



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA

**-UTICAJ MEDIJA NA LIČNOSTI POZNATIH POLITIČARA-
-magistarski rad-**

Kandidatkinja:

Azra Sinanbašić

986/II-K

Mentor:

Prof. dr. Fahira Fejzić-Čengić

Sarajevo, Juni 2021



ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA

**-UTICAJ MEDIJA NA LIČNOSTI POZNATIH POLITIČARA-
-magistarski rad-**

Kandidatkinja:

Azra Sinanbašić

986/II-K

Mentor:

Prof. dr. Fahira Fejzić-Čengić

Sarajevo, Juni 2021

Sadržaj

Uvod.....	5
I DIO	6
1.1. Ličnost	6
1.1.1. Definicije ličnosti	6
1.1.2. Dimenzije i tipovi ličnosti	9
1.1.3. Petofaktorski model ličnosti	9
1.1.4. MBTI- Myers-Briggs Type Indicator	15
1.1.5. Struktura ličnosti	20
1.1.6. Obrambeni mehanizmi ličnosti.....	21
1.2. Mediji	25
1.2.1. Uticajnost medija.....	26
1.2.2. Pozitivan i negativan uticaj medija.....	27
1.2.3. Medijske tehnike i alati kreiranja percepcije.....	28
1.2.4. Teorija postavljanja agende	29
1.2.5. Teorija framinga	30
1.2.6. Teorija priminga (udešavanja).....	31
1.2.7. Mediji i politika	32
II DIO	38
METODOLOŠKI PRISTUP NAUČNOM ISTRAŽIVANJU	38
1. Problem istraživanja	38
2. Predmet istraživanja	38
2.1. Kategorijalno pojmovni sistem.....	39
3. Ciljevi istraživanja.....	39
3.1. Naučni cilj	40
3.2. Društveni cilj	40
4. Sistem hipoteza.....	41
4.1. Generalna hipoteza	41
4.2. Posebne-pojedinačne hipoteze.....	41
5. Način istraživanja	42
6. Naučna i društvena opravdanosti istraživanja	42
7. Vremensko (i prostorno) određenje istraživanja	43
III DIO	44
ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	44
3.1. Barack Obama	44
3.1.1. Ličnost i medijski portret.....	44
3.1.2. Uticaj medija na Baracka Obamu.....	52

3.2. Recep Tayyip Erdogan	58
3.2.1. Ličnost i medijski portret.....	58
3.2.2. Uticaj medija na Recepta Tayyipa Erdogana.....	62
3.3. Alija Izetbegović	66
3.3.1. Ličnost i medijski portret.....	66
3.3.2. Uticaj medija na Aliju Izetbegovića	70
3.4. Mahatma Gandhi	72
3.4.1. Ličnost i medijski portret.....	73
3.4.2. Uticaj medija na Mahatmu Gandhija,.....	78
Zaključak	80
Literatura	82

Uvod

Živimo u vremenu u kojem je politička scena postala prenapučena kada se radi o političkim subjektima. U današnje vrijeme se čini da svako može biti političar, a sa kvantitetom opada kvalitet. Promatrajući domaću i stranu političku scenu zapazila sam da, bez obzira na razvijenost određene države, svjedočimo kompleksnosti sistema i velikom broju kako političkih stranaka, tako i političara. S obzirom na takve okolnosti, nije bilo teško odabrati političare koji su se istakli i za koje su manje-više svi čuli, kako bih istražila ono što me zanima. Tako će autobiografska i biografska analiza predsjedničkih ličnosti Baracka Obame, Mahatme Gandija, Recep Tayyip Erdogana i Alije Izetbegovića, pružiti dovoljno podataka kako bismo došli do određenih spoznaja o transformaciji ličnosti kroz koju političari prolaze kako bi postali uspješni lideri. Kombinacija svih ovih podataka će nam dati potencijalna znanja koja se odnose na centralno pitanje međuodnosa i utjecaja medija i političara te njihovog povratnog uticaja i na društvo. Naročito nas zanima kako su mediji uticali na oblikovanje kako privatnog tako i javnog segmenta ličnosti ovih političara, te će ova dimenzija njihovih ličnosti također biti istražena. Na koncu ćemo moći uporediti i procijeniti koliki je stepen stabilnosti koji su ispoljili. Ko zna, možda se iznenadimo spoznajom da mediji i nisu ostvarili značajan uticaj na ove političare i da je upravo to ono što ih odvaja od ostatka političkog svijeta. Možda su dosljednost u karakteru i nepokolebljivost one osobine koje krasi analizirane i odabrane političare biti njihova temeljna odrednica i indikator njihovog uticaja na ljude, okolinu i društvo u cjelini. Ovo je važno istražiti s obzirom na prirodu političke stvarnosti kako sam je prethodno opisala i svi oni koji se kane baviti politikom na način da budu uspješni kao lideri koje analiziram u ovom istraživanju moći će imati uvid u ono šta ih čeka, a moguće i predvidjeti uticaj koji bi mediji mogli imati na njih.

IDIO

1.1. Ličnost

1.1.1. Definicije ličnosti

Jedan od centralnih pojmova ovog rada je ličnost, stoga ćemo pružiti nekoliko definicija prema različitim autorima koje će nas najbolje uputiti prema onome što ličnost predstavlja.

Susan Cloninger (2009), na osnovu pregleda glavnih teorija ličnosti (bioloških, psihodinamskih, kognitivnih, humanističkih, teorija učenja i teorija crta), navodi da ličnost u početku obuhvata biološki determinirane, odnosno naslijeđene komponente, koje su po svojoj prirodi slične onima kod drugih osoba, ali su i u određenoj mjeri različite. Ove urođene tendencije, tokom života individue, moderirane su i usmjeravane iskustvima u porodici i kulturi kojoj osoba pripada, a posljedično razvijene navike, misaoni procesi i emocionalni obrasci također određuju našu ličnost. Cloningerino određenje ličnosti sadrži aspekt njene razvojnosti, te uzajamnog djelovanja (interakcije) naslijeđa, okoline i aktivnosti pojedinca. Nadalje, u ovoj definiciji je istaknuto da smo u određenoj mjeri slični drugima (univerzalizam), dok smo također donekle jedinstveni (individualizam, osobenost). (Selman, 2015)

Schultz i Schultz (2005) pod ličnošću podrazumijevaju jedinstvene, relativno trajne vanjske i unutrašnje aspekte (osobine, odlike) karaktera osobe, koji djeluju na njeno ponašanje u različitim situacijama. Ova definicija ostavlja prostora za mogućnost djelovanja drugih faktora na ljudsko ponašanje, koji ne moraju potpadati pod osobine ličnosti. Ipak, ona sadrži termin "karakter", koji se uglavnom odnosi na moralni aspekt ličnosti, što je uži pojam od pojma "ličnost". (Selman, 2015)

Za Raymonda B. Cattella (1950), ličnost je ono što omogućava predviđanje šta će određena osoba uraditi u datoj situaciji. Ovom definicijom istaknuta je prediktivna moć osobina ličnosti, dok je s druge strane podcijenjen uticaj okolinskih uslova, odnosno, specifičnost socijalnih situacija u kojima se može osoba zadesiti. Međutim, jedan od osnovnih ciljeva nauke (pored deskripcije i eksplanacije) je i predviđanje, a ono u psihologiji ne podrazumijeva nužno uzročno-posljedičnu vezu između pojava. Dakle, po Cattellovoj definiciji, za osobine ličnosti se ne tvrdi da uzrokuju nečije ponašanje, već da na osnovu njihovog poznavanja možemo pretpostaviti nečije bihevioralne obrasce i načine reagovanja na okolinske uslove. (Selman, 2015)

Za Hansa J. Eysencka (1959), ličnost je suma stvarnih (sadašnjih, trenutnih) ili mogućih (potencijalnih) obrazaca ponašanja osobe, koji su determinirani naslijeđem i sredinom (okolinom). Dakle, Eysenck potcrtava uticaj bioloških (unutrašnjih) i socijalnih (vanjskih) faktora na formiranje ličnosti. Ovoj definiciji bi se možda moglo prigovoriti da je akcenat ipak stavljen na manifestni aspekt ličnosti (obrasci ponašanja), te da ličnost ne mora biti zbir određenih karakteristika, odnosno bihevioralnih obrazaca, već se može odrediti i kao njihov prosjek (tj. kao prosječno, uobičajeno ponašanje neke osobe). (Selman, 2015)

Po Gordonu Allportu (1937a), ličnost je dinamička organizacija onih psihofizičkih sistema unutar osobe, koja određuje za nju karakteristične obrasce ponašanja, mišljenja i emocionalnog reagovanja, odnosno jedinstvenu prilagodbu na okolinu u kojoj se nalazi. Glavna prednost Allportove definicije je u tome da osobinama ličnosti pridaje kvalitete dinamičnosti i organizovanosti (strukture). S druge strane, ovdje je problem odrednica "psihofizički", koja može imati široke konotacije i uključivati mnogo drugih procesa i sistema unutar osobe, naprimjer, inteligenciju i emocije. (Selman, 2015)

Larsen i Buss (2008) definiraju ličnost kao skup psihičkih karakteristika i mehanizama unutar individue koji su relativno trajni i organizovani, i koje utiču na interakcije i adaptaciju osobe na fizičku, intrapsihičku i socijalnu okolinu. I ova definicija je previše široka i može obuhvatati, pored osobina ličnosti, različite oblike inteligencije. Isto tako, jedan od termina koji upotrebljavaju ovi autori ("utiču") eksplicitno aludira na kauzalni odnos osobina ličnosti i okoline, gdje je ličnost uzrok prilagodbe osobe na unutrašnje i vanjske uslove. (Selman, 2015)

McCrae i Costa (1990), dvoje prominentnih istraživača u savremenoj psihologiji ličnosti, ponudili su definiciju crta ličnosti, kao njenih sastavnica. Po njima, crte ličnosti su dimenzije individualnih razlika u tendencijama ispoljavanja konzistentnih obrazaca mišljenja, osjećanja i aktivnosti (McCrae i Costa, 1990). Ovi autori dodaju da su crte ličnosti stabilne tokom života. Ni ova definicija ne isključuje druge psihološke varijable, odnosno individualne razlike koje bi također mogle biti relativno trajne. Međutim, njena je prednost da osobine ličnosti određuje kao tendencije ispoljavanja određenih obrazaca. Dakle, ona ne implicira strogu uzročnost, niti manifestaciju osobina ličnosti kao realnih i opipljivih entiteta, što je u skladu sa samom njihovom prirodom (tj. sa samom činjenicom da su crte ličnosti konstrukti, odnosno latentne dimenzije). (Selman, 2015)

Po Burrhusu F. Skinneru (1953, 1974), ličnost ili self je u najboljem slučaju repertoar ponašanja potaknut organiziranim skupom okolnosti u određenoj situaciji, odnosno skup reakcija na

specifične stimuluse ili podražaje. Skinner, kao zakleti bihevorista, nije se bavio unutrašnjim psihičkim procesima i stanjima, te ova definicija obuhvata samo ponašajne (manifestne) karakteristike ličnosti. Ovdje se pod bihevoralnim obrascima podrazumijevaju i emocionalne reakcije ljudi, naravno, one koje su vidljive i koje se mogu izmjeriti. Dovoljno obuhvatna teorija ličnosti bi trebalo da bude koncipirana na način da se uzme u obzir struktura, razvoj i dinamika ličnosti, te dvosmjerni odnos između osobina ličnosti, aktivnosti pojedinca i okoline. (Selman, 2015)

Kada se isprepletu definicije ličnosti svih ovih autora dobijemo jednu konkretniju, jasniju i precizniju definiciju koja glasi:

Ličnost je skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni, te utječu na interakcije i adaptacije pojedinca na intrapsihičku odnosno unutrašnju, fizičku i socijalnu okolinu. (Randall J. Larsen, 2008)

U nastavku ćemo raščlaniti svaki element ove definicije kako bismo imali jasnu predodžbu o tome šta u modernim teorijskim i naučnim raspravama zapravo znači ličnost.

Psihicke osobine su karakteristike koje opisuju načine na koje se ljudi međusobno razlikuju. Kazati da je netko sramežljiv znači spomenuti jedan način na koji se on razlikuje od drugih, koji su više društveni. Pored toga, osobine također određuju načine na koji su ljudi međusobno slični. Primjerice, ljudi koji su sramežljivi međusobno su slični po tome što su anksiozni u socijalnim situacijama, osobito u situacijama u kojima je pažnja publike usmjerena prema njima. (Randall J. Larsen, 2008)

Psihicki mehanizmi su kao crte ličnosti, jedino što se pojam mehanizmi više odnosi na procese koji se odvijaju u ličnosti. Primjerice, većina psihičkih mehanizama uključuje nekakvu obradu informacija. Netko tko je ekstravertiran, primjerice, može tražiti i uočavati prilike za interakciju s drugim ljudima. Dakle, ekstravertirana osoba je pripravna da uoči određenu vrstu socijalne informacije te da reagira u skladu s njom. Većina psihičkih mehanizama ima tri osnovna sastavna dijela: ulaz, pravila odlučivanja i izlaz. Psihički mehanizmi mogu ljude činiti osjetljivijima na određenu vrstu informacija iz okoline (ulaz), mogu utjecati na njihovo razmišljanje o određenim opcijama (pravila odlučivanja), te mogu voditi ponašanje prema određenim kategorijama reakcija (izlaz). (Randall J. Larsen, 2008)

Unutar pojedinca znači da je ličnost nešto što pojedinac nosi unutar sebe tijekom vremena, od jedne do druge situacije. Definicija ličnosti naglašava da se izvori ličnosti nalaze unutar

pojedince, te da je ličnost stoga stabilna kroz vrijeme i u određenoj mjeri konzistentna u različitim situacijama. (Randall J. Larsen, 2008)

Organizirani znači da psihičke osobine i mehanizmi neke osobe nisu jednostavan i slučajan zbroj elemenata. Upravo suprotno, ličnost je organizirana jer su osobine i mehanizmi međusobno povezani na koherentan način. Psihičke osobine su relativno trajne u vremenu, osobito u razdoblju odrasle dobi, te općenito konzistentne u različitim situacijama. (Randall J. Larsen, 2008)

Naglašavanje sila koje utječu, u definiciji ličnosti znači da crte i mehanizmi ličnosti mogu utjecati na živote ljudi. Interakcije uz različite situacije uključuju percepciju, selekciju, evokaciju i manipulaciju. Naglašavanje adaptacije odražava ideju da se centralno obilježje naše ličnosti odnosi na adaptivno funkcioniranje – postizanje ciljeva, suočavanje, prilagođavanje i nošenje s izazovima i problemima s kojima smo suočeni tijekom života. (Randall J. Larsen, 2008)

Adaptacija na okolinu uključuje fizičku i socijalnu i intrapsihičku okolinu. I tu je jako važna uloga medija koji su predmet našeg interesovanja u ovom istraživanju. Time smo spojili dvije oblasti psihološku i komunikološku, djelatnu praktičnu i komunikacijsku.

1.1.2. Dimenzije i tipovi ličnosti

Za potrebe ovog istraživanja koristit ćemo se petofaktorskim modelom ličnosti koji ispituje pet dimenzija ličnosti i to neuroticizam, ekstraverzija, otvorenost, suradljivost i savjesnost i MBTI upitnikom koji ispituje tipove ličnosti. U nastavku ćemo objasniti oba modela.

1.1.3. Petofaktorski model ličnosti

Prije pronalaska *Big Five* modela, psihologiji ličnosti nedostajala je taksonomija – način razvrstavanja i organiziranja pojmova vezanih uz ličnost – kako bi mogla obuhvatiti i strukturirati specifične probleme koji su se istraživali. Velik broj konstrukata, od kojih su neki imali iste nazive, a mjerili različite koncepte – ili različite nazive pri mjerenju istih obilježja, učinili su nemogućim sistematično skupljanje podataka i spoznaja koje bi dovelo do učinkovite komunikacije između istraživača i značajnijih doprinosa u ovom području. (Karabegović, 2021)

Primjena leksičkog pristupa popločala je put pronalaženju potrebne taksonomije korištenjem izraza iz jezika. Naime, ovaj pristup pretpostavlja da su sve važne i istaknute osobine ličnosti predstavljene u jeziku te da istraživanjem ovih opisnih riječi možemo doći do faktora koji čine ličnost osobe. (Karabegović, 2021)

Allport i Odbert tako su skovali prvu listu termina koji opisuju razlike u ponašanju u engleskom jeziku, koje su podijelili na osobine ličnosti, privremena stanja i raspoloženja, evaluativne procjene ponašanja i reputacije te fizičke karakteristike i talente. (Karabegović, 2021)

Petofaktorski model ličnosti, poznat i kao model Velikih pet, odnosno Big Five, pokušaj je stvaranja univerzalnog sustava kao zajedničkog okvira za proučavanje ličnosti. Proizlazi iz leksičkog pristupa. Naime, ljudi u svakodnevnom jeziku koriste riječi da opišu tuđe osobine, ponašanje ili karakteristike. Sve bitne karakteristike bi trebale biti kodirane u jeziku. Postoji dogovor oko pet faktora, a to su (poredani po količini varijance koju objašnjavaju): ekstroverzija, ugodnost, savjesnost, neuroticizam i kultura, odnosno intelekt (također i otvorenost prema iskustvu). Ovih pet faktora predstavljaju samo jedan deskriptivni model. Ne govori ništa o dinamici u ličnosti, kako se ona razvija. (Vidaković, 2011)

Big Five model je sveobuhvatan, empirijski, rezultat istraživanja vođenog podacima. Identificiranje osobina i struktura ljudske osobnosti je jedan od temeljnih ciljeva u psihologiji uopće. Pet glavnih čimbenika koji određuju ličnost otkrilo je i definiralo nekoliko nezavisnih skupina istraživača (Digman, 1990). Ovi istraživači počeli su proučavati poznate osobine ličnosti, a zatim putem faktorske analize uzeli stotine mjera od tih osobina (samoprocjene i upitnici, procjene vršnjaka i objektivne mjere iz eksperimentalnih nalaza) kako bi se pronašli temeljni čimbenici osobnosti. (Vidaković, 2011)

Početni model unaprijedili su Ernest Tupes i Raymond Christal 1961. godine, koji međutim, nije uspio doći do akademske publike sve do 1980. Godine 1990., J. M. Digman unaprijedio je svoj pet faktorski model ličnosti, koji je Goldberg proširio na najvišu razinu organizacije (Goldberg, 1993). Za tih pet domena utvrđeno je da sadrže najpoznatije osobine ličnosti i pretpostavlja se da predstavljaju temeljnu strukturu u temelju svih osobina ličnosti. Tih pet faktora pružaju bogat konceptualni okvir za integraciju svih istraživanja i teorija u psihologiji ličnosti. Big Five osobine su također nazivaju "Petofaktorskim modelom" ili FFM (Costa i McCrae, 1992), ili kao globalni čimbenici osobnosti (Russell i Karol, 1994). Faktori koji obilježavaju glavne osobine ovog modela pobliže su objašnjeni sklopom ponašanja koji

karakteriziraju te osobine kod ljudi i povezani s određenim domenama života u kojima se manifestiraju. (Vidaković, 2011)

Ekstroverzija

Dimenzija ekstroverzije razlikuje osobe prema tome kako tretiraju svoju društvenu okolinu, jesu li skloni biti okruženi društvom ili su samotnjaci. U području uspjeha na poslu, Barrick I Mount analizirali su 117 istraživanja, sa 23 994 sudionika, te su našli da postoji povezanost ekstroverzije sa svim kriterijima izvođenja za sve vrste zanimanja. Ekstroverzija je valjani prediktor za zanimanja koja uključuju socijalne interakcije (na primjer menadžment i prodaja). Ta dimenzija je presudna za uspjeh, primjerice, komentatora, ali ne i pisca, koji može biti na suprotnom kraju dimenzije ekstrovertiranosti. Ekstroverzija je dimenzija koja ima svoje osobine: srdačnost, društvenost, poduzetnost, traženje uzbuđenja i pozitivne emocije. Pozitivne projekcije ove dimenzije karakteriziraju osobe kao: pričljive, otvorene, aktivne, energične, dominantne, druželjubive itd. Negativne projekcije karakteriziraju osobe (introverte) kao: mirne, povučene, tihe, sramežljive, rezervirane, itd. (Vidaković, 2011)

Na engleskom Extroversion, pa je označavamo velikim slovom (E). Ekstraverti su socijabilni, no to nije jedina njihova karakteristika. Pored toga što vole ljude i preferiraju velike grupe i skupove, ekstraverti su asertivni, aktivni i pričljivi. Oni vole uzbuđenje i stimulaciju, i po prirodi su veseli. Optimistični su i puni energije. Introverti su rezervisani (što ne znači da su nedruštveni), nezavisniji i umereniji (što ne znači letargični i lenji). (Petrović, 2021)

Ekstraverzija podrazumijeva otvoren i energičan pristup životu te uključuje osobine poput društvenosti, pričljivosti i asertivnosti tj. aktivnog zauzimanja za svoja prava u komunikaciji s drugima. Drugi pol ove dimenzije jest introverzija, na kojem se nalaze osobe koje bismo opisali pridjevima kao što su tih, rezerviran, sramežljiv, povučen i sličnima. Introvertirane osobe više će uživati u samostalnim aktivnostima, dok će ekstraverti aktivno tražiti socijalne situacije u kojima se mogu družiti s drugima. Istraživanja su pokazala da ova dimenzija ima i biološku podlogu, odnosno da je živčani sustav introverata osjetljiviji na podražaje te da im je za istu razinu stimulacije potreban manji intenzitet nego ekstravertima. (Karabegović, 2021)

Saradljivost/Ugodnost

Ugodnost je dimenzija koja osobe vrednuje prema tome kako reaguju na tuđa mišljenja i postupke, kao i sklonost ka suosjećanju i kooperativnosti u odnosu s drugima, nasuprot sumnjičavosti i antagonizmu. Individualne razlike očituju se u općenitoj brigi za održavanje socijalne ravnoteže. Osobe visoko na dimenziji ugodnosti smatraju se: simpatičnima, ljubaznima, punim razumijevanja, blagima, toplima, velikodušnima, te punim povjerenja itd. Osobe visoko na dimenziji ugodnosti smatraju se: bezosjećajnim, svadljivima, hladnima, neprijateljski nastrojenima, onima koji traže pogreške. (Vidaković, 2011)

Na engleskom Agreeableness, pa je označavamo velikim slovom (A). Isto kao i Ekstraverzija, saradljivost je pre svega dimenzija interpersonalnih tendencija. Saradljiva osoba je bazično altruistična. Ona simpatiče i saoseća sa drugim ljudima, ima potrebu da im pomogne i veruje da će i drugi ljudi prema njoj biti isto tako velikodušni. Osoba niska na A je egocentrična, skeptična u pogledu namera drugih ljudi, antagonistički i takmičarski nastrojena. Nisko A je u vezi sa narcističkim, antisocijalnim i paranoidnim poremećajima ličnosti, dok je visoko A u vezi sa poremećajima zavisnosti. (Petrović, 2021)

Odnosi se na prosocijalno ponašanje nasuprot neprijateljskom te uključuje altruizam (nesebično pomaganje drugima), povjerljivost i skromnost. Osobe visoko na ovoj dimenziji brižne su prema drugima, pružaju im podršku i utjehu, naglašavaju pozitivne osobine kada pričaju o nekome te su spremnije na suradnju za razliku od onih koji se nalaze na drugom polu, koji su više orijentirani na sebe, neljubazni, emocionalno „hladni“ te više ulaze u sukobe s drugima. Pokazalo se da postoji povezanost niske ugodnosti i rizika za kardiovaskularne bolesti, kao i maloljetničke delinkvencije i interpersonalnih problema. (Karabegović, 2021)

Savjesnost

Savjesnost je dimenzija koja definira odnos prema obvezama i poslu, Osobe visoko na ovoj dimenziji su: organizirane, temeljite, efikasne, odgovorne, pouzdane, na koje se može osloniti. Ovaj faktor kod osoba se očituje i kao sklonost planiranju nasuprot spontanog ponašanja. Negativne projekcije kao alternativne interpretacije faktora se javljaju rijetko. Ipak se mogu navesti želja za postignućem, usmjerenost na zadatak i dr. (Vidaković, 2011)

Na engleskom je označavamo kao Conscientiousness (C). Sposobnost kontrole impulsa je prije svega u vezi sa domenom N. No, individualne razlike u procesima planiranja, organizacije i izvršavanja zadataka kao aspekata samokontrole su osnova domena savjesnosti. Savjesne

individue su snažne volje, uvijek su usmjerene ka nekom cilju, skrupulozne, tačne i pouzdane. Na pozitivnom polu, visoko C je povezano sa akademskim i profesionalnim uspjehom: no, na negativnom polu visoko C je povezano sa iritirajućom sitničavošću, kompulzivnom urednošću ili radoholičarskim ponašanjem. Osobe niske na C nisu obavezno amoralne, ali su svakako moralni principi koje su usvojili za njih manje obavezujući, baš kao što su i daleko bezbrižnije kada je u pitanju rad koji vodi nekom cilju. (Petrović, 2021)

Uključuje društveno uvjetovanu kontrolu impulsa odnosno ponašanja poput promišljenog djelovanja, konformiranje normama i pravilima, organiziranost i postavljanje prioriteta. Kolega s posla koji uvijek dolazi na vrijeme na sastanke (ili ranije od ugovorenog), pažljivo obavlja svoje dužnosti i poštuje rokove te uvijek ima uredno posložen radni stol primjer je osobe koja postiže visok rezultat na ovoj dimenziji. (Karabegović, 2021)

Neuroticizam ili emocionalna stabilnost-nestabilnost

Najviše projekcije na taj faktor imaju pridjevi koji ukazuju na emocionalnu nestabilnost; napet, tjeskoban, anksiozan, nervozan, razdražljiv, osjetljiv itd. (Vidaković, 2011)

Na engleskom je označavamo kao Neuroticism (N). Ovdje se radi o emocionalnoj stabilnosti nasuprot neprilagođenosti i neuroticizmu. Mada kliničari razlikuju veliki broj aspekata emocionalne patnje (od socijalne fobije preko agitirane depresije do graničnog (borderlajn) hostiliteta, istraživačke studije ukazuju na činjenicu da su individue koje su sklone nekom od tih emocionalnih stanja ujedno sklone i drugima. Opšta tendencija da se dožive negativni afekti kao strah, tuga, uznemirenost, gnjev, krivica i povrijeđenost je srž ovog domena. Muškarci i žene visoki na N skloni su iracionalnim idejama, slabije kontrolišu svoje impulse i imaju slabije kapacitete za prevladavanje stresnih situacija. Individue koje imaju nisko N su emocionalno stabilne, staložene, relaksirane, u stanju su da se suoče sa stresnim situacijama bez ekscerne panične uznemirenosti. (Petrović, 2021)

Osobe visokog neuroticizma (niske emocionalne stabilnosti) opisujemo pridjevima poput anksiozan, nervozan, napet ili tužan – radi se o osobama koje se teže opuštaju i teže prihvaćaju životne promjene te su općenito reaktivnije na stres. Na drugom polu, emocionalno stabilni pojedinci prihvaćaju dobre i loše ishode u životu na smiren i staložen način bez pretjeranih reakcija na iste te su općenito zadovoljnije s interpersonalnim vezama i u odnosima s drugima. (Karabegović, 2021)

Otvorenost ka iskustvima

Otvorenost ka iskustvima je naziv za osobine ljudi koji cijene umjetnost, emocije, avanturu, neobične ideje, maštu, znatiželju te raznolika iskustva. Ovaj faktor razlikuje maštovite i prizemljene, konvencionalne osobe. Općenito se može reći da faktor otvorenosti vrednuje otvorenost prema novim idejama, mišljenjima i promjenama. Kad se faktor interpretira kao kultura, tada visoke projekcije na njega imaju pridjevi tipa: širokih interesa, maštovit, inteligentan, originalan, pronicljiv, znatiželjan, umjetnički senzibilan itd. Negativne projekcije su: neinteligentan, plitak, jednostavan, običnih interesa. Vjerojatno je točnija interpretacija tog faktora kao intelekta (suprotstavlja crte kao što su maštovitost, znatiželjnost i kreativnost nasuprot plitkoći i pomanjkanju moći zapažanja). (Vidaković, 2011)

Na engleskom označena kao *Openness (O)*. Podrazumijeva aktivnu imaginaciju, estetsku senzitivnost, intraseptivnost, preferenciju različitosti, intelektualnu radoznalost i nezavisnost mišljenja. Individue otvorenog duha su radoznale kako za zbivanja u unutrašnjem svijetu tako i za zbivanja u spoljašnjem svijetu, njihovi su životi bogatiji doživljajima. One su sklone eksperimentisanju, novim idejama i nekonvencionalnim vrijednostima. Mnogo intenzivnije doživljavaju kako pozitivne, tako i negativne emocije u odnosu na osobe zatvorenog duha. One su nekonvencionalne, voljne da autoritet dovode u pitanje, spremne da prihvate nove etičke, socijalne i političke ideje, što naravno ne znači da su neprincipijelne. Osoba otvorenog duha može se pridržavati sistema vrijednosti koji usvoji isto tako dosljedno i odgovorno kao i tradicionalista. Ova otvorenost duha nije ekvivalent inteligencije, mada je u osrednjoj vezi sa indeksima obrazovnog statusa i mjerama inteligencije. Otvorenost duha je u najvišoj vezi sa jednim aspektom inteligencije tzv. divergentnim mišljenjem. Muškarci i žene koji su niski na *O* su konvencionalni u ponašanju i konzervativnog izgleda i držanja. Oni preferiraju poznato u odnosu na novo, a emocionalne reakcije su im ponešto prigušene. Ovi ljudi imaju uža i manje intenzivna interesovanja. Mada postoji tendencija da budu socijalni i politički konzervativci, ljudi zatvorenog duha nisu autoritarne ličnosti. Zatvorenost duha jednostavno ne implicira hostilnu netolerantnost ili autoritarnu agresivnost. Mada otvorenost duha može izgledati kao zdravija, poželjnija i zrelija osobina od zatvorenosti duha, vrijednost jednog ili drugog pola ove osobine uslovljena je okolnostima u kojima se osoba nalazi. (Petrović, 2021)

Goldbergovom *Big Five* modelu, ova dimenzija interpretira se kao intelekt, u peterofaktorskom modelu Coste i McCraea kao otvorenost prema iskustvu, a kod Tupes i Christala kao kultura.

Općenito gledano, uključuje obilježja poput maštovitosti i kreativnosti, originalnost, umjetničke sklonosti i otvorenost prema novim iskustvima te ove osobine stavlja nasuprot krutosti i uskih interesa. Visoki rezultati na ovoj dimenziji povezani su s više godina završenog obrazovanja i uspjehom u umjetničkim zanimanjima, a zanimljivo je primjetiti da su osobe nisko pozicionirane na istoj često konzervativnijih političkih preferenci. Također je važno naglasiti da, osim nesuglasnosti autora oko naziva i točnog određenja ove dimenzije, kroskulturalna istraživanja također pokazuju znakovite kulturalne razlike, pa je tako u Italiji i Nizozemskoj dobiven faktor „nekonvencionalnosti i buntovništva“ dok je u Njemačkoj isti označavao isključivo intelekt. (Karabegović, 2021)

Faktori Ekstraverzije, Ugodnosti i Emocionalne stabilnosti imaju potencijalno najveću deskriptivnu vrijednost jer se u prostoru između ova tri faktora mogu smjestiti brojni drugi konstrukti ličnosti. Faktorski parovi koji uključuju dimenzije Savjesnosti i Intelekta/Kulture karakterizirani su jasnom i jednostavnom strukturom, te je u tom smislu njihova deskriptivna vrijednost znatno manja. (Vidaković, 2011)

1.1.4. MBTI- Myers-Briggs Type Indicator

Da bi nam bio jasan MBTI moramo se dotaknuti rada poznatog psihologa Carla Junga koji je i postavio osnove za ovaj model.

Prema (Selman, 2015) Jung je svoju tipologiju ličnosti zasnovao na četiri psihološke funkcije i dvije vrste glavnih stavova (orijentacija) prema svijetu i sebi. Četiri psihološke funkcije koje usmjeravaju čovjekovu adaptaciju su (Sharp, 1987):

1) mišljenje (kognitivni procesi u pravom smislu te riječi); 2) osjećanje (to je funkcija subjektivnog prosuđivanja i procjenjivanja, kojom određujemo koliko je određeni objekat važan za nas); 3) senzacija (percepcija, djeluje preko fizičkih, tj. osjetilnih organa kako bi se saznala konkretna realnost) i 4) intuicija (receptivnost/prijemčivost za sadržaje koji potiču iz nesvjesnog). (Selman, 2015)

Prve dvije funkcije spadaju u grupu perceptivnih (ili racionalnih), dok su druge dvije funkcije prosuđivanja/rasuđivanja (odnosno, iracionalne). One funkcije koje svjesno koristimo, tj. koje su izdiferencirane i dostupne su svijesti, nazivaju se primarnim ili superiornim. Druge, nediferencirane i nedovoljno razvijene, su inferiorne funkcije (koje su, uz to, polusvjesne ili nesvjesne). Ako je jedna od perceptivnih funkcija dominantna (primarna), onda je druga

inferiorna (pomoćna). Isto vrijedi i za iracionalne funkcije (tj. funkcije rasuđivanja). Npr. ukoliko neko često i svjesno koristi funkciju senzacije, njegova inferiorna i nedovoljno svjesna funkcija je intuicija. (Selman, 2015)

Dva stava na kojima se također temelji njegova tipologija su (Jung, 1921):

1) ekstraverzija (ekstravertirane osobe imaju pozitivan odnos prema objektu /u analitičkom smislu te riječi/, a opisane su kao otvorene, društvene, prijateljski nastrojene i samopouzdana u novim i nepoznatim situacijama) (Selman, 2015)

2) introverzija (introvertirani ljudi izražavaju apstraktni stav prema objektu, te su nastrojeni defanzivno i okrenuti prema unutra/prema sebi/, povlačeći svoju libidinalnu energiju sa objekta; oni su samozatajni, stidljivi i teško se dopire do njih i njihovog unutrašnjeg svijeta). (Selman, 2015)

Dakle, ekstravertni stav, odnosno odnos prema životu i stvarnosti, okarakterisan je preferencijom vanjskog svijeta: stvari, ljudi, aktivnosti i događaja, dok se introvertni stav ili orijentacija može opisati kao prevaga interesa za unutrašnji svijet vlastitih: osjećanja, misli, fantazija i snova (Bickhard, Blutner i Hochnadel, 2010). Ovo nisu osobine ličnosti, odnosno crte ličnosti u današnjem smislu te riječi (ekstravert, introvert, ekstraverzija – introverzija), već odnos pojedinca prema svijetu/objektima. U slučaju ekstravertnog stava, pažnja je usmjerena na objekt, a kod introvertnog stava na subjekt. (Selman, 2015)

Kada se ukrste glavni tipovi stavova i četiri tipa psihičkih funkcija, dobijamo osam tipova ličnosti: ekstravertno – misleći, ekstravertno – osjećajni, ekstravertno – senzitivni (perceptivni), ekstravertno – intuitivni, introvertno – misleći, introvertno – osjećajni, introvertno – senzitivni (perceptivni) i introvertno – intuitivni tip. (Selman, 2015)

Ekstravertno-misleći tip osobe zasniva svoje prosudbe, planove i ciljeve na procjeni uslova u vanjskoj sredini, odnosno okolini. Oni se rukovode svojim pravilima, principima i idealima, te druge i sebe podređuju vlastitoj "formuli života" (Shore, 1987). Ove osobe su dobri: advokati, preduzetnici, menadžeri, državnici i naučnici koji se bave praktičnim stvarima. (Selman, 2015)

Ekstravertno-osjećajni tipovi procjenjuju objekte, pojave, stvari i osobe kao nešto što je vrijedno, dobro i kvalitetno ili bezvredno, loše i nevažno, u skladu sa podacima koje crpe iz socijalnih situacija, odnosno svoje okoline. Jung (1921) ističe da ovdje nije riječ o subjektivnim procjenama, već o vrijednosti objekta ocijenjenoj shodno vanjskim, općeprihvaćenim faktorima

(npr. tradicionalnim i civilizacijskim vrijednostima i trendovima). To su pojedinci koji lahko sklapaju prijateljstva, podržavaju druge i lahko se snalaze u društvu. (Selman, 2015)

Ekstravertno-perceptivni tip preferira objekte, ljude i situacije koje uzbuđuju, tj. izazivaju jake čulne (osjetilne) reakcije i utiske. Dakle, oni su fascinirani određenim objektima, tj. potpuno se posvećuju njima, ukoliko su im na neki način atraktivni i izazovni. Uspješni inženjeri, atletičari, biznismeni i izdavači pripadaju ovom tipu ličnosti (Sharp, 1987). Oni su detaljisti i maksimalno se posvećuju svakom aspektu svoje aktivnosti, odnosno profesije. To su osobe koje umiju procijeniti kvalitet vina, popularni muzičari (koji znaju oslušivati publiku, tj. slušaocce i njihove potrebe), kao i osobe koje se bave zanatima, ali na način da tačno znaju šta treba uraditi, popraviti i obaviti, kako bi mušterija bila zadovoljna. (Selman, 2015)

Ekstravertno-intuitivni tip prilazi vanjskim objektima tako da u njima vidi potencijal za postajanje nečim drugim. Drugim riječima, intuicija je za Junga (1921) kreativan i aktivan proces transformacije objekta, pri kojem rasuđivanje biva stavljeno u drugi plan. Inovatori, umjetnici, vizionari i reformisti pripadaju ovom tipu ličnosti. Introvertno-misleći tip je stvaralac ideja, teorija i koncepata, koji ne moraju imati mnogo veze sa objektima u okolini. Zapravo, ovaj tip ličnosti je teoretičar, koji ne mari mnogo za vanjsku potvrdu i odobravanje njegovog "apstraktnog, unutrašnjeg rada". (Selman, 2015)

Introvertno-misleći tip su teorijski fizičari i matematičari ili filozofi – racionalni mislioci. 41 Introvertno-osjećajni tip, za razliku od ekstravertno-osjećajnog tipa ličnosti, procjenjuje stvari na osnovu subjektivnosti (a ne objektivnih parametara, kriterijuma ili društveno-poželjnih karakteristika). Po Jungu (1921), oni se ne prilagođavaju objektima, već ih intepretiraju i zauzimaju stav prema njima, rukovodeći se unutrašnjim i često nesvjesnim tendencijama. Objekti su im stimulusi, kojima oni pripisuju određene kvalitete, u skladu sa vlastitim intrapsihičkim iskustvom. Oni nisu nametljivi, a drugi se spontano prilagođavaju njihovom sistemu vrijednosti (etičkim principima i slično). (Selman, 2015)

Introvertno-perceptivni tip se od ekstravertno-perceptivnog tipa ličnosti razlikuje po tome što je vezan za vlastite, subjektivne reakcije na karakteristike objekta (dok je ekstravertno-perceptivni tip vezan za stimulativnu prirodu samog objekta, koja je zaista dio njega, a ne za subjektivni, iracionalni doživljaj objekta). Oni su svjesni svake karakteristike i detalja objekta ili scene/situacije kojoj prisustvuju, te na osnovu ovih informacija formiraju lični odnos prema određenom objektu/osobi/događaju (Shore, 1987).

Između introvertnog i ekstravertnog tipa, sa dominacijom perceptivne funkcije, vrijedi isti odnos kao između procesa impresije i refleksije. Ovaj tip je zastupljen među muzičarima (kompozitorima) i umjetnicima. Introvertno-intuitivni tip je, za razliku od ekstravertno-intuitivnog tipa ličnosti, usmjeren na dublje i preneseno značenje psihičke realnosti (ekstravertno-intuitivni tip je usmjeren na fizičku realnost i njene konotacije, te je svjestan njenih alternativa i konotacija). Jung (1921) smatra da oni imaju "osjećaj" za budućnost (navodne "prekognitivne" sposobnosti), ali da su više autistični nego ekstravertno-intuitivni tipovi, te ih možemo naći među: samodovoljnim umjetnicima, pjesnicima, šamanima i misticima. Oni se ne brinu o detaljima vezanim za "vanjski" svijet - često su neorganizirani, zaboravni i nemarni po pitanju materijalnih, opipljivih stvari ((Selman, 2015) prema Shore).

Operacionalizacija ove tipologije je Myers-Briggsov indikator tipova (eng. Myers-Briggs Type Indicator – MBTI, Briggs i Myers, 1998). Ovaj instrument, koji je u posljednje vrijeme pretrpio argumentovane i empirijski zasnovane negativne kritike (npr. Pittenger, 2005), svrstava sudionike u 16 tipova (kategorija) ličnosti, ukrštanjem sljedećih dihotomija: ekstraverzija – 42 introverzija (EI), mišljenje – osjećanje (TF), senzacija – intuicija (SN) i prosuđivanje – percepcija (JP). (Selman, 2015)

Myers i njena majka Katharine Briggs su razvile 191 model i bazu podataka na osnovu ideja i teorija psihologa Carl Junga, Freudovog savremenika i vodećeg predstavnika Gestalt teorije ličnosti. Tokom ranih 1940-tih, Myers i Briggs su proširile Jungov model kroz početni razvoj MBTI-ija tako što su Jungov koncept prilagodile jeziku razumljivom širokim masama. (Alić, 2009)

MBTI je registrovani zaštitni znak Myers-Briggs Indicator Trust povjereništva, a objavljuje ga CPP, Inc (ranije Consulting Psychologist Press) koja također distribuira bazu podataka, a zajedno sa opunomoćenim izdavačima čini MBTI dostupnim na oko dvadeset jezika. Uz to su i alternativne verzije baze podataka stručno prilagođene i ovjerene za druge jezike jer bi doslovni prijevod termina sa engleskog bio netačan. Nakon skoro dvadesetogodišnjeg istraživanja Jungove teorije (od 1923 do 1941), ove autorke su uspjele razraditi empirijski način provjere tipologije ličnosti, proširivši prvobitnu tipologiju sa još dva tipa. Nakon što je MBTI "indikator ličnosti" provjeravan i dopunjavan od strane Educational Testing Service (1956) i Typology Laboratory (University of Florida, 1971), Consulting Psychologists Press (1975) izdaju jedno od najpoznatijih izdanja MBTI indikatora ličnosti. (Alić, 2009)

Danas je ova tipologija široko primijenjena i potvrđena od strane brojnih asocijacija. Jedna od posljednjih verzija je ona koju su predložili David Keirsey i Marilyn Bates (Please, Understand Me, 1978), a koji 16 tipova smještaju u četiri centralna kvadranta temperamenta: NT (racionalni), NF (idealistički), SJ (zaštitnički) i SP (umjetnički). (Alić, 2009)

Danas se primjena MBTI modela oslanja na promatranje tipološkog koda za 16 tipova ličnosti, a permutacija dihotomija ove četiri preference rezultira 16 tipova ličnosti koji formiraju osnovu Myers modela i MBTI određivača. Preferiranje specifične mentalne orijentacije razotkriva dominaciju ekstravertnosti, odnosno introvertnosti. U Myersovom određivanju ličnosti, ovo predstavlja prvo slovo: E ili I. Dok ekstroverti crpe energiju iz spoljašnjeg svijeta, kao elementarnog izvora energije, oni koji preferiraju introverziju crpe primarnu energiju iz unutrašnjeg svijeta informacija, misli, ideja i ostalih refleksija. Rijetko, skoro nikako, ekstroverti trebaju „napuniti baterije“ uslijed prekomjerne interakcije sa ljudima u okruženju. Oni se moraju sučeljavati sa predmetima, ljudima, mjestima i aktivnostima u spoljašnjem svijetu, izvoru njihove životne snage. Nasuprot njima, kada okolnosti zahtijevaju izuzetnu količinu pažnje usmjerene ka „vanjskom“ svijetu, introverti će se naći u uzmicanju ka privatnoj sferi da bi obnovili unutarnju energiju. (Alić, 2009)

Dvije vrste opazajnih mentalnih procesa otkrivaju preferiranje senzornog ili intuitivnog, te mislećeg ili osjećajnog. Prvi skup mentalnih preferenci odnosi se na način percepcije ili usvajanja informacije. U Myersovom određivanju ličnosti, ovo predstavlja drugo slovo: S ili N. Oni koji preferiraju senzornu percepciju daju prednost jasnim, opipljivim podacima i informacijama koje se dobro uklapaju u njihova „ovdje i sada“ iskustva. Nasuprot prvoj, intuitivna percepcija sakuplja apstraktne, konceptualne, uopštenije informacije i projicira ih u budućnost. (Alić, 2009)

Drugi skup mentalnih preferenci otkriva način na koji ljudi donose „sudove“ i odluke – što otkriva prosuđujuće procese. U Myersovom određivanju ličnosti, ovo predstavlja drugo slovo: T ili F. Oni koji preferiraju misaone sudove, prirodno su predisponirani da donose odluke na objektivan, logički i analitički način sa akcentom na izvršavanje zadataka i postizanje rezultata. Vlasnici osjetilnih sudova donose odluke na globalan, harmoničan način, u skladu sa sistemom vrijednosti, vodeći posebno računa o posljedicama odluka i radnji na druge ljude. (Alić, 2009)

Mentalni procesi koji određuju orijentaciju u spoljašnjem svijetu prema MBTI modelu otkriva preferiranje tipova presuditelja nasuprot opažavajućem/promatrajućem tipu. Ova posljednja dihotomija u Myers-Briggs tipologiji označena je četvrtim slovom: J ili P. Dosadašnja

istraživanja pokazuju kako se oni koji preferiraju prosudbu oslanjaju na T ili F preferencu u upravljanju vanjskim životom. Ovo tipično vodi ka stilu baziranom na zatvorenosti, organiziranju, planiranju ili na izvjestan način uređivanju stvari i/ili ljudi u vanjskoj okolini. Zadovoljenje potreba nalaže interveniranje u spoljašnjem svijetu. Dok to neki čine nametljivo, drugi pak, uz uvažavanje ostalih ljudi, postupaju blago. Na drugoj strani, oni koji preferiraju opažanje oslanjaju se na S ili N preferencu u okviru uređenja vanjskog svijeta. Ovo tipično rezultira u otvoreni, prilagodljivi i fleksibilan stil odnosa prema stvarima i ljudima u spoljašnjem svijetu. (Alić, 2009)

Na temelju promatranja tipološkog koda za 16 tipova ličnosti, permutacijom dihotomija ove četiri preference dobija se 16 tipova ličnosti koji formiraju osnovu Myers modela i MBTI određivača. U okviru prvog kvadranta, 4x4 matrice, nalaze se "tipovi idealisti": INFJ – onaj koji gleda unaprijed i razvija ideje (empatičan tip), INFP – usklađivač, pojašnjavač (nedirektivan tip), ENFJ – vizionar skrbnik (sklon ubjeđivanju), te ENFP – onaj koji otkriva i zagovara, zastupa (optimističan tip). Unutar ovog kvadranta tipove ličnosti određuje dominacija intuitivnog-osjećajnog profila. Drugi kvadrant opisuje osobe kod kojih dominira intuitivni-misleći profil, a takve tipove autori (poput Berens & Nardi) opisuju kao „racionalne tipove“: INTJ – konceptualista upravljač (nezavisan tip), INTP – dizajner teoretičar (logičan), ENTJ – strateg mobilizator (voli da komanduje), te ENTP – istraživač pronalazač (inventivan). Unutar trećeg kvadranta smještene su osobe sa dominacijom senzornog-osjećajnog/mislećeg profila. U istraživanjima takve osobe su označene kao „tipovi zaštitnici“: ISTJ – planer propitivač (jak i tih), ISFJ – zaštitnik podržavač (lojalan), ESTJ – djelatnik nadzornik (odgovoran radnik), te ESFJ – omogućava i skrbi (sklon harmoniziranju). Četvrti dio matrice opisuje osobe kod kojih dominira senzorni-misleći/osjećajni profil, a označeni su kao „umjetnički tipovi,“: ISTP – analizador operator (spretna sa alatima), ISFP – skladatelj proizvođač (umjetnički orijentiran), ESTP – promoter izvršitelj (nepredvidiv), ESFP – motivator prezentator (darežljiv). (Alić, 2009)

1.1.5. Struktura ličnosti

Govoriti o ličnosti znači govoriti i o njenoj strukturi. Dodaći ćemo se Frojdove teorije o nesvjesnom koja kaže da se ličnost sastoji od ida koji se veže za nagonsku prirodu čovjeka, ega koji je naše svjesno *ja* i superega koji se veže za moralne norme. Osim toga, svaka ličnost ima

i svoje obrambene mehanizme kojima se Frojd također bavio pa ćemo se kratko pozabaviti i time kako bi naše znanje o ličnosti bilo što kvalitetnije.

Freud (1910) prvo razvija topografski (topički) model ličnosti, u okviru kojeg "prostor" unutrašnjih procesa, sjećanja i iskustava dijeli na svjesno i nesvjesno. Po njemu, između ova dva "područja" intrapsihičkog života, nalaze se predivjesni sadržaji. Najveći dio ljudske psihe čine nesvjesni sadržaji, a svjesni dio psihe je, metaforički rečeno, vrh ledenjaka koji izvire iz vode u kojoj taj ledenjak pluta. Predivjesno je odmah "ispod površine", koje (idući prema "većoj dubini") prelazi u nesvjesno. Više od decenije kasnije, Freud (1923) predlaže strukturalni model, koji pretpostavlja "postojanje" tri psihička entiteta (strukture): id (njem. das Es), ego (njem. das Ich) i superego (njem. das Über-Ich).

Id je izvorište necenzuriranih agresivnih i seksualnih nagona, instinkata i poriva, a razvija se najranije od ostalih struktura (posjedujemo ga od rođenja). Vođen je principom zadovoljstva, odnosno neodložene gratifikacije. Id je u cijelosti pozicioniran u nesvjesnom dijelu ličnosti. Ego je psihička instanca (nivo) koja ograničava ispoljavanje sadržaja ida, a rukovodi se principom realiteta. Dakle, ova psihička struktura ima kontrolnu i intergrativnu funkciju (drži ostale sisteme ličnosti "na okupu"). (Selman, 2015)

Ego obuhvata egzekutivne funkcije (aktivnosti kao što su: planiranje, kontrola i nadgledanje vlastitog misaonog toka i ponašanja, jednim imenom nazvane "metakognicija"). Ego balansira između poriva koji potiču iz ida i ograničenja koje postavlja superego. Osim ovih funkcija, ego percipira, zadužen je za intelektualne, odnosno kognitivne aktivnosti, kao i za korištenje mehanizama odbrane. On se najvećim dijelom nalazi u nesvjesnom, jednim dijelom u predivjesnom (Freud, 1955), a samo malim dijelom pripada svjesnom "prostoru" ličnosti. (Selman, 2015)

Superego je najviša instanca ličnosti, koja obuhvata internalizovane moralne i socijalne norme, te je stoga vođen principom savjesti. Superego nam omogućava da razlikujemo dobro i zlo, te da formiramo sliku o idealnom sebi (tzv. idealno ja) kojoj stalno težimo. Razvija se kasnije od ega, procesom učenja. On također većim dijelom pripada nesvjesnom, potom predivjesnom "prostoru" ličnosti, a najmanje pripada svjesnom dijelu ličnosti. (Selman, 2015)

1.1.6. Orambeni mehanizmi ličnosti

Prema (Selman, 2015) u vezi sa mehanizmima odbrane i dinamikom ličnosti, treba navesti da je Freud identifikovao tri vrste anksioznosti (Trull i Prinstein, 2013; Schultz i Schultz, 2005):

A. objektivnu/realnu anksioznost (kao psihofiziološku reakciju na stvarnu opasnost u vanjskom svijetu); (Selman, 2015)

B. neurotičnu anksioznost (bojazan da će impulsivno biti ispoljeni nagoni ida, koji će, u susretu sa vanjskom okolinom, dovesti do određenih problema i neprijatnosti po pojedinca) i (Selman, 2015)

C. moralnu anksioznost (sukob između ida i superega, odnosno neslaganje seksualnih i agresivnih impulsa sa moralnim principima osobe, što dovodi do osjećanja krivice, stida i srama). (Selman, 2015)

Opisaćemo sljedeće mehanizme odbrane: - represija (potiskivanje); - racionalizacija (dva tipa – "slatki limun" i "kiselo grožđe"); - premještanje; - regresija; - fiksacija; - reaktivna formacija (formirana ili pretformirana reakcija); - negacija (poricanje); - sublimacija (nadilaženje); 20 - kompenzacija (i natkompenzacija); - projekcija; - idealizacija; - odrađivanje (eng. acting out); - anticipacija; - izbjegavanje; - identifikacija; - izolacija; - pasivna agresija; - supresija; - simbolizacija; - otpor; - humor; - autistična fantazija; - konverzija; - altruizam i - efekt lažnog konsenzusa. (Selman, 2015)

Represiju koristimo kada potiskujemo sadržaje i iskustva koji su prijeteći po naš ego, odnosno koji izazivaju nepodnošljivu anksioznost (neurotičnu i moralnu). Ukoliko se ovaj mehanizam odbrane koristi često, dešava se da potisnuta sjećanja i doživljaji isplivaju na površinu u vidu simptoma i problema u ponašanju, kojih osoba gotovo da i nije svjesna, niti je sposobna sama se boriti protiv njih. (Selman, 2015)

Racionalizacija obuhvata reinterpetaciju iskustava i sjećanja, na način da ona postaju manje prijeteća po psihi pojedinca. Prvi tip racionalizacije je označen kao "slatki limun", gdje se negativno iskustvo ili sjećanje argumentuje tako da ono postane prihvatljivo za pojedinca.. U ovom slučaju, ukoliko neko ne postigne pozitivni ishod koji je planirao da će se dogoditi (unapređenje, upis na željeni fakultet, odabir poželjnog partnera za intimnu vezu i slično), može obezvrijediti ovaj ishod, kako bi sebi olakšao jedan vid psihološkog, socijalnog ili materijalnog gubitka. Ipak, mnoge racionalizacije ne moraju biti realne, pa mogu osobu "udaljiti" od stvarnog svijeta i "gurnuti" je u svijet imaginarnog. (Selman, 2015)

Premještanje se definiše kao pražnjenje instinktivnih poriva (npr. agresivnosti) na objekte (osobe i predmete) koji nisu primarni, željeni objekti nećijih nagona i tendencija. Regresija je nesvjesno vraćanje na prethodnu fazu razvoja, gdje se osoba osjećala sigurnom, voljenom i zbrinutom. Često je riječ o ispoljavanju infantilnih reakcija i ponašanja. (Selman, 2015)

Fiksacija se odnosi na nećiju "zarobljenost" u određenoj fazi psihoseksualnog razvoja. Reaktivna formacija ili formirana reakcija podrazumijeva "okretanje" (pretvaranje) određenog impulsa, reakcije ili tendencije pojedinca u njenu suprotnost. Ovaj mehanizam odbrane sastoji se od dvije faze. U prvoj pojedinac ima potrebu da reaguje na destruktivan, odnosno agresivan način prema određenoj osobi ili grupi ljudi. U drugoj fazi, ova potreba i namjera se konvertuje (pretvara) u pozitivne impulse, koji se naposljetku i izražavaju prema potencijalnom objektu naše agresivnosti, odnosno negativnog reagovanja. (Selman, 2015)

Negaciju koristimo na način da poričemo neprijatne impulse, saznanja i iskustva, jer bi ona mogla narušiti sliku o nama ili smanjiti naše psihološko blagostanje.

Sublimacijom pretvaramo agresivne i seksualne impulse u socijalno prihvatljive navike, reakcije i aktivnosti. Pojedinac koji je muzički nadaren, a uz to temperamentan i slabo tolerantan na frustraciju, može svoju potencijalno destruktivnu psihičku energiju isprazniti tako da odsvira omiljenu kompoziciju ili otpjeva određenu pjesmu koja ima brži ritam. Kompenzacija je zamjena određenog nedostatka ili neispunjene želje/plana nekim drugim, koji u našim očima može, s vremenom, dobijati sličan značaj kao i primarni plan/cilj. Projekcijom, vlastite nesavršenosti, mane i probleme pripisujemo drugima. Idealizaciju koristimo kada osobi ili objektu za koju/i pokazujemo interes ili je/ga posjedujemo pripisujemo kvalitete koji su pozitivniji od njenih/njegovih objektivnih karakteristika i osobina. Suprotan mehanizam je devaluacija, gdje drugima ili sebi pripisujemo izrazito negativne osobine i odlike. (Selman, 2015)

Odrađivanje (eng. acting out) je način izlaženja na kraj sa stresorima i emocionalnim konfliktima, tako da se umjesto suočavanja i promišljanja o njima, pribjegava specifičnim oblicima ponašanja. Anticipacija je pretpostavljanje i razmatranje budućih problema i konflikata prije nego što se oni jave. Izbjegavanje je najčešće u slučaju fobija (neosnovanih, iracionalnih strahova od određene grupe objekata, životinja ili ljudi). (Selman, 2015)

Identifikacija može biti sa idolom (osobom kojoj se divimo), sa značajnim drugim koga više nema ili nije kraj nas (identifikacija sa umrlom osobom ili nekim ko se odselio i vjerovatno se neće vratiti), sa agresorom, roditeljskom figurom ili glavnim likom u nekom djelu, filmu...

Dakle, ovim mehanizmom nesvjesno preuzimamo osobine i navike ljudi koje su nam uzori ili su nas napustili. Čovjek se može identifikovati i sa neživom stvari ili životinjom. (Selman, 2015)

Izolacija predstavlja nesvjesno odvajanje misaonih procesa od osjećanja i emocionalnih reakcija. Dakle, osoba razdvaja kognitivni od emocionalnog aspekta psihičkog života. Pasivna agresija je indirektni oblik agresivnosti. Prema nekome osjećamo neprijateljstvo, bijes i otpor, te mu se ne svetimo na otvoren i izravan način, već biramo zaobilazni put da izrazimo svoje nezadovoljstvo. Supresija je jedan vid potiskivanja, ali koji se koristi svjesno i namjerno. Dakle, pojedinac pokušava otkloniti neprijatne i nepoželjne sadržaje iz svoje svijesti. (Selman, 2015)

Simbolizacijom se objekat ili aktivnost određuje u imaginarnim, reprezentativnim terminima, te se tako izbjegava istinski odnos prema tom objektu ili aktivnosti. Otpor je mehanizam odbrane usko vezan za represiju. Klijenti u psihoterapiji često imaju otpor da rade na potisnutim sadržajima i sjećanjima, odnosno na njihovom dovođenju u svjesni dio ličnosti. Psihoanalitičar može primijetiti da je klijent potisnuo osjećaj privlačnosti koji je imao prema svojoj sestri tokom djetinjstva. Međutim, klijent se opire da prizna ovakva osjećanja i porive jer aludiraju na incestuozne namjere, koje socijalna zajednica strogo zabranjuje i osuđuje. (Selman, 2015)

Humor možemo koristiti kada smo suočeni sa neprijatnim sadržajima ili negativnim iskustvima, kako bismo umanjili njihov značaj, predstavili ga u pozitivnom svjetlu ili kako bismo ublažili ozbiljnost nekog problema, odnosno izvjesnost određene neprikladne situacije. Možemo se šaliti na račun drugih, u vidu njihovog omalovažavanja (agresivni humor), zbijati šale na vlastiti račun (karikirajući svoje mane i nesposobnosti), što je samoporažavajući humor) ili veličajući svoje kvalitete, što je samoveličajući/samouzdižujući humor. Četvrtom vrstom (stilom) humora olakšavamo i podstičemo odnose s drugima (afilijativni humor), pri tome smanjujući tenzije i anksioznost članova grupe ljudi u kojoj se nalazimo. (Selman, 2015)

Autistična fantazija (maštanje) način je da pobjegnemo od katkada surove realnosti. Riječ je o dnevnim sanjarenjima, odnosno o bijegu u svijet mašte. Ukoliko se koristi često, a ova povlačenja u imaginarno traju dugo, može doći do gubitka kontakta s realnošću i razvoja ozbiljnijih psihičkih poremećaja. Konverzija je karakteristična za poremećaje koji su prije nazivani histeričnim, a danas konverzivnim. Intrapsihički konflikti i neprijatna unutrašnja stanja se, usljed nepodnošljivosti, "premještaju" na tjelesni nivo, te doživljavaju kao bol u određenom dijelu tijela. Naravno, javlja se i kod normalne populacije. (Selman, 2015)

Altruizam je cijenjena aktivnost pomaganja i pružanja podrške drugima, bez potrebe i očekivanja da nam oni zahvale ili vrate protuuslugom. To je socijalno prihvatljivo i poželjno ponašanje, koje ima etički i aksiološki značaj. Međutim, kod nekih ljudi se iza činova altruizma može kriti nerazriješen intrapsihički konflikt, odnosno unutrašnja tenzija. Ove osobe altruističnim ponašanjem nadvladavaju ili poništavaju neprijatna unutrašnja stanja, u čemu im pomaže svijest o tome da su im osobe kojima pomažu zahvalne i da ih cijene. (Selman, 2015)

Efekt lažnog konsenzusa (eng. false consensus effect - FCE) prvobitno se izučavao u okviru istraživanja o socijalnoj percepciji. U ovom području socijalne psihologije, efekt lažnog konsenzusa se definira kao procjena broja (ili procenta) ljudi koji imaju isti stav prema nečemu kao mi sami (Fabrigar i Krosnick, 1995). Ako je osoba naklonjena određenom objektu ili opciji, tj. ako ima pozitivan stav prema tome, smatraće da veći broj drugih ljudi takođe ima pozitivan stav prema datom objektu. Ukoliko neko ima negativan stav prema određenom fenomenu ili društvenom pitanju, tvrdiće da veći dio populacije ima isti ili sličan odnos prema tom pitanju (temi, fenomenu). Ross, Greene i House (1977), u svjetlu atribucijske teorije, efekat lažnog konsenzusa određuju kao poimanje vlastitih bihevioralnih izbora i prosudbi kao relativno uobičajenih i prilagođenih datim okolnostima ("svaka/prosječna osoba bi uradila ono što sam ja preduzeo u ovakvoj situaciji"), a da se pritom ostali bihevioralni izrazi i odgovori smatraju rijetkim, neodgovarajućim i devijantnim. (Selman, 2015)

Schultz (2005) predlaže kriterijume po kojima se razlikuju "dobre" od "loših" psihobiografija. Kvalitetne psihobiografije: imaju strukturu pripovijedanja, odlikuju se konvergencijom podataka (podaci vode do jedinstvenih zaključaka), zvuče tj. djeluju logično, posjeduju konzistentne podatke i interpretacije, provjerljive su (izneseni podaci su stvarni i mogu se verifikovati), imaju kvalitet obuhvatnosti, nisu utemeljene na redukcionizmu, nisu rezultat lošeg odabira teorije (tj. intepretacije u skladu sa teorijom koja se ne može adekvatno primijeniti u datom slučaju), te nisu prosto patobiografije. (Selman, 2015)

1.2. Mediji

Glavni cilj medija je, kako znamo, da informiraju, educiraju i zabave javnost u različitim aspektima života. Medij ostvaruju svoju svrhu na različite načine, naročito danas, kada smo svjedoci sve većeg razvoja tehnologije koja omogućava medijima brže i efikasnije obavljanje svoje misije. Preko raznovrsnih medijskih kanala, javnost je sve više i više izložena brzim

informacijama u koje sumnja ili ne sumnja, ali u svakom slučaju rijetko provjerava. Na osnovu tih informacija stvara se slika o određenoj tematici, u ovom kontekstu, društvenoj sferi. Medije možemo nazvati najvećim izvorom informacija, pa ako to uzmemo u obzir, lahko je zaključiti koliko su važni u formiranju percepcije o raznim društvenim pojavama, i naravno da je jednostavnije osloniti se samo na medijske poruke o mnogo čemu, nego se lično informisati. Oslanjamo se na profesionalnost medijskog uredničkog, vlasničkog i demokratskog kadra, a različite društvene sfere bi se samostalno trebale pobrinuti da pružaju informacija koje će stvoriti pozitivnu sliku o njima u očima javnosti. Izazov nastaje kada medijski profesionalci ne rade svoj posao kako treba, pa slanjem neistinitih poruka kreiraju iskrivljenu sliku o nečemu, tu počinje negativan uticaj medija na percepciju raznih društvenih sfera, događaja i ličnosti prije svega. Ovo, dakako, može ići i u suprotnom smjeru, neistina koju mediji plasiraju ne mora nužno biti loša za objekt ili temu o kojoj se radi. Radi se o vječitoj dilemi o tome da li je uticaj medija pozitivan ili negativan, u literaturi često označen kao odnos između medijskih optimista i medijskih pesimista. Vidjet ćemo na nekoliko primjera u kojem smjeru može otići poimanje javnosti na osnovu medijskog uticaja, bilo da je dobar ili loš. Pretpostavka je da je medijski uticaj veoma značajan u formiranju stavova javnosti o raznim društvenim temama i ličnostima što će biti provjereno i prikazano u ovom istraživanju.

U naše vrijeme u kojem se komotno može reći da su masovni mediji i mediji općenito postali subjekti, a mi, ljudi, njihovi objekti, koliko god ih voljeli i upotrebljavali, koliko god bili o njima ovisni i na njima zasnivali svakodnevni život i sopstvene navike, možemo istovremeno reći da s njima, s medijima dakle, nismo zadovoljni. (Fejzić, 2018)

U kojoj mjeri su političari zadovoljni medijima nam tek stoji da otkrijemo.

1.2.1. Uticajnost medija

„Uticaj“ u najširem smislu označava sve procese ponašanja i doživljavanja koji se mogu svesti na činjenicu da je čovjek recipijent masovne komunikacije (Kunczik & Zipfel, 2006)

Kada govorimo o uticajnosti medija, ono što je kreira su sadržaji i vjerodostojnosti tih sadržaja, dostupnost recipijenta da primi poruku i situacijske faktore koji stvaraju plodno tlo za primanje tih poruka. Iz kojeg god ugla da gledamo, mnoge varijable trebaju da se poklope kako bi se uticaj medija ukorijenio u svijest recipijenta. Danas medijskim entitetima prilično jednostavno ide da ostvare svoje zamisli, obzirom da je dostupnost medijskih sadržaja mnogo veća nego što

je ikada bila, a uticaj koji ostvaruju u mentalnim sklopovima masa kreira njihovu percepciju raznih društvenih sfera. Cilj medija je da dostave poruku, i služe kao posrednik i u tom cilju se i ogleda njihova uticajnost. U pogledu stvaranja percepcije raznih društvenih sfera medijski zadatak je da plasira informacije koje su istinite, i to je jedini način da se ostvari adekvatan uticaj u ovom pogledu. Ukoliko je ovaj postulat zadovoljen onda možemo govoriti o ispravnoj uticajnosti medija.

1.2.2. Pozitivan i negativan uticaj medija

I mediji i konkretne društvene sfere imaju odgovornost. Medij da, kako je već rečeno, dostave istinitu poruku, a svaka društvena sfera da pruži medijima informacije koje će da kreiraju pozitivnu sliku o njoj. U tom slučaju imamo temelje za kreiranje pozitivne percepcije odnosno pozitivne slike o određenoj dimenziji društva u umu mase. Sa druge strane, mediji često koriste svoj kredibilitet i tako uzrokuju negativna stanja kod ljudi, pa govorimo o negativnom uticaju medija. Dobar primjer ovakvog uticaja imamo iz 1938.godine kada su se hiljade Amerikanaca potresli na priču koju su čuli na radiju. Naime, radi se o vrlo realističnom radijskom pričanju science-fiction priče naziva „Invasion from Mars“ koja je kod mnogo Amerikanaca izazvala paniku i uzrujanost. Priča je bila tako dobro ispričana, da su ti ljudi pomislili da se dešava invazija sa Marsa, što je dovelo do panike i straha. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Jer je poznato da historija medija bilježi brojne ovakve pokušaje borbe za istinu, koja se prikriva. Ili koju dominantni mediji, mainstream mediji stalno prešućuju, kriju od javnosti i javne sfere općenito. Takvi su recimo bili razni piratski mediji iz Drugog svjetskog rata, potom gerilski mediji bez zvanične frekvencije. Danas se takvih grupacija može naći na internetu, poput – Occupy! koji kao pokret nije uspio, ali jest pokušao bar malo osujetiti krupni kapital u nezajažljivom širenju posvuda. U sferi deep weba i dark weba također ima opasnosti ali i nade za alternativne medijske sadržaje. Možete u dark web ući sa dobrim inženjerima, primjerice. To su sve manje više gerilske grupe, i kad provale u mreži određene sadržaje, moguće je primati i slati skrivene informacije. (Fejzić, 2018)

Ovo dokazuje da mediji itekako imaju upliva u kreiranju slike stvarnosti kod širokih narodnih masa. Ličnim istraživanjem sam došla do zanimljivih priča. Jedna od njih je Instagram priča o influencersu koji je za svoju dnevnu dozu objavljivanja izabrao fotografiju osobe koja je izbacila smeće iz automobila, ostavivši ga na putu. Izvjesni influencer je objavio tu fotografiju sa

namjerom da pronađe odgovornu osobu uz pomoć ljudi koji ga prate. Ono što se dogodilo je to da se osoba koja je izbacila smeće sama javila. Radilo se o muškarcu koji se javno izvinuo i čak napravio vlastitu fotografiju kao dokaz da je uklonio to smeće. Još jedan primjer pozitivnog uticaja medija je i slučaj u jednom manjem mjestu u našoj zemlji koje je zbog svog položaja bilo podložno poplavama. Postojalo je rješenje tog problema, ali je bila potrebna intervencija vlasti kako bi se to realizovalo. Međutim, tadašnji odgovorni ljudi su se oglušili na vapaje ljudi iz tog mjesta da se reaguje. Tu nastupaju mediji koji su svojom intervencijom popratili cijelu tu situaciju i izložili je javnosti. Kratko poslije toga, nadležni organi su odlučili sprovesti projekt koji je riješio problem poplava zahvaćenog područja.

Ovi primjeri pokazuju kolika je moć i uticaj medija, ali i da taj uticaj može biti izražen u više smjerova. U kontekstu percepcije o društvenim sferama, ovdje vidimo i koliko su ljudi na vlasti podložni uticaju medija. Izloženost problema o poplavama u medijima je kod njih kreiralo negativnu sliku o njima samima, bilo to u smislu „šta će javnost misliti“ ili u smislu straha od sankcionisanja zbog ignorisanja ozbiljnog problema. Šta god da je bilo u pitanju, intervencija medija je dovela do ulaganja energije i resursa u rješenje problema. Sa druge strane, primjer Instagram influensera nam pokazuje koliko nešto može imati jak efekat na percepciju pojedinca, samo ukoliko je javno podijeljeno, a i dovesti do pozitivne promjene. U smislu percepcije o društvenim sferama, ovaj primjer dokazuje koliko i jedan takav medij kao što je Instagram može da utiče na nečiji pogled na samog sebe i dovesti do poboljšanja ponašanja, a i koliko je pojedincu važno to kako je viđen u javnosti.

1.2.3. Medijske tehnike i alati kreiranja percepcije

Medij se koriste različitim tehnikama i alatima pomoću kojih ostvaruju uticaj. Rade se mnoga istraživanja koja imaju za cilj da ustanove kako to ljudi djeluju na različite sadržaje, što bi dovelo do što boljeg i efektivnijeg medijskog djelovanja na građane. U prilog tome ide teorija o ljudskim instinktima koja kaže da na određene vanjske stimulanse svi reagujemo nagoniski, nekontrolisano, jednako. Odnosno, posljedica tog djelovanja je identično ponašanje svih pripadnika ljudske populacije. U segmentu istraživanja o efikasnom medijskom uticaju, svakako su najznačajnija psihološka istraživanja, koja daju najviše podataka o tome kako da se djeluje na mase. Utvrđene su mnoge činjenice o nama samima, koje medijima omogućavaju da predvide i da na što bolji način proizvedu željenu reakciju kod ljudi. Samo neki primjeri su tačno utvrđeni načini komponovanja medijskih sadržaja, tako da drže pažnju onoliko koliko je

to potrebno, vizualno i auditorno uklopljene poruke koje također mogu da stvore željeni efekat i smatraju se moćnim medijskim oružjem, pa djelovanje boja i teksta itd... Danas su mediji toliko napredni da im uticajnost na ljude možda i nije više toliki problem, koliko je postojanje velikog broje konkurentskih medijskih entiteta koji, možda, bolje znaju kako da iskoriste to znanje i privuku veći broj ljudi.

Percepcija je proces organizovanja podataka dospjelih u mozak preko raznih osjetilnih organa koje naš mozak pretvara u smislenu cjelinu. Mediji su ti koji svojim sadržajima stimuliraju naše osjetilne organe, ali način na koji će naš mozak interpretirati te podatke zavisi od osobe do osobe. Već je spomenuto da su pojedine reakcije instinktivne, ali ne i sve. Percepcija raznih društvenih sfera zavisi od ličnosti i prethodnih iskustava svakog ponaosob. To znači da ono što mediji pošalju u javnost, ne mora biti shvaćeno na način na koji je to zamišljeno. Ono što nas naročito zanima je percepcija o političarima koja je kreirana na osnovu medija, a još više to koliko je ona tačna.

Tri najutjecajnije teorije uticaja medija na stavove u psihologiji su: teorija postavljanja agende, teorija priminga i teorija framinga (uokvirivanja).

1.2.4. Teorija postavljanja agende

Moć informativnih medija da postave nacionalnu agendu, da fokusiraju pažnju javnosti na nekoliko glavnih javnih problema je ogroman i dobro dokumentovan uticaj - ne samo da pružaju informacije, već gledatelji i čitaoci uče i koliko važnosti da daju određenoj temi u odnosu na to koliko je aktualna u vijestima (McCombs, 2011). Među najvažnijim društvenim odlukama spadaju upravo one koje određuju koja pitanja postaju politika (Bachrach & Baratz, 1970, prema Sears, Huddy & Jervis, 2013). Od televizije do web portala – vijesti čiji je zadatak da privuku veću pažnju javnosti ističu se na različite načine: na web portalima vizuelno – pozicijom, ključnim riječima u naslovu i bojama. (Sokolović, 2018)

Moć medija nije isključivo u njihovoj odrednici sredstva informiranja javnosti – moć leži i u učenju javnosti o važnosti različitih vijesti. U skladu s ovom teorijom, postoji mogućnost da informacije koje nisu sadržane u medijima, koje nisu vijesti – neće ni biti predmetom razmišljanja publike, čime mediji imaju ogromnu moć odlučivanja o čemu se u javnosti neće razmišljati, govoriti i diskutovati. Suština teorije postavljanja agende, jeste da ne objašnjava uticaj medija kroz kognitivne mehanizme – već ga pojednostavljuje na razinu dnevne

proizvodnje vijesti čijom selekcijom se javnosti nameće ono što će čitati, gledati, i u konačnici, ono o čemu će razmišljati. Teoriju postavljanja agende, razvili su autori Shaw i McCombs (1972), koji su predstavili ideju da postoji značajna korelacija između naglaska koji masovni mediji postavljaju na određena pitanja – u kontekstu pozicioniranja u tekstu ili mjere u kojoj se događaj prati, i važnosti koju masovna publika, odnosno javnost, pridaje ovim pitanjima. (Sokolović, 2018)

1.2.5. Teorija framinga

Teorija framinga jedna je od važnijih teorija masovne komunikacije i objašnjava širok raspon fenomena u psihologiji i sociologiji. Osnovna postavka teorije framinga jeste postojanje okvira unutar kojeg je informacija prezentiranja – odnosno čija je funkcija isticanje bitnih i stavljanje u drugi plan manje bitnih atributa određene informacije. To znači da će mediji koji prezentuju informaciju istu oblikovati u smislu konteksta koji žele istaknuti. Značajnost fenomena framinga potkrepljuju istraživanja van medijskih okvira. Suština framinga je dakle, uticaj konteksta na koji se određena tema, pitanje ili informacija prezentuju na percepciju javnosti ili u slučaju medija – publike. U kontekstu medija, o framingu se govori kao konstrukt na makro nivou – jer se odnosi na način na koji novinari i mediji prezentiraju informacije, najprije s ciljem slaganja s postojećim shemama unutar njihove publike, što nužno ne uključuje medijske spinove ili lažne vijesti. Zapravo, suština jeste u reduciranju kompleksnosti određenih problema i tema (Scheufele & Tewksbury, 2007). De Vreese (2005) navodi da se framing sastoji od dva procesa: izgradnje okvira i postavljanje okvira. Izgradnja okvira je sve ono čemu je rezultat vijest u formi u kojoj je predstavljena u medijima – uključujući faktore uređivačke politike, te faktore koji su u kontinuiranoj povezanosti između novinarstva i socijalnog konteksta u kojem vijest nastaje. Postavljanje okvira predstavlja interakciju između percepcije publike i ranije stvorenog okvira, a koja se bazira na prethodnom znanju i iskustvu publike te definira procese koji će se razvijati dalje. (Sokolović, 2018)

Dinamika političke scene danas stvara dodatni prostor za uokvirivanje vijesti, s obzirom da su informacije koje se plasiraju za medije češće, složenije i obimom veće nego ranije, što ostavlja prostor i za selekciju vijesti koje će biti prenesene, za selekciju informacija koje će biti stavljene u prvi plan u odnosu na one koje će biti površno spomenute, kao i način na koji će biti uokvirene. (Sokolović, 2018)

Kada se radi o političkim stavovima, najveći broj pripadnika tipične populacije, nema direktno iskustvo s politikom – stoga veliki broj stavova i vrijednosti formira na osnovu onoga što mediji plasiraju u javnost. Iz toga slijedi da je okvir unutar kojeg se informacije koje se tiču politike prezentuju, od velikog uticaja na stavove koje će ljudi formirati. U odnosu na to, ne čudi da politički lideri prepoznaju ovaj uticaj medija te ga u skladu s tim pokušavaju eksploatirati u vlastitu korist, naročito kad se radi o promoviranju svega onoga što navode da će raditi u budućnosti (Benford & Snow, 2000). Za razliku od teorije postavljanja medijske agende, o kojoj smo ranije govorili, i čiji glavni efekat je fokusiranje pažnje javnosti na ono o čemu će misliti, framing utiče i na način na koji će javnost misliti o nečemu. Lokus efekta framinga leži u načinu opisa pitanja ili teme u medijima. (Sokolović, 2018)

1.2.6. Teorija priminga (udešavanja)

Korijeni istraživanja efekta udešavanja pozicionirani su u kognitivnoj psihologiji, gdje je priming istraživao u okviru različitih modela pamćenja. Nešto kasnije, ovaj efekat pobudio je interes socijalnih psihologa, i to u kontekstu načina na koji utiče na promjenu u stavovima i ponašanju. Udešavanje se odnosi na efekat unutar kojeg prvi stimulus utiče na način na koji reagujemo na sljedeći stimulus. U kontekstu medija to znači da efekat na ponašanje - i procjene koje će ljudi imati poslije percepcije prvog stimulusa, biti vjerovatno povezani sa narednim stimulusom (D. Roskos-Ewoldsen, B. Roskos-Ewoldsen & Carpentier, 2002). Najveći broj istraživanja o povezanosti priminga s medijskim uticajem na publiku odnose se na istraživanja vezana za izlaganje nasilju kroz medije, te istraživanja uticaja izvještavanja o političkim vijestima na evaluaciju političkih figura. (Sokolović, 2018)

O uticaju medijskog priminga na političke stavove bavili su se uglavnom istraživači na području SAD-a. Istraživanje Holberta i suradnika (2003) pokazalo je i da komercijalni televizijski sadržaji mogu imati uticaja na političke stavove kroz efekat priminga - ispitanici u ovom istraživanju su nakon gledanja serije Zapadno krilo (engl. *The West wing*) koja prikazuje lični i profesionalni život sa svim postojećim izazovima fiktivnog američkog predsjednika, pozitivnije ocjenjivali realne političke figure, odnosno tadašnjeg predsjednika i bivšeg predsjednika (George W. Bush-a i Williama Jeffersona Clintona). (Sokolović, 2018)

Niz eksperimentalnih istraživanja o udešavanju informativnim programom medija pokazao je postojanje uticaja udešavanja na političke stavove. Naime, nakon što su bili primovani vijestima

koje su se fokusirale na državnu odbranu, ispitanici bi procjenjivali kvalitet predsjednika dajući značajnu važnost tome koliko je ulagao u odbranu države – a ukoliko bi bili primovani vijestima o inflaciji, ispitanici bi evaluirali predsjednika u ovisnosti o tome koliko je učinio da tržišne cijene održi nepromijenjenima. (Sokolović, 2018)

Eksperimentalna istraživanja potvrđuju uticaj efekta medijskog priminga na stavove o socijalnim pitanjima poput rasne diskriminacije. Prednost teorije priminga u odnosu na ranije predstavljenje teorije je što se bavi kognitivnim aspektom uticaja medija na stavove, ali kao nedostatak možemo navesti činjenicu da teorija zanemaruje šire društvene i političke aspekte funkcioniranja medija. (Sokolović, 2018)

1.2.7. Mediji i politika

Odnos medija i politike ide više u korist medija, obzirom da se politika velikim dijelom oslanja na medije. Dok mediji imaju i mnoge druge sfere društva na osnovu kojih mogu opstati, politika bi bez medija bila samo jedna apstrakcija. Koliko god ovo bio logičan zaključak, postoji i druga strana novčića. Pitanje koje se postavlja je „ko posjeduje ključne medije“. Ekonomska moć političkih subjekata ne smije nikako biti zanemarena, obzirom da većina medija koji važe za najuticajnije su pod kontrolom upravo nekog od političkih subjekata. Ovo dovodi u pitanje relevantnost i pristranost medija kao političkih oglašivača. Medij svojim posredstvom uvelike kreiraju širu sliku političkih zbivanja, i koliko god javnost bila kritički nastrojena prema medijskim sadržajima, mediji itekako učestvuju u stvaranju cjelokupne slike o aktualnoj političkoj situaciji i političarima. Kako se to sve odražava na ličnosti političkih subjekata nam pruža istraživanje koje je centralna tema ovog rada. Naročito je interesantno kako su Kunczik i Zipfel objasnili odnos medija i politike pa sam u nastavku izdvojila neke elemente njihove teorije jer nam daje značajne informacije za istraživanje.

Za objašnjenje odnosa između sustava medija i sustava politike postoje različiti metodološki pristupi koji se mogu razvrstati u sljedeće paradigme. Spektar pristupa kreće se od ideje o dva međusobno neovisna sustava («paradigma podjele vlasti») preko pretpostavke o pomicanju granica jednog sustava na račun drugoga («paradigma instrumentalizacije» odnosno «paradigma ovisnosti»), pa sve do mišljenja da postoji međuovisnost obaju sustava («paradigma simbioze»), odnosno da dolazi čak i do njihova stapanja («supersustav»). (Kunczik & Zipfel, 2006)

Mediji bi trebali biti posve neovisni o političkom sustavu kako bi mogli ostvarivati tu zadaću. Neovisnost medija možemo razumjeti kao funkcionalnu za politički sustav jer samo medijski sustav jasno razgraničen od politike može vjerodostojno legitimirati politički sustav. Kritičari paradigme podjele vlasti upozoravaju na to da mediji ne mogu biti samostalna vlast uz tijela ili iznad tijela ustavne demokracije. Mediji ne mogu nadomjestiti državnu vlast i ne raspolažu istim potencijalom moći i sankcija kao političke institucije. Osim toga ideja o potpunoj autonomiji medija smatra se nerealnom zbog njihove raznolike ekonomske i političke ovisnosti. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Predstavnici «teorije instrumentalizacije» polaze od pretpostavke da su mediji doduše postali važniji za politički sustav, ali da je taj razvoj tekao paralelno s gubitkom autonomije medijskog sustava. Prema toj teoriji mediji su postali ovisni o politici. Među ostalima, to mišljenje zastupa i Herbert Schatz (1982) koji svoj teoretski pristup naziva modelom «teorije usmjeravanja» jer politika pokušava usmjeravati medije i njihove političke funkcije prema vlastitoj političkoj koristi. Povećano zanimanje političkog sustava za medije (prije svega za televiziju) i za njihovo izvještavanje, temelji se na povećanim zahtjevima i problemima političkog sustava uz istodobnu ograničenost resursa (prije svega financijskih sredstava) za njihovo ostvarenje. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Umjesto da osigura lojalnost i povjerenje građana u sustav materijalnim sredstvima, koja se gotovo više ne mogu priskrbiti, politika sve više koristi nematerijalne i simbolične čine, tj. strategije političkog PR-a, koji bi trebali potaknuti dojam kompetentnog rješavanja problema. Prema Schatzovu mišljenju, mediji u tom smislu političkom sustavu nude znatan potencijal usmjeravanja. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Strateška instrumentalizacija političko-administrativnog sustava širi se na aktivnosti komunikacijske i medijske politike (politike poretka, programa i financija), utjecaj stranaka na nadzorna tijela javnih radija i televizija, na poticanje pragmatično orijentiranih studija o djelovanju medija kao i strategije rada s javnošću u smislu inscenacije i medijske prodaje događaja i osoba. Wolfgang Langenbacher (1983, 38) već je na početku osamdesetih godina upozorio da je nastupilo «komunificiranje» politike. U strankama su nastala čitava područja zanimanja političkih komunikatora (npr. izborni stratezi, pisci govora, medijski referenti, planeri tema, semantički specijalisti - danas bismo morali dodati i «spin-doktore»), koji se bave «diferenciranim komunikacijskim marketingom» u smislu rada s javnošću. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Peter Radunski (1980, 9), dugogodišnji voditelj izbornih kampanja CDU-a (Kršćansko-demokratska unija), u svojoj studiji Izborna kampanja kao politička komunikacija tvrdi: «Definiranje politike i komunikacija s javnošću o njoj, dvije su strane iste medalje koje moderan političar ne smije razdvajati. Za njega politički djelovati znači i planirati i stvarati političku komunikaciju i pri tome ne misliti samo na sadržaje nego i na javnu provedbu politike. U modernoj demokraciji nezamislive su političke strategije bez komunikacijskih strategija. Onaj tko kreira politiku mora odmah uključiti i komunikaciju o njoj.» Taj se trend u međuvremenu znatno pojačao. Takav razvoj naziva se «medijalizacija» politike. Predstavnici teorije ovisnosti taj razvoj interpretiraju pomakom u odnosu između moći politike i medija u korist medija te nastankom ovisnosti političkih institucija o medijima. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Heinrich Oberreuter (1989, 36) smatra da medijalizacija politike znači «da su mediji a osobito televizija u velikoj mjeri podvrgnuli politiku svojim zakonitostima». Prema Oberreuterovu mišljenju, dramaturške zakonitosti idu na račun političke supstancije - ne samo u medijskom prikazu nego i u stvarnosti, pa se politika prilagođava medijskim prisilama. Na to se gleda kao na osobito problematičnu činjenicu zato jer se mediji, za razliku od političkih institucija, ne legitimiraju demokratski (tj. kroz izbore). uvjetovane formule prikazivanja politike imaju povratnu posljedicu na sadržaje i načine vođenja politike.» On dolazi do zaključka: «Medijalizirana politika znači podčinjavanje i instrumentalizaciju: politika i mediji žrtve su jedno drugoga». (Kunczik & Zipfel, 2006)

Među predstavnike teorije ovisnosti ubraja se i Kepplinger (1983a, 54), koji smatra da je sustav masovne komunikacije dijelom postao «funkcionalnom pretpostavkom» za ostale sustave. To vrijedi za unutarnju i za vanjsku politiku (Kepplinger 1983a, 57-61). Prema njegovu mišljenju, političke institucije i akteri imaju samo ograničene mogućnosti izravna obraćanja stanovništvu. Njihov pristup javnosti u znatnoj je mjeri postao ovisnim o masovnim medijima. Mediji imaju ključno mjesto u političkim procesima jer ne samo da komentiraju i kritiziraju političke odluke nego ih svojim izvješćima i pripremaju. Mediji definiraju okvir u kojem se te odluke drže prihvatljivima i sposobnima za konsenzus, tj. mediji, kako on misli, imaju znatan utjecaj na legitimitet i provedbu političkih odluka. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Kepplinger (1983a, 61) zaključuje da su masovni mediji, koji su prvotno bili izvan političkog sustava, zauzeli mjesto unutar njega: «Oni su postali politička moć koja više samo ne reagira nego velikim dijelom agira, a time što kao samostalna moć definira područje politički mogućeg, indirektno i vlada». Mediji mogu, prema Kepplingeru (1983a 59id), odabirom odnosno uvrštavanjem određenih tema (npr. ekologija) stvoriti pretpostavke za etabliranje novih

političkih skupina (npr. «zeleni»). To se tim više događa što se te skupine manje pridržavaju pravila političke igre jer je neuobičajeno ponašanje zanimljiva vijest. Tako se modificiraju i procesi formiranja volje unutar stranaka jer vodeći političari etabliranih stranaka također za sebe koriste medije, dok stranačka baza može tek ex post facto legitimirati teme koje su mediji potaknuli. (Kunczik & Zipfel, 2006)

«Pomicanje granica i funkcija» u korist medija Kepplinger (1985b, 258-260) obrazlaže time što mediji mogu stalno raditi punim kapacitetom; oni su dio internacionalne informacijske mreže, raspolažu znatnim novcem čije korištenje ne nadziru druge institucije i imaju pravne privilegije pri prikupljanju informacija. Mediji su fleksibilniji i u procesu regrutacije osoblja (npr. s obzirom na političke nazore potencijalnih djelatnika) nego što su to primjerice stranke. Za razliku od političkih aktera, oni neke teme mogu uvesti u javnu raspravu, ali ih i isključiti te se pri tome mogu, u skladu s posve novinarskim stajalištima, usredotočiti na određene teme i slučajeve, a neke druge zanemariti. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Publika također od medija ne očekuje da ustraju na jednom javno izrečenom mišljenju ili da objasne promjenu svojeg stajališta. Mediji su na kraju u očima stanovništva oslobođeni moralne odgovornosti za negativne tendencije odnosno sukrovnja medija gotovo se uopće ne tematizira. Zbog tih razloga mediji, za razliku od ostalih institucija, ne podliježu gubitku legitimacije. Zagovornici teorije međuovisnosti u središte svojih promišljanja stavljaju međusobnu ovisnost politike i medija. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Max Kaase (1986, 370) u tom kontekstu govori o «refleksivnom prožimanju». Ronneberger (1983b, 505) koristi «sliku spirale koja povezuje oba sustava u potrazi i proizvodnji onog temeljnog društvenog konsenzusa bez kojeg pluralistički sustavi ne mogu preživjeti». Saxer (1981, 502) govori o «međuovisnostima» medijskog sustava i političkog sustava: «Drugim riječima, politika i novinarstvo su u kontekstu u kojem međusobno rješavaju ali i stvaraju probleme». (Kunczik & Zipfel, 2006)

Argumentacija Helmuta Schleskoga (Schlesky, 1983) ide u istom smjeru jer smatra da su mediji promijenili forme djelovanja političara u cijelom svijetu. Promijenio se slijed prakticanja vlasti (Schlesky 1983, 53): «Stariji oblik ima redoslijed: namjera - djelovanje - posljedica - mediji. Novi oblik ima redoslijed: Namjera - mediji - posljedica - djelovanje». sobni funkcionalni kontekst pomoću modela inputa i outputa, koji ilustrira višestruke intervencije medija u politički proces: s jedne strane politički događaji čine važne medijske sadržaje, a s

druge politički je sustav ovisan o zahtjevima i podršci izvana pri stvaranju odluka koje legitimiraju i opće su obvezujuće. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Političar kao osoba za medije je s jedne strane zanimljiv partner za intervju, a s druge je i on sam zainteresiran za medijski induciranu javnu pozornost (faza inputa). Mediji nadalje izvještavanjem mogu promicati politički rad, tj. stvaranje opće obvezujućih odluka, ali ih mogu i ometati. Politički sustav sa svoje strane pokušava utjecati na izvještavanje (npr. u obliku medijizacije politike) tako da se spektar informacija i mišljenja za buduće političke odluke «pred-kanalizira» (faza transformacije). Nakon što se donesu, političke odluke ponovno postaju važan sadržaj za medije. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Medijski sustav, sa svoje strane, pomaže da politički rezultati budu poznati, da se razumiju i budu prihvaćeni (faza outputa). Izvještavanje odnosno reakcije na izvještaje kao feedbackpovratno djeluju, kao novi input, na politički sustav. Saxer (1998a, 64id) dokazuje da ovisnost između medija i političkog sustava postaje sve intenzivnija. Spominje «dubioznu simbiozu» koja se sve češće pojavljuje i prijeti da «gotovo neprimjetno izbaci konstitutivno načelo demokracije, naime ono o podjeli vlasti». (Kunczik & Zipfel, 2006)

Nastanak «simbioze» vidi i Ulrich Sarcinelli (1987, 218, kurziv i u izvorniku), a odnos između politike i masovnih medija za njega je «odnos razmjene koji je egzistencijalan za obje strane»: «publicitet se razmjenjuje za informaciju». Novinari tako postaju «integralnim sastavnim dijelom u procesu međuovisnosti u kojem se generiranje politike više jasno ne razlikuje od posredovanja politike» (Sarcinelli 1992, 47). Fritz Plasser (1985, 16) smatra da politički sustav tako postaje sve više medijski a da medijski sustav sve više agira politički. Na kraju tog razvoja, smatra on, oba će se sustava stopiti u jedan «supersustav». Taj će supersustav postajati sve više introvertiran, tj. sve će se više udaljavati od građanina i njegovih potreba i interesa (Plasser 1985, 16). Opasnost od nastanka supersustava vidi i Saxer (1998a, 65), ali pri tome ipak upozorava da se takve pretpostavke tek moraju dokazati empirijskim istraživanjima i da ih treba diferencirati. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Osim paradigme podjele vlasti sve navedene teorije polaze od pomicanja ili brisanja granica između medijskog i političkog sustava. U tom kontekstu tematizira se sve veća važnost oblika političkog samoprikazivanja tako da se poveća njihova učinkovitost u javnosti. Problem sve veće važnosti vanjskog izgleda u središtu je Dijalektike komunikacijskog društva Richarda Müncha. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Münchova je teza da živimo u svijetu u kojem je komunikacija postala potpunom prisilom. Komunikacija odlučuje o uspjehu ili neuspjehu pojedinaca, organizacija, društvenih skupina i cijelih društava. Tko ne uspije na sebe skrenuti pozornost korištenjem uspješnih komunikacijskih tehnika gubi utrku protiv konkurenata. S jedne se strane događaji sve više dramtiziraju kako bi se kod publike ostvarile željene reakcije, a s druge javnost otupljuje zbog prenapuhanih komunikacijskih sadržaja. Posljedica te «galopirajuće inflacije riječi» sve je manje povjerenje javnosti da se iza riječi krije nešto autentično. Nepovjerenje je posljedica komunikacijskog menadžmenta. Intenzivno se diskutira o posljedicama takva razvoja na politički sustav i podršku građana. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Sarcinelli (1994, 36) s tim u vezi piše, referirajući se na određena stajališta: «Između vođenja politike tijekom procesa odlučivanja i načina na koji se prikazuje u procesu izvještavanja, postoji sve veći jaz, otvara se procjep koji za demokratski sustav stvara neku vrstu legitimacijske stupice. (...) U legitimacijsku stupicu demokracija dopijeva prije svega zato jer se publici prenosi netočna slika o politici na osnovi koje se bude očekivanja koje politika ne može ispuniti». (Kunczik & Zipfel, 2006)

Slično misli i Oberreuter (1989, 40) kad kaže da bi političari u procesu odlučivanja trebali demonstrirati integritet i kompetenciju, a u procesu legitimiranja, nasuprot tome, talent za šoubiznis. To djeluje odbojno «na potencijalno aktivnu političku javnost». Prema njegovu mišljenju, medijski uvjetovani oblici predstavljanja politike imaju posljedice i za samu politiku: «Teatralnost, potrošenost tema i diskontinuitet već odavno nisu samo inscenacije za medije ili ustupci njihovim tehnikama izvještavanja. Sve više su postali politička zbilja». Tako je opisan mehanizam koji može izazvati povećano otuđenje građana od politike. (Kunczik & Zipfel, 2006)

Čini se da medije i politiku ne možemo nikako odvojiti jer je sami razvoj doveo do međusobne ovisnosti. Pitanje kako razviti zdravu vezu između medija i politike?

II DIO

METODOLOŠKI PRISTUP NAUČNOM ISTRAŽIVANJU

1. Problem istraživanja

Problem istraživanja je konkretno uticaj medija na ličnost. Problem koji nas u biti zanima jeste koliko su osobe, specifično političari kao akteri javne scene, podložne promijeniti vlastitu ličnost kako bi odgovorile zahtjevima koje nameću mediji. Kako idemo dublje, na osnovu analize političara koje sam odabrala rješavamo problem stabilnosti, dosljednosti ličnosti, te snagu medija da potaknu transformaciju. Utvrdit ćemo u kojoj su mjeri odabrani političari zadržali svoju autentičnost i stabilnost i da li je to ono što ih čini tako moćnim i uticajnim u očima javnosti. Dakle pitanja kojima ćemo se zabaviti su sljedeća:

1. Koje su osobine ličnosti političara koje analiziram?
2. Kakva je prezentacija odabranih političara u medijima kroz određeni vremenski period njihovog djelovanja?
3. Koje promjene primjećujemo u njihovim ličnostima kroz različite medijske trendove?
4. Na koji način su prikazani u medijima, a šta se može zaključiti na osnovu biografije i autobiografije što će nam pomoći prepoznati promjene koje se jesu ili nisu dogodile kod ovih političara?
5. Koliko je stabilnost ličnosti i mala podložnost medijskom uticaju indikator uspjeha lidera?
6. Kolika je stvarna moć medija da oblikuju nečiji karakter?
7. Kako se, kao akter javne scene, nositi sa pritiscima koje nalažu mediji?
8. Kolika je moć medija, a kolika političara da kreiraju društvene procese?

2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja su ličnosti odabranih političara u kontekstu privatne i javne sfere, odnosno razlike koje postoje u ličnosti koje se mogu uočiti kroz analizu autobiografija i biografija te

osobina koje se ispoljavaju kroz djelovanje medija i na koncu, promjena u ličnosti ovih političara koju uočavamo kroz djelovanje medija. Dakle, slijedeće:

1. Ličnosti odabranih političara u javnom i privatnom životu.
2. Promjena u ličnosti političara kroz djelovanje medija.
3. Priroda medijskog izvještavanja o odabranim političarima.

2.1. Kategorijalno pojmovni sistem

Osnovni pojmovi sa kojima ćemo se susresti u ovom istraživanju su: *ličnost, mediji, privatnost, reputacija, transformacija.*

Ličnost- skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni i koji utječu na interakcije pojedinca i njegove adaptacije na okolinu. (Randall & David, 2008)

Mediji- sredstva kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno formirali (ili danas, nažalost, sve više, manipulirali) javno mišljenje građana. Medij je posrednik prijenosa poruke od pošiljatelja poruke do primatelja. (Danijela, 2017)

Privatnost-pravo da zadržimo svoj život i informacije o sebi tajnima ili poznatima samo nekolicini ljudi. (Anon, 2020)

Reputacija- mišljenje koje ljudi imaju o nekome ili nečemu bazirano na prošlom ponašanju ili karakteru. (Anon, 2020)

Transformacija- potpuna promjena nečijeg izgleda ili karaktera. (Anon, 2020)

3. Ciljevi istraživanja

Nakon ovog istraživanja bit će nam jasnije kroz kakvu to transformaciju političari prolaze u toku prelaska i za vrijeme djelovanja u javnoj sferi i koliko mediji utiču na to, što će pružiti širu perspektivu svima onima koji žele da postanu političari, ali i onima koji se bave ličnošću i faktorima koji utiču na nju. Najvažniji cilj je da utvrdimo u kojoj mjeri mediji imaju moć da

promijene ličnost te koje dimenzije ličnosti su podložne promjeni, a koje ostaju fiksne. Također, ovo istraživanje će da približi oblasti komunikologije i psihologije.

3.1. Naučni cilj

- Steći uvid u snagu djelovanja medija na ličnost.
- Proširiti razumijevanje ličnosti.

Naučni cilj ovog istraživanja je u osnovi, približiti dvije, dosada rijetko spajane, naučne discipline, komunikologiju i psihologiju. S obzirom da je predmet u okviru kojeg se radi ovo istraživanje Filozofija medija, zadržati ćemo se u tom okviru djelovanja te psihologiju shvatiti kao nauku koja je izvorno potekla iz filozofije, a medije promatrati kao dimenziju komunikologije. Također ćemo se kroz analizu djelovanja medija dotaknuti i politike i ukazati na njihovu važnost u cjelokupnom političkom procesu.

Naučna deskripcija

Naučna deskripcija, prema nekim autorima, u osnovi predstavlja opisivanje manifestnih formi i definisana je kao najniži oblik prikazivanja naučnih ciljeva. U ovom slučaju naučna deskripcija podrazumijeva dimenzije i karakteristike ličnosti, te djelovanje medija na njih.

Naučna klasifikacija i tipologizacija

Naučna klasifikacija i tipologizacija u ovom istraživanju obuhvata podložnost ličnosti negativnom uticaju medija, što vodi ka gubitku identiteta i moguće negativnim posljedicama za one koji su pali u zamku medijskog oblikovanja realnosti. Također, skretanje pažnje na načine na koje mediji vrše negativan uticaj.

Naučna eksplikacija

Uzrok je djelovanje medija, a posljedica je promjena u ličnosti političara i mogući gubitak identiteta. Da li je došlo do toga kod političara koje sam odabrala za analizu ili su oni primjer stabilnih ličnosti što je, za posljedicu, dovelo do uspjeha i povećanja moći i uticaja na javnost.

3.2. Društveni cilj

Društveni cilj ovog istraživanja je skrenuti pažnju na djelovanje medija te ukazati svakome onom ko želi da se bavi javnom djelatnošću na prepreke na koje može naići u suočavanju sa medijima. Dakle, proširiti razumijevanje medija i povećati spoznaju o prirodi ličnosti i koliko je ona podložna promjenama. Na koncu, svrha je pružiti dovoljno znanja javnosti kako bi se mogli što bolje nositi sa svime onime što u današnje vrijeme nosi medijska dimenzija života i pružiti alate koji će pomoći u pripremi za javni angažman.

4. Sistem hipoteza

4.1. Generalna hipoteza

Mediji prirodom svojih izvještavanja o političarima izazivaju promjenu u njihovim ličnostima.

Indikatori: Autobiografije, biografije, medijski priloz i sadržaji.

4.2. Posebne-pojedinačne hipoteze

Posebna hipoteza H1: Ukoliko je ličnost političara stabilna, mediji nemaju naročito velik uticaj na nju.

Posebna hipoteza H2: Što je manji uticaj medija na oblikovanje ličnosti političara, to on uživa bolju reputaciju u javnosti.

Posebna hipoteza H3: Mediji svojim radom uglavnom izazivaju stres kod političara.

4.3. Sistem varijabli

Zavisna varijabla: Promjena u ličnosti političara.

Nezavisna varijabla: Medijska priroda izvještavanja o političarima.

4.4. Sistem indikatora

- Karakteristike ličnosti: jedinstvo ličnosti, jedinstvenost ličnosti, dosljednost (psihološke skale);

- Pozitivne i negativne osobine ličnosti (psihološke skale);
- Dimenzije ličnosti: emocionalna stabilnost, ekstraverzija, savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu (psihološke skale);
- Tipovi ličnosti: sangvinik, kolerik, melanhonik i flegmatik (psihološke skale);
- Obrambeni mehanizmi ličnosti;
- Pozitivno ili negativno medijsko izvještavanje o odabranim političarima;

5. Način istraživanja

Istraživanje ćemo izvršiti koristeći slijedeće metode:

1. Induktivna- analiza pojedinačnih činjenica kako bi se došlo do općeg zaključka.
2. Deduktivna- izvođenje zaključaka iz općih sudova;
3. Analiza- raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije elemente;
4. Sinteza- predočavanja jednostavnih sudova u složenije;
5. Dokazivanje-metoda koja ujedinjava druge metode kako bi se opravdao neki sud;
6. Deskripcija- postupak jednostavnog opisivanja činjenica bez znanstvenog tumačenja;
7. Metoda anketiranja- postupak prikupljanja podataka na temelju anketnog upitnika;

Svaka od ovih metoda će doprinijeti u realizaciji ovog istraživanja i pomoći da potvrdimo ili opovrgnemo zadate hipoteze.

6. Naučna i društvena opravdanosti istraživanja

Naučna opravdanost ovog istraživanja podrazumijeva širenje shvaćanja kako o ličnosti kao psihološkog pojma, tako medija kao komunikološkog. Također, međusobnim ispreplitanjem ove dvije dimenzije, očekujemo da ćemo pružiti neka nova, zasebna saznanja.

Društvena opravdanost podrazumijeva pružanje novih saznanja svakome ko odluči da se bavi javnim radom, odnosno eksponira u medijima. Rezultati bi trebali pružiti alate koji mogu pomoći u boljem razumijevanju, a time i boljem snalaženju u odnosu sa medijima.

7. Vremensko (i prostorno) određenje istraživanja

Ovo istraživanje će obuhvatiti vremenski period u kojem su živjeli ili žive i djeluju odabrani političari, sa obaveznim savremenim osvrtom na datu temu. Zbog prirode samog istraživanja, prostorno određenje nije moguće definisati.

III DIO

ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

3.1. Barack Obama

Barack Obama je rođen 04.08.1961. godinu u Honolulu na Havajima od majke Amerikanke i oca Kenijca koji su se razveli kada je Barack bio još dijete. Djetinjstvo provodi sa majkom i očuhom u Indoneziji, a kada je napunio deset godina se vraća na Havaje da živi sa majčinih roditeljima te da nastavi školovanje. Njegov otac je bio odsutan tijekom cijelog njegovog života izuzev kratkog perioda za vrijeme boravka kod bake i djeda kada mu je otac došao u posjetu. Nakon toga su povremeno nastavili komunikaciju pismima. Sam Obama je izjavio da ga je više oblikovala odsutnost nego prisutnost njegovog oca, ideja koju je imao o njemu. Obama na Havajima upisuje Punahou akademiju koju završava 1979. godine. Nakon toga se upisao na Occidental koledž sa kojeg se prebacio na univerzitet Kolumbija gdje je i diplomirao političke nauke. Odlazi u Čikago gdje se bavi organiziranjem aktivnosti lokalnih zajednica. Posljednja stanica njegovog školovanja bio je Harvard gdje završava pravo 1991. godine nakon čega se zapošljava u Čikagu kao odvjetnik i kao profesor. Njegov predsjednički staž uključuje dva mandata, tako da je Obama bio predsjednik SAD-a od 2009. do 2017. godine i kao što znamo prvi je afričko-američki predsjednik u historiji SAD-a.

3.1.1. Ličnost i medijski portret

Iz autobiografije Baracka Obame „Snovi moga oca“ doznajemo da se on u jednom trenutku našao u dilemi, raditi uobičajen posao, rutinski i zarađivati iznad prosjeka uklapajući se u šablon kakav je većina ljudi živjela ili pohrliti za nečim što donosi drugačiju vrstu ispunjenosti. Ali, da bismo o tome mogli kvalitetno raspravljati potrebno je prvo da se dotaknemo Obamine porodične situacije. Kao što je već navedeno u dijelu sa biografijom, Obama je dijete razvedenih roditelja, majke Amerikanke, bjelkinje i oca Kenijca, crnca. Samo na osnovu ovoga možemo zaključiti da je od svog rođenja Obama bio neko ko se našao između dva različita svijeta, međutim nije samo ta činjenica ono što uzimamo kao značajno, jer ono što je još i važnije jeste i priroda porodičnih odnosa sa očeve strane. Knjiga se i zove „Snovi moga oca“ i to nije onako slučajno, jer kroz cijeli dijapazon poglavlja Obama pokušava da nađe način kako da učini stvari ispravnim, kako da ujedini vlastitu porodicu i da na neki način dokuči svoga oca. Ali krenimo

redom. Prvo je važno napomenuti da je i porodica sa Obamine majčine strane također veoma važna, ali ipak kao da njegov odnos sa majkom ne nosi toliku težinu kao odnos sa ocem. Držim da je to zbog, kao što je Obama i sam rekao, što ga je odsutnost njegovog oca oblikovala na određeni način koji se ne može uporediti sa time šta bi bilo da je njegov otac, kao i majka, bio dio svakodnevnice makar u tom ranom djetinjstvu ili da je mu je cjelokupna porodična situacija jednostavnija. Ovdje možemo postaviti pitanje šta je to što Obaminu porodicu čini tako kompleksnom? Prva činjenica se tiče razvoda njegovih roditelja i šta se desilo poslije toga. Naime njegov otac je otišao da bi nastavio školovanje na Harvardu kako bi se nakon toga mogao vratiti u Afriku i tamo doprinijeti zajednici. Za školovanje je dobio stipendiju koja nije bila dovoljna za cijelu porodicu, te je iz tog razloga nastavak školovanja Obaminog oca značio i kraj braka njegovih roditelja, ostavivši Obamu sa usputnim pitanjem na koji nije znao dati odgovor, zašto se njegov otac nije vratio.

„Umjesto toga, životna putanja moga oca svrstala se u onu istu kategoriju u kojoj se nalazila knjiga „Korijeni“ koju mi je majka jednom prilikom kupila, zajedno sa zbirkom knjiga iz raznih zemalja o postanku svijeta, biblijskim pričama, pričama o drvetu pod kojim je čovjek rođen, o Prometeju i darovanju vatre, o kornjači iz indijske legende koja je lebdjela u prostoru držeći na leđima cio svijet. Kasnije kada sam putem televizije i filmova saznao da postoje i drugi putevi do sreće, počela su da me muče pitanja. A šta je držalo kornjaču? Zašto je svemoćni Bog dozvolio zmiji da izazove toliko bola? Zašto se moj otac nije vratio? Ali kada sam imao pet ili šest godina nije mi smetalo da te daleke misterije ostavim neriješenim.“ (Obama, 2008)

Pročitavši čitavu autobiografiju, može se zaključiti da je, iako spomenuto nonšalantno i kao usput, upravo to centralno pitanje koje je Obamu provelo specifičnim životnim putem, a odgovori koje je dobio nisu ga samo doveli do predsjedničkog mjesta, nego su mu pomogli i da pronađe mir.

Nakon razvoda njegovih roditelja, Obama nastavlja živjeti sa bakom i djedom i majkom koja se ubrzo udaje za jednog Indonežanina. Tako se Obamino životno putovanje nastavlja u Indoneziji. Odnos sa očuhom najbolje opisuje slijedeći pasus:

„Zbog toga sam se sve više obraćao Lolou za objašnjenje ili savjete. On nije mnogo govorio, ali je bilo lahko sa njim. Svojoj rodbini ili prijateljima me je predstavljao kao svog sina i nikad nije insistirao na suvišnom zblizavanju niti se pretvarao da je naš odnos nešto drugo i više od onoga što je ustvari bio. Ja sam cijenio tu distancu. Ona je značila da postoji razumijevanje

među nama- razumijevanje između dva muškaraca. A njegovo znanje o svijetu je bilo neiscrpno.“ (Obama, 2008)

Život u Indoneziji je postao takav da je okolina u kojoj su ljudi živjeli predstavljala sliku preživljavanja koja, iako su Obama i njegova majka živjeli solidnim životom i iako je njegov očuh napredovao, ipak nije bila prijatna za gledati svaki dan, naročito za Obaminu majku kojoj se učinilo da ima izbora da svome sinu pruži bolje prilike za život. Shodno tome, brak između Loloua i Obamine majke Stanley Ann je okončan, te se Obama vratio na Havaje kako bi se školovao u američkoj školi, prema američkom programu za koje vrijeme je ostao da živi sa bakom i djedom. Za vrijeme osnovnog školovanja, Obama je prošao kroz period gdje mu se bilo teško uklopiti u sredinu jer je bio crne rase. Ono što je popravilo Obamin školski život je prvi i jedni posjet njegovog oca kojeg je Obamina učiteljica zamolila da se obrati djeci u njegovom odjeljenju. I, kao da je način ophođenja, način govora Obaminog oca pred razredom popravio kvalitet Obaminog đlačkog doba, ali i kao da je bar za još neko vrijeme produžio i potkrijepio plemenitu sliku koju je imao o svom ocu.

„Kada je otac ustao, djeca su me pogledala, dok sam ja ukočeno držao glavu pokušavajući da se fokusiram na praznu tačku na školskoj tabli iza njega. Govorio je dosta dugo prije nego što sam konačno uspio da se vratim u stvarnost. Bio je nagnut preko velike hrastove katedre gospođice Hefty i opisivao rascjep na planeti u doba nastanka ljudskog roda, Govorio je o divljim životinjama koje još uvijek lutaju prostranstvima, o plemenima u kojima se i dan-danas zahtijeva od dječaka da ubiju lava da bi zaslužili da budu primljeni u svijet odraslih muškaraca. Govorio je o običajima plemena Luo u kome se posebno uvažavaju starješine koji sastavljaju zakone obavezne za sve koji sjede i slušaju ih pod velikim krošnjama drveća. Pričao je i o borbi Kenije za slobodu, o Britancima koji su željeli da ostanu i bespravno vladaju ovim ljudima, kao što su to radili i u Americi, o tome koliko je ljudi pretvoreno u robove samo zbog svoje boje kože, kao što su to radili i u Americi. Ali, rekao je, Kenijci su kao i svi mi u učionici, čeznuli da budu slobodni i da se razvijaju kroz predan rad i požrtvovanje. Kada je završio, gospođica Hefty je apsolutno sijala od ponosa. Svi moju drugovi su od srca aplaudirali, a nekolicina se usudila i da postavi pitanja. Izgledalo je da moj otac svako pitanje pažljivo razmatra prije nego što odgovori. Zazvonilo je za ručak i gospodin Eldredge mi je prišao. „Tvoj otac nas je zaista impresionirao“. Dječak crvenog lica koji me je ranije pitao o kanibalizmu rekao je: “Tvoj tata je baš kul“. U pozadini, na strani, vidio sam kako Coretta gleda moga oca dok se pozdravljao sa nekom djecom. Izgledalo je da je suviše uzbuđena da se nasmiješila, ali je njeno lice ipak blistalo od zadovoljstva.“ (Obama, 2008)

Nakon ovoga zasigurno da je Barack Obama sr. je i dalje ostao jaka i stabilna figura za Obamu. I taman što je otac počeo da ostavlja neki stvaran trag u njegovom životu i daje utisak nečeg neposrednog i trajnog, morao je da ponovo ode ostavljajući Obamu da ga se sjeća, pa makar kao sjenu, kako i sam piše, oponašajući način kako govori, gestove ne shvaćajući odakle dolaze i koja im je namjena, ali tu su da potvrde da on postoji.

Nastavljajući govoriti o kompleksnosti Obamine porodice, važno je spomenuti i da je u trenutku kada je njegov otac došao u posjetu, on bio oženjen drugom ženom, a prije braka sa njegovom majkom je također bio oženjen, te je postalo jasno da Obama ima petoro braće i jednu sestru u Keniji, sa kojima će se kasnije, nakon očeve smrti upoznati i uspostaviti prijateljske odnose, ali koji će odigrati i važnu ulogu u odlukama koje su mu pomogle da nađe svoj put u karijeri i životu općenito. Jedan takav primjer se veže za ono što sam napisala u početku o Obaminoj dilemi vezanoj za rad po šablonu ili izbor da radi ono što ga ispunjava, nešto što mu daje veći smisao. Nakon što je diplomirao, imao je jasnu viziju onoga što želi da bude, organizator aktivnosti lokalnih zajednica. Takav poziv je za njega imao dublje značenje.

„Takve slike postale su neka vrsta molitve za mene, podizale su mi duh usmjeravajući moje emocije na način koji riječi to nikada ne bi mogle. One su mi govorile (mada je moguće da je čak i ovo shvaćanje došlo naknadno, da je to neka moja interpretacija podložna greškama), da nisam sam u svojim borbama i da okupljanje u zajednice nije bilo nešto Bogom dano ovoj zemlji, bar ne za crnce. Zajednice treba da se stvaraju, treba se za njih boriti, treba ih njegovati kao bašte. One su se širile i smanjivale prema snovima ljudi, a u pokretu za građanska prava ti su snovi bili veliki. Za vrijeme protestnih skupova i demonstracija, marševa i u pjesmama iz zatvora, gledao sam kako se afro-američka zajednica pretvara u nešto više nego što je samo mjesto gdje si rođen ili kuća u kojoj si odrastao. Kroz organiziranje i zajedničku požrtvovnost pridobijeno je članstvo. A pošto je članstvo pridobijeno, a ta moja zamišljena zajednica koja je još uvijek bila u postupku stvaranja počivala na obećanju da može da se redefiniira kao jedna veća američka zajednica- bijela, crna i braon, vjerovao sam da će ona vremenom moći da potvrdi jedinstvenost mog sopstvenog života. U tome se sastojala moja ideja organiziranja. To je bilo obećanje iskupljenja.“ (Obama, 2008)

Međutim, stvari u početku nisu išle jednostavno, i organizacije kojima je Obama pisao nisu odgovarale na pisma. Iako se nije obeshrabrio niti odustao od ovog poziva, odlučio je da nađe konvencionalniji posao kako bi otplatio studentske dugove i uštedio. Posao koji je dobio bio je mjesto pomoćnog istraživača u konsultantskoj kući koja je radila za jednu multinacionalnu kompaniju. U toj firmi je počeo da napreduje i kao da je njegova zamisao o tome da bude

organizator polahko počela blijediti i gotovo i da bi skroz iščezla da jednog dana nije primio poziv od svoje sestre Aume. Već je postojao dogovor da se upoznaju s obzirom da ona dolazi u Ameriku sa nekim prijateljima, ali poziv koji je dobio je donosio tužnu vijest

„Ipak ne mogu da dođem- rekla je. „Jedan naš brat, David...je poginuo. Nastradao je u nesreći na motociklu. Samo toliko znam“. Počela je da plače.“ O Barack, zašto nam se događaju ovakve stvari?“ (Obama, 2008)

Ova vijest je podsjetila Obamu na njegovu misiju, na rane koje je trebalo zaliječiti, ali i postavila pitanje da li bi da je taj dan sve proteklo kako su planirali, da se upoznao i ugostio svoju sestru u New Yorku i da njegov brat nije tragično stradao, Obama ipak odabrao životni put „uvaženog građanina“ i zaboravi na svoju želju da iscijeli i ujedini različitosti. Uskoro se i zaposlio kao pomoćnik pri organiziranju u Čikagu.

Iz ovoga dosada vidimo da je Obama kao ličnost ostao dosljedan, a u nastavku ćemo uraditi analizu ličnosti kroz petofaktorski i MBTI model o kojima smo govorili u teorijskom dijelu.

Ekstraverzija

Čitajući autobiografiju možemo zaključiti da Obama pripada ekstravertiranim ljudima. Dakle možemo ga definisati kao otvorenu, druželjubivu osobu koja otvoreno iznosi svoje stavove, poduzetan, energičan, aktivno traži društvene situacije gdje se može povezati sa ljudima. Podlogu za ovaj zaključak možemo dobiti iz slijedećeg pasusa:

„U to doba bio sam nestrpljiv, prezauzet poslom i okupiran nerealiziranim planovima i gosti su mi predstavljali samo nepotrebno opterećenje. Međutim, ne bi se moglo reći da nisam volio društvo. Uživao sam da razmjenjujem španske viceve sa svojim susjedima, uglavnom Portorikancima. Kada bih se vraćao sa časova, zastao bih da popričam sa klincima koji su se okupljali tokom cijelog ljeta oko ulaza i komentirali igru Knicksa ili pucnjavu koja se čula prethodne noći. Kad je vrijeme bilo lijepo, moj cimer i ja bismo sjedili na požarnom stepeništu i pušili, gledajući plavkastu prašinu koja je obavijala grad ili bijelce iz susjednog malo bogatijeg kraja koji su u naš blok dovodili pse da tu izvrše nuždu. (...) Uživao sam u takvim momentima, ali samo na kratko. Ako bi se razgovor odužio, ili prešao granicu i postao previše familijaran brzo bih pronašao razlog da se povučem.“ (Obama, 2008)

Vidimo da je Obama društvena, ekstravertna osoba, ali koja ima mjeru i poznaje vlastita ograničenja kada se radi o pretjeranom zbližavanju, zna kada da se povuče.

Saradljivost/Ugodnost

U kojoj mjeri je Obama saradljiv možemo da zaključimo i iz toga što je odlučio da se bavi organiziranjem lokalnih zajednica. Tako nešto ne bira osoba koja nema saosjećanje i kooperativnost u odnosu sa drugima, toplinu i velikodušnost, sve osobine koje se vežu za ovu dimenziju petofaktorskog modela ličnosti.

„Ne, upravo sam te nešto pitao. Kažeš da si umorna, baš kao što je umorna i većina ljudi napolju. Ja samo pokušavam da zamislim šta će se dogoditi tim dječacima. Ko će im dati šansu? Gradski vijećnik? Socijalni radnici? Bande?“ Osjetio sam da počinjem vikati, ali sam se obuzdao. „Znaš ja nisam došao ovamo zbog toga što mi treba posao. Došao sam jer mi je Marty rekao da je ovdje bilo nekih ljudi koji su ozbiljno odlučili da učine nešto da bi promijenili kraj u kome žive. Ne tiče me se šta se događalo u prošlosti. Znam da sam ovdje i da hoću da radim s vama. Ako postoji neki problem, uradit ćemo sve da ga riješimo. Ako, pošto budete izvjesno vrijeme radili sa mnom, zaključite da se ništa nije dogodilo, ja ću biti prvi koji će vam reći da od svega dižete ruke.“ (Obama, 2008)

„Ponekad bih uzeo novine od ovih, uvijek učtivih ljudi, često iz sažaljenja prema njima zbog toga što su morali da u sred ljeta stoje u teškim odijelima, a zimi u tankim kaputima...“ (Obama, 2008)

„Ponekad bih slušajući o takvim nevinim snovima poželio da zagrlim ove djevojke zajedno sa njihovom djecom, da ih čvrsto stegnem i da im nikada ne dopustim da odu.“ (Obama, 2008)

Savjesnost

Sama činjenica da je Obama imao zacrtan cilj da postane organizator i da je vrijedno radio kako bi i ga ostvario govori u prilog visokom stupnju dimenzije savjesnosti. A to što je, iako je imao stabilan posao u kojem je napredovao, odlučio da ide za svojim unutarnjim pozivom, ga stavlja na još viši stupanj ove dimenzije.

„Moj plan za roditelje je bio jednostavan. Još nismo imali snage da mijenjamo državnu socijalnu politiku, ni da stvaramo poslove u lokalnoj sredini ili da znatno više novca nabavimo za škole. Ali ono što smo mogli je da bar malo popravimo stanje u Altgeldu- da popravimo toalete, radijatore, prozore. Mislilo sam da ako budemo imali nekoliko uspješnih akcija te vrste, možda će biti moguće da roditelji formiraju jezgro jedne autentično nezavisne organizacije stanara.,, (Obama, 2008)

Iz ovoga vidimo da je Obama u svojoj glavi imao koncept onoga što se može uraditi.

„Slušaj, Barack, tvoja lojalnost zaista zaslužuje divljenje. Ali u ovom momentu ti treba da misliš o sopstvenom napretku. Ako ostaneš ovdje, osuđen si na propast. Odustat ćeš od organiziranja prije nego dobiješ priliku za uspjeh.“ -Marty, ja nikud ne idem.“ (Obama, 2008)

„Poštovanje onih sa kojima sam radio, konkretna poboljšanja u kraju, uspješno realizirani planovi- sve bi to trebalo da mi bude dovoljno.“ (Obama, 2008)

Sve ovo pokazuje koliko je Obama ozbiljno shvatao ono što je radio i da su i njegove kolege i nadređeni bili svjesni toga da se mogu na njega osloniti, da je efikasan i pouzdan, a i plodovi rada to potvrđuju.

Neuroticizam ili emocionalna stabilnost-nestabilnost

Pročitavši autobiografiju Baracka Obame možemo zaključiti da se radi o stabilnoj osobi. Iako je se mnogo selio i mijenjao sredinu, ni u jednom trenutku nije djelovalo kao da mu je to previše teško palo ili da je zbog toga osjećao napetost ili tjeskobu, pa čak ni nervozu. Pa čak i u nekim situacijama gdje bi se od osobe očekivalo da iskaže reakciju na stres, čini se da je on uvijek imao način da to ispolji na smiren način. Dobar primjer za to je i trenutak u kojem doznaje o pogibiji svoga brata.

„Pošto je spustila slušalicu, izašao sam iz kancelarije rekavši sekretarici da se neću vraćati do kraja radnog vremena tog dana. Satima sam šetao ulicama Manhattna, a Aumin glas mi se stalno vraćao u misli. Na drugom kontinentu jedna žena plače. Na mračnom i prašnjavom putu jedan mladić gubi kontrolu, pada na tvrdu zemlju, točkovi se najzad zaustavljaju i nastupa tišina. Pitao sam se ko su ti ljudi, ti stranci u kojima teče moja krv? Šta može ublažiti tugu ove žene? Kakve lude i neizgovorene snove je imao taj mladić? Kakav sam ja kad nisam pustio ni suzu zbog gubitka nekoga svog?“ (Obama, 2008)

Pa iako nije „pustio suzu“ vidi se da Obama saosjeća sa bolom svoje sestre i pati za izgubljenim životom svoga brata, a način na koji se ponio prema tome pokazuje da ipak spada u domet emocionalno stabilnih osoba i još se može i reći da se na prilično razuman način ophodi prema vlastitim emocijama uz visok stepen samosvjesnosti.

Otvorenost ka iskustvima

Iako se Obama ne može baš nazvati umjetničkim tipom koji cijeni avanturu i maštu ipak možemo primijetiti da je dosta fleksibilan i otvoren prema onome novoj okolini, novim iskustvima. Ustvari, najbolje rečeno je da je itekako sposoban da se suoči sa nečim novim što mu se servira, ali da sam trči ka nekim ludorijama i ekscentričnom ponašanju je daleko od istine. Sa druge strane stavke koje opisuju ovaj faktor kao što je širina interesa, pronicljivost i inteligencija su svakako osobine koje krase Obamu. Tako da što se tiče otvorenosti ka iskustvima možemo reći da Obama djelimično ispunjava ovaj faktor. Nova iskustva koja on sam bira su proistekla iz dubine njegovih motiva, ali su i racionalno odabrana.

„Harvard! Ništa manje! Nadam se samo da ćeš se ponekad sjetiti svojih drugova kada budeš radio u nekoj lijepoj kancelariji u centru grada.“ (...) Upalio sam cigaretu i pokušao da protumačim svoj razgovor sa Johnnijem. Da li je on sumnjao u moje namjere? Ili to ja nisam vjerovao u sebe? Čini mi se da sam preispitao svoju odluku bar stotinu puta. (...) A na pravnom fakultetu treba da naučim stvari koje će mi pomoći da dovedem do prave promjene. (...) Možda je Johnny bio upravu. Možda se kada se jednom prestane sa racionalizacijom, uvijek dođe do jednostavnog objašnjenja koje se svodi na bjekstvo- bjekstvo od siromaštva ili dosade ili kriminala ili okova vaše kože.“ (Obama, 2008)

MBTI tipologija

Nakon analize petofaktorskog modela Obamine ličnosti, dotaknut ćemo se i MBTI tipologije. Na internet izvorima doznajemo da je MBTI tip kojem Obama pripada ENFJ tipu koji je još nazvan i „Protagonista“.¹ ENFJ= ekstravertan, intuitivan, osjećajan i prosuđujući.

Protagonisti su rođeni vođe, puni strasti i karizme. Čine oko dva posto stanovništva, često su to naši političari, treneri i učitelji, koji dopiru do drugih i potiču ih da postižu i čine dobro u svijetu. Uz prirodno samopouzdanje koje stvara utjecaj, Protagonisti jako uživaju te su ponosni kad vode druge kako bi zajedno poboljšali sebe i svoju zajednicu. Osobe s tipom osobnosti Protagonist su strastveni altruisti, ponekad čak i pretjerano, a najčešće se ne boje uzeti stvari u svoje ruke i podržati ljude i ideje u koje vjeruju. Ne čudi da su mnoge poznate osobe tipa Protagonist američki predsjednici – ovaj tip osobnosti želi voditi u svjetliju budućnost, bilo

¹ <https://www.16personalities.com/hr/enfj-osobnost> pristupljeno 30.06.2021.

vodeći naciju do prosperiteta ili vodeći svoj drugoligaški nogometni klub do pobjede poslije mukotrpane borbe.²

3.1.2. Uticaj medija na Baracka Obamu

Nakon što smo analizirali ličnost, u narednim stranicama ćemo analizirati način na koji je Obama prikazan u medijima i pokušati što bolje odgovoriti na pitanje da li se uočava ikakva promjena ili razlika u onome što znamo o njemu iz autobiografije i onoga što vidimo u medijima u namjeri da otkrijemo stvarnu snagu uticaja medija na ličnost.

Obama je političar koji je za vrijeme svog predsjedničkog angažmana, bilo da se radi o prvom ili drugom mandatu, koji je veoma svjestan moći koju imaju mediji te je on tu moć vješto iskoristio u svojim kampanjama. O svemu tome najbolje govori Mladen Miroslavljević u „Političkom komuniciranju“.

U najmanju ruku jednako važan bio je i Obamin uspjeh u korištenju Interneta kao platforme za prikupljanje finansijskih priloga kao podrške kampanji. Obama je kao kandidat Demokratske stranke okrenuo naglavce tradicionalnu prednost republikanaca u smislu finansijske podrške poslovnog svijeta. Obama je u doslovnom smislu privukao milione privatnih subjekata koji su mu dali ekonomsku podršku, milion aktivnih dobrovoljaca i 8.500 aktivnih discussion forums na webu. 95 odsto donacija bilo je manje od 200 dolara – ali ukupna suma je bila značajno veća nego kod njegovog protivkandidata McCaina, što je Obami omogućilo da intenzivno konkuriše (i pobijedi) u tradicionalno republikanskim državama. Posljedice su kolosalne. Kao što je šef McCainove kampanje Steve Schmidt priznao u New York Timesu, Obamina kampanja predstavljala je „tigrov skok“ naprijed čisto u tehnološkom smislu, i zadatak republikanaca u dolazećim godinama je da pokušaju učiniti nešto slično kako bi uopšte imali šansu na budućim izborima. (Miroslavljević, 2010)

Kao što vidimo, ne samo da je iskoristio medije za promociju, nego su mu poslužili i za prikupljanje dodatnih sredstava koja su mu itekako pomogla da dođe do pobjede. Obama čak ide i korak naprijed i postaje prvi političar koji je upotrijebio Facebook i Twitter za potrebe kampanje.

² <https://www.16personalities.com/hr/enfi-osobnost> pristupljeno 30.06.2021.

Nakon višegodišnjeg fokusiranja na spin i pažljivog pozicioniranja u odnosu na protivničke napade i tvrdnje, Obamina pozicija je odražavala jednu konstantu tokom trajanja čitave kampanje. Obama je, uprkos tome što su i njegovi savjetnici i mediji smatrali da bi i on trebao biti oštar i preći u retorički napad, zadržao velikodušnu poziciju okupljanja i pragmatizma. Ovo posljednje se može činiti kao paradoks u digitalnom društvu gdje neutemeljene tvrdnje i ad hominem napadi cvjetaju. Ali to zapravo podcrtava jednu dobru vijest, a to je da se u političkoj komunikaciji u 21. vijeku radi o stvarnome: o jednome čovjeku koji ima veliki plan. I volju da uključi narod u njegovo ostvarenje. (Miroslavljević, 2010)

Ovdje Miroslavljević ističe Obaminu dosljednost vlastitom stilu, zanemarujući mišljenje medija i savjetnika, ostaje dostojanstven u komunikaciji.

Ali kakav je zapravo portret Obame u medijima. Medijske izvore koje sam do sada istražila pokazuju da je Obama odličan govornik i da nastoji ostaviti utisak duhovite osobe. Na jednoj press konferenciji je, čak i unajmio muškarca koji će predstavljati njegovu ljutnju.³ To je bio domišljat način na koji je Obama dao svoju kritiku na medije, a na kraju izlaganja postaje jasno da mu ne treba „prevoditelj ljutnje“, jer se i sam počeo ljutito izražavati. Također je zanimljiv primjer i njegov odgovor medijima, dok je bio u posjeti u Keniji:

„Odgovarajući na pitanja medija, rekao je kako je uživao u ručku sa bakom i sestrom Aumom. Kada je upitan da li mu je baka uputila kakav mudar savjet, odgovorio je da jeste: kako ne bi trebao vjerovati novinarima.“ (Price, 2008)

Poenta je da je Barack Obama kreativna osoba koja razmišlja i traži način kako da ga ljudi razumiju, da se izrazi onako kako vidi stvarnost i kako se osjeća, ali da u isto vrijeme ostane dostojanstven i pribran, te da ostavi dojam duhovitosti.

Na osnovu onoga kako je prikazan u medijima ljudi su stvorili utisak da je Obama jedan porodičan čovjek prije svega. U svakom obraćanju medijima kada se radi o ključnim trenucima, on ne zaboravi, zapravo prvo što spomene je njegova supruga Mišel i njegove dvije kćerke. I zaista se doimaju kao jedna stabilna porodica. Obama nije sklon skandalima i polazi mu za rukom da održava imidž pristojne osobe.

U početku svog mandata, mediji su uglavnom imali pozitivan ton kada se radi o Obami. Činjenica što je prvi afričko-američki predsjednik mu je donijela val početne euforije, i kao da su svi bili oduševljeni, sudeći po medijima, što se u Americi dogodilo nešto tako historijsko.

³<https://youtu.be/G6NfRMv-4OY> pristupljeno 06.07.2021.

Prva i najznačajnija Obamina osobina koja ga je i dovela do pobjede je, kao što je već i spomenuto, njegova vještina govora, Obama je odličan govornik koji, kao da je proniknuo u srž onoga čemu društvo teži, izrazio svoj ideal ujedinjenja svih Amerikanaca, odnosno kako i sam navodi, izgradnje SAD-a do onog ideala koji se tako trude predstaviti, ideala o zemlji koja je slobodna i u kojoj su sve različitosti uvažene. Njegov govor poznat kao govor nade je ono što je kupilo glasače, jer sve i da su htjeli, mediji nisu mogli da ga predstave u lošem svjetlu. Obama je itekako svjestan univerzalnih vrijednosti kojima teži svaki čovjek i zna kako da ih izrazi na način da „dotakne“ one koji ga slušaju.

„-Drhtao sam, to je bilo tako dobro- rekao je Chris Mathews sa MSNBC-a. Wolf Blizer sa CNN-a rekao je da je Barack „elektrizirao masu ovdje“. Jedna je žena, spuštajući se pokretnim stepenicama, dok su se Barack i njegova pratnja penjali, oduševljeno rekla: „Jednostavno jedva čekam da Vi budete predsjednik.“ Prisutnim na Konvenciji u Bostonu, 27.jula 2004, Barack je rekao:“ Ovo večeras jeste velika čast za mene, jer, priznajemo, moje prisustvo na ovoj pozornici pomalo je nevjerovatno.“ Ogromna masa ljudi, mnogi sa šarenim kapama i majicama ukrašeni bedževima kampanje, bila je više nego oduševljena. Bili su ošamućeni, bili su očarani i bili su ushićeni. Mnogi su pitali: „Ko je taj visoki vitki crni čovjek?“ (Price, 2008)

Vidimo da ni novinari ni građani nisu ostali ravnodušni na Obamin nastup. Mediji su, zacijelo, prepoznali da je način na koji on djeluje na ljude tako očaravajući, da su znali da je Obama neko će vrlo lahko donijeti veću čitanost ili gledanost medijskih sadržaja.

„U izdanju magazina Newsweek od 9. septembra 2004. godine, kolumnistica Anna Quindlen je u članku pod naslovom „Skok u moguće“ napisala: „ Kao što to većina države već zna, kandidat za Senat iz Ilinoisa je rođeni govornik, strastven, ali ipak razborit na mjestu koje izmamљуje uzvik čak i kod najiskusnijeg političara. Doveo je do oduševljenja skup prepun orkestracije, a kojem je manjkalo iznenađenja. I još nešto: oživio je moć i slavu američkog liberalizma samom svojom pojavom.“ (Price, 2008)

„The Economist je u izdanju od 6. novembra 2004. opisao Baracka kao kandidata o kome je američka liberalna elita dugo sanjala- staložen, misaon, elokventan, ima u vidu međunarodnu dimenziju, intelektualac- i crn... Gospodin Obama drugačiji je od svih političara koji su se godinama pojavljivali.“ (Price, 2008)

Svi su, i za vrijeme njegove kandidature za senatora, jednom riječju, bili oduševljeni Obamom. To je tek bila uvertira za pobjedu koja je uslijedila 2008. godine. Sve razlike koje su se spojile u njegovoj ličnosti su doprinijele njegovom šarmu ili više način na koji je uspio da ih uskladi i

izrazi, i bez obzira na ne baš preveliko političko iskustvo, Obama je uspio da izbori mjesto predsjednika i svim sposobnostima i kapacitetima privolio i medije da izvještavaju u njegovu korist. Obamino medijsko predstavljanje je djelovalo od početka tako glatko da kako Price (2008) navodi su neki medijski promatrači proglasili Obamu jednim od najsretnijih političara i opisali njegovu kampanju za američki senat jednom od najlakših utrka u historiji.

Njegova slava u medijima započela je kada je izabran za predsjednika Harvard Law Reviewa. *„To mu je dodatno pomoglo u stjecanju slave. Pojavile su se priče u New York Timesu i u magazinu Time. Uslijedili su pozivi za intervju i različiti zahtjevi za pojavljivanjima na konferencijama. Nije neobično da su počeli kontakti izdavača i agenata sa novootkrivenom zvijezdom.“* (Price, 2008)

Njegova kandidatura za predsjednika je ostavila veoma jak dojam na ljude, a još veći na medije koji su počeli izvještavati u čovjeku koji plijeni svojom harizmom.

„U članku u Wall Street Journalu, Peggy Noonan smatra kako Obama „očigledno planira kandidaturu“. Ona opisuje Barackovu posjetu New Hampshireu, gdje je bio dočekan ushićenim komentarima. Pisala je o Baracku, koji snima uvod u Monday Night Football, kako sjedi za stolom obasjanim svjetlošću, prikazujući ga kao glumca koji može apsorbirati tekst i u prirodi mu je da zna šta je to kamera. Barack ima, primjećuje Noonan, urođenu privlačnost, nekompromitiranu prošlost i nije opterećen nikakvim dosijeima i iscrpljen dosadašnjim dostignućima. Ona se pita: „U šta vjeruje? Za šta se bori? Ovo je, ipak najvažnije pitanje. “Barackova popularnost, piše ona, nije vezana za neki stav, pitanje ili problem, ona se tiče samog senatora Obame kao ličnosti, i ljudi ga posmatraju kao utjelovljenje svojih nada.“ (Price, 2008)

Međutim, mediji mu nisu bili baš uvijek apsolutno nakloni. Kada je provlačio neke političke poteze, ni on nije bio pošteđen kritike. Tako je bilo povodom sirijske krize.

To je Joe Klein, politički kolumnist magazina Time. "Obama je doživio ozbiljan pad: u svijetu, s Kongresom, i što je najvažnije s američkim narodom", rekao je Klein, novinar veteran i politički umjerenik, za POLITICO. (Byers, 2013)

A Obama je uglavnom sam kriv za nedavni val medijske negativnosti (iako su republikanci rado pružili ruku). Da bi čuo kako mu štampa govori, njegovo postupanje sa sirijskom krizom u najboljem je slučaju zbudjujuće i kontradiktorno, čineći ga slabim na međunarodnoj sceni. Progon njegove administracije i zviždači i nadzor štampe u suprotnosti su s obećanjima koja je

dao kao kandidat. Njegova nesposobnost da kroz kongres progura progresivni dnevni red čini ga neučinkovitim. (Byers, 2013)

"Postoje naznake da se Obamamanija u medijima počinje lomiti", rekla je Laura Ingraham, konzervativna voditeljica razgovora i saradnica Fox News-a. „Već pet godina imao je drag Osnos medijskog idnustrijskog kompleksa prema sebi... Ali, nije trebalo da predsjednikova crvena linija u Siriji nestane ... i da ga Putin okreće poput Stradivarija da bi novinari izgubili simpatiju. ” (Byers, 2013)

I nakon dugotrajnog pritiska iz medija i sa svih strana, Obama nije promijenio svoju odluku kada se radi o ratovanju u Siriji. Njegova zamisao o ratovanju se svodila isključivo na borbu protiv terorizma. Možda je Obama ostao dosljedan onome za šta se zalagao, ali postavlja se pitanje gdje počinje granica nefleksibilnosti? Istina jeste da je još i za vrijeme kampanje za predsjednika, postojala sumnja u kojoj će mjeri Obama znati da se iznese sa na polju vanjske politike. Mnogi su bili i tada skeptični, zbog Obaminog opštepoznatog neiskustva.

„Članak koji je objavljen 14.aprila 2007. godine u magazinu The Economist priznaje Barackovu sposobnost u prikupljanju finansijskih sredstava i omasovljavanju broja donatora tih sredstava, ali postavlja i pitanje da li on može proći test vanjske politike?“ (Price, 2008)

Obama itekako svjestan ove kritike, na to, kako piše Price (2008) odgovara formiranjem grupe talentiranih i uvažanih savjetnika. Međutim, izgleda da to nije bilo dovoljno kako bi kasnije, kao već iskusni političar odgovorio na zahtjeve medija i građana glede vanjske politike.

Bez obzira na tu sitnu „mrlju“, sve ostale Obamine osobine su bile i previše izražene kako bi se iko tada posebno zadržavao na tome i izvještavanja puna divljenja prema Obami su i dalje nastavila rasti.

„U maju 2007. godine, magazin Time proglasio je Baracka kao jednog od najuticajnijih ljudi na svijetu.“ (Price, 2008)

Kako je kampanja tekla, Obama je nastavio pobjeđivati svoje protivkandidate, a fascinacija njime je nastavila i dalje rasti.

„Dan nakon pobjede, David Brooks, kolumnista The New York Timesa, piše: „Amerikanci se osjećaju dobro zbog Obamine pobjede, koja je priča o mladosti, mogućnosti i jedinstvu u raznolikosti. Obama je postigao nešto izuzetno. Obama mijenja ton američkog liberalizama, a možda i američke politike.“ (Price, 2008)

Sumirajući sve što je napisano, možemo reći da je uzrok Obaminog uspjeha najviše njegova neobičnost, počevši od toga što je Afroamerikanac, pa do njegovog efektnog načina govora i lične harizme. Vidjeli smo da je veoma brzo postao popularan, a Price (2008) ga u nekim dijelovima biografije uspoređuje i sa rock zvijezdom. Naravno da je kao takva pojava bio primijećen i širokih ruku prihvaćen od strane medija i teško je uopšte zaključiti da li su ga mediji tako prigrlili jer je njegov šarm „začarao“ prvo publiku, pa nisu imali izbora ili je publika bila opčinjena zbog skoro pa bajkovitog izvještavanja medija o njemu. Kako bilo, stvorio je reputaciju čovjeka koji je spreman da donese promjenu. Kao što sam u početku rekla, Obama je neko ko je od početka bio svjestan moći medija i kao da je proniknuo na koji način ih navesti da sarađuju sa njim, prihvatio ih je kao dobre saveznike i partnere, a čak i uveo neke novine kada se radi o političkom oglašavanju o kojima je bilo riječi. Kada se, na koncu, vratimo na to u kojoj mjeri su mediji svojim izvještavanjem uticali na Obaminu ličnost, sa sigurnošću možemo reći da je način na koji su djelovali na njega samo istakao sve ono što on jeste, dakle mediji su prirodno svoga izvještavanja naglasili Obaminu ličnost. Međutim, ne možemo reći da je Obama, pod uticajem medija promijenio neke svoje karakteristike, više možemo tvrditi da je tražio i pronalazio načine da se uhvati u koštac i sa kritikama koje su se dešavale, a da ne istupi iz svoje suštine. U Obaminom slučaju, dalje, ne možemo tvrditi da što je čvršći i nepokolebljiviji u svojim stavovima i otporan na medije, da je više poštovan i cijenjen u narodu. To je zapravo zbog toga što je uživao visoku popularnost i pozitivan feedback i od građana i od medija koji je potom sam i pokvario u primjeru vezanom za odstupanje iz Sirije koji smo naveli. Obama može pobijediti samo u američkom društvu koje je jako sklono medijima, generalno gledajući. Radi se o fenomenu medijizacije politike ili medijske politike koji je otud i potekao. Može se reći da je postojao jedan sklad između medija, građana i Obame, ali da je Obama taj o kojem je zavisilo hoće li se dojam o njemu pokvariti, a zbog tog početnog sklada stvorila se takva veza između medija i građana koja je se može nazvati istovjetnom, pa ako su građani pokvarili utisak o Obami, to se desilo i medijima i obrnuto. Na kraju, ipak možemo, uprkos datim kritikama, reći da je Obama završio svoj predsjednički staž kao osoba koja je uživala pozitivnu reputaciju, i kada se radi o medijima, a i građanima, ali da nije bitno promijenila svoju ličnost. Na osnovu ovoga zaključujemo da je hipoteza: Mediji prirodno svog izvještavanja utiču na ličnosti poznatih političara, opovrgnuta.

Slika 1. Novinske naslovnice na dan Obamine pobjede



Izvor: Anonimni internetski izvori

3.2. Recep Tayyip Erdogan

Recep Tayyip Erdoğan rođen je 26. Februara 1954 godine u četvrti Kasımpaşa u Istanbulu. On je turski političar i dvanaesti predsjednik Republike Turske od 2014. godine. Obavljao je dužnosti predsjednika Vlade, bio je gradonačelnik Istanbula od 1994. do 1998. Završio je osnovnu školu Piyale Kasımpaşe 1965. godine, te je maturirao u istanbulskoj islamskoj srednjoj školi İmama Hatipa 1973. godine, a nakon toga studirao je na Fakultetu ekonomije i komercijalnih znanosti u Marmari, gdje je diplomirao 1981. godine. Erdoğan se u mladosti bavio polu-profesionalnim nogometom u mjesnom klubu Fenerbahçe. Erdoğan je 2001. godine osnovao Stranku pravde i razvitka. Nakon godinu dana postojanja, AKP je postao najpopularniji politički pokret u Turskoj. Na općim izborima 2002. godine, AKP je dobio 34% glasova i gotovo dvije trećine zastupnika u Skupštini.⁴

3.2.1. Ličnost i medijski portret

Prvo što možemo zaključiti o Recep Tayyip Erdoganu, na osnovu njegove biografije, je to da je on od malih nogu posjedovao poseban duh koji ga je izdvajao od drugih, taj duh se može nazvati i duh lidera. Međutim, Erdoganu politika nije bila prva opcija. Naime, tokom mladih

⁴<https://bh-vjesnik.net/recep-tayyip-erdogan-biografija/> pristupljeno 01.07.2021.

dana njegova strast je bila fudbal u kojem je bio i prepoznat kao neko ko je mnogo talentovan. I možda bi ga i put odveo na tu stranu da nije bilo njegovog oca Ahmeta Erdogana koji mu nije dozvolio da prihvati prilike da postane ozbiljni fudbaler. Ali, autori navode da je fudbal odigrao značajnu ulogu u razvijanju Erdoganove ličnosti.

„U ovim godinama naučio je da naspram teškoća ne padne u strah, da se ne predaje do posljednjeg trenutka, da postigne gol u šansi koja mu se ukaže. (...) Međutim, godine provedene u fudbalu naučile su ga brzini i ravnoteži, taktici i strategiji, pobjedi i porazu, da vjeruje u sebe i da se nikada ne predaje.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Politika je također zauzimala visoko mjesto u Erdoganovom životu čak i za vrijeme dok je igrao fudbal, ali trenutak u kojem je shvatio da će politika i ostati važan dio njegovog života je trenutak kada je postao predsjednik *Mreže mladih Milli selamet partije*.

Autori Erdogana opisuju kao nekog ko ima, kako oni to nazivaju, *mladalačko junačenje-kasimpašalijski duh*. To je prema njima, osobina koja ga čini istinskim i prirodnim, nekim ko se doima kao dio naroda. Erdogan je lider iz naroda i to je ono što pojam kasimpašalijskog duha predstavlja.

„Svoju prirodnost izgrađuje na vrijednosnim normama masa koje predstavlja. Dok to čini nimalo se ne muči. Samouvjeren je u svom djelovanju, što mu daje istinsko posjedovanje svih tih vrijednosti. On ne glumi. Ponaša se prema onome što osjeća iznutra. Nema potrebu da bude neko drugi.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Ekstraverzija

Erdogan je osoba koja spada u ekstravertirane osobe. On je neko ko voli da se druži sa ljudima i kao što i autori (Besli & Ozbay, 2012) kažu *„Brzo je sticao slavu; Vrlo lahko je prilazio ljudima“*, njegov pristup ljudima je opušten i rado ulazi u interakciju.

Ugodnost

Ovaj faktor kod Erdogana je, također, veoma izražen, a potiče, kako autori biografije i sami govore, *iz veoma jakih osjećaja humanosti*.

„Mi smo jedno tužno društvo. Život koji živimo tovari nas tugom. I Tayyip posjeduje jednu konstrukciju koja osjeća bol i tugu. I to je ono što ga čini centrom privlačnosti; ljudi u njemu vide svoje stanje.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Savjesnost

„Najveća osobenost Tayyipa Erdogana bilo je ispunjavanje date riječi pod bilo kojim uvjetima.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Erdogan spada u osobe veoma razvijene savjesnosti što u prilog tome govore i slijedeći pasusi iz knjige:

„Požrtvovanost prema borbi držim ispred požrtvovanosti prema osobama. Ostavite lične probleme, ja ću ih riješiti. Mi ne poričemo period prije 12. septembra, pa mi potičemo iz tog vremena. Međutim u tom periodu napravljene su greške, i mi moramo pričati o njima. Ne smijemo ponoviti greške koje smo tada napravili.“ (Besli & Ozbay, 2012)

„On voli okruženje u kojem svako slobodno iznosi svoje ideje. To mu je u biti. Primijetili ste u razgovorima u kahvečajnicama da ljudi ponekad dobace. Svi smo to doživjeli. Puno se puta pravimo da ne čujemo i pokušavamo preći preko toga. Tayyip ne radi tako. On daje odgovor, obostrano se prepire. On ne bježi od tenzije.“ (Besli & Ozbay, 2012)

O Erdoganovoj savjesnosti ipak najviše govori njegova slijedeća izjava:

„Politika je stvar dobre volje, ali, ako smo već svjesno prihvatili neku dužnost, preuzeli odgovornost, onda nemojmo činiti izdaju prema preuzetoj dužnosti, već je izvršimo sa svim njenim pravom.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Također i Erdoganov pristup kampanji i realnoj situaciji da može postati gradonačelnik Istanbula govori u prilog njegovoj savjesnosti.

„I kao osoba iz aspekta poslova koje je radio, Tayyip Erdogan je bio toliko iskren i realan tako da ni nama nije ostavljao prilike da se drugačije ponašamo. Tokom cijelog dana vodio je terenske aktivnosti, a noću bi, uprkos velikom umoru, učio gradivo. Želio je naučiti sve o tome kako se rukovodi jednom metropolom. Bavio se istinskim pitanjima, radio je sa istinskim stručnjacima, želio je doći do stvarnih saznanja.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Neuroticizam/emocionalna stabilnost

U kojoj mjeri Erdogan važi za emocionalno stabilnu osobu govore slijedeći pasusi:

„Na sastanku Upravnog odbora Oblasnog ogranka, Tayyip Erdogan je bio prilično miran, međutim bio je suočen sa veoma haotičnom i uznemirujućom situacijom koja je došla sa izborima.“ (Besli & Ozbay, 2012)

„-Niste Obratili pažnju na moja upozorenja!- govorio je usudni glas sa drugog kraja veze. Rekao sam da će teći krv, niste shvatili ozbiljno. Ovo Vam je posljednje upozorenje!.. Večeras imate još jedan skup na kome će vaš kandidat držati govor. Kažite mu da odustane, u suprotnom, bit će ubijen tokom govora.“ Pogledali smo u gospodina Tayyipa. Umjesto neodlučnosti ili zebnje, na licu mu se očitavala duboka vjera. Bilo je očigledno da ga vjera oslobađa u mjeri u kojoj se ne boji bilo koje ovosvjetske snage. Ako treba, mogao je očitati lekciju svemu i svakome. Svima nam je ulio hrabrost tim svojim dubokim i spokojnim stanjem duha. Samo je rekao: „Drugovi, svako na svoje mjesto! Nastavljamo!“ (Besli & Ozbay, 2012)

Zaista dokaz jakog emocionalnog stanja osobe, da kada je suočena sa prijetnjom na vlastiti život, reaguje kao što je reagovao Erdogan kada su ga pokušali bezuspješno zastrašiti da bi povukao kandidaturu.

Otvorenost ka iskustvima

„Stalno je bio u pokretu. Kada prijatelji govore o njemu, uglavnom počinju slijedećim riječima: -Išli smo s Tayyipom na to i to mjesto.. ili -Jednom smo se vraćali iz tog i tog grada..“ (Besli & Ozbay, 2012)

Ovo nam govori da ne samo da je bio otvoren ka iskustvima, nego je bio i inicijator. Ali sa druge strane, ne možemo baš reći da je Erdogan umjetnički tip osobe, na šta se aludira kada se govori o ovom faktoru. Kao i Obama, on je inteligentan i pronicljiv, a što se tiče interesovanja, ona su uglavnom vezana za one aktivnosti koje se tiču politike.

MBTI tipologija

Kada govorimo o MBTI tipu ličnosti Recepta Tayyipa Erdogana onda na osnovu internet izvora doznajemo da se radi o ESTJ tipu.⁵ ESTJ= Ekstravertan, pažljiv, razmišljajući i prosuđujući.

Osobe tipa Upravitelj su predstavnici tradicije i reda, koriste svoje razumijevanje o tome što je ispravno, a što nije i što je društveno prihvatljivo kako bi ujedinili obitelji i zajednice. Prihvatanjem vrijednosti poštenja, predanosti i dostojanstva, osobe s tipom osobnosti Upravitelj cijenjene su zbog svojih jasnih savjeta i smjernica te radosno predvode na teškim stazama. Upravitelji često preuzimaju ulogu organizatora, ponosni na svoju sposobnost zbližavanja ljudi, naporno rade kako bi svi zajedno slavili lokalne događaje ili čuvali tradicionalne vrijednosti koje na okupu drže obitelji i zajednice. Osobe Upravitelji svjesne su svoje okoline i žive u svijetu jasnih, provjerljivih činjenica – sigurnost u vlastito znanje znači da se čak i kod jakog otpora čvrsto drže svojih principa i guraju jasnu viziju onoga što jest, a što nije prihvatljivo. Njihova mišljenja nisu samo prazna priča, nego su Upravitelji više nego spremni upustiti se u najzahtjevnije projekte, poboljšavati akcijske planove i usput razvrstavati detalje, tako da se i najsloženiji zadaci čine jednostavnima i pristupačnima. Međutim, osobe Upravitelji ne rade same te očekuju da njihova pouzdanost i radna etika budu uzvraćeni – ljudi s ovim tipom osobnosti ispunjavaju svoja obećanja i, ako ih partneri ili podređeni ugroze svojom nesposobnošću ili lijenošću, ili još gore nepoštenjem, ne ustručavaju se pokazati svoj gnjev. To im može donijeti reputaciju nefleksibilnosti, ali to nije zato što su Upravitelji samovoljno tvrdoglavi, već zato što oni zaista vjeruju da su ove vrijednosti ono zbog čega društvo funkcionira.⁶

3.2.2. Uticaj medija na Recepta Tayyipa Erdogana

Prvu značajniju promjenu u ličnosti Recepta Tayyipa Erdogana naslućujemo za vrijeme njegove kandidature za gradonačelnika Istanbula.

„U tom periodu se kod Tayyipa dogodila jedna ozbiljna promjena. Iz figure jednog klasičnog mladića koji pripada Refah partiji evoluirao je u kandidata za mladog lidera. (...) Zajedno sa ovom kampanjom odvojio se od ove mase i zauzeo drugi položaj. Odjednom je promijenio nivo, postao je političar cijele Turske. Postao je gradonačelnik Istanbula, ali vodeći računa o tome šta se u Turskoj govori o njemu i uzimajući Tursku za mjerilo onoga što je govorio, postao je

⁵ <https://personality-database.com/profile/7523/recep-tayyip-erdoan-government-middle-east-mbti-personality-type> pristupljeno 02.07.2021.

⁶ <https://www.16personalities.com/hr/estj-osobnost> pristupljeno 02.07.2021.

neko ko se obraća cijeloj zemlji. Počeo je govoriti uz svijest da će izgovorena riječ otići i do ušiju stanovnika Vana, kao što će otići do ušiju glasača u Istanbulu. Mislim da je u ovoj kampanji našao priliku da u ozbiljnoj mjeri izgradi svoju ličnost i svoju ekipu.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Naravno da je Erdogan bio svjestan širine uticaja koji mediji imaju, te je shodno tome pronikao u to kako je najbolje da se ponaša kako bi poenta onoga što zastupa bila shvaćena na pravi način. Znao je da mora napraviti promjenu na sebi koja će doprinijeti ozbiljnijem izražaju. Međutim, kao što to inače biva, mediji su podijeljeni, dok jedni podržavaju pišući riječi podrške, drugi kritikuju pokušavajući sabotirati. To se, sasvim razumljivo, dogodilo i Erdoganu u trenutku kada je postao kandidat za načelnika Istanbula.

„Tayyip Erdogan je bio kandidat kojem je u svakoj prilici učinjena nepravda, kojem nisu dozvoljavali da izađe pred kamere, kojem su uskraćivali mikrofon, kojem nisu davali dovoljno prostora u medijima, čiji su glas utišavali, kojeg su gušili i narod je toga bio svjestan.“ (Besli & Ozbay, 2012)

„Mediji su mislili da će izborna trka proteći između Ilhana Kesica, Zulfua Livanelia i Bedrettina Dalana, a na nas u gledali kao na neki ukras. Još dodaje da ovakav stav medija nije bio namjeren: - Jer mediji su stanje zaista ovako vidjeli“ (Besli & Ozbay, 2012)

Bez obzira na ovakvo ophođenje medija prema jednom kandidatu, narod je prepoznao Erdogana kao ozbiljnog političara, a autori biografije ističu da je to zbog njegove iskrenosti i neizvještačenosti.

„U pogledu ispoljavanja svoje stvarne ličnosti, Tayyip Erdogan je bio vrlo uspješan. Zbog toga je naš kandidat u ovoj kampanji trebao glumiti samo samoga sebe., (Besli & Ozbay, 2012)

Već iz ovoga naslućujemo da je Erdogan mijenjao svoju ličnost u onolikoj mjeri koliko je smatrao da će imati više efekta na ljude, a ne da bi podilazio zahtjevima medija.

„Sve dok se nije primijetilo da je Tayyip Erdogan pokrenuo partijsku masu, u stavovima medija nije se zbila nikakva promjena.(...) Međutim, kada su uticaj kampanje i blagonaklonost naroda postali vidljivi, shvatili su da Tayyip Erdogan nije lahak zalogaj pa su otpočeli napadi. Jednog dana na naslovnoj strani Huriyeta, izašao je tekst pod naslovom: - ah Tayyip-aga, ah! Prema ovoj vijesti, Tayyip Erdogan u Sultanbeyliu posjeduje tri-četiri vile, ali i pored toga, izlazi pred narod i glumi siromaha.“ (Besli & Ozbay, 2012)

Na ovaj napad medija Erdogan je reagovao čvrsto i stabilno: „*Ja neću dalje raspravljati o tome da li imam više ili nemam. Pred stanovnicima Istanbula dajem riječ: Idite i pronadite ih! Koliko god budem imao vila na Sultanbeyliu sve ću vam ih dati. Ali ako ih ne nađete, a nećete ih naći sigurno- onda ćete vi odlučiti o tome kako ime treba da nadjenem vama i onome što ste uradili.*“ (Besli & Ozbay, 2012)

Ovdje uviđamo da je Erdogan bio stavljen i prošao test dosljednosti karaktera i snage ličnosti. Također se u slijedećem pasusu vidi da Erdogan ne podliježe pritisku koji nalažu mediji.

„*Poprilično je navaljivao da se pjevaju pjesme. I Tayyip se dobro branio, nije im dozvolio da prave šou. Rekao im je i zatvorio temu: „Neće nam se prijateljstvo ovdje okončati! Nakon izbora ćemo se sastati i pjevati.*“ (Besli & Ozbay, 2012)

Vidimo da je imao način da nonšalantno izbjegne ono što nije bilo prigodno.

Jedan od razloga zbog kojeg mediji nisu pridavali Erdoganu onoliku pažnju koliku je trebalo je zbog njegove oskudne materijalne situacije. Kako autori navode, znali su da nije dobra mušterija jer nije imao para platiti reklamu na cijeloj strani. Kada je postalo izvjesno da Erdogan ima veliku šansu da pobijedi vlasnik televizije Kanal 6 koji je pronašao Erdoganu sponzora za reklamu, a Erdogan je još jednom pokazao dosljednost i čvrstoću pokupivši se uz riječi: „*Hvala Vam na ponudi i na savjetima! Ali, ja nikada neću stati pod jedan takav teret.*“

Nakon pobjede na izborima za gradonačelnika Istanbula, Erdoganova partija je ponovo bila na meti napada.

„*Počev od Istanbula u svim općinama u kojima je osvojila vlast, Refah partija će koristeći ovlaštenja i mogućnosti uticati na naš način života!...U autobusima će se odvojiti muškarci i žene!.. Zatvorit će se restorani, barovi i paviljoni koji služe alkohol!...Žene koje rade u općinama ili će pokriti svoje glave ili će biti izbačene sa posla!.. Još ovog trenutka neki bradati mladići počeli su izbacivati mlade djevojke iz vozova!*“ (Besli & Ozbay, 2012)

Reakcija Erdogana i njegove partije je bila takva da ne pridaju važnost ovakvim spletkarenjima, nego da se usmjere na stvarne obaveze i poslove koje su dobili pobjedom.

Međutim mediji su nastavili da se ponašaju neprijateljski, pa je njihova slijedeća taktika bila ignorisanje poteza koje je Erdoganova partija poduzimala kako bi učinila grad Istanbul boljim za život, kao što je izgradnja cjevovoda Terkos-Kogithane i postrojenja za biološko prečišćavanje. S obzirom na ovakvo ponašanje medija, gradska vlast je donijela odluku da

pokrene časopis po imenu Istanbulski bilten, kako bi se narod mogao obavijestiti o onome što se radi u gradu.

Autori (Besli & Ozbay, 2012) o Erdoganu kažu „*Ako pogledamo iz ovog ugla, Tayyip Erdogan nije postao premijer zato što se promijenio, već suprotno, postao je premijer zato što se nije promijenio i danas se sa istom odlučnošću bavi politikom.*“, a to je ono što nam govori da uspjeh nekog političara ne dolazi zbog toga što se on prilagođava i podilazi medijima ili bilo čemu drugome, nego suprotno, uspjeh dolazi kao posljedica jačine karaktera i stabilne ličnosti. Naravno, ovdje govorimo o stvarnom uspjehu i uticaju.

Zbog rastuće popularnosti Erdogana i njegove partije, opozicija nije mogla mirno sjediti, pa su posredstvom medija počeli da narušavaju Erdoganovu reputaciju, da bi to na kraju eskaliralo naslovima kao što su „Tayyipova vlast odlazi!, „Tayyip će ostati bez fotelje“ sve u cilju pada Erdogana. Ali on se nije obazirao na tako nešto, nego je nastavio marljivo raditi svoj posao iako mediji nisu prestali sa napadima, a kao što je već i rečeno, bilo je i medija koji su prenosili lijepe vijesti. Sve to je dovodilo do kontradiktornih objava.

Iz ovoga možemo zaključiti da mediji uglavnom nisu bili naročito naklonjeni Erdoganu, međutim on kao da se uopšte nije obazirao na to, jednostavno nije pridavao značaja. Takav pristup mu je zasigurno ostavio snagu da se bavi nekim važnijim stvarima. Autori ipak pokušavaju odgovoriti na pitanje otkud potiče ovakav negativan odnos medija prema Erdoganu. Jedan novinar, Mehmet Dogan, spomenut u biografiji, daje odgovor na to pitanje: „*Zašto mediji nisu zadovoljni novim gradskim vlastima? Nije teško pretpostaviti zašto. U proteklom periodu gradonačelnici su laskali „najvećim medijima“ i dobijali su veliku pažnju. Nekim novinarima omogućavane su velike privilegije. Bit će da je zatvaranje ovih slavina izludjelo one što su navikli na ovakvo stanje.*“ Kao da je moć medija opala sa dolaskom Erdogana na vlast, i možda se prigodnije upitati o uticaju Erdogana na medije, umjesto o uticaju medija na njega.

U jednom trenutku, možemo uočiti promjenu u medijima naspram Erdogana. Kada je završen projekt izgradnje sportskih terena na mjestu gdje je bila deponija i kada je Erdogan obznanio nastavak sličnih projekata mediji su ovo ispratili slijedećim naslovima:

„*Mediji su pokazali veliko interesovanje za obilazak*“

„*Erdogan je sretan zbog toga što su u kompleksu Cemal Kamaci formirani uslovi za buduće šampione.*“

„*Od sada se na staroj deponiji Hekimbasi nalaze sportski tereni.*“

„*Gradonačelnik Tayyip Erdogan igra na veliko.*“ (Besli & Ozbay, 2012)

Na osnovu svega navedenog možemo na kraju zaključiti da hipoteza: Mediji prirodno svog izvještavanja utiču na ličnosti političara, nije potvrđena. U slučaju Recepta Tayippa Erdogana mediji nisu imali naročito udjela kada se radi o formiranju ličnosti. Odnos Erdogana prema medijima se ogleda u definisanju svrhe medija koju je Erdogan shvatio tačno onakvom kakva ona jeste i očekivao je takav pristup medija, da izvještavaju o relevantnim pitanjima vezanim za grad i za ono što se radi kako bi se on poboljšao. Vidjeli smo da Erdogan nije pridavao neki značaj ukoliko se mediji nisu držali tih okvira. Ipak, u nekim situacijama mediji jesu djelovali na odluke koje je donosio, pa tako u slučaju izgradnje sportskog kompleksa na deponiji je posljedica izvještavanja medija i djelovanja aktivista za zaštitu okoliša koji su ukazali na štetnost deponije. Međutim, i taj Erdoganov postupak potkrepljuje prethodno definisan tip njegove ličnosti koji nastoji da uradi ono što je ispravno. Dakle sumirajući možemo reći da mediji nisu mijenjali Erdoganovu ličnost, ali su ponekad uticali na odluke koje će donositi.

3.3. Alija Izetbegović

Alija Izetbegović je bio bosanskohercegovačkih pravnik, književnik i političar, osnivač i počasni predsjednik Stranke demokratske akcije (SDA) i prvi predsjedavajući Predsjedništva Bosne i Hercegovine (BiH) nakon završetka rata. Rođen je 8. avgusta 1925. godine u Bosanskom Šamcu, a preminuo 19. oktobra 2003. godine u Sarajevu. Bio je u braku sa Halidom (devojački Repovac) Izetbegović s kojom ima troje djece sina Bakira i ćerke Lejlu i Sabinu.⁷

3.3.1. Ličnost i medijski portret

Analizom biografije Alije Izetbegovića možemo zaključiti da se radi o osobi kojoj je centralna vrijednost u životu bila vjera. Dok je prolazio kroz period mladalačkog propitivanja, čitajući stranu filozofsku i duhovnu literaturu, nije ni bio svjestan da će to zapravo doprinijeti njegovom istinskom povratku vjeri islam. Kao da su ta lutanja postavila temelje čvrste vjere koja će mu postati životna vodilja, inspiracija i razlog življenja. Dakle, radi se o jednoj izrazito duhovnoj i senzibilnoj osobi koja vjeru ne veže za formu nego upravo za duhovnost.

⁷ <https://www.biografija.org/politika/alija-izetbegovic/> pristupljeno 08.07.2021.

„Ja sam imao tu, ne znam, sreću ili nesreću, da sam jako mnogo čitao, prema mom mišljenju, nekada i nepotrebne knjige iz filozofije. Danas više puta kažem: toliko sam pročitao bespotrebnih stvari da bi bilo bolje da sam naučio engleski jezik. Praktički, za onaj posao koji danas radim puno bi mi više koristilo znanje dva jezika, recimo francuskog i engleskog, nego to što sam u jednom momentu uzeo da čitam indijsku filozofiju, za koju ne znam da li je za mene bila dobra ili ne.“ (Izetbegović, 2005)

„Ja sam u mladosti imao trenutke velike sumnje, naročito u 15-tim godinama i mislim da sam jedno vrijeme bio čak na granici ateizma. Ali kasnije sam, prema mom mišljenju, postao čvrst vjernik. (...) E sad, ona moja faza sumnje čini mi se da je imala ogromnu ulogu da me učvrsti kao vjernika.“ (Izetbegović, 2005)

Jedna zanimljiva crta ličnosti Alije Izetbegovića je njegova sposobnost da sagleda situacije i ljude iz više perspektiva, razumijevajući motive i duboko prihvaćajući različite elemente koji su i dobri i loši. Jedan takav primjer je njegovo iskustvo koje je imao sa ubicama dok je boravio u zatvoru.

„Tako da, kada gledamo na te ljude odavde iz civilstva, gledamo stvari crno-bijelo. To su za nas kriminalci i ništa više. Kada se radi o lopovima, ne znam kakav je to svijet. Ali, kad je riječ o ubicama, to je jedan poseban soj ljudi. Na neki način zločinci, na neki način karakterni i čestiti ljudi koji nisu mogli da otrpe uvredu ili neku nepravdu, neki zulum.“ (Izetbegović, 2005)

Ali šta je ono što je dovelo Aliju, jednu mekanu i senzibilnu, duboku i umjetničku dušu u okolnosti rata kojeg je mrzio. Odgovor bi mogao biti, druga strana njegove ličnosti koja govori o integritetu, principijelnosti i dosljednosti. Koliko god je Alija bio blag, toliko je bio i čvrst u svojim uvjerenjima. Kada prihvatio vjeru islam kao svoj konačan životni izbor, on je to učinio nepokolebljivo. Dakle, radi se o osobi koja ustrajava na putu koji smatra ispravnim i rado trpi sve za svoja ubjeđenja.

U knjizi *Dostojanstvo ljudskog izbora* u dijelu o mišljenju, ocjenama i izjavama savremenika Alije Izetbegovića Bernard Henry Levy primjećuje:

„Nastavili smo šetnju- djeca su nas još pratila, on je nastavio govoriti o svojoj mržnji prema ratu koji ubija. Postoje ljudi koje moć opije. Njega moć čini tužnim. Da li to znači da je loše vodio rat? Nedovoljno zainteresirano? Ne. Upravo obratno. Jer tom sanjalici, tom melanholiku, uprkos svemu, gotovo samom je uspio podvig- pokrenuo je napad na srpske fašiste i njihove neosvojive položaje, vojskom koju je sam okupio. Stvarno je bio tu bitku.“ (Izetbegović, 2005)

Ono što je još više učvrstilo i produbilo Alijinu vjeru jesu i dani provedeni u zatvoru.

U dijelu sa biografijom koju je napisao Zehrudin Isaković u knjizi *Dostojanstvo ljudskog izbora* on govori:

„Specifične okolnosti su učinile da se ličnost Alije Izetbegovića razvija na specifičan način. Prvo, u zatvoru je Izetbegović dalje učvrstio svoju vjeru. Njegova beskrajna odanost Bogu zapravo je bila oaza u koju se uvijek sklanjao za naročito burnih zatvorskih dana. Drugo, dugi boravak iza rešetaka kod njega je razvio senzibilitet za slobodu: ono što se drugim ljudima podrazumijevalo, Izetbegoviću je bilo predmetom najsvetijih želja.“ (Izetbegović, 2005)

Vjera, ne samo da postala najvažniji segment Alijinog života, nego i misija koju je trebao ispuniti, sloboda ideal koji treba dostići, a mržnja prema ratu prepreka koju treba savladati.

„Ako je nakon prvog zatvora bilo dilema, sada nakon drugog, prostora za dvojbu nije bilo. U glavi je imao jasan plan: osnovati političku stranku i sa njom pobijediti na izborima.- Zehrudin Isaković.“ (Izetbegović, 2005)

Ekstraverzija

Širok dijapazon ljudi sa kojima je Alija izgradio prijateljske odnose, govori o tome da se radi o jednoj društvenoj i ekstravertnoj osobi koja rado izražava svoja gledišta, ali i uvažava tuđa, dakle razmijena stavova i upoznavanje drugih su bili dio njegove ličnosti.

Saradljivost/Ugodnost

Sve prethodno navedene osobine navode i na to da je Izetbegović bio ugodna osoba, a u kojoj mjeri najbolje preslikava Fra Petar Anđelović: *„Kad god bi se s gospodinom Alijom Izetbegovićem kahvenisalo i o nako po naški, divanilo, u zraku bi uvijek visilo pitanje: “ Tko je zapravo taj čovjek, šta li se sve u njemu ne krije?“, a upravo u tim trenucima bio je blizak, jednostavan, bio je prijatelj.“* (Izetbegović, 2005)

Savjesnost

Alija Izetbegović je tokom svog političkog djelovanja ispoljio visok nivo savjesnosti. Naporno je radio kako bi ostvario zacrtane ideale, a i mnoge političke ličnosti su prepoznali tu njegovu izraženu osobinu, uvažavajući ga kao istinskog vođu jednog naroda.

Recep Tayyip Erdogan primjećuje: „*U svakom razdoblju svog života išao je ispred svog naroda. Svakome je pokazao da je borac za slobodu koji ne zna pokleknuti pred pritiscima, lider koji stoji na čelu svoga naroda u borbi za nezavisnost, vođa koji je uspješnim vojnim i diplomatskim potezima uspio stvoriti državu.*“ (Izetbegović, 2005)

„*Alija Izetbegović je bio rijetka ličnost u muslimanskom svijetu. On nije tražio osvetu samo radi osvete. On nije naslijepo nasrtao na mučitelje svoga naroda. Ostao je vjeran svojoj viziji slobodne Bosne i Hercegovine u kojoj Srbi, Hrvati i Bošnjaci muslimani mogu živjeti zajedno u miru u većinskoj muslimanskoj državi. Do samog kraja ustrajao je u nastojanju za postignuće tih svojih ciljeva.*- Mohammad Mahathir, bivši premijer Malezije.“ (Izetbegović, 2005)

„*Kao mnogi njegovi sunarodnjaci, on je crpio snagu iz islamskog naslijeđa i evropskog porijekla; i jedno i drugo ga je obogaćivalo i ni za jedno se nije izvinjavao. Mogao je živjeti udobno, prihvatajući diktate historije i sklanjajući se iza vela pristojnog konformizma. Umjesto toga, on je proveo godine u zatvoru, zbog političke vizije koja je često bila iskrivljavana i isto tako često neshvaćena. Za unošenje takve netaknute vizije u domen praktične politike, uprkos ponekad ubitačnom otporu, trebalo je imati snage i integriteta. Izetbegović je pokazao oboje. Živio je jednostavnim životom u kojem nije bilo nimalo cinizma ili taštine.*- Paddy Ashdown, visoki predstavnik međunarodne zajednice u BiH.“ (Izetbegović, 2005)

Neuroticizam/emocionalna stabilnost

Da je Alija Izetbegović bio emocionalno stabilna osoba najbolje preslikava izjava bivšeg hrvatskog predsjednika Stjepana Mesića:

„*Znao je biti smiren i kada su okolnosti tjerale makar na blagi škurgut zubiju. U trenucima kada se očekivala njegova energična reakcija, Alija se znao prepustiti svome kismetu.*-Stjepan Mesić, predsjednik Republike Hrvatske“ (Izetbegović, 2005)

Otvorenost ka iskustvima

Već je spomenuta Izetbegovićeva sklonost ka čitanju i propitkivanju smisla života i istraživanju dubina ljudskog postojanja. Kao izvrstan spisatelj, ubraja se u skupinu ljudi umjetničkih i maštovitih sklonosti, a kao osobu koja neprestano pokušava proniknuti i u načine na koji ljudi razmišljaju kako bi dokučio ono različito, možemo utvrditi da je Alija bio osoba otvorena ka iskustvima, intelektualan i kulturna čovjek.

„Veliki intelekt kada se radi o vjeri, filozofiji i umjetnosti između Istoka i Zapada. Njegova djela su ga pokazala kao muslimanskog mislioca koji promišlja o univerzalnim čovjekovim nedoumicama- Recep Tayyip Erdogan“ (Izetbegović, 2005)

MBTI-tipologija

Prema internet izvorima, Alija Izetbegović spada u ENTJ tip ličnosti koji podrazumijeva dimenzije kao što je ekstraverzija, intuitivnost, promišljajući i prosuđujući.⁸

ENTJ tip se još i naziva Zapovjednik.

Zapovjednici su rođeni vođe. Ljudi s ovim tipom osobnosti su utjelovljenje darova karizme i samopouzdanja i pokazuju autoritet koji privlači ljude da zajedno streme prema zajedničkom cilju. No, za razliku od svoje suprotnosti – osobnosti protagonista, Zapovjednici se odlikuju često nemilosrdnom razinom racionalnosti, koristeći svoju usmjerenost, odlučnost i oštar um u postizanju cilja koji su sami sebi postavili. Za pregovaračkim stolom, bilo u poslovnom okruženju ili prilikom kupnje automobila, osobe zapovjednici su dominantne, nemilosrdne i nepopustljive. To nije zato što su bezdušni ili pokvareni, nego zato što Zapovjednici istinski uživaju u izazovu, u borbi umova i iskustvu koje dolazi iz tog okruženja, a ako druga strana ne može držati korak, to nije razlog da Zapovjednik odustane od svoje konačne pobjede.⁹

3.3.2. Uticaj medija na Aliju Izetbegovića

Uticaj medija na Aliju Izetbegovića je specifičan, s obzirom na okolnosti u kojima je on bio vođa. Govorimo o ratnom periodu za vrijeme kojeg je Izetbegović i djelovao. Shodno tome, relacija sa medijima nije bila intenzivna u tolikoj mjeri da bi mediji ostvarili uticaj na ličnost.

⁸ <https://www.personality-database.com/profile/152514/alija-izetbegovi-governmenteurope-mbti-personality-type> pristupljeno 09.07.2021.

⁹ <https://www.16personalities.com/hr/entj-osobnost> pristupljeno 09.07.2021.

Već smo prethodno govorili o cilju koji je Alija imao, o vjeri kao osnovnom pokretaču za djelovanje. Nakon izlaska iz zatvora, oformio je bošnjačku stranku ne sluteći da će ona postati linija odbrane muslimana u Bosni i Hercegovini, odnosno da će nastupit rat. Ali, upravo to je ono što se dogodilo i Alija je bio uvučen u borbu za slobodu svoje nacije, vjere i države. U takvim okolnostima, gdje se radi o pukom opstanku, jednostavno nema prostora da se razmišlja imidžu u medijima, nekim uvijanjima i foliranjima. Mediji su tu sa iskonskom svrhom, da prenesu važne poruke za građane i uspostave vezu između građana i političara. U takvom djelovanju se i ogleda odnos Alije Izetbegovića sa medijima. On je obavljao svoj zadatak kao vođa jednog naroda i radio je to na takav način da je, kada je sve bilo završeno, ne trudeći se to da postigne, kreirao reputaciju vođe-heroja koji je bio dovoljno uporan i jak da ostvari cilj slobode svoje države. Shodno tome, možemo govoriti o kreiranju medijskog portreta Alije Izetbegovića, nastalog kao posljedica njegovog djelovanja kada se radi o ratnim dešavanjima, a ne kao posljedice njegovog direktnog odnosa sa medijima. Jedno je sigurno, u svijetu Alija Izetbegović ostaje prvi predsjednik predsjedništva Republike Bosne i Hercegovine.

Slika 2. Novinski članci o Aliji Izetbegoviću



Izvor: <https://muzejalijaizetbegovic.ba/newspaper-articles/?lang=en>

Na kraju možemo zaključiti da je odnos medija prema Aliji Izetbegoviću preslikavao njegovu ličnost kakvu je sam bio izgradio, ličnost vjernika i borca za mir i slobodu, istinskog lidera jedne države i njen branitelj. I kao da su ga iskustva prije ove njegove glavne uloge, pripremala da postane upravo to, uvažena i poštovana ličnost u cijelom svijetu. U slučaju Alije Izetbegovića možemo utvrditi da su mediji uticali na to da je on i bio prepoznat kao takav. Hipoteza, ukoliko je ličnost političara stabilna, mediji nemaju naročito velik uticaj na nju je potvrđena, kao i hipoteza, što je manji uticaj medija na oblikovanje ličnosti političara, to on uživa bolju reputaciju u javnosti. Ovo nikako ne znači da mediji nisu uticali na reputaciju Alije, naprotiv, oni su uticali na način da su istaknuli kvalitet, hrabrost, istrajnost i harizmu koji je on posjedovao.

3.4. Mahatma Gandhi

Mahatma Gandhi se rodio 2. listopada 1869. godine u hinduskoj obitelji u mjestu Porbandar u današnjoj državi Gujarat. Svoje školovanje zaključio je studiranjem prava na sveučilištu u Londonu, gdje se nakon završetka odlučio vratiti u rodnu Indiju i možda raditi u struci. Posao nije mogao odmah naći, ali zato ga je dvije godine kasnije zaposlila indijska tvrtka koja je imala poslovne odnose s Južnom Afrikom, a koja ga je primila na mjesto pravnog savjetnika u uredu u Durbanu. Bio je to samo početak velikih stvari koji su uslijedili od Gandhija. Naime kada je došao u Durban shvatio je kako ga doživljavaju kao pripadnika niže rase unatoč njegovom obrazovanju. To ga je nagnalo da se pridruži borbi za priznavanje osnovnih ljudskih prava za Indijce. Uslijedio je period njegove borbe u Južnoj Africi gdje je proveo dvadeset godina. Za vrijeme Burskog rata Gandhi je organizirao sanitetsku jedinicu unutar britanske vojske kojom je i zapovijedao. Nakon rata se vratio borbi za prava Indijaca, a 1910. godine osnovao je farmu koja je zapravo predstavljala koloniju za Indijce. Četiri godine kasnije uspio je u naumu da južnoafrička vlada prizna indijske brakove, a kad je to uspio vratio se u Indiju počeo se baviti politikom. U to je vrijeme izglasan Rowlatt Act koji je davao indijskim kolonijalnim vlastima zakonske ovlasti da oružano djeluju protiv revolucionarnih aktivnosti. Bilo je to vrijeme kada se Gandhi ponovno aktivirao kako bi pomogao u sprečavanju nepravde, zbog čega je završio u zatvoru. Nakon što je pušten iz zatvora odlučio se povući iz aktivne politike i posvetiti općem jedinstvu. Međutim to nije bio kraj njegova suprotstavljanja Britancima, da bi konačno uspio u naumu 1944. kada je indijska borba za nezavisnost došla u konačnu fazu. Umro je 30. siječnja 1948. godine, a nakon njegove smrti izražena je sućut od strane Ujedinjenih naroda. Iako ga

više nema ostalo je njegovo učenje koje je postalo inspiracijom nenasilnim pokretima u drugim dijelovima svijeta.¹⁰

3.4.1. Ličnost i medijski portret

Sušтина ličnosti Mahatme Gandija ogleda se u njegovom odnosu prema Bogu i u vječitom traganju za istinom, a religijski odgoj koji je najviše poprimio od svoje majke mu je usadio visok moral i strah od grijeha. Imao je duboko usađen osjećaj za ispravno, a i najmanja pomisao na grijeh je u njemu izazivala more krivice. Dakle, Gandi je bio samodisciplinovana osoba puna odricanja.

„Ipak, ja obožavam Boga kao čistu Istinu. Nisam Ga još našao, ali tragam za Njim. U toj potrazi sam spreman da žrtvujem stvari koje su mi najdraže. Čak i ako bi ta žrtva zahtjevala moj sopstveni život, nadam se da ću biti spreman da ga dam. Ali, sve dok ne ostvarim tu Apsolutnu Istinu, moram se držati relativne istine kako je ja shvatam. Ta relativna istina mora, u međuvremenu, da bude moj svjetionik, moj štit i sigurnost. Iako je taj put prav, uzak i oštar kao oštrica brijača, za mene je on bio najbrži i najlakši.“ (Ghandi, 2014)

Gandi je također, bio pun poštovanja prema starijima, roditeljima i nastavnicima.

„Pa ipak taj događaj nije ni najmanje umanjio moje poštovanje prema tom nastavniku. Po prirodi sam bio slep za greške starijih. Kasnije sam uvidio i mnoge druge mane ovog nastavnika, ali sam ga i dalje podjednako poštovao. Jer ja sam naučio da izvršavam naredbe starijih, a ne da analiziram njihove postupke.“ (Ghandi, 2014)

Gandi je bio skromna osoba kojoj je u ranoj, ali i kasnoj mladosti nedostajalo samopouzdanja.

„Sjećam se da nisam imao baš previsoko mišljenje o sopstvenim sposobnostima“ (Ghandi, 2014)

„Ali, uprkos tome što sam završio studije, moja bespomoćnost i strah nisu imali kraja. Nisam se smatrao osposobljenim za advokatsku praksu.“ (Ghandi, 2014)

¹⁰ <https://biografija.net/mahatma-gandhi/> pristupljeno 09.07.2021.

Ali, uprkos tome završio je svoje školovanje i došlo je vrijeme za više obrazovanje koje je spletom okolnosti odlučio steći u inostranstvu. Zanimljivu crtu Gandijeve ličnosti možemo uočiti u njegovoj nepokolebljivosti kada se radi o datoj riječi.

Prije nego se odselio u Englesku kako bi studirao, Gandhi je dao zakletvu svojoj majci da neće jesti meso, jer je to protivno njihovoj vjeri.

Rekao sam mu: "Oprosti, Prej. Ove teško razumljive stvari ne mogu da shvatim. Ja priznajem da je neophodno jesti meso. Ali ja ne mogu da prekršim svoj zavet. O tome ne mogu da raspravljam. Siguran sam da ne mogu da odgovorim na tvoje argumente. Ali, molim te, mani me se, reci da sam budalast i tvrdoglav. Cijenim tvoju ljubav i znam da si dobronameran. Takođe znam da mi stalno ponavljaš isto jer ti je stalo do mene. Ali ja ne mogu ništa. Zakletva je zakletva. Ona se ne može prekršiti". (Ghandi, 2014)

Ostao je čvrst u poštivanju zakletve međutim ona ga je konstantno tjerala da pronalazi logične razloge zbog kojih ljudi ne trebaju jesti meso i pročitao mnogo knjiga na tu temu kako bi imao i ličnu i logičnu osnovu zbog čega ne jede meso. A što se tiče njegovog prijatelja koji ga je pokušavao na sve načine ubijediti da odustane od vegetarijanstva, Gandhi je odlučio da napravi kompromis:

„Ali, odlučio sam da mu olakšam, da ga ubijedim da neću biti trapav, već da ću pokušati da postanem uglađen i da nadoknadim svoje vegetarijanstvo drugim sposobnostima koje pristaju finom društvu. S tom namjerom zadao sam sebi nemoguć zadatak da postanem engleski džentlmen.“ (Ghandi, 2014)

Vidimo da je Gandiju bilo veoma stalo do okoline i da je htio što bolje da se uklopi.

Čvrstoća njegove zakletve i vegetarijanstvo ga je dovelo do novih poduhvata koji će mu koristiti.

„Pun žara svežeg preobraćenika u vegetarijanstvo, odlučio sam sa osnujem vegetarijanski klub u mom kraju, Bejsvoteru. Zamolio sam ser Edvina Arnolda, koji je tu živio, da bude potpredsjednik. Doktor Oldfield, izdavač časopisa "The Vegetarian", postao je njegov predsjednik. Ja sam postao sekretar. Klub je neko vreme dobro poslovao, ali je nakon nekoliko mjeseci zatvoren. Razlog je bio to što sam se preselio, po svom običaju da s vremena na vreme mijenjam mjesto stanovanja. Ali, uz pomoć ovog kratkotrajnog i skromnog iskustva stekao sam određenu obuku u organizovanju i vođenju institucija.“ (Ghandi, 2014)

Njegov angažman kao vegetarijanca ipak nije prestao, ali ga je njegova stidljivost sprječavala da govori pred mnogo ljudi.

„Bio sam izabran za člana Izvršnog odbora Udruženja vegetarijanaca, pa sam se starao da prisustvujem svakoj njegovoj sednici, ali bi mi se uvek jezik vezao. Jednom mi je dr Oldfield rekao: “Kad govoriš meni, to je sasvim u redu, ali zašto nikad ništa ne kažeš na sastanku odbora?” (Ghandi, 2014)

„Tek u Južnoj Africi sam prevazišao ovu stidljivost, mada nikad potpuno. Bilo mi je nemoguće da govorim improvizovano. Oklijevao sam kad god bih morao da se obratim nepoznatoj publici i izbjegavao sam držanje govora kad god sam mogao.“ (Ghandi, 2014)

I sad se postavlja pitanje kako je jedna tako osjetljiva i stidljiva, samopriekorna osoba uspjela da postane toliko uticajna među tolikim brojem ljudi? Odgovor na to pitanje leži u jačini Gandijeve volje da se izbori sa nepravdom, ali i u jačini duha koja se postiže samo takvom disciplinom i odricanjem.

Ekstraverzija

Mahatma Gandhi spada u skupinu introvertiranih osoba. Od njegovog djetinjstva se da primijetiti da nije bio sklon društvu i da ga je čak i izbjegavao.

„Udubio sam se u samopromatranje, istražio sebe potpuno i ispitao i analizirao svako psihološko stanje.“ (Ghandi, 2014)

„Ne sjećam se da sam u tom periodu ikada slagao, bilo svojim nastavnicima, bilo školskim drugovima. Bio sam veoma stidljiv i izbjegavao sam svako druženje. Knjige i nastava bili su mi jedino društvo. Bila mi je navika da dolazim u školu tačno u minut i da trčim kući čim bi se nastava završila. Bukvalno sam trčao kući, jer nisam mogao da podnesem da pričam ni sa kim. Čak sam se plašio da bi svako mogao da mi se naruga.“ (Ghandi, 2014)

I već pomenuta ćutljivost i stidljivost govori kao argument da je Gandhi bio introvertirana osoba

Saradljivost/Ugodnost

Mahatma Gandhi je poznat po svom altruizmu i tome što je posvetio život brizi za druge te sa sigurnošću možemo tvrditi da se nalazi visoko na ljestvici ovog faktora.

„U njegovu društvu čovjek osjeća prisutnost moralnog diva čija je duša bistro, mirno jezero u kojoj se Istina jasno zrcali. Njegova je krotkost tisuću puta odvratila gnjev i razoružala protivnike, čak i najneprijateljski raspoložene. Nenaoružan za rat, da, osvojio je mir, jer njegovo je oružje prastaro naoružanje moralnim žarom, smirenom odlučnošću, duhovnim ushitom, žrtvovanjem nižeg jastva, služenjem bližnjima, skromnošću, postojanošću i velikom ljubavi prema svim živim bićima...-Henry i Millie Polak“ (Kotarac, 2019)

Savjesnost

Upravo je Gandijeva savjesnost ta koja ga pvela putem pravednika i reformatora:

„Počeo sam da razmišljam šta treba da učinim. Da li da se borim za moja prava, ili da se vratim u Indiju, ili da nastavim u Pretoriju, ne mareći za uvrede, pa da se vratim u Indiju nakon što se parnica okonča? Bilo bi kukavički da se vratim u Indiju a da ne ispunim svoje obaveze. Treba da pokušam, ako je moguće, da iskorijenim ovu bolest i da se suočim sa teškoćama na tom putu. Naknadu za nepravdu tražit ću samo u onoj mjeri u kojoj je to neophodno da bi se iskorijenile rasne predrasude.“ (Ghandi, 2014)

Neuroticizam/emocionalna stabilnost

Iz autobiografije možemo saznati da je Gandhi bio osoba sadržajnog unutrašnjeg života, u vječitim previranjima i samoanalizama, što ga je činilo pomalo i nervoznim i dosta stidljivim u odnosima sa drugim ljudima. Ta njegova konstantna samopropitkivanja su polazila iz istančanosti njegovog emocionalnog bića i lične osjetljivosti, stoga možemo reći da je ispoljavao blagi neuroticizam. Neuroticizam kod Gandija se najviše manifestirao u odnosu sa ženom.

„Moji odnosi sa ženom još uvijek nisu bili onakvi kakve sam želio. Čak me ni moj boravak u Engleskoj nije izliječio od ljubomore. Nastavio sam da budem uvredljiv i sumnjičav u pogledu svake sitnice, pa su otuda moje želje ostale neispunjene,“ (Ghandi, 2014)

Važno je napomenuti da je tokom čitavog života bio svjestan svoje osjetljivosti i iritabilnosti, a na kraju se i uspio izboriti sa time.

Otvorenost ka iskustvima

U periodu dok je boravio kao mladić, u Engleskoj, čekajući da počnu studije, sprijateljio se sa jednim Englezom koji kao da je uvijek imao kritiku na Gandijeve nadzore i trudio se da ga uklopi u englesko društvo. Gandhi, pod njegovim uticajem, pronalazeći i istražujući svoj vlastiti identitet, i pokušavajući da odgovori zahtjevima nove sredine, pohrlio za različitim aktivnostima koje bi ga bolje uklopile. Međutim, brzo je odustao, shvativši da su studiji ti oko kojih bi se trebao truditi. Ali, činjenica da je poduzeo takve korake, nam govori da je Gandhi neko ko je, dok je bio mlad, bio otvoren ka iskustvima i otvoren ka izgradnji određene kulturne dimenzije svoje ličnosti.

„Obuzele su me te i slične misli i ja sam ih izrazio u svom pismu učitelju govorništva, uz molbu da me izvini što neću uzimati dalje časove. Do tada sam imao samo dva ili tri. Slično pismo poslao sam i učitelju plesa, a učiteljici violine sam otišao lično moleći je da proda violinu po bilo kojoj ceni koju bude mogla da dobije. Ona je bila prilično prijateljski nastrojena prema meni, pa sam joj rekao da sam otkrio da sledim lažnu ideju.“ (Ghandi, 2014)

Kao što vidimo, u određenom trenutku je shvatio da to nije put za njega i da ga odvraća od njegove misije.

MBTI-tipologija

Internet izvori kažu da Mahatma Gandhi spada u INFJ tip osobnosti.¹¹ INFJ podrazumijeva intraverziju, intuitivnost, osjećajnost i prosuđivanje.

INFJ tip se još naziva i Zastupnik

Osobnost Zastupnika vrlo je rijetka i čini manje od jedan posto stanovništva, ali bez obzira na to ipak ostavljaju svoj trag na svijetu. Oni imaju urođeni osjećaj idealizma i morala, ali ono što ih razlikuje od drugih tipova iz skupine idealista je odlučnost i određenost – Zastupnici nisu nezaposleni sanjari, nego ljudi sposobni za poduzimanje konkretnih koraka kako bi ostvarili svoje ciljeve i ostavili trajni pozitivan učinak. Zastupnici zaista imaju vrlo jedinstvenu kombinaciju osobina: iako mirno govore, imaju vrlo jake stavove i neumorno će se boriti za ideju u koju vjeruju. Ljudi s ovim tipom osobnosti su odlučni i imaju jaku volju, ali će rijetko

¹¹ <https://www.personality-database.com/profile/3040/mohandas-mahatma-gandhi-historical-figures-1900s-mbti-personality-type> pristupljeno 09.07.2021.

tu energiju koristiti za osobnu korist. Zastupnici djeluju kreativnošću, maštom, uvjerenjima i osjetljivošću, ali ne da bi bili u prednosti, već da bi stvorili ravnotežu. Jednakost među ljudima i karma su vrlo privlačne ideje za Zastupnike te oni naginju vjerovanju da ništa neće pomoći svijetu više nego uporaba ljubavi i suosjećanja za razbijanje srca tiranina. Zastupnicima je lako povezati se s drugim ljudima, imaju talent za topli i osjećajan razgovor u smislu ljudskosti, radije nego čistu logiku i činjenice. Ima smisla što ih njihovi prijatelji i kolege smatraju relativno društvenim osobama, ali bilo bi dobro da zapamte da je Zastupnicima ponekad potrebna samoća kako bi se opustili i napunili energijom i ne bi se trebali previše uzbuđivati kada se Zastupnici iznenada povuku u sebe. Zastupnici vode računa o tuđim osjećajima i očekuju da se ta usluga uzvrati – to ponekad znači dati im prostor koji im je potreban na nekoliko dana. Za Zastupnike svijet je pun nepravde – ali to ne mora tako biti. Ni jedan drugi tip osobnosti nije prikladniji za pokretanje ljudi kako bi se ispravila pogreška, bez obzira koliko velika ili mala bila. Zastupnici samo trebaju imati na umu da dok su oni zauzeti brigom o svijetu, trebaju se brinuti i o sebi.¹²

3.4.2. Uticaj medija na Mahatmu Gandhija,

Gandijev prvi susret sa medijima se veže za njegov boravak u Engleskoj tokom studija.

„U Indiji nikad nisam čitao novine. Ovdje sam uspeo da mi se novine svide, tako što sam ih redovno čitao. Uvijek bih prelistao „The Daily News“, „The Daily Telegraph“, i „The Pall Mall Gazette.“ (Ghandi, 2014)

Iako je dugo vremena bio nezainteresovan za novine i medije, kasnije će shvatiti njihov značaj i sam se baviti novinarstvom.

Kada se radi o uticaju medija na Mahatmu Gandhija, može se reći da su od njega učinili čovjeka sa reputacijom upravo Mahatme, što znači velika duša. Iako, sam nije volio taj epitet, svojim djelovanjem mediji prepoznali čistoću njegove duše i na taj način ga predstavili. Pod uticajem medija, Gandi je dobio reputaciju istrajnog vođe i pravog reformatora. Međutim, i sam Gandi je bio svjestan medijskog uticaj, te se i on bavio novinarstvom. Koristio je novine kako bi propagirao svoju misiju nenasilja i širenja dobra. I njegovo lično djelovanje u medijima je doprinijelo izgradnji njegove javne persone i postizanju ciljeva koje je imao.

¹² <https://www.16personalities.com/hr/infj-osobnost> pristupljeno 09.07.2021.

„Novine *Indian Opinion* koje je sam otvorio, postalo je sjajan medij njegove političke borbe u Južnoj Africi. Pobudilo je ljude da razmišljaju njihovih prava. Novine je koristio za obrazovanje masa. Smatrao je da educiranje daje moć rasuđivanja. Smatrao je da bi jedini cilj novinarstva trebao biti služiti ljudima, služiti zemlji i žrtvovati sve za službu nacije.” (Mishra & Nargunde, 2017)

Može se reći da je Gandhi izrazio i ojačao svoj uticaj na društvo upravo preko novina. Dakle, uticaj medija na Gandijevu ličnost se ogleda kroz Gandijev uticaj na društvo kroz medije. To veza koja je prouzrokovala ogromne promjene i donijela Gandiju svjetsku slavu i reputaciju čovjeka altruiste, koji živi za svoj narod.

„ Gandhi je pisao članke na različite teme. Gandijev rad u novinarstvu je imao jak uticaj, ne samo na svake novine u Indiji, već i na čitav književni svijet na svakom indijskom jeziku. Gandijeva kampanja otpora u Južnoj Africi je bila konceptualizirana, predstavljena i ostvarena kroz efikasnost i elokvenciju medija. Funkcionalna vrijednost njegove upotrebe medija kao instrumenta protesta i konstrukcije identiteta se najbolje ispoljila u formiranju homogene stvarnosti južnoafričkih Indijanaca i osvještavajući i potičući da se bore za svoja prava.,, (Mishra & Nargunde, 2017)

Zaključak je da je Gandhi kao istinski altruistična osoba nastojao da potakne i medije da djeluju u tom smjeru, služeći narodu i šireći istinu. Mediji su prirodom svoga izvještavanja na Gandija uticali upravo u tom pravcu. Iako nisu uticali na promjenu u Gandijevom izražaju, mediji su izoštrili njegov smisao za pravdu i istinu. Shodno tome, možemo reći da su u Gandijevom slučaju, mediji prirodom svoga izvještavanja pozitivno uticali na njegovu ličnost i reputaciju, ali su mu i pomogli u njegovoj misiji.

“Govor Mahatme Gandhija tokom posjete 'Hinduima' sumira njegovu viziju novinarstva: -U životu se nikad nisam umorio ponavljati novinarima koje znam, da se novinarstvo nikada ne smije prostituirati u sebične svrhe ili samo radi zarade za život ili, još gore, zbog gomilanje novca.” (Mishra & Nargunde, 2017)

IV Zaključna razmatranja

Analizirajući ličnosti političara Baracka Obame, Recepta Tayyipa Erdogana, Alije Izetbegovića i Mahatme Gandija možemo utvrditi da se radi o snažnim pojedincima koji su prije svega imali visoko razvijen osjećaj za svrhu. Osnovna crta svakog od ovih političara je želja da od svog naroda i svoje države naprave dostojanstveno mjesto za život. Ta nepokolebljivost i istrajnost ličnosti ih je svakako vodila do uspjeha i opće priznatosti i prihvaćenosti kao harizmatičnih lidera. U svemu tome najveću ulogu su imali mediji, koji su, bilo pozitivnim ili negativnim izvještavanjem usmjeravali djelovanje ovih političara, ali nikako ne možemo tvrditi da su ih drastično promijenili kada se radi o suštini njihove ličnosti. Vidjeli smo na primjeru Obame da je on znao kako da od medija napravi odlične saradnike koji su mu pomogli obezbijediti sredstva za kampanju, ali proširiti dobar glas o njemu, glas o političaru koji donosi promjene. I bez obzira na kasnije oscilacije u odnosu između Obame i medija, on je ostao stabilna, harizmatična, duhovita ličnost koja se naročito odlikuje važnom osobinom dobrog govornika. Sa druge strane primjer Recepta Tayyipa Erdogana nam govori o izazovnoj relaciji sa medijima, gdje su dugi niz godina izvještavali negativno o njemu. Najviše zbog nedostatka sredstava za izdašna medijska pokroviteljstva, ali i integritet Erdogana kao ličnosti koji nije dozvolio da pođe stopama prethodnika koji su se, da tako kažem, „umiljavali“ medijima i na taj način dobijali njihovu podršku. Gledajući na to kao na izazovnu dimenziju u njegovom političkom životu, možemo zaključiti da je prošao test jačine karaktera, ali je i dobra osnova kako bi smo hipotezu da ukoliko je ličnost političara stabilna, mediji nemaju naročito velik uticaj na nju i hipotezu da što je manji uticaj medija na oblikovanje ličnosti političara, to on uživa bolju reputaciju u javnosti, bez sumnje potvrdimo. Dalje, slučaj Alije Izetbegovića nam priča jednu specifičnu priču, s obzirom da je on bio ratni lider. Ta priča je, priča o lideru-heroju svog naroda, a zahvaljujući medijima cijeli svijet je bio upoznat sa njegovom istrajnošću da učini svoju naciju slobodnom čineći ga u očima javnosti, jakom i nepokolebljivom ličnošću. I ako hipotezu da mediji prirodom svog izvještavanja utiču na ličnost političara shvatimo u kontekstu kreiranja reputacije, onda bez sumnje možemo reći da je u slučaju Alije Izetbegovića ova hipoteza potvrđena. I na kraju, analiza medijskog djelovanja indijskog lidera Mahatme Gandija možemo zaključiti da mediji u rukama političara mogu biti jako sredstvo za podsticanje i kreiranje promjene u društvu, ali i shvatiti opasnost takve relacije, ukoliko se mediji nađu u rukama političara loših namjera. Gandi, kao altruista i medijski poznati političar reformator i „Velika duša“ je i sam bio svjestan te opasnosti i stalno je upozoravao na to da novinari ne smiju imati u vidu svoje lične interese, nego prvenstveno službu svojoj državi. Kao i u slučaju sa Alijom

Izetbegovićem, Gandhi je pod uticajem medija uživao svjetsku reputaciju nepokolebljive ličnosti koja je uspjela da ostvari svoj cilj- nenasilno oslobađanje svoje zemlje, tako da ovdje možemo zaključiti da je hipoteza potvrđena. Kada govorimo o promjenama u ličnostima ovih političara kroz različita medijska djelovanja na njih, možemo zaključiti da ih je odnos sa medijima ojačao i učinio više samouvjerenim. To, znači da su sa iskustvom, spoznavali sve bolje vladanje sa medijima i na kraju postajali i sami političari koji oblikuju medije prema svojim standardima. Stabilnost ličnosti kao i mala podložnost medijskom uticaju se ispostavila kao faktor koji je doprinjeo uspjehu ovih lidera i njihovoj reputaciji. Na kraju možemo reći da je moć medija uistinu ogromna, ali i da su političari koje smo analizirali jake i inteligentne ličnosti koje su znale kako da tu moć okrenu u korist dobra kako za sebe, tako i za narod i da je upravo to što ih definiše kao harizmatične lidere modernog doba. Moć medija i moć političara naročito kada se radi o zajedničkom djelovanju i jednih i drugih je neupitna, i ukoliko je razumno upotrijebljena može ostvariti veliko dobro u cijelom društvu.

Uvid u rezultate istraživanja došli smo do slijedećih zaključaka:

Generalna hipoteza „*Mediji prirodom svojih izvještavanja o političarima izazivaju promjenu u njihovim ličnostima*“ je djelimično potvrđena s obzirom na to da su mediji ostvarili veći uticaj na donošenje političkih odluka u odnosu na promjenu u samoj ličnosti analiziranih političara.

Posebna hipoteza H1: „*Ukoliko je ličnost političara stabilna, mediji nemaju naročito velik uticaj na nju*“ je potvrđena

Posebna hipoteza H2: „*Što je manji uticaj medija na oblikovanje ličnosti političara, to on uživa bolju reputaciju u javnosti*“ je potvrđena s obzirom na to da su odabrani političari zadržali dosljednost i čvrstoću ličnosti, njihova reputacija se kroz vrijeme poboljšavala.

Posebna hipoteza H3: „*Mediji svojim radom uglavnom izazivaju stres kod političara*“ je potvrđena s obzirom na to kako su u pojedinim situacijama odabrani političari reagovali na medije, primjer Obame koji je uposlio čovjeka da bude njegova „ljutnja“ kako bi izrazio sve ono što zamjera medijima.

Literatura

Bibliography

- Alić, A. (2009). Primjena MBTI – Indikatora u procesu ocjenjivanja. *Kvalitet 2009*, 191-196.
- Besli, H., & Ozbay, O. (2012). *Recep Tayyip Erdogan: Rađanje lidera*. Sarajevo: Dobra knjiga.
- Byers, D. (16. September 2013). *Media doesn't hold back on Obama*. Preuzeto od Politico: <https://www.politico.com/story/2013/09/obama-holds-fire-but-media-doesnt-096839>
- Fejzić, Č. F. (2018). *Kao ribe u vodi, ka filozofiji medija ili kako opstati s medijima*. Sarajevo: Dobra knjiga.
- Ghandi, M. (2014). *Autobiografija- Priča o mojim eksperimentima sa istinom*. Beograd: Neopress.
- Izetbegović, A. (2005). *Dostojanstvo ljudskog izbora*. Sarajevo: Oko.
- Karabegović, M. (24. June 2021). *Istraži me*. Preuzeto od istrazime Web site: <http://www.istrazime.com/psihologija-licnosti/velikih-pet-dimenzija-licnosti-gdje-ih-prepoznajemo-u-svakodnevnom-zivotu/>
- Kotarac, D. (Septembar 2019). *Priče iz života Mahatme Ghandija*. Preuzeto od Nova akropola: <https://nova-akropola.com/filozofija-i-psihologija/ex-libris/price-iz-zivota-mahatme-gandhija/>
- Kunczik, M., & Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Mirosavljević, M. (2010). *Političko komuniciranje*. Sarajevo: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Mishra, J., & Nargunde, S. (2017). Role of Gandhi as Communicator. *International Journal of Engineering and Technical Research*, 387-389.
- Mishra, J., & Nargunde, S. (2017). Study of peaceful Journalism in Ghandiji's Perspective. *International Journal of Engineering and technical Research*, 129-130.
- Obama, B. (2008). *Snovi moga oca- Priča o rasi i naslijeđu*. Sarajevo: Buybook.
- Petrović, Ž. (24. June 2021). *Žarko Petrović*. Preuzeto od Žarko Petrović Web site: <https://www.psiholosko-savetovaliste.com/test-licnosti-big-five-o-testu-njegovim-dimenzijama-i-besplatno-testiranje/>
- Price, F. J. (2008). *Biografija, Barack Obama*. Sarajevo: Libris.
- Randall J. Larsen, D. M. (2008). *Psihologija ličnosti*. Zaagreb: Naklada Slap.
- Selman, R. (2015). *Psihologija ličnosti-Teorija i empirija*. Podgorica: Autorsko izdanje.
- Sokolović, H. (2018). *Uticaj medija na kreiranje političkih stavova i vrijednosti*. Sarajevo: Filozofski fakultet.
- Vidaković, V. (2011). *Heritabilnost crta ličnosti Petofaktorskog modela*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.

Internet izvori:

<https://www.16personalities.com/hr/enfj-osobnost> pristupljeno 30.06.2021.

<https://youtu.be/G6NfRMv-4OY> pristupljeno 06.07.2021.

<https://personality-database.com/profile/7523/recep-tayyip-erdoan-government-middle-east-mbti-personality-type> pristupljeno 02.07.2021.

<https://www.16personalities.com/hr/estj-osobnost> pristupljeno 02.07.2021

<https://www.biografija.org/politika/alija-izetbegovic/> pristupljeno 08.07.2021.

<https://www.personality-database.com/profile/152514/alija-izetbegovi-governmenteurope-mbti-personality-type> pristupljeno 09.07.2021.

<https://www.16personalities.com/hr/entj-osobnost> pristupljeno 09.07.2021.

<https://muzejalijaizetbegovic.ba/newspaper-articles/?lang=en>

<https://biografija.net/mahatma-gandhi/> pristupljeno 09.07.2021.

<https://www.personality-database.com/profile/3040/mohandas-mahatma-gandhi-historical-figures-1900s-mbti-personality-type> pristupljeno 09.07.2021.

<https://www.16personalities.com/hr/infj-osobnost> pristupljeno 09.07.2021.

Univerzitet u Sarajevu

Naziv fakulteta _____ Fakultet političkih nauka _____

Naziv odsjeka _____ Komunikologija _____

Predmet _____ Filozofija medija _____

Izjava o autentičnosti radova

Seminarski rad, završni (diplomski odnosno magistarski) rad za I i II ciklus studija i integrirani studijski program I i II ciklusa studija, magistarski znanstveni rad i doktorska disertacija

Ime i prezime _____ Azra Sinanbašić _____

Naslov rada _____ Uticaj medija na ličnosti poznatih političara _____

Vrsta rada _____ Master rad _____

Broj stranica _____ 80 _____

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum _____ Potpis _____

IZJAVA O PLAGIJARIZMU

Kao student II ciklusa studija – mastera Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu potpisujem izjavu da sam upoznat sa Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo te Etičkom kodeksu Univerziteta u Sarajevu.

Ovom izjavom potvrđujem da sam magistarski rad napisao samostalno, koristeći se isključivo navedenom bibliografijom te da ovaj rad nije korišten pri bilo kakvom drugom ocjenjivanju. Saglasan sam da moj rad bude javno dostupan preko biblioteke Fakulteta političkih nauka.

Mjesto i datum: _____

Potpis: _____