranaka koje participiraju u vlasti ili čine opoziciju u BiH.³

Predmet analize su izjave lidera objavljene u medijima, odnosno komunikacijski elementi u medijskim izjavama i nastupima lidera političkih stranaka izneseni o najvažnijim društveno-političkim dešavanjima u periodu 2014-2016. godina. Ukupno je analizirano 248 izjava lidera (na devet uzorkom istraživanja određenih događaja).

Statistička analiza se zasniva na programu SPSS. Podaci su obrađeni primjenom: strukturne analize (%), grafičkih prikaza (strukturnih krugova ili stubaca), deskriptivne statistike, Friedman testa za k zavisnih uzoraka i korelacione analize.

U okviru deskriptivne statistike za analizirane varijable izračunati su sljedeći parametri: prosjek ili srednja vrijednost izračunata primjenom aritmetičke sredine, standardna devijacija kao apsolutna mjera varijabiliteta oko prosjeka te koeficijent varijacije kao relativna mjera varijabiliteta (%).

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE POLITIČKIH LIDERA

Diferencirajuće obilježje komunikoloških aspekata političkih lidera čini i stil neverbalne komunikacije. Određuju ga diferencirajuće i specifikirajuće karakteristike paralingvističkih aspekata govora, kao i kombinacija, stepen i smjer izražajnosti neverbalne tjelesne ekspresije lidera. Sa aspekta funkcija političke komunikacije analizirana su obilježja sljedećih kanala neverbalne komunikacije:

³ Istraživanje je obuhvatilo predsjednike sljedećih političkih stranaka u BiH: Stranke demokratske akcije (SDA), Saveza za bolju budućnost Fahrudin Radončić (SBB), Demokratske fronte - Željko Komšić (DF), Socijaldemokratske partija BiH (SDP), Hrvatske demokratske zajednice BiH (HDZ BiH), Hrvatske demokratske zajednice 1990 (HDZ 1990), Saveza nezavisnih socijaldemokrata Milorad Dodik (SNSD), Srpske demokratske stranke (SDS) i Partije demokratskog progresa (PDP).

- paragovor – način korištenja glasa (visina – melodika glasa, dinamika – jačina glasa, ritmika, emocionalni ton glasa i artikuliranost govora);
- facijalna ekspresija;
- govor tijela;
- smjer izražajnosti prikazivanja lidera, prikazivanja sebe, a preko komunikacije odijevanjem i ukrašavanjem tijela (Pavličević, 2010).

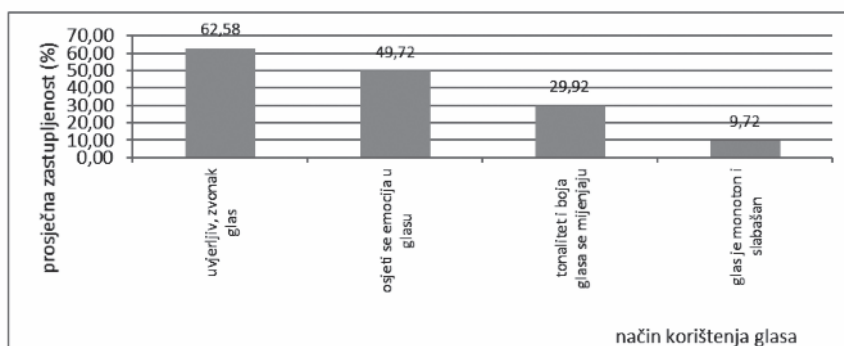
Osnovne karakteristike korištenja aspekata govora i tijela kod bh. političkih lidera do kojih se došlo istraživanjem prezentirane su kroz tabele i grafikone u nastavku rada.

3.1. NAČIN KORIŠTENJA GLASA (PARAGOVORA)

Kada je riječ o načinu korištenja glasa istraživanje je pokazalo da je kod bh. političara prilikom medijskih istupa najčešće prisutan uvjerljiv i zvonak glas, ali je u značajnom procentu od 49,72% zabilježeno prisutstvo emocije u glasu.

Tabela 1. Zastupljenost različitih načina korištenja govora lidera na bh. političkoj sceni

Način korištenja glasa	prosjeak za sve lidere	SD	koeficijent varijacije V
uvjerljiv, zvonak glas	62,58	25,69	41,05
osjeti se emocija u glasu	49,72	28,05	56,42
tonalitet i boja glasa se mijenjaju	29,92	28,15	94,09
glas je monoton i glabašan	9,72	17,43	179,28



Grafikon 1. Način korištenja govora lidera na bh. političkoj sceni

Ako posmatramo bh. političke lidere i uporedimo zastupljenost njihovih različitih načina korištenja govora primjenom Friedman testa, dobijemo hi-kvadrat statistiku

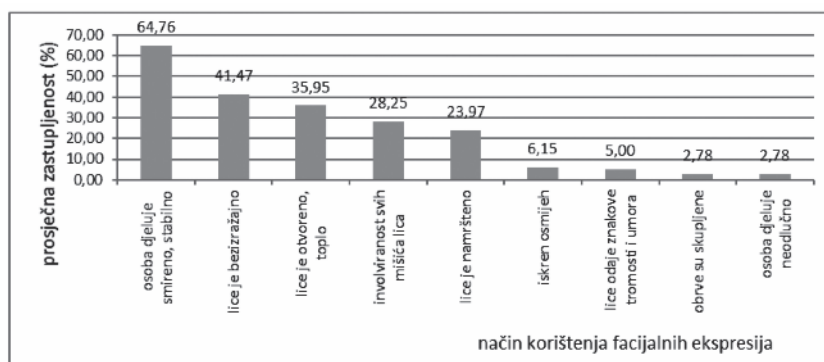
3,586 sa osam stepeni slobode i p vrijednošću $p=0,892>0,05$, što znači da ne postoji statistički značajna razlika između zastupljenosti različitih načina korištenja govora lidera na bh. političkoj sceni.

3.2. FACIJALNA EKSPRESIJA

Najčešće prisutan način korištenja facijalnih ekspresija kod lidera bh. političkih stranaka je da djeluju smireno i stabilno. Međutim, u čak 41,47% slučajeva lice je bilo potpuno bezizražajno, dok je samo u 6,15% slučajeva pokazivan iskren osmijeh.

Tabela 2. Zastupljenost različitih načina korištenja facijalne ekspresije na bh. političkoj sceni

Način korištenja facijalne ekspresije	prosjeak za sve stranke	SD	koeficijent varijacije V
osoba djeluje smireno, stabilno	64,76	32,01	49,42
lice je bezizražajno	41,47	39,77	95,90
lice je otvoreno, toplo	35,95	32,97	91,71
involviranost svih mišića lica	28,25	36,99	130,92
lice je namršteno	23,97	25,60	106,79
iskren osmijeh	6,15	10,22	166,22
lice odaje znakove tromosti i umora	5,00	7,81	156,12
obrve su skupljene	2,78	8,33	300,00
osoba djeluje neodlučno	2,78	8,33	300,00



Grafikon 2. Način korištenja facijalnih ekspresija političkih lidera u BiH

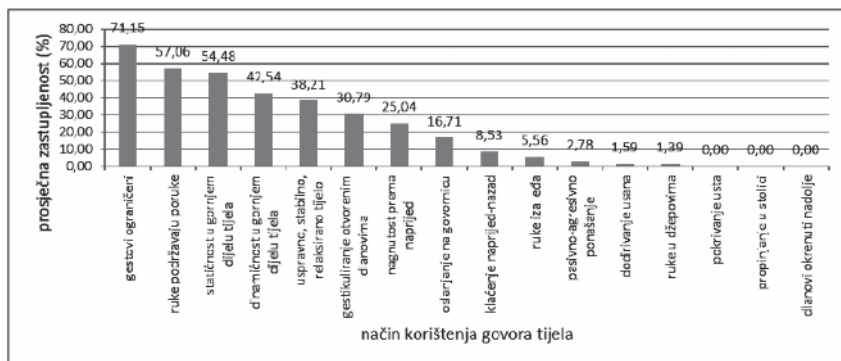
Ako posmatramo bh. političke lidere i uporedimo zastupljenosti različitih načina korištenja facijalne ekspresije primjenom Friedman testa dobijemo hi-kvadrat statistiku 2,476 sa osam stepeni slobode i p vrijednošću $p=0,963 > 0,05$, što znači da ne postoji statistički značajna razlika između zastupljenosti različitih načina korištenja facijalne ekspresije lidera na bh. političkoj sceni.

3.3. NAČIN KORIŠTENJA GOVORA TIJELA

Kada je riječ o načinu korištenja govora tijela istraživanje je pokazalo da su kod bh. političara općenito gledano njihovi gestovi ograničeni te da u nešto više od polovine slučajeva ruke podržavaju izražene verbalne poruke, ali se bilježi i statičnost u gornjem dijelu tijela.

Tabela 3. Zastupljenost različitih načina korištenja govora tijela bh. političkih lidera

Način korištenja govora tijela	prosjek za sve stranke	SD	koeficijent varijacije V
gestovi ograničeni	71,15	18,23	25,62
ruke podržavaju poruke	57,06	21,51	37,69
statičnost u gornjem dijelu tijela	54,48	32,95	60,47
dinamičnost u gornjem dijelu tijela	42,54	33,05	77,69
uspravno, stabilno, relaksirano tijelo	38,21	25,11	65,72
gestikuliranje otvorenim dlanovima	30,79	26,84	87,16
nagnutost prema naprijed	25,04	18,02	71,97
oslanjanje na govornicu	16,71	14,92	89,33
klaćenje naprijed-nazad	8,53	20,78	243,59
ruke iza leđa	5,56	16,67	300,00
pasivno-agresivno ponašanje	2,78	8,33	300,00
dodirivanje usana	1,59	4,76	300,00
ruke u džepovima	1,39	4,17	300,00



Grafikon 3. Način korištenja govora tijela političkih lidera na bh. sceni

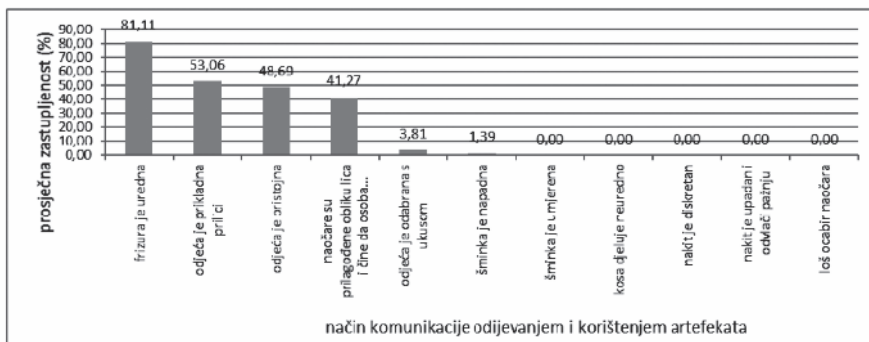
Ako posmatramo bh. političke lidere i uporedimo njihove zastupljenosti različitih načina korištenja govora tijela na bh. političkoj sceni primjenom Friedman testa dobijemo hi-kvadrat statistiku 6,606 sa osam stepeni slobode i p vrijednošću $p=0,580 > 0,05$, što znači da ne postoji statistički značajna razlika između zastupljenosti različitih načina korištenja govora tijela lidera u javnom medijskom prostoru.

3.4. KOMUNIKACIJA ODIJEVANJEM I KORIŠTENJEM ARTEFAKATA

Rezultati provedene analize pokazuju da su kod bh. političara, kada je riječ o načinu komunikacije odijevanjem i korištenjem artefakata tijela, najčešće prisutni uredna frizura te odjeća pristojna i primjerena prilici.

Tabela 4. Zastupljenost različitih načina komunikacije odijevanjem i korištenjem artefakata

Komunikacija odijevanjem i korištenjem artefakata	prosjek za sve stranke	SD	koeficijent varijacije V
frizura je uredna	81,11	15,83	19,51
odjeća je prikladna prilici	53,06	28,67	54,04
odjeća je pristojna	48,69	25,20	51,76
naočare su prilagođene obliku lica i čine da osoba dobija na kredibilitetu	42,27	49,20	119,22
odjeća je odabrana s ukusom	3,81	7,69	201,94
šminka je napadna	1,39	4,17	300,00



Grafikon 4. Način komunikacije odijevanjem i korištenjem artefakata bh. lidera

Ukoliko posmatramo bh. političke lidere i uporedimo zastupljenosti različitih načina korištenja govora tijela primjenom Friedman testa dobijemo hi-kvadrat statistiku 4,340 sa osam stepeni slobode i p vrijednošću $p=0,825 > 0,05$, što znači da ne postoji statistički značajna razlika između zastupljenosti različitih načina korištenja govora tijela lidera na bh. političkoj sceni.

Mada statistički nije dokazana signifikantnost kada uporedimo rezultate za pojedine lidere, evidentno je da pravilna upotreba neverbalne komunikacije putem plasiranja glavnih poruka putem odabranih medijskih kanala pozitivno utječu na prihvaljivost stila lidera političkih stranaka, što potvrđuje hipotezu rada.

ZAKLJUČAK

U oblasti istraživanja stila neverbalne komunikacije, rezultati sintetičke uporedne analize su pokazali karakteristike paralingvističkih aspekata govora koje su prisutne na bh. političkoj sceni. Poredeći zastupljenost različitih načina korištenja govora uočljivo je da ne postoji statistički značajna razlika između zastupljenosti različitih načina korištenja govora lidera političkih stranaka. Također, ni kod korištenja facijalne ekspresije ne postoji statistički značajna razlika kod bh. političara, kao ni kod načina korištenja govora tijela te komunikacije odijevanjem i korištenjem artefakata tijela. Iako statistički nije dokazana signifikantnost, kada uporedimo rezultate za pojedine lidere evidentno je da pravilna upotreba neverbalne komunikacije, prilikom plasiranja glavnih poruka odabranim medijskim kanalima, pozitivno utječe na prihvaljivost stila lidera političkih stranaka, što potvrđuje hipotezu rada. Zaključak koji je zasnovan na provedenom istraživanju ukazuje na ulogu i važnost neverbalnih komunikoloških

aspekata u korelaciji sa stilom političkog liderstva.

Potvrda postavljene hipoteze implicira i razvijanje stepena važnosti kvalitete neverbalne komunikacije prilikom ostvarivanja primarnih političkih ciljeva. Stoga određivanje stila političkog liderstva sa komunikoloških aspekata ima svoju opravdanost te uporište, pogotovo što u procesima političke komunikacije nalaze izdvajanje ključnih komunikoloških aspekata, među kojima je upravo neverbalna komunikacija.

„Andy Warhol je rekao da će u budućnosti svi biti slavni barem petnaest minuta, te da se i za tih petnaest minuta treba potruditi. Retorici i strategiji, kao faktorima uspjehnosti javnog nastupa, treba dati posebno mjesto” (Vilkoks, 2006: 508). Stoga možemo zaključiti da nije riječ samo o sadržaju govora, već i o namjeri govorenja, znači ukupnoj verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji, te općem utisku koji govornik ostavlja.

LITERATURA

1. Ansgar, Zerfaß, Miroljub Radojković (2011), *Menadžment političke komunikacije: Osnove i koncepti*, Konrad Adenauer Stiftung, www.kas.de
2. Certo, Samuel C., Trevis S. Certo (2008), *Moderni menadžment*, 10. izdanje, „Mate”, Zagreb
3. Dion, Leon (2009), *The Concept of Political Leadership: An Analysis*, Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique (A1),
4. Kunczik, Michael, Astrid Zipfel (2006), *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Fridrich Ebert Stiftung, Zagreb
5. Luthans, Fred (2005), *Organizational Behaviour*, Mc Graw Hill, Boston
6. McNair, Brian (2003), *Uvod u političku komunikaciju*, Politička misao, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
7. Miroslavljević, Mladen (2010), *Političko komuniciranje*, Friedrich-Ebert-Stiftung, Sarajevo
8. Northouse G. Peter (2010), *Vodstvo: Teorija i praksa*, Mate, Zagreb
9. Pavličević, Predrag (2010), *Stil političkih lidera u Srbiji: u periodu 1990-2006.*, Udruženje „Nauka i društvo” i Nolit, Beograd
10. Pavličević, Predrag (2013), ur., *Model za istraživanje stila političkih lidera u Srbiji na prelazu milenijuma*, FILOZOFIJA I DRUŠTVO XXIV (2), Univerzitet Singidunum, Beograd, 211-238

11. Trejsi, Brajan (2008), *Moć govora*, Caligraph, Beograd
12. Wilcox, Dennis L., Glenn T. Cameron, Phillip H. Ault, Warren Kendall Agee, Galjina Ognjanov (2006), *Odnosi s javnošću – strategije i taktike*, Ekonomski fakultet, Centar za izdavačku delatnost, Beograd

THE IMPACT OF NONVERBAL COMMUNICATION ON THE STYLE OF POLITICAL LEADERSHIP IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Summary:

Communication and leadership are interconnected and conditioned as it is not possible to manage the organization without communicating, and vice versa. Communication skills are critical to the success of leadership; first to establish a good relationship and then to make an impact on the environment. Successful leadership, especially in politics, requires good communication skills in internal and external, as well as in verbal and nonverbal communication.

Communication is one of the most important segments of each political party and political activism in general. Among the main goals which the political parties are trying to accomplish is gaining political power or taking participation in government. The way in which they accomplish the main goals of obtaining the sympathies and public trust (voters) in order to win the public affection of their programs, ideas and attitudes, is through quality communication and public relations. The expertise in convincing public is nonexistent if there is no quality in the communication of the political parties' leaders. Therefore, special attention is given to the analysis of communication of political leaders, as well as to the communicational aspects as a qualifying factor of political leadership by which the public support is obtained. In speaking, except for the words, the message is comprised of two other components: the voice and use of the body. Nonverbal expression complements verbal communication without spoken words.

One of the typical features of political leaders is the style of nonverbal communication. It is determined by differentiating and specifying characteristic paralinguistic aspects of speech, as well as by combination, the degree and direction of nonverbal articulation of individual physical expression. Based on function of political communication we are introduced to the characteristics of the following channels of nonverbal communication: *paralinguistic* - ways of using voice, *facial expressions*, *body language and strategy of leaders'* display through communication by dressing, decorating the body and the use of artifacts.

Therefore, we can say that the correct use of non-verbal communication by presenting the message through the media has a positive effect on the admissibility of political leaders' style. This hypothesis can be proved by analyzing the contents of the statements given by the political parties' leaders in Bosnia and Herzegovina in the media. The paper will use the methods of scientific description and structural analysis of the content of media statements of political parties' leaders who participate in the government of Bosnia and Herzegovina. The paper will show whether nonverbal communication proves significant for individual leaders and to what extent. It will also show whether proper use of nonverbal communication while making a statement by selected media channels positively affects the admissibility of political leaders' style. The aim of the work is exploration of the modalities of nonverbal communication as a key determinant of effective political communication which establishes leader's positive image in the public. In that context, one of the goals of the paper is the study of the influence which quality nonverbal political communication makes on voters.

The conclusion which is based on the research points at the role and importance of nonverbal communicational aspects which are correlated with the style of political leadership.

Keywords: political communication, nonverbal communication, media, style, leadership

Adresa autora

Authors' address

Samira Demirović

Federalno ministarstvo obrazovanja i nauke, Sarajevo

samira.fmon@gmail.com

