

# Korištenje neverbalne komunikacije u politici

---

**Kaleb, Dunja**

**Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:166578>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-13**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Stručni diplomski studij**  
**Komunikacijski menadžment**

**DUNJA KALEB**

**KORIŠTENJE NEVERBALNE KOMUNIKACIJE**  
**U POLITICI**

**DIPLOMSKI RAD**

**Zaprešić, 2024. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Stručni diplomski studij**  
**Komunikacijski menadžment**

**DIPLOMSKI RAD**

**KORIŠTENJE NEVERBALNE KOMUNIKACIJE**  
**U POLITICI**

**Mentor:**  
**dr.sc. Stjepan Lacković prof. v. š.**

**Naziv kolegija:**  
**Teorija komunikacije**

**Studentica:**  
**Dunja Kaleb**

**JMBAG studenta:**  
**2411044767**

## SADRŽAJ

<b>SAŽETAK .....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>2</b>
<b>1. UVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>2. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Pojmovno određenje neverbalne komunikacije.....	6
2.2. Povezanost kulture i neverbalne komunikacije .....	10
2.3. Protokomunikacija.....	12
2.4. Neverbalne poruke.....	13
<b>3. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U POLITIČKIM KAMPANJAMA .....</b>	<b>14</b>
3.1. Značaj neverbalne komunikacije u političkim kampanjama .....	14
3.2. Učinci neverbalne komunikacije .....	16
3.3. Neverbalno ponašanje političara kao sredstvo uvjeravanja.....	17
3.4. Gestikulacija u politici.....	19
<b>4. ANALIZA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE DONALDA TRUMPA .....</b>	<b>22</b>
4.1. Fizički izgled i stil odijevanja.....	22
4.2. Rukovanje.....	24
4.3. Gestikulacija rukama .....	26
4.4. Facijalne ekspresije.....	31
<b>5. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>36</b>
<b>6. IZJAVA.....</b>	<b>37</b>
<b>7. LITERATURA .....</b>	<b>38</b>
7.1. Knjige i radovi .....	38
7.2. Internetski izvori.....	40
<b>8. POPIS SLIKA .....</b>	<b>42</b>

## SAŽETAK

Govor tijela izravni je odraz emotivnog stanja osobe. Svaka gesta ili kretnja može biti vrijedan pokazatelj osjećaja koji čovjek u tom trenutku doživljava. Ključ odgonetavanja govora tijela sposobnost je prepoznavanja emocionalnog stanja druge osobe slušajući ono što govori i primjećujući okolnosti u kojima to čini. Neverbalni izričaj nadopunjuje usmeno izražavanje komuniciranjem bez izgovorenih riječi a najčešće prenosi emocije, stavove, trenutno raspoloženje, osjećaje i mišljenja sugovornika koji sudjeluju u komunikacijskom događaju. Tijelo upotpunjuje usmeno izražavanje pomoću brojnih nejezičnih i neverbalnih znakova među kojima su zvukovi, ton glasa, miris, okus, geste, izrazi lica, položaj, držanje, usmjerenost i različiti pokreti tijela, fizički izgled osobe odnosno boja kose, odjeća, šminka i nakit, okolina u kojoj osoba djeluje kao na primjer pokućstvo, osvjetljenje, temperatura i boje te udaljenost između sugovornika. Za političare je neverbalna komunikacija osobito važna, jer se njom koriste kako bi što uvjerljivije doprli do publike. Međutim, ponekad suprotno iz prvotne zamisli i unatoč naporima profesionalnih timova koji stoje iza njih, neverbalna komunikacija može imati kontra učinak. U ovom radu analiziralo se korištenje neverbalne komunikacije u dosadašnjim javnim nastupima Donalda Trampa, a koje su u mnogim navratima među javnosti doživljene kao prijeteće i nesinkronizirane.

Ključne riječi: Donald Trump; neverbalna komunikacija; alat; gesta.

## **ABSTRACT**

Body language is a direct reflection of a person's emotional state. Every gesture or movement can be a valuable indicator of the feeling that a person is experiencing at that moment. The key to deciphering body language is the ability to recognize the emotional state of another person by listening to what they say and noticing the circumstances in which they do it. Non-verbal expression complements oral expression by communicating without spoken words and most often conveys emotions, attitudes, current mood, feelings, and opinions of the interlocutors taking part in the communication event. The body completes verbal expression by means of numerous non-linguistic and non-verbal signs, including sounds, tone of voice, smell, taste, gestures, facial expressions, position, posture, orientation and various body movements, physical appearance of a person, i.e. hair color, clothes, make-up and jewelry, the environment in which the person operates, such as furniture, lighting, temperature and colors, and the distance between interlocutors. For politicians, non-verbal communication is particularly important, because they use it to reach the audience as convincingly as possible. However, sometimes contrary to the original idea and despite the efforts of the professional teams behind them, non-verbal communication can have a counter-effect. This paper analyzed the use of non-verbal communication in Donald Trump's earlier public appearances, which on many occasions were perceived by the public as threatening and out of sync.

**Keywords:** Donald Trump; nonverbal communication; tool; a gesture.

## 1. UVOD

Kada je riječ o komunikaciji, ona se općenito odnosi na izgradnju međuljudskih odnosa, bilo da je riječ o komunikaciji samo dviju ili više osoba. Kao takva, predstavlja važni preduvjet kvalitetnih društvenih odnosa. Međutim, u literaturama se nerijetko pojavljuju i različita tumačenja komunikacije, premda se ono odnosi na razmjenu misli i poruka između dviju i/ili više osoba.

U svakodnevnoj komunikaciji, bilo da je riječ o svjesnom ili nesvjesnom, čovjek se koristi neverbalnom komunikacijom s ciljem prijenosa poruke sugovorniku što učinkovitije, a da pritom izrazi svoje osjećaje, dojmove ili pak uvjeri sugovorniku u svoje stavove. Kao takva, neverbalna komunikacija uključuje kontakt očima, mimike lica, položaj i stav tijela te mnoge druge karakteristike.

Samo prepoznavanje neverbalnih znakova u komunikaciji može poslužiti kao odlični alat u javnim nastupima, političkim kampanjama, važnim poslovnim sastancima i slično, a osobito je to važno za svakodnevne javne nastupe političara, koji preko medija komuniciraju sa širom publikom. U to se ubrajaju postura tijela, gestikuliranje rukama, kontakt očima, facijalne ekspresije i slično.

Glavni cilj izrade ovoga rada jest definirati neverbalnu komunikaciju i njezine elemente, ukazati na njezin značaj u kontekstu političke komunikacije te napraviti analizu neverbalne komunikacije političara na primjeru Donalda Trumpa, koji je u svojoj karijeri zbog svojih verbalnih i neverbalnih načina komunikacije uvijek bio žarišna tema kritičara, psihologa i sociologa.

Time rečeno, u prvome dijelu rada definira se neverbalna komunikacija, pri čemu se obuhvaćaju i navode funkcije neverbalne komunikacije te se nastoji odrediti poveznicu između kulturoloških okvira i neverbalne komunikacije. Također, u prvome dijelu definiraju se neverbalne poruke i protokomunikacija.

U drugome djelu se pobliže sagledava i definira značaj neverbalne komunikacije u političkim kampanjama, kao i učinci neverbalne komunikacije političara na stavove i percepciju publike.

Također, u drugome dijelu pojašnjava se i neverbalno ponašanje u političara, kao i upotreba gestikulacija u političkim javnim nastupima.

U trećem dijelu rada, autorica na osnovu dostupnih stranih izvora analizira neke od najznačajnijih obrazaca ponašanja Donalda Trampa u pogledu neverbalne komunikacije.

Prilikom izrade ovog rada, autorica se koristila literaturom domaćih i stranih autora, pri čemu je glavni naglasak bio na literaturi koja pokriva područje neverbalne komunikacije u politici te je na osnovu istoga dana analiza Trumpovih neverbalnih poruka publici. Imajući to na umu, autorica se prilikom izrade ovoga rada koristila induktivnim i deduktivnim znanstvenim metodama te metodama sinteze i deskripcije.



## 2. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Opće je poznato kako komunikacija ne obuhvaća isključivo riječi, već i boju i ton glasa, mimike, geste i slično, ali i sve ono što uglavnom predstavlja neverbalnu komunikaciju (Miljković Krečar & Kolega, 2013, 257). Obzirom da je riječ o jednoj o najmoćnijih vrsta komunikacije, ne postoji kontrola nad tim oblikom komunikacije, a osobito jer ljudi često nisu svjesni vlastitih te teško prepoznaju neverbalne znakove u drugih osoba (Miljković & Rijavec, 2002).

Neverbalna je komunikacija sačinjena od poruka izraženih nejezičnim simbolima, a u svakom jeziku postoje neverbalne dimenzije, kao i znakovni jezici koji se ne izgovaraju jezicima, pa stoga neverbalno ponašanje predstavlja glavni element svake komunikacije, a same neverbalne vještine stečene neverbalnom komunikacijom imati će pozitivnog učinka na sami uspjeh komunikacije, a i poslovanja (Knapp & Hall, 2010). Prema Miljković i Rijavec (2002), istraživanja ukazuju da se samo 7% - 35% komunikacije prenosi riječima, dok se neverbalnim znakovima prenosi 65% - 93% komunikacije.

To je osobito primjetno i u svakodnevnoj komunikaciji, jer su mnogim ljudima same riječi manje važne od mimika, gestikulacije, tona i boje glasa. Kako je gore navedeno, ljudi nisu svjesni svojih, pa teško prepoznaju i neverbalne simbole u drugih osoba, samo prepoznavanje znakova pomoglo bi u boljem razumijevanju među ljudima, ali i u smanjenju nesporazuma u komunikaciji. Također, samo prepoznavanje simbola neverbalne komunikacije može poboljšati neverbalni izražaj i tako omogućiti drugima da bolje razumiju neverbalne komunikaciji i naučiti kako izbjeći ostavljanje lošeg dojma, a osobito kada je riječ o emotivnom stanju, jer je emocije često teško objasniti riječima.

Nadalje, proučavajući ljudsku komunikaciju i sve njezine elemente, Knapp i Hall (2010.) identificirali su četiri temeljne funkcije neverbalnog biheviorizma u ljudskoj komunikaciji, a to su izražavanje osjećaja, odnosa prema drugima, predstavljanje sebe drugima i pratnja govora u svrhu reguliranja slijeda govora, povratnih reakcija i sl.

Pored izražavanja osjećaja, neverbalna komunikacija obuhvaća i druge funkcije (Miljković & Rijavec, 2002):

- isticanje verbalne poruke – ako se nekoga kritizira ili optužuje, osoba će mahati prstom prema njemu;
- izražavanje stava prema sudioniku s kojim se komunicira – ako se primijeti da drugi sudionik ima blago pognutu glavu, niži ton glasa, premješta se s noge na nogu, moguće je primijetiti da se osoba osjeća nelagodno ili nesigurno;
- ponavljanje verbalne poruke – ako se sudioniku kaže da treba ići zapadno do šoping centra te joj se i rukom pokazuje u tom smjeru;
- reguliranje verbalne poruke – kodiranje vlastitog verbalnog i neverbalnog ponašanja prilikom proizvodnji vlastitih poruka te kodiranje vlastitih verbalnih i neverbalnih poruka sudionika u interakciji
- kontradikcija – nekada neverbalni simboli mogu ukazivati na određeno neslaganje s nečim, dok s druge strane osoba može izgovarati pozitivne riječi, i obratno.

Nadalje, čovjek svoje emocije izražava pomoću mimika, položaja tijela te brzog ili sporog govora. Kada osoba kima glavom ili se pak udaljava od svojeg sugovornika, osoba na taj način pokazuje svoj stav u komunikaciji. Svoje vlastite karakteristike osoba pokazuje položajem svojeg tijela, mimikama lica, bojom i tonom glasa, brzinom govora i slično te to predstavlja potporu i nadopunu verbalnoj komunikaciji, u kojoj se gestama osoba pojašnjava i na taj način ujedno dodaje težinu riječima. Kod gluhoj osobi, neverbalna komunikacija je kroz znakovni govor u potpunosti zamijenila verbalnu komunikaciju. S druge strane, rukovanje, klanjanje ili pak namigivati nekome predstavlja nekonvencionalne načine iskazivanja socijalnih aktivnosti, a koje su ujedno i jedna od funkcija neverbalnog komuniciranja (Miljković Krečar & Kolega, 2013).

## **2.1. Pojmovno određenje neverbalne komunikacije**

Prvi znakovi komunikacije datiraju još iz najranijih dana povijesti čovjeka. Naime, ljudi su prije kroz neverbalnu komunikaciju iznosili svoje misli i emocije prema drugima te je u borbi za svoju egzistenciju kreirao simbole kao sredstvo dominiranja i osvajanja, a osobito je bila razvijena među plemenima, komunama i zajednicama. Međutim, neverbalna komunikacija je

bez zvuka (bez verbalne) postala nedostatnom te je govor postao glavnim nosiocem poruka. Tako, svako iskustvo prenosilo se govorom te nisu bila nigdje arhivirana. Tek s usvajanjem hijeroglifa u starom Egiptu, omogućeno je kodiranje i dekodiranje poruka, a paralelno s razvitkom društva, razvijale su se i znanosti te je došlo do mnogih otkrića i izuma, a među kojima je i novinarstvo, putem kojega je svijetu postao dostupan pristup informacijama u bilo koje vrijeme i na bilo kojem mjestu. Pojava pisma potaknula je i razvoj govorništva, kao alata razvijanja i iskazivanja moći. Nadalje, u Srednjem vijeku, ljudi su vjerovali da gestikulacije predstavljaju poveznicu između uma i tijela, dok je izumom tiska (Gutenberg) 1440. godine, neverbalna komunikacija (vizualna) nadvladala verbalnu (Miletić, 2012, 49-50).

Ono što je važno za istaknuti jest da se neverbalna komunikacija sastoji od simbola koji se ne izgovaraju riječima te kao takva predstavlja temeljni faktor svake komunikacije. Najjednostavnije tumačenje neverbalne komunikacije jest da ono predstavlja komunikaciju bez riječi (Knapp & Hall, 2010). To potvrđuje i Watzlawickov prvi zakon komunikacije, prema kojemu je nemoguće ne ostvariti komunikaciju (Bratanić, 1993), jer u bilo kojem trenutku osoba može sa sugovornikom komunicirati i putem mimika, gesta i ostalih simbola kojima odašilje vlastite emocije (Burić Moskaljov, 2014).

Kao takvo, neverbalno ponašanje osobe predstavlja temeljni dio ljudskog komuniciranja, a kao takvo ne predstavlja samo svjesnu aktivnost, već se ono događa sasvim spontano, zbog čega u mnogim situacijama ljudi više vjeruju neverbalnoj komunikaciji i na nju se oslanjaju, nego verbalnoj. Tako, čitanje nečijeg govora tijela omogućuje čovjeku da nauči više kako o sebi, tako i o drugima te na taj način unaprijedi svoje međuljudske interakcije (Pease & Pease, 2012).

Zbog same opširnosti pojma neverbalne komunikacije, postoji nekoliko podjela znakova iste, a među kojima je najzastupljenija ona na paralingvističke i ekstralingvističke znakove, pri čemu se u paralingvističke ubrajaju šumovi i glasovi koji nisu dijelovima riječi, pa i svi načini i varijacije u tonu i boji glasa, dužini izgovora, naglasak i slično (Miljković Krečar & Kolega, 2013, 259). S druge strane, ekstralingvističke znakove može se podijeliti na kinezičke i proksemičke, od čega kinezički simboli obuhvaćaju pokrete lica, glave, ruku nogu, trupa, posturu i položaj tijela, dok proksemički obuhvaćaju prostornu komunikaciju i fizičku distancu između sugovornika u interakciji (Miljković Krečar & Kolega, 2013, 259).

Obzirom da sami komunikacijski proces zahtijeva interdisciplinarnost pristupa, neverbalna komunikacija zahtijeva sučeljavanje različitih gledišta kako bi se dobio cjeloviti prikaz.

Proučavanjem neverbalne komunikacije s aspekta jezika, semiotika kao znanost o verbalnom i neverbalnom jeziku razlikuje znakove, simbole, kodove i norme, kao opća pravila ponašanja, a njihovo tumačenje u zadanom kontekstu može ovisiti o raznim faktorima, a ponajviše o kulturološkoj pripadnosti sudionika u razgovoru. Međutim, neovisno o tome radi li se o neverbalnoj komunikaciji kao samostalnome obliku ponašanja ili kao podlozi jezičnom izražaju, neverbalna komunikacija klasificira se prema Miletić kao (2012, 52):

- izraz lica i kontakt očima;
- pokreti tijela i geste;
- dodiri;
- obilježja i kvaliteta glasa;
- okruženje;
- kultura i vrijeme;
- tjelesni tipovi, oblici i veličine;
- odijevanje i osobna prezentacija.

Gore dana klasifikacija upućuje na pristup promatranja neverbalne komunikacije, a koji uključuje fizičke karakteristike i utjecaje iz okoline. Sukladno tome, moguće je govoriti o općepoznatim kanalima neverbalne komunikacije, koji imaju učinka na upravljanje neverbalnom komunikacijom u svakodnevnom životu i okruženju. Tako, jednim od najvažnijih kanala neverbalne komunikacije smatra se kontakt očima, koji se može razlikovati ovisno o tematici razgovora, karakteristikama sudionika u komunikaciji te ulogama sudionik u društvu. S druge strane, mimike predstavljaju odraz emocionalnog stanja sudionika te ih je često teško sakriti ili prevariti okruženje (Miletić, 2012).

U literaturama je moguće pronaći i tjelesnu tipologiju kao kanal neverbalne komunikacije. Naime, Miletić ističe da je utvrđeno da su oblik i veličina tijela povezani s određenim obrascima ponašanja, premda postoje i mnogi stereotipi koje nije lako izbjeći. S druge strane, govor tijela obuhvaća držanje i orijentaciju tijela, gestikulaciju i dodir, odnosno opći tjelesni kontakt, koji ponajviše ovisi o intimnosti odnosa sudionika u komunikacijskom procesu, ali i kulturi te društvenom kontekstu (2012, 53).

Nadalje, s obzirom na namjenu u interakciji, neverbalnu komunikaciju moguće je promatrati i kroz sljedećih nekoliko razina (Brajša, 2000, 44):

- sadržajna razina – neverbalne poruke imaju utjecaja na verbalne poruke oblikujući ih proširivanjem i dopunjavanjem;
- osobna razina – neverbalnim porukama izražavaju se emocionalna stanja, namjere i očekivanja;
- odnosna razina – neverbalnim porukama izražavaju se stavovi prema izgovorenom sadržaju;
- utjecajna razina – neverbalne poruke predstavljaju snažni alata priopćenja i utjecaja te koče ili potiču dijalog i komunikacijske povratne veze.

Također, neverbalna komunikacija ima znatno snažniju komunikacijsku moć od verbalne, obzirom da je stalno prisutna, neovisno o volji pojedinca, ponajviše zbog svoje jednostavnosti i prirodnog diskontinuiteta. Tako, u međuljudskom odnosima neverbalna komunikacija ima funkciju (Pšunder, 2002, 21):

- emocionalnog izražavanja putem facijalne ekspresije;
- izražaja prednosti prikazivanja u međuljudskim odnosima,
- izražaja individualnih osobina prikazujući introvertnu, ekstrovertnu ili neurotičnu prirodnu;
- pratnje i dopune verbalnih poruka;
- izmjene verbalne komunikacije mimikama lica i simboličnim gestama;
- društvenog izražaja u pogledu međuljudskih aktivnosti kao dijela društvenog obrasca ponašanja.

Iz navedenog se može uočiti važnost neverbalne komunikacije i njezin utjecaj na razgovor. Da bi se ostvarila uspješna komunikacija, nužno je usklađenje verbalnih i neverbalnih poruka, a pri čemu do izražaja dolaze socijalne vještine sudionika u kontekstu sposobnosti razumijevanja neverbalne komunikacije sugovornika i adekvatne reakcije, odnosno što jasnijeg definiranja poslanih neverbalnih znakova i njihove usklađenosti s verbalnim porukama i sadržajem.

## 2.2. Povezanost kulture i neverbalne komunikacije

Darwin je smatrao da su emocionalni izrazi samo izraz temeljnog emocionalnog stanja koje zauzvrat priprema organizam da se nosi s emocionalnim događajem. Dok neki procesi (npr. ubrzani otkucaji srca) obično nisu vidljivi promatračima, drugi (npr. posturalne promjene i izrazi lica) jesu (Hess, 2016). Za njega je postojala evolucijska prednost u iskrenom signaliziranju unutarjih emocionalnih stanja društvenom okruženju. Darwin, a kasnije Ekman, Izard i ostali snažno su tvrdili da su barem neke, osnovne, emocije univerzalno priznate, temeljene na ideji da su se izrazi razvili zbog evolucijskih ograničenja i stoga su u kontinuitetu među vrstama sisavaca i univerzalni u ljudskim kulturama. Ekman i njegovi kolege definirali su osnovne emocije kao one za koje su identificirani prototipovi međukulturalnih izraza (sreća, tuga, strah, ljutnja, gađenje, iznenađenje i odnedavno prezir). Ipak, nekoliko rasprava u vodećim časopisima dovelo je u pitanje metodologiju korištenu u studijama i pronašlo potporu univerzalnosti i društveni konstruktivistički pristupi emocijama naglašavali su razlike u emocijama rječnici i na tim osnovama osporavali univerzalnost. Studija Elfenbeina i sur. (2007.) uspoređujući izraze iz Quebeca i Gabona pronašli su dokaze za pretpostavljene dijalekte za spokoj, sram, prezir, ljutnju, tugu, iznenađenje i sreću, ali ne i za strah, gađenje ili neugodu (Hess, 2016). Studija dekodiranja koju su također izvijestili ovi istraživači pokazala je da su pojedinci bili bolji u dekodiranju izraza iz svoje grupe, ali je također pokazala da su bili znatno bolji od slučajne točnosti za izraze iz druge grupe. U skladu s pristupom procjenjivanja emocionalnim izrazima, dijalekti se mogu objasniti postuliranjem suptilnih razlika u obrascima procjenjivanja zbog razlika u kulturnim ograničenjima, vrijednostima i normama koje se odražavaju kao razlike u izrazu lica (Hess, 2016).

Ukratko, dosadašnji dokazi upućuju na to da su emocionalni izrazi uglavnom univerzalno priznati – barem kada je riječ o emocijama koje su kategorizirane kao osnovne. Međutim, dokazi su također jasni da se mnoge emocije ne izražavaju univerzalno na isti način – iako s dovoljno preklapanja da se mogu dobro prepoznati među kulturama i podskupinama.

Budući da različite kulture imaju različite sustave vrijednosti, ne bi trebalo biti iznenađenje da ista situacija može izazvati različite emocije u različitim kulturnim kontekstima. U tom smislu, pripadnici kolektivističkih kultura imaju tendenciju više reagirati na vanjske, društveno

dijeljene elemente situacije, dok pripadnici individualističkih kultura više reagiraju na unutarnje znakove (Hess, 2016). Ova ideja objašnjava zašto se u Sjevernoj Americi pozitivni osjećaji povezuju s osobnim postignućima, dok su u azijskim zemljama povezani s međuljudskim događajima (Hess, 2016). Još jedan primjer neizravnog utjecaja normi može se pronaći u onim afričkim zemljama u kojima i dalje postoji snažno vjerovanje u vještice. Tamo se događaji kao što su bolest i smrt često doživljavaju kao nemoralni, nepravedni i kao uzrokovani ljudskim djelovanjem, a ne sudbinom, te stoga izazivaju ljutnju umjesto tuge (Hess, 2016). Najizravniji utjecaj normi imaju one društvene norme koje izravno unaprijed zabranjuju izražavanje određenih emocija u određenim kontekstima.

### 2.3. Protokomunikacija

Ljudi se u komunikaciji koriste dvama oblicima komunikacije: analogijskom i digitalnom. Analogijsku komunikaciju zovemo još i neverbalnom, dok se digitalna pretežno ostvaruje na verbalni način, upotrebom riječi i brojaka. Analogijsku komunikaciju nalazimo već u životinja, posebno filogenetski bližima ljudskoj vrsti (na primjer, kod majmuna, pasa i mačaka) i zato ju je u stanovitoj mjeri moguće razumjeti (keženje zubi i režanje kao znak agresivnih namjera kod pasa). Jednim imenom ovakvu komunikaciju zovemo protokomunikacija jer istovremeno pokazuje informaciju, emociju i namjeru djelovanja, dakle ona je sinkretična. Takva vrsta komunikacije postoji i kod čovjeka, s time da je čovjek u stanju komunicirati spomenute sastavnice svaku zasebno (kad netko izlaže na izrazito hladan, neemocionalan način isključivo informirajući svoje primatelje) (Leinert Novosel, 2015).

Protokomunikacija je nesavladiva i gotovo je nemoguće oduprijeti joj se; ona je ugrađena u naše gene stoga takvim protokomunikacijskim porukama ne vladamo, već one vladaju nama. Oduprijeti joj se moguće samosvjesnim, kritičkim stavom. Radi se o dojmovima koji dominiraju našom svijesću. Na nju reagiraju donji slojevi našeg mozga, reptilski mozak koji još uvijek vlada velikom većinom ljudi. Protokomunikacija je neposredno razumljiva, nije joj potreban nikakav prijevod. Čovjek se ponaša protokomunikacijski na način da probljedi kad ga je strah, a kad se razljuti ili osjeća nelagodu, pocrveni u licu (Arambašić, 2000).

Protokomunikacijom vladaju čuvstva pa ju je u skladu s time nemoguće imitirati, jer se to odmah prepoznaje kao lažna komunikacija. Kada želimo izazvati protokomunikacijske učinke, to je moguće učiniti samo iznutra, ako sebe uvedemo u odgovarajuća čuvstva (Leinert Novosel, 2015).



## 2.4. Neverbalne poruke

U svakodnevnoj komunikaciji, privatnoj i poslovnoj, većina ljudi gotovo isključivo pazi na poruke riječima, tj. poruke koje dolaze verbalnim kanalom, no na ukupni dojam ili imidž koji netko ostavlja u svojoj okolini redovito znatno više ovisi o porukama neverbalne naravi, takozvanom „nijemom“ govoru (Leinert Novosel, 2015).

Prema nekim istraživanjima, djelovanje izraza lica, pogleda, gesta, držanja tijela, odjeće i drugih sličnih sredstava na emocije i stavove partnera djeluju otprilike 5 do 10 puta jače od riječi (Pease, 1991).

Neverbalnim se ponašanjem neprestano prati verbalni govor, ali se izražavaju i druga značenja, ona u vezi s odnosima, stavovima i emocijama, kao i porukama o tome kako treba uzeti ono što se priopćuje verbalnim kanalom. Neverbalni dio komunikacije često je nesvjesne prirode i mi ga otkrivamo tek kada nas netko na nj upozori. Još smo relativno svjesni izraza lica, no već daleko manje poruka koje šaljemo tijelom ili, na primjer, glasom. Zbog toga su neki istraživači i zaključili da se pretežiti dio komunikacije obavlja pokretom. Na primjer, Birdwhistell smatra da se 65% komunikacije odvija neverbalnim putem, a Merhabian da na čiste riječi otpada samo 7% komunikacije (Pease, 1991).

*Primjer kako se na nesvjestan i neverbalan način oblikuje imidž vidimo kod ljudi koji imaju naviku stalno nekoga dodirivati ili lupkati drugo po ramenu. Takvo ponašanje, posebno ako nije „pozvano“, doživljava se kao neugodno i agresivno, a osoba koja to čini stječe imidž neotesane i nametljive osobe, a da nema pojma kako je do toga došlo. Stvari se još dodatno kompliciraju radi li se o osobi suprotnoga spola* (Leinert Novosel, 2015, 69).

Neverbalne poruke djeluju izravno na stavove i emocije sugovornika i to u većini slučajeva daleko izravnije nego što se to događa u slučaju riječi. Cjelovit pogled na osobu, koji „snima“ i njezinu visinu, građu, uređenost, počinje oblikovati naš odnos prema njoj. Isto tako prvi pogled na lice i prvi izraz lica zapravo nameću sugovorniku stav prema partneru, na sličan način kao što *jedna biljarska kugla kod sraza nameće pokret drugoj* (Leinert Novosel, 2015: 70). U interpretaciji neverbalnih poruka treba zahvatiti što više pojedinačnih znakova, čitati cjeline, a kad je riječ o slanju takvih poruka, onda to također moraju biti složene, usklađene cjeline većeg broja pojedinačnih pokreta i stavova tijela. O tome govori Koehlerovo načelo izomorfizma. (Pease, 1991).

### **3. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U POLITIČKIM KAMPANJAMA**

Neverbalna komunikacija odnosi se na poruke koje se prenose i dekodiraju u vezi s takvim nelingvističkim prikazima kao što su geste, izrazi lica, pokreti tijela itd., bilo svjesno ili nesvjesno (Wasike, 2019). Ti neverbalni znakovi igraju ključnu ulogu unutar i izvan politike i zaslužuju dublju raspravu.

U političkoj areni općenito, istraživanja pokazuju da ljudi procjenjuju političare na temelju neverbalnih znakova koji se kreću od izgleda lica do prisutnosti domoljubnih simbola. Kao prvo, birači se bolje povezuju s kandidatima čija su lica slična njihovima, pri čemu muškarci kao i glasači s niskim stupnjem informacija pokazuju više takve reakcije (Wasike, 2019).

Istraživanje također pokazuje da fizička privlačnost povećava izgled kandidata za uspjeh na izborima (Mattes & Milazzo, 2014), s prednostima za kandidatkinje (Berggren, et al., 2010). Birači ne moraju vidjeti lice kandidata da bi neverbalni znakovi igrali ulogu u njihovim odlukama. Spezio, Loesch, Gosselin, Mattes i Alvarez (2012) otkrili su da čimbenici poput frizure i odjeće utječu na vjerojatnost da će ljudi glasovati za kandidata, kao i percepcija sposobnosti kandidata, čimbenik koji također utječe na odluke pri glasovanju.

Osim toga, nošenje patriotskih simbola poput zastava povećava osjećaje nacionalizma među publikom (Kemmelmeyer & Winter, 2008). Na kraju, nasmijani kandidati također poboljšavaju svoje izborne šanse (Horiuchi, et al., 2012).

#### **3.1. Značaj neverbalne komunikacije u političkim kampanjama**

Sve neverbalne komunikacije u politici očituju se u održavanju kontakta sa sugovornikom. Pease i Pease razvili su tehniku zadržavanja pozornosti slušatelja i razvijanja osjećaja inkluzije u izlaganje (2008, 183). U manjim društvenim skupinama, moguće je pogledom ispratiti svakog sudionika, dok je u većima to nemoguće. Pease tvrde da je moguće održati kontakt s većim dijelom publike ukoliko si osoba odredi zamišljenu točku na oba kraja i u sredini publike, na što publika može steći dojam da se gleda baš u njih. Neka od obilježja po kojima bi svaki političar volio da ga se u javnosti opisuje jest da odaje sigurnost, pouzdanost,

samopouzdanje i vjerodostojnost, a koje političari mogu i pokazati neverbalno te tako utjecati na percepciju među publikom.

Nadalje, prema Tomiću, obilježja političke komunikacije predstavljaju kratkotrajna usmjerenost, komunikacija temeljena na ciljevima, svjesnost važnosti masovnih medija te politika orijentirana ka javnosti (2012, 14).

Budući da je neverbalna komunikacija bogata sadržajem, neki aspekti privlače značajan interes, poput televizijskog izvještavanja o političarima. Uzme li se u obzir količina informacija dostupnih javnosti, studije pokazuju da televizija više prati političare kroz vizualne prikaze nego kroz njihove verbalne izjave, barem tijekom ključnih demokratskih trenutaka kao što su izbori (Dumitrescu, 2016). Analiza televizijskog izvještavanja o općim izborima u SAD-u pokazuje da su se slikovni dijelovi (tj. slučajevi kada su kandidati samo prikazani, ali se ne čuju) značajno produžili od ranih 1990-ih, dok su se zvučni zapisi obrnuto smanjili. Među studijama koje pokazuju informacijsku vrijednost onoga što je prikazano, nalaz koji se ponavlja je da sama prisutnost vizualnog elementa u poruci kampanje signalizira trenutno ili buduće ponašanje vođe. Tako je, na primjer, prisutnost grupnih slika (kao što su rasne manjine ili određene ideološke skupine) u oglasima pobjedničkih kandidata u korelaciji s njihovom budućom zakonodavnom aktivnošću (Dumitrescu, 2016).

Na sličan način, ali u drugom mediju, Vliegenthart nalazi da, kako su nizozemski stranački čelnici postali ključni donositelji političkih odluka u posljednjim desetljećima dvadesetog stoljeća, oni također sve više postaju fokus stranačkih izbornih plakata. Način na koji su vizualni elementi prikazani također pomaže gledateljima da vide što je važno uzeti u obzir. U Francuskoj, na primjer, kandidati velikih stranaka koji imaju koristi od kapitaliziranja svoje osobne privlačnosti vjerojatnije će koristiti velike fotografije sebe izbliza na svojim plakatima—i uspostaviti kontakt očima na svojim fotografijama—nego kandidati nižih stranaka, kojima njihova osobna privlačnost donosi malo koristi (Dumitrescu, 2016). Nedavna studija o francuskoj ekstremno desnoj stranci Nacionalna fronta pokazuje da dok stranka pokušava proširiti svoju privlačnost bez značajne promjene svoje doktrine, njeni kandidati također usvajaju osobniju vizualnu strategiju prikazujući velike svoje fotografije izbliza u izornoj kampanji. Druga studija, koja je proučavala portrete kandidata u političkom oglašavanju iz predsjedničke kampanje u SAD-u 2008., otkrila je da su McCainovi napadni oglasi o kriminalu vjerojatnije sadržavali zatamnjene slike predsjednika Obame, koje su sklone aktiviranju rasnih stereotipa i negativnom učinku. Studije u različitim kontekstima i medijima

stoga ilustriraju kako vizualni sadržaj političke komunikacije ima za cilj informirati i utjecati na informacije na koje se birači oslanjaju u svojim odlukama promičući stereotipno razmišljanje ili ističući određene aspekte ličnosti kandidata (Dumitrescu, 2016).

### **3.2. Učinci neverbalne komunikacije**

Osim sadržaja neverbalne političke komunikacije, važno se pitanje vrti oko toga u kojoj je mjeri izloženost građana neverbalnim informacijama bitna za formiranje političkih procjena, donošenje odluka o glasovanju i sudjelovanje u politici. Ovdje pregledani dokazi sugeriraju da je veličina utjecaja neverbalnih informacija uvjetovana nekoliko čimbenika, prije svega dostupnošću dodatnih informacija u trenutku donošenja odluke. Stoga započinjemo s pregledom dokaza koji ukazuju na neverbalne učinke pod različitim uvjetima informiranja, zatim pregledavamo utjecaj drugih moderatora. Postoje čvrsti dokazi da su neverbalni znakovi važni kada građani imaju malo drugih informacija o problemu ili kandidatima za usmjeravanje donošenja odluka (Dumitrescu, 2016). Na primjer, na izborima s malo informacija, o kojima birači ne znaju gotovo ništa, slike kandidata utječu na procjene. Više dokaza koji povezuju slike lica kandidata i izbor glasova proizlazi iz studija u kojima pojedinci biraju kandidata nakon vrlo brzog izlaganja njihovim vizualnim elementima u nedostatku drugih informacija. Nekoliko od ovih studija "prognoza tankih kriški" otkrivaju znatnu korelaciju između crta lica kandidata, procjena osobina i njihovog izbornog uspjeha na izborima. Informacije kodirane u prikazima lica kandidata uglavnom su povezane s njihovom atraktivnošću i kompetentnošću - o čemu se detaljnije raspravlja u sljedećem odjeljku. Dokazi o automatskom kodiranju i oslanjanju na neverbalne znakove u uvjetima niske razine informacija proširuju se i na druge vizualne elemente. Kimmelmeier i Winter (2008.) nalaze da sam boravak u sobi sa zastavom koja krasi zid aktivira nacionalističke stavove i stavove grupne dominacije (Dumitrescu, 2016). Isticanje zastave u vrijeme izbora može utjecati na one koji imaju visok rezultat na simboličkom domoljublju i rasnim predrasudama. A građani koji su izloženi stranačkim promidžbenim materijalima koji sadrže zastavu Europske unije imaju veću vjerojatnost da će te stranačke elite vidjeti kao proeuropske u nedostatku drugih informacija o njihovim pozicijama kada su upoznati s prikazom zastave.

Još jedna nedavna studija pruža dodatni uvid. Powell, Boomgaarden, De Swert i de Vreese (2015) otkrivaju da, kada su vizualni elementi vijesti koji prikazuju strani sukob popraćeni tekstom vijesti, emocionalni utjecaj vizualnih sadržaja je jači na namjere ponašanja nego na mišljenja. Stoga vizualni utjecaj može ovisiti o izmjenenom ishodu, a potpuno objašnjenje vizualnih učinaka može zahtijevati mjerenje različitih, politički relevantnih ishoda. Utjecaj drugih moderatora, poput spola i rase portretirane osobe, također je dokumentiran, iako ne u tolikoj mjeri kao utjecaj informacija. Autori nalaze da spol kandidata utječe na snagu signaliziranja crta lica na rezultate izbora. Konkretno, dominacija lica pogoduje muškim kandidatima s konzervativnom publikom; u konfliktnim situacijama i gledatelji i gledateljice preferiraju voditelje s dominantnim licima (Powell, et al., 2015).

### **3.3. Neverbalno ponašanje političara kao sredstvo uvjeravanja**

Uvjerljivost koju pokazuje političareva neverbalna komunikacija odmah nas podsjeća na predsjedničku izbornu debatu davne 1960. godine između kandidata Richarda Nixona i Johna F. Kennedyja. Prema Druckmanu (2003.), mrki izrazi lica Richarda Nixona, sumorna boja odijela i mnoge druge negativne osobine bile su presudne kod predsjedničkog kandidata Nixona za poraz na izborima od mladog Johna Kennedyja. Osim toga, stvarnost se potpuno transformirala pojavom novog medija - televizije. Televizija kao vizualni medij s retorikom usmjerenom na izvore pruža mogućnost velikom broju ljudi vidjeti političare, glumeći izbliza (Brydon, et al., 1992, 82). Tako neverbalna komunikacija: gesta, držanje, izgled i drugi znakovi neverbalne komunikacije postaju izloženi. Visoko dramatizirani, fragmentirani i personalizirani prikazi političkih kampanja proizvedeni su stilom TV izvještavanja. Zbog toga je komunikacijski teret kampanje prebačen s političkih institucija i stranaka na političare. Stoga su međuljudski utjecaj i procesi stvaranja dojma postali važniji za izborne izbore od drugih pitanja kao što su: stranačka pripadnost itd. Prema nekim studijama veliki dio biračkog tijela koje nije zainteresirano za politiku i koje je neinformirano o političkim pitanjima, posebno može biti pogođeno ovim učinkom, iako je u posljednje vrijeme došlo do nekih poboljšanja u pogledu sofisticiranosti u politici. Biračko tijelo koje je nemotivirano i neupućeno u politiku može se vrlo često osloniti na osobni karakter pri odabiru političkog kandidata. Stoga, neverbalna komunikacija igra odlučujuću ulogu što se tiče odluka birača. Zbog niskog informativnog konteksta, politički kandidati u lokalnim izbornim okruženjima koji nisu poznati

javnosti mogu posebno profitirati. Naime, lokalni izbori ograničeni su u usporedbi s predsjedničkim izborima što se tiče televizijskog praćenja kampanje, osim mogućeg skandala političara koji se dogodi tijekom izbora. Uzimajući u obzir gore navedene činjenice, Duckova (1994.) „teorija sličnosti“ objašnjava zašto se pojedinci identificiraju i žele komunicirati s drugima koji su im slični. Neverbalna komunikacija kao što su osmijesi, rukovanje i otvoreni položaji donose izborni uspjeh političarima tijekom izbornih natjecanja. Burgoon, Birk i Pfau (1990.) tvrde da velika glasovna energija (koja je karakteristična za Baracka Obamu), izravan kontakt očima i umirujući izrazi lica čine sliku dominacije. Ne treba zaboraviti da političari moraju na sve moguće načine uvjeriti svoje potencijalne birače da glasaju za njih, radeći svoj posao uvjeravanja.

Biračko tijelo koje je nemotivirano i neupućeno u politiku može se vrlo često osloniti na osobni karakter pri izboru političkog kandidata. Stoga neverbalna komunikacija igra odlučujuću ulogu što se tiče odluka birača. Zbog niskog informativnog konteksta, politički kandidati u lokalnim izbornim okruženjima koji nisu poznati javnosti mogu posebno profitirati. Nadalje, lokalni izbori su ograničeni u usporedbi s predsjedničkim izborima što se tiče televizijskog praćenja kampanje, osim mogućeg skandala političara koji se dogodi tijekom izbora. Uzimajući u obzir gore navedene činjenice, Duckova (1994.) 'teorija sličnosti' objašnjava zašto se pojedinci identificiraju i žele komunicirati s drugima koji su im slični. Neverbalna komunikacija kao što su osmijesi, rukovanje i otvoreni položaji donose izborni uspjeh političarima tijekom izbornih natjecanja. Burgoon, Birk i Pfau (1990.) tvrde da velika glasovna energija (koja je karakteristična za Baracka Obamu), izravan kontakt očima i umirujući izrazi lica čine dominaciju.

Izgled, ton glasa koji budi emocije stvarajući emocionalnu toplinu i nadmoćnost, neki su od neverbalnih znakova koji pokreću heurističko zaključivanje. Osim toga, laskava službena odjeća može prema heurističkom pravilu povezati fizičku privlačnost s pouzdanošću i kompetentnošću. Taj kognitivni tip procesiranja može se objasniti visokim motivacijskim procesom i niskom sposobnošću procesiranja ili kada nema dostupnih verbalnih argumenata za formiranje mišljenja. Stoga može doći do pažljivog ispitivanja i usporedbe izgleda i vokalnih kvaliteta kandidata s drugima. (Newman & Perloff, 2004)

Paralingvistika i izrazi lica ljudi mogu se dekodirati od čovjekove rane dobi. A to nije slučaj s pisanom ili izgovorenom riječju. To je zbog razloga što postoje različite vrste obrade između neverbalnog dekodiranja, a također je potrebno manje mentalnog napora za neverbalnu

komunikaciju. Za razumijevanje audiovizualnih poruka potrebno je manje vremena nego za razumijevanje verbalnih poruka. Hellweg i suradnici u svojim studijama (1992) tvrde da su neki od najvažnijih neverbalnih prikaza koje političari mogu ponuditi su geste lica zbog velike usredotočenosti televizije na njih, što gledatelju pruža značajan izvor informacija. Nadalje, tri važna 'izraza lica' na koja su se istraživači usredotočili su prijetnja, strah i sreća. Neke rane analize sadržaja televizijskog izvještavanja i novina pokazale su da se učestalost izvještavanja o slikama pojačala u ovim medijima s poboljšanjem statusa kandidata u izbornoj utrci. Opet, što se mimike tiče, u slučaju američkog političara Nixona prevladavajući izraz lica bio je sreća/smirenje, dok su prikazi prijetnje pokazivali minorni kandidati. Kamins (1990) tvrdi da je privlačnost značajan uvjerljivi znak što se tiče fizičkog izgleda. Ova karakteristika fizičkog izgleda također je važna za političko uvjerenje jer daje informacije o spolu, rasi, dobi privlačnosti pojedinog političara što može utjecati na izborni izbor. Dodatni dokazi koje su ponudili Rosenberg i dr. (1991.) definirali su značajku nazvanu političko ponašanje. Definira se kao pouzdana slika o podobnosti osobe/političara za javnu dužnost. Na temelju pregleda političarevih fotografija u Komunikacijskom pregledu, privlačnost i sličnost imaju konačni utjecaj na ocjenu sposobnosti za obnašanje dužnosti.

Izgled kandidata podložan je stalnoj manipulaciji što izaziva različite emocionalne reakcije i može imati različite izborne ishode. Sljedeći neverbalni komunikacijski znakovi uvjeravanja su parajezik i vizualni fokus. Razlog tome jest što ne postoje mnoga istraživanja o korelaciji parajezika i ishoda biračkog tijela, budući da gledatelji nemaju mogućnost opsežno slušati političke kandidate tijekom vremena. Nadalje, vokalna frekvencija ili visina tona može ukazivati na političarev status društvene dominacije, jer se podsvjesne informacije o društvenoj dominaciji izražavaju vokalnom frekvencijom, utječući na političke prosudbe više kroz emocionalne procese. Konačno, što se tiče vizualnog fokusa, on pruža osnovu za različite prosudbe kao što su: društveni položaj, emocionalna stanja, značajke ličnosti.

### **3.4. Gestikulacija u politici**

Analiziraju li se neke glavne tjelesne signale političara, može se primijetiti da su neki od njih sukladni verbalnoj poruci prenoseći pozitivan dojam osnažujući izrečeno. Drugi stvaraju dojam kod primatelja kao da političar nije vjerodostojan, pouzdan ili profesionalan. Također, neki

neverbalni kanali kao što su: držanje, oči, lice itd. šalju jače signale dok neki ne. Osim toga, poslane poruke moraju se pojaviti u kontekstu, a značenje danog ponašanja određeno je situacijom. Prema McKay i Davidsu (2021, 59), neverbalni znakovi pojavljuju se u paketima ili klasterima, gdje imamo međusobno pojačanje verbalnog i neverbalnog ponašanja. Ako se, primjerice, naše tijelo opusti, očima ne bismo izražavali strah (West & Turner 2004, 136).

Neverbalnom komunikacijom upravljaju pravila; sustav normi i pravila to regulira, određujući što je primjereno, a što nije primjereno. Ono što se mora imati na umu kada se analiziraju političari je da je govor tijela različit među kulturama i da se gestualno značenje treba različito tumačiti među regijama (Axtell, 2001).

Danas se političari obučavaju kako bi mogli utjecati na potencijalne birače, uvjeravajući ih da podrže njihove programe i politiku. Prema Rosenbergu i suradnicima (1986), moguće je strateški manipulirati percepcijom glasača prezentacijom neverbalne komunikacije javnih govornika. To znači da znakovi koje političari koriste mogu biti varljivi, nedostatno iskreni.

De Vito (2012) tvrdi da se oči često spominju kao sjedište neverbalnog sustava. Stoga se iskrenost, povjerenje i poštenje često prenose dužim pogledom ili izravnim kontaktom očima (Dale & Wolf, 2006, 21). Osim toga, ako javne osobe sugovornike gledaju ravno u oči, mogli bi ih se učinkovitije uvjeriti. Međutim, ako se kontakt očima izbjegava, manifestiraju se negativne emocije i osjećaji. Dale i Wolf (2006, 21) tvrde da javnost političare često smatra zabrinutima i posramljenima ako ih ne gledaju.

S druge strane, geste rukama smatraju se najstarijim neverbalnim oblikom komunikacije. Kako ih se često percipira kao dio tijela koji je najpričljiviji, često ih koriste političari. Njima se regulira protok informacija, podvlače i objašnjavaju verbalne poruke i predviđaju nadolazeći signali (Knapp & Hall, 2010, 317). Pri klasifikaciji gestikulacija rukama razmatraju se dvije osnovne podjele: geste vezane uz govor i one koje nisu povezane (Knapp & Hall, 2010, 317). Prvi se nazivaju ilustratori i potpuno su ovisni o verbalnoj poruci, dok se drugi, nazivaju se amblemima koji imaju izravno verbalno značenje, mogu izraziti riječima i frazama.

Što se gestikulacije nogu tiče, neki stručnjaci ih često nazivaju barijerama, a mogu komunicirati: agresivnost, nedostatak samopouzdanja i defenzivnost (Pease & Pease, 2012). Prema Pease i Pease (2012) noge, odnosno pokreti, često su povezani s kulturom. Njima se mogu izraziti i negativne i pozitivne emocije. Također, Argyle (1975) tvrdi da se stav ljudi i životinja podjednako može izraziti korištenjem držanja u interakciji sa svojim sugovornicima.



Utvrđuje se kako netko sjedi, stoji, njegov/njezin angažman u raspravi i time se pokazuje razina povjerenja. (Knapp i Hall 2010, 29) Neki od načina iskazivanja samopouzdanja su (Dale & Wolf, 2006, 19):

- stajanje sa blago razmaknutim stopalima;
- ramena zakrenuta unatrag;
- uspravna kralježnica;
- uspravno sjedenje i nagnuto prema naprijed;
- držanje u stilu šefa (ovo držanje pokazuje da je političar, odnosno javni govornik vrlo samouvjeren znajući važnost njegov/njezin društveni položaj).

Konačno, odjeća također može igrati važnu ulogu za političare tijekom njihovih javnih nastupa; Pravilan odabir odjeće jača vjerodostojnost verbalne poruke i utječe na procjenu izvođača, dajući nam informaciju o statusu govornika.

#### **4. ANALIZA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE DONALDA TRUMPA**

Donald Trump je doista jedinstvena osoba, sa svojim stilom. Trumpov način komuniciranja neobičan je i težak. Vjeruje da je isprika znak slabosti i zato se ne ispričava. Čak i u tweetovima njegove su riječi vrlo oštre prema drugima. On usvaja isti stil retorike bilo u politici ili trgovini. Sa svojim osobljem koristi nepristojan jezik. Kada želi pokazati svoje misli, koristi svoju moćnu retoriku za manipulaciju i uvjeravanje (Sherman, 2015.).

Sherman (2015) otkriva da Trump ima dvije strane svoje osobnosti: mračnu i svijetlu stranu. To je vidljivo kroz njegovo ponašanje. Izravan je, prilagodljiv i precizan u donošenju odluka, smiren i nije nervozan kada je pod pritiskom. Koncentrira se na svoje ambicije koje obično želi pobijediti. U društvu je sklon zabavi i ne obraća pažnju na druge dok govore, želi da ga se sluša dok govori besmisleno i više. Zna kako učinkovito koristiti govor tijela kako bi prenio svoju poruku, emocije i utjecao na emocije ljudi.

Štoviše, Trump često koristi jedinstveni govor tijela koristeći geste i izraze gornjeg dijela tijela, ostajući na mjestu kako bi iznio svoje mišljenje. To ukazuje na osjećaj kontrole i moći, a ne na više suradnički pristup. Trump to radi namjerno, zna kako svoje protivnike učiniti blesavima, kako biti u kontaktu s publikom (čak i kada ne govori) i kako jednim jednostavnim pogledom utjecati na emocije publike (Riggio, 2015).

##### **4.1. Fizički izgled i stil odijevanja**

Kako je ranije u radu spomenuto, Paul Watzlawick poručio je kako je nemoguće ne komunicirati te sukladno njemu ljudska komunikacija nije samo verbalna, već se može izraziti paraverbalnim i neverbalnim znakovima, poput boje i tonaliteta glasa, stava i stila odijevanja.

Primjerice, viši urednik novina Time, Ryan Teague Beckwith 2016. godine opisao je Trumpov način odijevanja kao „mogul s Wall Streeta iz ere Reagana“. On je istaknuo kako je Trumpov stil odijevanja konstantno poručivao temu njegove izborne kampanje, a to je da je Amerika nekada bila velika i da joj on planira vratiti staru slavu (Teague Beckwith, 2016). Donald Trump je tijekom svojih predsjedničkih izbora gotovo uvijek nosio odijelo i kravatu, što je

ujedno i modna karakteristika koju se povezuje s većim političkim kredibilitetom. Dana 15. lipnja 2015. Trump je ismijao jednog od svojih političkih protukandidata, Jeba Busha, izjavivši kako ne zna staviti kravatu ni sako. Trumpov stil odijevanja bio je konstantan tijekom cijele kampanje te je Beckwith čak opisao takav stil odijevanja kao svojevrsnu uniformu, a što je bio i zaštitni znak Trumpa, koji mu je ujedno i omogućio da ga birači vizualno prepoznaju. Beckwith je također istaknuo kako Trumpov stil odijevanja odgovara stilu tzv. stare škole, za određenu vrstu poslovnih vođa, a posebno onih u tradicionalnim industrijama kao što je proizvodnja, a koju je Trump u svojoj predizbornoj kampanji obećao revitalizirati (Teague Beckwith, 2016). Tako, dio politike ovog republikanskog kandidata odražavao se i na njegovu garderobu.

Štoviše, Trump je favorizirao tzv. kutijasta odijela, koja obično čine da osoba izgleda veće i širih ramena, kako je Beckwith tvrdio, a čime se naglašava njegova visina i čini ga muževnijim (Teague Beckwith, 2016). Kako je komentirao u svojem članku, Trump je preferirao crvene kravate, boju koja je podsjećala na Reaganovo doba i povezivala se s Republikanskom strankom. Trump ih je često kombinirao s bijelom košuljom i otkopčanim odijelom kako bi se kravata najviše isticala (Teague Beckwith, 2016). Ta karakteristika Trumpova odijevanja postala je toliko kulturna da je na kraju bila i ispolitizirana.

Nadalje, što se tiče fizičkog izgleda, Trump je često bio ismijavan zbog svoje lažne frizure i narančastog tena koji je imao na početku svoje kampanje, do te mjere da su se mnogi „memovi“ na internetu bavili njegovim neobičnim tenom i frizurom, ponekad ga čak i uspoređujući s lutkom trola ili izvanzemaljskim TV likom Alfom. Prema Ronaldu E. Riggio, u njegovu članku za *Psychology Today*, Trumpova frizura bila je osebujna i pomogla mu je da se istakne među političkim protukandidatima (Riggio, 2015). I Riggio i Adams (2016) složili su se da je to moglo spriječiti da ga se ozbiljno shvati kao potencijalnog nacionalnog vođu. Međutim, Trump je postupno popravio svoj lažni ten, koji je postao manje narančast i poboljšao svoju frizuru, čime je do dana izbora ismijavanje gotovo prestalo. Prema Adamsu, ta promjera pomogla mu je ostvariti pobjedu na izborima (Adams, 2016, 240).

Sa svojim populističkim govorima i političkom agendom usmjerenom na otvaranje radnih mjesta, Donald Trump je svoju poruku u osnovi upućivao publici plavih ovratnika, a njegov fizički izgled nesvjesno je odražavao tu poruku.

Barrier (2014) je u svojoj knjizi tvrdio da se visoki ljudi često percipiraju kao dominantni. Obzirom da se visina često poistovjećuje s moći, senator Rubio nazvao je Trumpa "Big Don" nakon što ga je nazvao "Little Marco" nenamjerno te poručio da njegov protivnik dominira raspravom (Hensch, 2016).

Konačno, prema stručnjaku za govor tijela, kvadratne glave obično se povezuju s autoritarnim osobama, dok ovalne glave više odgovaraju smirenim i sabranim ljudima. Donald Trump je često opisivao kao autoritarna osoba, do te mjere da su ga neki demokrati čak nazivali "sljedećim Hitlerom" (Cole, 2019). Premda mnogi tvrde da oblik glave nema nikakav utjecaj na uvjerenja i ponašanje osobe, postoji uvjerenje da ono može utjecati na percepciju javnosti i biti usklađena ili neskladna s osobnošću pojedinca. U slučaju Trumpa, to se poklapalo s njegovim dominantnim temperamentom i njegovim ekstremnim političkim idejama.

#### **4.2. Rukovanje**

Rukovanje postoji tisućama godinama i koristi se u mnogim kulturama, a danas se najčešće koristi kao način pozdravljanja. Međutim prema Barrieru, ono se može koristiti i kao sredstvo uspostavljanja odnosa moći između dviju osoba (2014, 16). Primjerice, čvrsti stisak može biti način da se pokaže dominacija nad osobom, a produljeno trajanje istoga može dovesti osobu ili sugovornika u neugodnu situaciju.

I kao kandidat, a kasnije i kao predsjednik, Donald Trump je redovito morao pozdravljati druge političare i lidere rukovanjem, no vrlo često je to činio na poseban način.

Za Trumpa je rukovanje manje gesta mira nego izjava superiornosti. Obrati li se pažnja na stisak koji je dao svom kandidatu za vrhovni sud, Neilu Gorsuchu, povlačeći suca prema sebi kao da je pas kućni ljubimac na uzici. Trump je napravio sličnu predstavu nadmoći alfa mužjaka sa Shinzom Abeom, stežući i povlačeći Abeovu ruku punih 18 sekundi – i izazvavši nezaboravno kolutanje očima japanskog čelnika (Feedland, 2017). James Comey, tadašnji direktor FBI-a, bio je na udaru sličnog pokušaja dokazivanja vlasništva. Svojim prepoznatljivim povlačenjem i pokušajem zagrljaja, Trump je Comeyu poručio "Radiš za mene", te se pokazalo da je taj potez zgrozio Comeya, koji nije htio biti izložen takvom prikazivanju. Sve je ovo popriličan pomak u umjetnosti političkog rukovanja. Prije Trumpa,

svaka polemika oko te geste obično je bila usredotočena na to hoće li se dogoditi ili ne, i hoće li biti javno ili privatno.

Također, Trump je u mnogim prilikama savijao zglob sugovornika u neugodnom kutu i podizao ga. Takva tehnika nerijetko dovodi sugovornika u neugodan položaj kako bi se pokazalo da govornik taj koji ima kontrolu i koji dominira u razgovoru. Tijekom sastanka u Ovalnom uredu između predsjednika Trumpa i japanskog premijera Shinza Abea, američki čelnik viđen je kako lagano lupka po Abeovoj ruci nakon što je nekoliko puta trzao zapešćem i trzao ga. To je djelovalo poprilično umirujuće ponašanje predsjednika Trumpa, koji je time želio uravnotežiti agresivnost svog stiska prijateljskom i miroljubivom gestom (Quartz, 2017). U slučaju ovog konkretnog susreta, rukovanje je trajalo neuobičajeno dugo, 19 sekundi, što, kako je objasnio Guy Barrier, može dovesti u neugodnu situaciju osobu koja je tako prisiljena produžiti stisak.

Dana 17. srpnja 2017. predsjednik Trump, koji je posjetio Champs Elysees u društvu Emmanuela Macrona, rukovao se s francuskim čelnikom čitavih 28 sekundi, produživši trajanje rukovanja više nego što je bilo potrebno dok je redovito trzao Macrona za ruku i lagano tapkao po ruci. To pokazuje da je osim prijateljskog, ali neugodnog rukovanja između dvojice predsjednika, u igri bila borba za vlast (Chillizza, 2017).

Agresivni stil rukovanja Donalda Trumpa način je da pokaže da ima kontrolu nad interakcijom i da dominira. Njegov neobičan stisak karakteriziraju trzaji, savijanja zapešća drugoga i nekoliko tapkanja po ruci. Vrlo je vjerojatno da se vođa poput kanadskog premijera Justina Trudeaua pripremio prije svog prvog sastanka s Trumpom 13. veljače 2017. jer je viđen kako se čvrsto opire tehnikama američkog predsjednika i održava ravnotežu (Brown, 2017).

Drugi, poput portugalskog predsjednika Marcela Rebela de Souse, otišli su toliko daleko da su protiv njega upotrijebili Trumpove tehnike. Doista, tijekom posjeta Bijeloj kući u srpnju 2018., povukao je američkog čelnika tijekom njihova rukovanja, na veliko iznenađenje potonjeg (Baynes, 2018).

### 4.3. Gestikulacija rukama

Kada se obraća velikoj publici, govornik obično koristi geste rukama kako bi istaknuo interpunkciju i poboljšao svoj govor. Takvi pokreti interpunkcije često se nazivaju „gestama palice“ (Oxford Reference, 2023). Za potonje se kaže da su polusvjesni jer podržavaju verbalnu komunikaciju bez da ih govornik neprestano kontrolira. Štoviše, ove „geste palice“ publici prenose različite poruke koje je mogu informirati o stavu koji govornik zauzima o određenoj temi (Barrier, 2014, 99).

Na primjer, Donald Trump često je koristio znak "OK", koji uključuje pritisak kažiprsta na palac. Prema profesoru Geoffreyu Beattieju, autoru knjige *Rethinking Body Language*, ne samo da je ova gesta naglasila dijelove poruke koje je Trump smatrao važnima, već je prenijela preciznost i kontrolu nad temom o kojoj je riječ (Beattie, 2016). Treba napomenuti da je znak „OK“ često je pratio znak "L", koji se sastojao od formiranja kuta od 90 stupnjeva između kažiprsta i palca. U jednom od svojih govora Trump je izjavio da želi zaštititi "svaki posljednji američki posao" dok je prve tri riječi te rečenice naglašavao gestom "OK" i završavao na znaku "L" (Dunham, 2016). Adrien Rivierre, potpredsjednik frankofonske Federacije debata, dodao je da je "OK" gesta rukom koju je Donald Trump najviše koristio kao stup njegove neverbalne komunikacije (Rivierre, 2017).

Prema Rivierreu (2017), Donald Trump je često upirao prstom u publiku, bilo da ju želi označiti ili osuditi. Iako se ne preporučuje korištenje ovog znaka jer se može shvatiti kao optužujući, Trump ga je često koristio tijekom svoje kampanje (slika ispod).

*Slika 1. Donald Trump - upiranje prsta u publiku*



Premda se upiranje prstom može smatrati nepristojnim kada je izravno upućen prema nekome, no Trump se njime koristio s ciljem povezivanja s pojedincem ili grupom u publici. Ovo koriste skoro sve političke i slavne osobe kako bi barem pokušali pokazati osobi ili grupi da je primijećena.

Prema Rivierreu, kada je Trump uperio prst ispod ili u razinu svojih ramena, bilo je to kako bi istaknuo situaciju koja mu je bila problematična, poput ilegalne imigracije ili kako bi optužio nekog od svojih političkih protivnika (Rivierre, 2017).

Međutim, značenje takve geste bilo je drugačije kada ju je podigao iznad ramena. U ovom slučaju, naznačio je da je ono što će reći vrlo važno; etablirao se kao osoba koja je držala istinu pred publikom koja ga sluša (Rivierre, 2017). Ukratko, upiranje prstom obično je povezano s osjećajem agresivnosti i autoriteta, ovisno o tome kako se koristi.

U politici, geste rukama poput pokazivanja prstom i znakova "OK" nisu posebno rijetke, ali znak "L" prilično je jedinstven za Trumpovu neverbalnu komunikaciju, kao što je primijetio Bettie (2016).

*Slika 2. Donald Trump - OK znak.*



Znak „OK“, kako je prikazano na slici iznad, Trump je koristio s ciljem da pokaže da je siguran u sebe, ima kontrolu nad činjenicama ili je želio da ljudi obrate pozornost. To je, također, uobičajena gesta među političarima koji žele istaknuti svoj stav.

*Slika 3. Donald Trump - L znak*





Štoviše, kada je govorio o zidu koji je htio graditi na meksičkoj granici često se služio vrlo neobičnom gestom ruke. U tim trenucima fizički je oponašao otpor nevidljivog zida s objema rukama koje su se pomicala u skladu. Time je tadašnji republikanski kandidat donosio vizualnu potvrdu svojoj verbalnoj poruci, što bi se moglo shvatiti kao način pretvaranja ideje o zidu u opipljivu stvarnost. Profesor i stručnjak za vodstvo, Ronald E. Riggio komentirao je da paralelne geste obično stvaraju dojam povjerenja i autoriteta, što je dobar način da se utječe na publiku (Riggio, 2015).

*Slika 4. Donald Trump - gesta nevidljivog zida*



Kada je Trump napravio gestu nevidljivog zida, učinio je to pomicanjem obje ruke na sinkroničan i paralelan način, što je pojačalo utjecaj njegove poruke. Donald Trump gestom nevidljivog zida, s obje ruke koje sugeriraju „stop“, htio je ukazati na hitnu reakciju na prijetnje s kojima se Amerika bori. U želji da zaštiti SAD od prijetnji kriminala sa teritorija Meksika, Trump je za vrijeme svojeg mandata kao predsjednik htio izgraditi zid na granici sa Meksikom, što je u svojem javnom nastupu nastojao prikazati.

Nadalje, kao što je primijetio analitičar govora tijela Adrien Rivierre, Donald Trump često bi pokazivao otvorene dlanove kad bi iznio tvrdnju za koju je vjerovao da će je kritizirati njegovi protivnici (Rivierre, 2017). Iako je to ponekad koristio kao obrambeni mehanizam, otvoreni dlanovi obično izražavaju iskrenost i predstavljaju umirujuću gestu.

*Slika 5. Donald Trump - otvorene ruke*



Gesta otvorenih ruku općenito se koristi kao svojevrsni simbol pokoravanja te za mjerenje reakcija kod publike. Samo pokazivanje otvorenih ruku, odnosno dlanova upućuje na gestu pokornosti. Međutim, Trump ju je koristio kada nije znao odgovor na postavljeno pitanje ili kada je procjenjivao reakcije publike. Također, ljudi ovu gestu znaju koristiti kao znak iskrenosti i kada žele dati nekome do znanja da nemaju loših namjera.

Takva posebna gesta također može izraziti uključenost i "izgraditi 'mi' vezu s publikom, a upravo je to bio način na koji je Trump nastojao pokazati da su njegove emocije u skladu. Dodatno, mnogi kandidati su ga cijenili zbog njegove autentičnosti i sposobnosti emocionalnog povezivanja s javnošću.

#### 4.4. Facijalne ekspresije

Utjecaj facijalne ekspresije u komunikaciji prvenstveno proizlazi iz sposobnosti osobe da prenosi svoje emocije, kroz ono što neuroznanstvenici nazivaju zrcalnim neuronima, odnosno neuronima koji se slično ponašaju u mozgu govornika i sugovornika u komunikaciji (Pineda, 2009). Drugim riječima, publika može osjetiti emocije izražene kroz crte lica te doživljava reakcije sukladno facijalnim ekspresijama govornika. Ukoliko se govornik smiješi ili izgleda samouvjeren, publika će doživjeti osjećaje radosti ili da je govornik iskren u svojoj poruci.

Nasuprot tome, nekontrolirane ili neizražajne crte lica mogu odavati govornikovu nelagodu, što može nesvjesno ukazivati na nedostatak samopouzdanja ili čak na prijevaru. U slučaju Trumpa, činjenica da ima izražajne crte lica i da kontrolira svoj govor tijela omogućuje mu da izgleda autentično i samopouzdan, što su dvije glavne karakteristike njegova komunikacijskog stila.

U političkim debatama svaki kandidat dobiva određeno vrijeme da odgovori na pitanja moderatora ili da izrazi svoje ideje o određenim temama. To implicira da sudionici mogu kritizirati jedni druge tijekom ovog prozora mogućnosti, dok njihovi suparnici ne mogu trenutačno uzvratiti. Donald Trump je u tim trenucima svojim govorom tijela komunicirao ono što nije mogao verbalno. Primjerice, kada bi od nekoga od svojih političkih protivnika čuo nešto s čime se ne slaže, republikanski kandidat često bi kolutao očima kako bi izrazio neslaganje. Slično, tijekom završnih predsjedničkih debata protiv demokratske kandidatkinje Hillary Clinton, svoje neslaganje bi izražavao i napučivanjem usana, kako je otkrila stručnjakinja za govor tijela Tonya Reinman. No, vrlo je vjerojatno da Trump nije bio ni svjestan tog izraza koji je redovito prikazano jer je obično trajalo djelić sekunde, što ga čini onim što se u sinergologiji naziva mikro izrazom (Mandal & Awasthi, 20105).

Nadalje, kad je pokušavao odvratiti kritike, redovito je slijegao ramenima. Prema bivšem agentu kontraobavještajne službe FBI-a Joeu Navarru, slijeganje ramenima je univerzalna gesta koja sugerira da se osoba distancira od poruke svog sugovornika; tipično način da se pokaže da on "ne zna" (Navarro, 2012). Osim toga, Trump je često pokazivao dominantne izraze lica poput režanja ili smiješka. Prema Riggioni (2015), ljudi koriste režanje kao znak agresije ili gađenja, dok smijeh pokazuje neslaganje ili nezadovoljstvo, ali na dominantan

način. U političkim debatama, Trump je rečao kako bi izrazio neprijateljstvo i smiješio se kako bi se narugao govorniku, ali ponekad i kako bi prikrio vlastitu nespretnost.

Doista, djelovao bi manje dominantno u svojim interakcijama. Donald Trump ima izražajne crte lica i drži kontrolu nad govorom tijela čak i u neugodnim situacijama, što projicira sliku autentičnog i samouvjerenog muškarca. Njegovi izrazi lica, poput režanja i smiješka, obično su odavali da se ne osjeća ugroženim od protivnika. Oni su odraz njegove dominantne osobnosti, iako se njegovo slijeganje ramenima može vidjeti kao prilično podložno. Nadalje, kada se govori o Trumpovim facijalnim ekspresijama, tijekom svoje političke karijere i javnih nastupa kao predsjednik, Trump je ipak koristio različite izraze lica s različitim porukama, poput (Collet, 2017):

1. Alfa lice - tijekom kampanje, Trump je zasjenio Clinton u mačo ulogama, usvojivši "alfa lice" spuštenih obrva, suženih očiju i čvrsto postavljenih usta. Ovaj izraz je antiteza podložnosti, a sami psiholozi tvrde da moćni muškarci pokazuju smanjenu razinu osmijeha, dok će pojedinci koji žele pokazati da nisu prijetnja vjerojatnije podići obrve, razrogačiti oči i nabaciti osmijeh, što je upravo suprotno od onoga što je Trump radio u ovom nastojanju da podsjeti sve da on nije tip kakvog možete gurati okolo.
2. Ljutito lice - većina političara, kad su ljuti, dopustit će si mrvicu ogorčenja, no Trumpu to nije bilo dovoljno, pa kada se razbjjesnio, dao je sve od sebe i proizvodio nevjerovatne spektakle bijela popraćene suženim očima, čvrsto skupljenim obrvama, otvorenim ustima i napetom čeljusti, pri čemu je i sam bio svjestan da „ispucavanje“ bijesa pojačava dojam dominantnosti.
3. Podbradak – jedan od načina pokušaja da izgleda kao čvrsti političar bilo je i isticanje podbratka, pri čemu se sociolozi oslanjaju na činjenicu da muškarci s većom bradom imaju višu razinu testosterona i, djelomično zbog toga, imaju veću vjerojatnost da će doći do položaja moći, a koristeći se isticanjem podbratka, Trump je u cijelosti iskorištavao tu činjenicu, zabacujući pritom glavu unatrag, izbacujući donju čeljust i nastojeći ostaviti dojam da zaslužuje biti glavni.
4. Veliki osmijeh – premda je Trump instinktivno znao prepoznati ponižavajući potencijal osmijeha, postoje situacije kada je bio spreman odbaciti oprez u vjetar i dati puni osmijeh, sa zubima na vidjelu i borama oko kutova očiju - potonje je značajka koji definira istinski nasuprot lažnom prikazu sreće te je imao tendenciju proizvesti blistave

osmijehe kada je u društvenom okruženju i kada nije osjećao potrebu izgledati kao vođa ili kada je bio s ljudima u čijem društvu uživa.

5. Zategnuti osmijeh – standardni Trumpov osmijeh kada je bio u javnosti, a kojeg karakteriziraju zatvorena usta i sakriveni zubi, stvarajući tako osmijeh koji je izgledao poput patentnog zatvarača, a pri čemu je izbjegavajući puni osmijeh, Trump bio u stanju djelovati oprezno, a istovremeno ostavljajući svoje mogućnosti otvorenima, dok psiholozi tvrde da je širina usta povezana sa spremnošću za fizičku borbu te da muškarci sa širim ustima imaju veću vjerojatnost doći do vodećih pozicija (slika 6. ispod).
6. Napućena brada – veliki dio osmjeha „patentnog zatvarača“ popraćen je napućenom bradom, a što psiholozi nazivaju "pomiješanim izrazima lica", a prisutnost ovog dodatnog izraza lica prilično je značajna jer ljudi često uvuku bradu kad se osjećaju ugroženo - to je način napinjanja brade u iščekivanju simboličnog udarca u lice, dok je činjenica da se napućena brada pojavljuje u tolikom broju Trumpovih osmjeha sugerira da se on često osjeća ugroženo, s obzirom da su takvi osmjesi učinkoviti u privlačenju pozornosti ljudi, a pri čemu su Trumpu predstavljali savršeno sredstvo za prikrivanje osjećaja ranjivosti.
7. Pretjerano napućena usta – tijekom svih njegovih javnih nastupa, ovaj izraz lica u Trumpa definitivno je bio jedan od najzapamćenijih, a upravo je to bio još jedan od primjera generalizirane strategije koja uključuje korištenje "nadnormalnih podražaja" kako bi privukao pozornost na sebe (slika 7. ispod).

*Slika 6. Donald Trump - zategnuti osmijeh*



Donald Trump koristio je zategnuti osmijeh kao preteču poruzi ili prijetnju. Ovaj osmijeh inače se smatra jednim od tzv. jadnih osmijeha, koji se pojavljuje u osoba koje imaju želju naceriti se nekome, a pri čemu kontrolira svoj intenzitet osmijeha. Trump je često koristio ovu vrstu osmijeha, imajući tendenciju dominirati i voditi, a što je i činio za vrijeme svoje političke karijere. Također, ovaj osmijeh bio je ujedno i jedan od najčešćih koje je Trump javno pokazivao.

*Slika 7. Donald Trump - pretjerano napućena usta*



Donald Trump ima izražajne crte lica i drži kontrolu nad govorom tijela čak i u neugodnim situacijama, što projicira sliku autentičnog i samouvjerenog muškarca. Njegovi izrazi lica, poput režanja i smiješka, obično su odavali da se ne osjeća ugroženim od protivnika. Oni su odraz njegove dominantne osobnosti, iako se njegovo slijeganje ramenima može vidjeti kao prilično podložno.

## 5. ZAKLJUČAK

Neverbalna komunikacija danas ima nepobitnu važnost, naročito kada je riječ o javnim nastupima brojnih političkih i drugih poznatih osoba, a razlog tome jest što se vjerodostojnost i kredibilnost nekog pojedinca pretežito mjeri koliko iskreno neki govornik iznosi svoje stavove, želje i planove. Premda neke političke osobe ne iznose istinu, ali ni ne pokazuju neverbalne znakove laganja, njihovo djelovanje kad-tad ukaže na to da ono što su bili rekli nije bila istina.

Donald Trump je u svojim političkim javnim nastupima itekako ostavljao dojam da je svjestan vlastite moći. Premda je njegova neverbalna komunikacija ponekad odavala njegove stvarne emocije, on odlično upravlja određenim neverbalnim porukama i signalima poput rukovanja, isticanja bitnog, osmijeha, izbjegavanja odgovora, manipuliranja publikom te vodstva tijekom nekog događaja. Iako prije svojeg kandidiranja za predsjednika Trump nije imao iskustva u političkoj karijeri, danas je jedna od prepoznatljivih političkih osoba dominantnog karaktera, koji u publici izaziva osjećaj strahopoštovanja.

Njegovi izrazi lica (pogledi i geste) i fizičke karakteristike služile su kao pokazatelji izražavanja moći i dominacije. Ta donošenja dominacije i moći i kroz komunikacijsko djelovanje mogu naknadno imati veliki dojam na percepciju ljudi o Trumpovim sposobnostima vodstva. Stoga su pridonijeli njegovoj neočekivanoj pobjedi kao novoizabranog predsjednika Sjedinjenih Država.

Pobjeda Donalda Trumpa mogla bi, stoga, biti djelomično posljedica načina na koji je Trump utjelovio dominaciju i moć u svojim kako verbalnim, tako i neverbalnim komunikacijskim radnjama u određenim sekvencama predsjedničkih debata.



## 6. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Dunja Kaleb**

**Matični broj studenta: 2411044767**

**Naslov rada: Korištenje neverbalne komunikacije u politici**

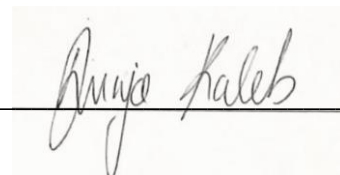
Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

13.3.2024

Potpis studenta



## 7. LITERATURA

### 7.1. Knjige i radovi

Argyle, M., 1975. *Bodily communication*. London: Methuen.

Axtell, R. E., 2001. *The do's and taboos of body language around the world*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Beattie, G., 2016. *Rethinking body language: how hand movement reveal hidden thoughts*. First edition ur. London; New York: Routledge.

Berggren, N., Jordahl, H. & Poutvaara, P., 2010. The looks of a winner: Beauty and electoral success. *Journal of public economics*, 94(1-2), pp. 8-15.

Brajša, P., 2000. *Umijeće razgovora*. Pula: C.A.S.H.

Bratanić, M., 1993. *Mikropedagogija: interakcijsko-komunikacijski aspekt odgoja*. Zagreb: Školska knjiga.

Burgoon, J. K., Birk, T. & Pfau, M., 1990. Nonverbal behaviors, persuasion, and credibility. *Human communication research*, 17(1), pp. 140-169.

Burić Moskaljov, M., 2014. *Poruke bez riječi: Umijeće neverbalnog komuniciranja*. Zagreb: TIM Press.

Brydon, S., Hellweg, S. A. & Pfau, M., 1992. *Televised presidential debates: advocacy in contemporary America*. New York: Praeger.

Dale, P. & Wolf, J. C., 2006. *Speech communication made simple*. Third edition ur. New York: Pearson Education.

DeVito, J. A., 2012. *Essential elements of public speaking*. Sixth edition ur. London: Pearson Education.

Druckman, J. N., 2003. The power of television images: the first Kennedy-Nixon debate revisited. *The Journal of politics*, 65(2), pp. 559-571.

Duck, S., 1994. *Meaningful relationships: talking, sense, and relating*. Thousand Oaks: Sage.

Dumitrescu, D., 2016. Nonverbal communication in politics: a review of research developments, 2005-2015. *American behavioral scientist*, 60(14), pp. 1656-1675.

Fox, R., 2006. *Poslovna komunikacija*. 2. dopunjeno izdanje ur. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Horiuchi, Y., Komatsu, T. & Nakaya, F., 2012. Should candidates smile to win elections? An application of automated face recognition technology. *Political psychology*, 33(6), pp. 925-933.

Kamins, M. A., 1990. An investigation into the "Match-up" hypothesis in celebrity advertising: when beauty may be only skin deep. *Journal of advertising*, 19(1), pp. 4-13.

- Kimmelmeier, M. & Winter, D. G., 2008. Political psychology. *Sowing patriotism, but reaping nationalism? consequences of exposure to the American flag*, 20(6), pp. 859-879.
- Knapp, M. L. & Hall, J. A., 2010. *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Mandal, M. K. & Awasthi, A., 2010. *Understanding facial expressions in communication: cross-cultural and multidisciplinary perspectives*. New Delhi: Springer India.
- Hess, U., 2016. Nonverbal communication. U: H. S. Friedman, ur. *Encyclopedia of Mental Health*. Waltham: Elsevier Academic Press, pp. 208-218.
- Mattes, K. & Milazzo, C., 2014. Pretty faces, marginal races: Predicting election outcomes using trait assessments of British parliamentary candidates. *Electoral studies*, Svezak 34, pp. 177-189.
- McKay, M., Davis, M. & Fanning, P., 2021. *Sztuka skutecznego porozumiewania się*. Gdansk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Miletić, N., 2012. Gdje je granica između profita i slobodne produkcije. *Liburna: međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje*, 1(1), pp. 48-59.
- Miljković Krečar, I. & Kolega, M., 2013. *Psihologija u poslovnom okruženju*. Zagreb: Vern.
- Miljković, D. & Rijavec, M., 2002. *Neverbalna komunikacija*. Zagreb: Edicija Obelisk.
- Muhammed, L. H., 2022. A pragmatic study of the verbal and non-verbal communication of Trum in some selected newspapers. *Journal of language and linguistic studies*, 18(1), pp. 1340-1351.
- Pease, A. & Pease, B., 2012. *Velika škola govora tijela: neverbalno izražavanje, kulturološki uzorci sporazumijevanja i čitanje između redaka*. 12. izdanje ur. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Pineda, J. A., 2009. *Mirror Neuron Systems: The Role of Mirroring Processes in Social Cognition*. New York: Springer-Verlag.
- Powell, T., Boomgaarden, H. G., de Swert, K. & de Vreese, C., 2015. A clearer picture: the contribution of visuals and text to framing effects. *Journal of communication*, Svezak 65, pp. 997-1017.
- Pšunder, M., 2002. Global communication. *Informatiologia*, 35(1), pp. 20-25.
- Spezio, M. L. i dr., 2012. Thin-slice decisions do not need faces to be predictive of election outcomes. *Political psychology*, 33(3), pp. 331-341.
- Rosenberg, S. & Bohan, L. M. P. H. K., 1986. The image and the vote: the effect of candidate presentation on voter preference. *American journal of political science*, 30(1), pp. 108-127.
- Tomić, Z., 2012. *Osnove političkog komuniciranja*. Zagreb: Synopsis d.o.o.
- Wasike, B., 2019. Gender, nonverbal communication, and televised debates: a case study of Clinton and Trump's nonverbal language during the 2016 Town Hall debate. *International journal of communication*, Svezak 13, pp. 251-276.
- West, R. L. & Turner, L. H., 2004. *Introducing communication theory: analysis and application*. New York: McGraw-Hill.

## 7.2. Internetski izvori

Baynes, C., 2018. *Independent*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/trump-handshake-portugal-president-rebelo-de-sousa-white-house-a8422741.html>  
[Pokušaj pristupa 8 prosinac 2023].

Brown, D., 2017. *VICE*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.vice.com/en/article/nz9wpd/the-definitive-analysis-of-the-handshake-between-donald-trump-and-justin-trudeau>  
[Pokušaj pristupa 8 prosinac 2023].

Chillizza, C., 2017. *CNN Politics*. [Mrežno]  
Available at: <https://edition.cnn.com/2017/07/14/politics/a-second-by-second-analysis-of-the-trump-macron-handshake/index.html>  
[Pokušaj pristupa 7 prosinac 2023].

Cole, D., 2019. *CNN Politics*. [Mrežno]  
Available at: <https://edition.cnn.com/2019/03/20/politics/james-clyburn-trump-hitler-comparison/index.html>  
[Pokušaj pristupa 7 prosinac 2023].

Collet, P., 2017. *The Guardian*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/15/the-seven-faces-of-donald-trump-a-psychologists-view>  
[Pokušaj pristupa 9 prosinac 2023].

Dunham, J., 2016. *CTV News*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.ctvnews.ca/mobile/world/debate-body-language-decoding-trump-and-clinton-s-unspoken-messages-1.3090473?cache=yesclipId10406200text/html;charset=utf-80404/7.626236/7.626236/7.626236>  
[Pokušaj pristupa 8 prosinac 2023].

Feedland, J., 2017. *The Guardian*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.theguardian.com/us-news/2017/may/28/the-trump-handshake-how-world-leaders-are-fighting-back>  
[Pokušaj pristupa 7 prosinac 2023].

Hensch, M., 2016. *The Hill*. [Mrežno]  
Available at: <https://thehill.com/blogs/ballot-box/presidential-races/271743-rubio-calls-trump-big-donald/>  
[Pokušaj pristupa 7 prosinac 2023].

Navarro, J., 2012. *Psychology today*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/spycatcher/201205/what-the-shoulders-say-about-us>  
[Pokušaj pristupa 9 prosinac 2023].

Newman, B. I. & Perloff, R. M., 2004. *Political marketing: theory, research, and applications*. Thousand Oaks: Sage.

Oxford Reference, 2023. *Oxford Reference*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803095451518>  
[Pokušaj pristupa 8 prosinac 2023].

Quartz, 2017. *Quartz*. [Mrežno]  
Available at: <https://qz.com/908186/trumps-uncomfortably-long-handshake-with-shinzo-abe-was-a-power-play-according-to-a-body-language-expert>  
[Pokušaj pristupa 7 prosinac 2023].

Riggio, R. E., 2015. *Psychology today*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/cutting-edge-leadership/201509/top-10-lessons-donald-trumps-body-language>  
[Pokušaj pristupa 5 prosinac 2023].

Rivierre, A., 2017. *Les Echos*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.lesechos.fr/2017/02/la-gestuelle-de-donald-trump-decryptee-par-un-specialiste-161152>  
[Pokušaj pristupa 8 prosinac 2023].

Sherman, R. A., 2015. *Psychology today*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-situation-lab/201509/the-personality-donald-trump>  
[Pokušaj pristupa 5 prosinac 2023].

Teague Beckwith, R., 2016. *Time*. [Mrežno]  
Available at: <https://time.com/4439204/donald-trump-fashion/>  
[Pokušaj pristupa 6 prosinac 2023].

## 8. POPIS SLIKA

Slika 1. Donald Trump - upiranje prsta u publiku .....	27
Slika 2. Donald Trump - OK znak.....	28
Slika 3. Donald Trump - L znak .....	28
Slika 4. Donald Trump - gesta nevidljivog zida .....	29
Slika 5. Donald Trump - otvorene ruke .....	30
Slika 6. Donald Trump - zategnuti osmijeh .....	34
Slika 7. Donald Trump - pretjerano napućena usta.....	35