

UDK

316.473:659.4-055.2(497.5)

Prethodno priopćenje

Primljeno 10. listopada 2022.

## Studentska percepcija karizmatičnih osoba u Republici Hrvatskoj

STANA ODAK KRASIĆ

Sveučilište VERN, Zagreb

### SAŽETAK

Za stručnost, kao najvažniju i najcjenjeniju osobinu dobrog govornika, može se reći da je i danas jednako važna kao i u antičko doba. Još je Ciceron govorio kako dobar govornik mora biti mudar, posjedovati široko znanje i visoku razinu opće kulture. I suvremeni autori naglašavaju važnost stručnosti, kompetencije i znanja, kao primarnih, uz dodatke još nekih specifičnih odrednica poput uvjerljivosti, časti i karizme. Cilj ovoga istraživanja bio je ustanoviti kako pojam karizme doživljavaju studenti, kako ga definiraju i koju osobu percipiraju kao karizmatičnu. Odabrani su studenti sa studija Odnosa s javnošću i studija medija na kojem se obrazuju stručnjaci za odnose s javnošću, osviješteni i educirani za prepoznavanje i najmanjih tragova iznimnih karizmatičnih darova u svakom pojedincu.

**Ključne riječi:** javne osobe, karizma, odnosi s javnošću, studenti, značenje

## Uvod

Karizma, kao i svaki drugi pojam, ima različite definicije, ali općenito predstavlja iznimne osobine kojima neka osoba privlači pozornost drugih ljudi ili na njih utječe. Bratoljub Klaić u Rječniku stranih riječi (2004., str. 519) pojam objašnjava: *harizma* grč. (*harizma* – milost, dar) u teologiji: božanska nadarenost, sveto nadahnuće, osobita moć stečena božjom milošću (vidovnjaštvo, moć komuniciranja sa svetcima i sl.). Pojam karizma više se ne koristi samo u religijskom kontekstu, kako je to bilo uobičajeno prije. Danas se o karizmi govori u svim kontekstima, od društvenih, političkih do popularne kulture.

Za Webera (1978) karizma označava iznimnu osobinu nekečnosti, zahvaljujući kojoj pristaše smatraju vođu obdarenim nečim nadljudskim te ga percipiraju kao božansko biće.

„Termin karizma primijenit će se na određenu kvalitetu individualne osobnosti, zahvaljujući kojoj se ona smatra izvanrednom i tretira se kao obdarena natprirodnim, nadljudskim ili barem posebno izuzetnim moćima ili kvalitetama. Osobine su iznimne jer nisu dostupne običnoj osobi, već su božanskog podrijetla ili uzorne i na temelju njih se pojedinac tretira kao vođa.“ (Weber, 1978, str. 241).

Weber na određeni način proširuje definiciju pojma shvaćajući karizmu kao socijalnu, a ne samo religijsku konstrukciju kako je do tada bilo uobičajeno. Karizma je u onom empirijskom i vrijednosno neutralnom smislu svakako specifično “stvaralačka” revolucionarna snaga povijesti (Weber, 1976b., str. 206). U svojim je djelima *Protestantska etika i duh kapitalizma*<sup>1</sup> te *Sociologija religije*<sup>2</sup> redovito upotrebljavao pojam karizme te ga je definirao kao određenu kvalitetu nekečnosti na temelju koje se ona razlikuje od običnih ljudi i kojoj se pripisuju natprirodne i nadljudske osobine nedostupne ostalima.

“Govoriti još o karizmi opravdano je samo zato što uvijek ostaje očuvan karakter neobičnog, nedostupnog svakome, u principu nadmoćnog u odnosu na kvalitete karizmatički povlašćenih, i zato što je ona upravo zahvaljujući tome pogodna za onu društvenu funkciju za koju se i koristi” (Weber, 1976b, str. 223).

Za Richarda Sennetta u modernom društvu „karizma je čin oslabiljenosti - to je ono što “dar milosti” postaje u sekularnoj kulturi. U političkom životu, te karizmatičke figure nisu ni titani niti vragovi, ni Weberovi drevni kraljevi niti Freudovi očevi koji obuzdaju nemirne strasti svoje djece. To je mali čovjek koji je postao „heroj drugim malim ljudima. On je zvijezda; lijepo upakiran, nekompromitiran, tako ispravan u pogledu onoga što osjeća, on vlada područjem u kojemu se gotovo ništa ne mijenja dok ne postane nerješiva kriza.“ (Sennett, 1974. str. 292-293). Tako je Sennett na jednostavan i razumljiv način opisao karizmatičnog (malog) čovjeka, pojašnjajući kako nadnaravne moći nisu nešto nadnaravno nego svakodnevna ispravna djelovanja koja „mali ljudi“ mogu percipirati herojskim.

U kontekstu povijesnog pregleda tumačenja samog pojma karizme, a s naglaskom na „moderno doba“, ne smijemo izostaviti autoricu knjige „Mit o karizmi: kako usavršiti umjetnost i znanost o osobnom magnetizmu“ (2012) Oliviju Fox Cabane. Cabane smatra da je karizma rezultat specifične neverbalne komunikacije, a ne naslijeđena ili urođena osobina. Zbog toga razina karizme varira ovisno o tome u kojoj mjeri osoba neverbalno komunicira i koliko dobro vlada tom neverbalnom komunikacijom.

1 Publicirano je u obliku dvaju članaka u 1904. i 1905. godine (nap. a.)

2 U svojoj Biblioteci Societas Naklada Kruzak objavila je prijevod V. poglavlja djela Maxa Webera Privreda i društvo, kao zasebnu knjigu pod naslovom Sociologija religije (naslov originala *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie, Kapitel V. Religionssoziologie*).

„Karizma je socijalna vještina koja se, kao i mnoge druge, može naučiti. Kada karizmatični ljudi dostignu odraslu dob, čini se da je to prirodna osobina. Iako se te vještine daju usavršiti, neki su ljudi u tome bolji od drugih. Jednako kao što su neki primjerice, bolji vozači, što je također vještina.“ (Cabane, 2012, str. 76).

Na tom tragu razmišljanja je i Gabrijela Kišiček koja navodi kako je karizma danas jedna od najvažnijih osobina dobrog govornika te da nam upravo ta riječ često pada na pamet kada se razmišlja o govornicima sa sposobnošću uvjeravanja.

“Karizma bi trebala biti jedan od koncepta koji ima pozitivne konotacije, ali je često u prošlosti bio iskorištavan u zločinačke svrhe, poput Hitlera, Charlesa Mansona, Jima Jonesa..., no karizmatični govornici bili su i borci za ljudska prava: Ghandi, J. F. Kennedy, Ronald Reagan itd.“; navodi autorica. (usp. Kišiček 2011, str. 123).

Stoga, nije posve pogrešno zaključiti kako je pojam karizme s vremena na vrijeme gubio svoje tvrde i stroge okvire kod definiranja pojma, no nikada nije izgubio svoje pozitivno značenje i tumačenje.

Konstantin Tskhay (2016) u svojoj doktorskoj disertaciji *Charisma in Everyday Life: Conceptualization and Validation of the General Charisma Inventory* naglašava kako se karizma mora i može promatrati. Jer, kako navodi autor, karizma je karakterizirana međuljudskom komunikacijom i izražajnošću, a to potvrđuju i brojna prijašnja istraživanja koja su karizmu proširila na sva ljudska bića (Tkalac Verčić i Verčić, 2011.), ali i usko specijalizirana o karizmatičnom vodstvu (Conger i Kanungo, 1987.; House i Howell, 1992.), uz dodatak kako karizma nije samo dispozicija, već i percepcija. Također i druga istraživanja (npr. Albright, Kenny i Malloy, 1988.; Borkenau i Liebler, 1993.; Connelly & Ones, 2010.; Gosling, Ko, Mannarelli i Morris, 2002.; Kenny, 1991.) društvene percepcije pokazuju da se osobine i individualne razlike očituju u izgledu i ponašanju. Ono što je važno naglasiti da teorija i istraživanje navedenog autora nisu bili vezani za specifičan kontekst (npr. vodstva) niti je njegovo poimanje karizme definirano njezinim ishodima. Tshay je konceptualizirao karizmu pružajući jedinstven prikaz svakodnevnih karizme koja otvara nove puteve za istraživanje posljedica u brojnim domenama.

## 1. Empirijsko istraživanje

### Cilj istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja bio je ispitati koje javne osobe u Republici Hrvatskoj studenti, koji studiraju Odnose s javnošću i studij medija na Sveučilištu VERN', percipiraju kao karizmatične. U okviru glavnog cilja formulirana su tri podcilja:

- C1. Ispitati imaju li odabrani studenti pozitivne, neutralne ili negativne asocijacije vezane uz pojam karizme.
- C2. Ispitati što za njih označava pojam karizma i kako bi ga sami definirali (u odnosu na odabrane primjere dobre prakse).
- C3. Ispitati u kojem zvanju ili zanimanju je najprisutniji pojam karizmatične osobe.

### Hipoteze

S obzirom na to da se po dosadašnjem iskustvu rada sa studentima pokazalo kako su studenti stručnih studija iznimno zainteresirani prikazati određena teorijska znanja na konkretnim primjerima te da su bolje usvajanje i primjena stečenog znanja jasnije vidljivi kroz praktične zadatke, formirane su tri hipoteze.

H1: *Studenti pojam karizme – dominantno pozitivno doživljavaju.*

Nadalje, budući da se pojam karizme u pravilu doživljava kao pozitivan pojam, pretpostavka je bila:

H2: *Studentima će pojam karizme biti lako definirati i objasniti ga svojim riječima uz navođenje primjera dobre prakse kao modela.*

Treća hipoteza odnosi se na kumulativnu analizu dobivenih rezultata:

H3: *Studenti će najviše karizmatičnih osoba prepoznati u području kulture i sporta.*

### Mjerni instrument, postupak i ispitanici

U ovom radu ispitana je percepcija i mišljenja studenata koji studiraju Odnose s javnošću i studij medija na Sveučilištu VERN'. Na VERN'u se danas izvodi sedamnaest studija, tri sveučilišna preddiplomska studija, sedam preddiplomskih stručnih studija te sedam specijalističkih diplomskih stručnih studija.<sup>3</sup> Studiji su usklađeni s *Bolonjskom deklaracijom* i akreditiralo ih je Ministarstvo znanosti i obrazovanja. Trenutno studije pohađa 1.850 studenata, nastavu izvodi 200 predavača, a VERN' ima i više od 5.000 alumnija.<sup>4</sup>

Studij Odnosi s javnošću i studij medija, preddiplomski je studij (u trajanju od šest semestara nakon kojih se stječe 180 ECTS bodova) koji se na Sveučilištu VERN' izvodi od 2014. Naime, te godine VERN' preuzima Visoku školu za odnose s javnošću i studij medija Kairos, a ponuda VERN'ovih preddiplomskih studija raste za još jedan novi studij čime je nadopunjena vertikalna medijsko-komunikacijskih studija<sup>5</sup>. Smatra se kako su odnosi s javnošću treća najtraženija profesija u područjima kreativnih i medijskih djelatnosti, a povećana potražnja za stručnjacima za odnose s javnošću trend je koji se očekuje i u bližoj budućnosti. Program studija usmjeren je na obrazovanje stručnjaka sa širokim spektrom znanja i vještina potrebnih za obavljanje ovoga posla. Tijekom studija, posebno na višim godinama, naglasak se stavlja na stjecanje vrijednog iskustva iz prakse te komuniciranje na digitalnim medijima i društvenim mrežama. Također, dio programa usmjeren je na – osobne odnose s javnošću te usavršavanje javnog govora i komunikacijskih vještina, rješavanje kriznih situacija i upravljanje brendom, te kako upravljati korporativnim komunikacijama, pripremiti komunikacijsku strategiju ili graditi uspješne odnose s medijima. Među temeljnim predmetima na studiju nalazi se i predmet Uvod u komunikologiju. Cilj predmeta je uvesti studente u osnove komuniciranja i komunikologije, upoznati ih s komunikologijom kao interdisciplinarnom znanosti te ih osposobiti za analizu komunikacije na svim njezinim razinama – interpersonalnoj, javnoj (društvenoj) i medijskoj. Također, cilj je studente poučiti ovladavanju temeljnim komunikacijskim tehnikama kako bi stekli komunikacijske kompetencije za prepoznavanje i najmanjih tragova iznimnih karizmatičnih darova u svakom pojedincu.

Istraživački uzorak broji ukupno 307 studenata, različite spolne zastupljenosti (81 % ženskih i 19 % muških ispitanika). Dob varira u rasponu od 19 do 45. U uzorku dominiraju redovni studenti (N=217, 70,6 %) u odnosu na izvanredne (N=90, 29,4 %). Uzorak je prikupljen na predmetu Uvod u komunikologiju, obveznom predmetu prve godine studija, tijekom izvedbe kolegija u šest sukcesivnih generacija u akademskim godinama: 2016./2017.; 2017./2018.; 2018./2019.; 2019./2020.; 2020./2021. i 2021./2022. U izvedbenom planu predmeta predviđeno je, nakon četiri tjedna obrade teorijskog dijela osnovnih značajki ljudske komunikacije, praktična provjera kroz tzv. Zadatak 1. U njemu studenti imaju sljedeće zadaće:

3 Sveučilište VERN'/Studiji. Preuzeto s: <https://vern.hr/studiji/> (26. 8. 2022).

4 Sveučilište VERN'/Ključni pokazatelji. Preuzeto s: <https://vern.hr/o-vernu/kljucni-pokazatelji/?ga=2.15947574.1879759015.1632339752-1859401507.1582576736> (26. 8. 2022).

5 Sveučilište VERN'/Ključni pokazatelji. Preuzeto s: <https://vern.hr/o-vernu/kljucni-pokazatelji/?ga=2.15947574.1879759015.1632339752-1859401507.1582576736> (26. 8. 2022).

1. odabrati jednu osobu iz javnog života u Republici Hrvatskoj za koju se može reći da je karizmatična (osobni dojam);
2. napraviti kratak teorijski uvod o karizmi: donijeti pregled dvije do tri definicije karizme, nakon kratkog pregleda teorije pojasniti što za njih znači karizma;
3. ukratko donijeti opis odabrane osobe te opisati zašto je odabrana baš ta osoba za primjer karizmatične osobe i po čemu je karizmatična.

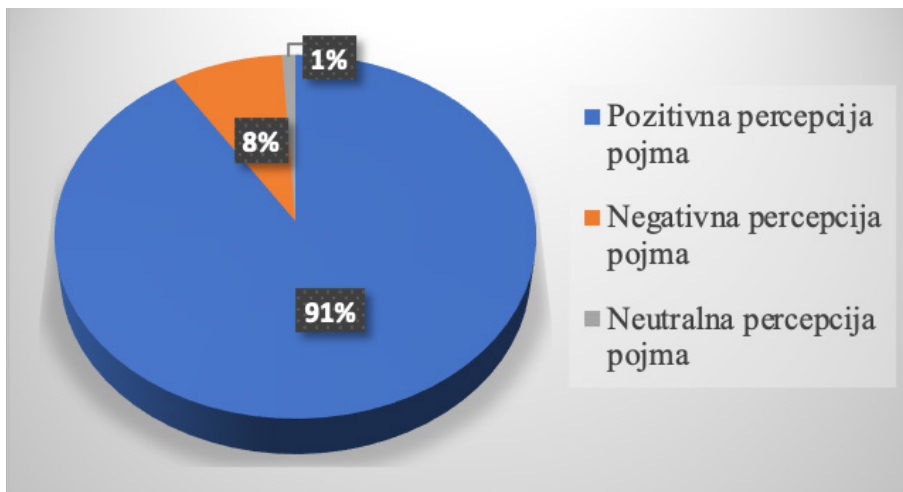
Nakon obrade Zadatka 1. studenti na kraju semestra razrađuju odabrani primjer karizmatične osobe kroz analizu vještina (kognitivnih i bihevioralnih), stila komuniciranja te zaključno persuzivnih elemenata u komunikaciji. Sve ovo provodi se radi boljeg razumijevanja teorijske osnove i provjere usvojenosti sadržaja kroz praktični zadatak.

Studentima je pisanje zadaća obveza bez koje ne mogu položiti ispit, no unatoč tome, neki su studenti predali polovično odrađene zadatke i u nekima su nedostajali neki elementi, no pri predaji rada to se kontroliralo, ali studenti nisu imali mogućnost naknadnog dopunjavanja zadatka nakon zadanog roka predaje.

## Rezultati

Rezultati na slici 1. pokazuju kako je prva hipoteza (H1) u potpunosti potvrđena. Naime, 91 % studenata (N=279) percipiralo je pojam karizme kao pozitivan pojam, tek njih 8 % (N=25) pojam percipira negativno, dok je pojam karizme za 1 % ispitanika (N=3) percipiran neutralno. Razvidno je to ponajviše kod odabira primjera, dok neznatnije kod odabira ili potkrijepe svoga izbora kroz odabrane definicije, o čemu će biti više riječi u nastavku.

Slika 1. Percepcija pojma



Izvor: izradila autorica

Na pitanje što za njih označava pojam karizme i kako bi ga sami definirali, izbjeglo je odgovoriti tek 8 % ispitanika (N=25), dok je njih 92 % (N=282) navodilo različite definicije, pronađene u stručnoj ili znanstvenoj literaturi, uz dodatak vlastitog dojma. Kako su definicije uključivale stručne i znanstvene pojmove i pojašnjenja, potreba za pojednostavljanjem bila je očigledna u gotovo svakom odgovoru.

Neki citati, najbolje potvrđuju izneseno:

*„U svakodnevnom govoru, karizmatičnom smatramo onu osobu koja nekim svojim karakteristikama i nastupom u javnosti privlači pozornost te se često za opis takve osobe koriste sintagme ima „ono nešto“, posjeduje „X faktor“ i sl. Za mene osobno pojam karizme opisuje se kao paleta upečatljivih osobina koje osobi pomažu da se istakne u javnom te privatnom životu te je uzdižu na društvenoj ljestvici.“ (MN, Ž, 20)<sup>6</sup>*

*„Moje je viđenje karizme individualna zanimljivost u svakom čovjeku, nešto što nam se sviđa, što je apagogički i što nam je krucijalno kod prosuđivanja osobe. Iako se vrlo često i netočno ona povezuje s nečim estetskim, karizma je nešto apsolutno dubinsko u čovjeku, nešto što će me privući na prvu, ali neće izbljediti.“*

*Karizma je apsolutno relativan pojam. Neopozivo postoje ljudi za koje se može reći da su karizmatični i koji mogu nositi tu titulu sviđali se oni nama ili ne, ali isto tako postoje ljudi za koje ćemo čvrsto tvrditi da nisu karizmatični, unatoč uvriježenom mišljenju da jesu, i to samo zato što nam nisu simpatici.“ (VB, Ž, 34)*

*„Karizma, s moga gledišta, označava skup vrijednosti i kvaliteta koje čovjek posjeduje, a koje su prepoznate i u samom društvu. Te kvalitete trebale bi biti pozitivne, poput dobrih komunikacijskih vještina, vedrine, poštivanja moralnih vrijednosti i slično, što u Hrvatskoj, nažalost, najčešće nije tako.“ (MP, M, 22)*

*„Za mene je karizma doista jedna od najvećih kvaliteta koju određena osoba može posjedovati zbog toga što mislim da se upravo zbog karizme pojedinac može istaknuti u usporedbi s drugima. Karizmu definiram i kao vještinu uz pomoć koje osoba može svoju energiju prenijeti na drugog pojedinca ili čak grupu ljudi. Ona definitivno ostavlja značajan utisak na druge, a laički se najbolje može definirati kao „ono nešto“. Mislim da karizmatična osoba gotovo nikoga ne može ostaviti ravnodušnim.“ (DC, M, 20)*

*„Tumačenje karizme varira od osobe do osobe te ju je najlakše opisati kao „ono nešto“, što smatram šturim no jako legitimnim opisom.“ (LS, M, 19)*

*„Prije istraživanja pojma karizma na postavljeno pitanje: „Što je to karizma?“ osobno bih uglavnom dala dogovor, poput „Ono kad je netko pristupačan i dobar s ljudima.“ ili „Kad netko ima ono nešto.“ Nakon kratkog istraživanja pojma karizma, shvativši koliko je ovaj pojam teško definirati i koliko njegovo pojmovno određenje ovisi o kontekstu u kojem se osoba s pridjevom karizmatičan nalazi i dojmu koji ostavlja na osobu koja ju percipira, moji odgovori bi vjerojatno i dalje ostali isti ili slični.“ (KJ, Ž, 39)*

Definicije koje su izdvojali redom su pronalazili u rječnicima stranih riječi, enciklopedijama ili drugim relevantnim internetskih izvorima, dok su najčešći autori bili: Blažević (2003); Cabane (2012); Franuko (2011); Sennett (1974) te Weber (1978). Može se zaključiti kako studenti nisu imali problem u pronalasku definicija pojma karizma kao ni kod opisa svojim riječima te da je i druga hipoteza (H2) u cijelosti potvrđena.

Dio zadatka bio je navesti primjere dobre prakse. Ovaj su dio zadatka izvršili svi studenti, a u Tablici 1. prikazani su ukupni rezultati.

6 Legenda: MN – inicijali studenta/ce; Ž/M – oznaka spola; BROJ – oznaka godina života

Tablica 1. Percepcija studenata

Rbr.	Karizmatična osoba	Broj „glasova“ studenata	Postotak
1.	Josipa Lisac	23	7.5 %
2.	Zoran Šprajc	13	4.2 %
3.	Milan Bandić	11	3.6 %
	Maja Šuput Tatarinov		3.6 %
4.	Dino Dvornik	10	3.3 %
5.	Zdravko Mamić	9	2.9 %
6.	Kolinda Grabar Kitarović	8	2.6 %
	Ivo Sanader		2.6 %
	Severina Vučković		2.6 %
7.	Oliver Dragojević	7	2.3 %
8.	Rene Bitorajac	5	1.6 %
	Josip Broz Tito		1.6 %
	Miroslav Ćiro Blažević		1.6 %
	Toše Proeski		1.6 %
	Ivan Šarić		1.6 %
9.	Žuži Jelinek (Zsuzsanna Ferber)	4	1.3 %
	Mate Mišo Kovač		1.3 %
	Željko Malnar		1.3 %
	Mate Rimac		1.3 %
	Jadranka Sloković		1.3 %
10.	Andrea Andrassy	3	0.9 %
	Ella Dvornik		0.9 %
	Goran Ivanišević		0.9 %
	Borna Kotromanović		0.9 %
	Indira Levak		0.9 %
	Zoran Milanović		0.9 %
	Ivana Paradžiković		0.9 %
	Ivan Pernar		0.9 %
11.	Goran Bare; Ana Bučević; Joško Jole Čagalj; Mirko Filipović; Tarik Filipović; Vlado Gotovac; Ante Gotovina; Mani Gotovac; Hana Hadžiavdagić Tabaković; Tonči Huljić; Željko Kerum; fra Zvezdan Linić; Oliver Mlakar; Luka Modrić; Edin Osmić (Edo Maajka); Dražen Petrović; Željko Pervan; Andrej Plenković; Mirela Priselac Remi; Franjo Tuđman; Damir Urban	2	0.03 %



12.	Matija Babić; Đorđe Balašević; Ivano Balić; Marijana Batinić; Ena Begović; Goran Bogdan; Zvonimir Boban; Slaven Bilić; Luka Bulić; Gordana Buljan Flander; Velimir Bujanec; Zrinka Cvitešić; Lino Červar; Ivan Čehok; Iva Čuljak; Drago Ćosić; Dragan Despot; Doris Dragović; Mia Dimšić; Blaženka Divjak; Novak Đoković; Mia Elegović; Oliver Frljić; Nikica Gabrić; Miro Gavran; Ljupka Gojić Mikić; Petar Grašo; Stjepan Hauser; Jasenko Houra; Marin Ivanović Stoka; Josip Jakopec Jopa; Josip Jelačić; Boris Jokić; Lana Jurčević; Branka Katić; Tereza Kesovija; Robert Knjaz; Viktor Kovačić; Dean Kotiga; Nina Kraljić; Pero Kvesić; Siniša Labrović; Morana Mamić; Anđa Marić; Maksim Mrvica; Nana Nadarević; Iva Olivari Puhalo; Sandra Paović; Marko Perković Thompson; Sanja Pilić; Padre Pio (Francesco Forgione); Doris Pinčić; Dora Predojević; Vladimir Vladimirovič Putin; Ivica Račan; Nino Raspudić; Mario Roth; Massimo Savić; Odilon-Gbènoukpo Singbo; Slavko Sobin; Dino Sokolović; Borna Sor; Stjepan Jimmy Stanić; velečasni Zlatko Sudac; Krešimir Sučević-Mederal; Zlatan Stipišić Gibonni; Simona Ištvanović; Rade Šerbedžija; Branimir Štulić; Vlatko Štampar; Dragutin Tadijanović; Ivan Tanta; Emil Tedeschi; Nikola Tesla; Ante Tomić; Daniela Trbović; Nina Viočić; Goran Višnjić; Blanka Vlašić; Ante Vrban; Šime Vrsaljko; Alka Vuica; Matija Vuica; Jelena Žnidarić (Zsa Zsa)	1	0.003 %
-----	--	---	---------

Izvor: izradila autorica

U Tablici 1., prikazani su ukupno dobiveni rezultati. Iz nje je razvidno kako je najviše studenata (N=23) odabralo Josipu Lisac, hrvatsku glazbenicu i pjevačicu. Postotak je relativno mali 7,5 %, ali gledajući ukupne brojke ipak je značajan. Naime, najviše studenata je odabralo osobu koja se ne ponavlja (njih 85). Karizmu Josipe Lisac prepoznalo je 23 studenata i zanimljivo je kako se jedino Josipa Lisac ponavlja kao karizmatična svake akademske godine.

Potkrijepe:

*„Na temelju definicija karizme i vlastitog shvaćanja, Josipa Lisac je savršen primjer karizmatične osobe. Josipa privlači pažnju načinom govora, oblačenjem i ono najvažnije za njezinu karijeru jedinstvenim glasom. U biografiji Josipe Lisac koju možemo pronaći na njezinoj službenoj stranici nalazi se Josipin opis same sebe u kojem kaže „da se užasava prosječnosti i banalnosti i da je čitav život posvetila iznalaženju novih, originalnih, često i šokantnih rješenja, što je uvijek i svugdje čini atraktivnom, zanimljivom i provokativnom“ (JO, Ž, 32)*

*„Josipa Lisac kao pripadnica hrvatske glazbene scene zasigurno je osoba koja ima „ono nešto“. Kreativnošću, strastvenošću i emocionalnom prisutnošću pokazala je da je utjecajna osoba hrvatske glazbene scene te zaključujem da se upravo takvom osobnošću smatra karizmatičnom osobom iz javnog života Republike Hrvatske.“ (SB, M, 21)*

*„Josipa Lisac je kao predstavnica hrvatske glazbene umjetnosti zasigurno osoba koja ima „ono nešto“. Svojim kreativnim potencijalom stvorila je svoj umjetnički opus koji masa ljudi cijeni. Kao zaključak, smatram da se pojam karizma uz ostale osobine često vezuje i uz genijalnost, kreativnost i nadarenost, kvalitete koje posjeduje hrvatska diva Josipa Lisac.“ (EŠ, Ž, 20)*



Značajnu dozu karizme ima i Zoran Šprajc, hrvatski televizijski novinar, voditelj i urednik, njega je prepoznalo trinaest studenata što čini postotak od 4,2 %.

Potkrijepe:

*„Zoran Šprajc za mene je karizmatična osoba zato što se ističe na neki svojstven način. Posjeduje osobine koje ga čine drugačijim od ostalih u njegovom poslu i općenito u javnom životu u Republici Hrvatskoj. Može se pohvaliti bogatom karijerom i životopisom te je najpoznatiji kao „nesvakidašnji“ televizijski voditelj te urednik. Još je na HRT-ovom Dnevniku dolazila do izražaja njegova osebnost, ali Šprajc si je tek u RTL-ovoj informativnoj emisiji RTL Direkt posve dao oduška. Emisija je postala poznata po njegovim sarkastičnim i često veoma humorističnim najavama priloga ili komentarima političke i društvene scene. Iako nekim dijelovima javnosti smeta njegov način, većina ga smatra zabavnim a ja i karizmatičnim.“ (BO, Ž, 20)*

*„Za mene Zoran Šprajc posjeduje karizmu zbog načina na koji prenosi vijesti i komentira političku i društvenu situaciju u Hrvatskoj, koja nije tako idealna. Šprajc u svom vođenju informativnih emisija na inteligentan, duhovit a često i ironičan način djeluje svježije i drugačije na našem informativnom prostoru te po mom mišljenju ima sve elemente karizme.“ (LM, Ž, 19)*

Nadalje, gledajući postotke i brojke studenata na listi se nalaze Maja Šuput Tatatinov, hrvatska pjevačica i poduzetnica te Milan Bandić, političar i dugogodišnji zagrebački gradonačelnik koji dijele isti broj „glasova“ odnosno 3,6 % (N=11).

Potkrijepe za M. Šuput Tatarinov:

*„Na temelju moje definicije o karizmi, te opisa o Maji Šuput mogu potvrditi da se radi o karizmatičnoj osobi. Maja svoju karizmatičnost pokazuje vedrim duhom, pozitivnim stavom i predivnim gestama poput one koju je objavila na Instagram profilu gdje je poklanjala odjeću svoga sina Blooma. Za mene je istinski karizmatična osoba čovjek koji uveseljava druge svojim dobrim duhom te veselim stavom prema životu.“ (PŠ, Ž, 19)*

*Maja Šuput svojom rasprostranjenošću u javnome životu Republike Hrvatske te velikim brojem obožavatelja dokazuje da je itekako karizmatična osoba. Poznata po svom veselju, pozitivni i mogućnosti da zabavi druge, stekla je simpatije diljem Hrvatske, a i šire. Poznato je lice među starijim, ali i među mlađim generacijama, a potražnja za njezinim nastupima je jedna od najvećih u Hrvatskoj. Na temelju teorijskoga pojma karizme te prikupljenih informacija, Maju Šuput smatram osobom koja itekako posjeduje karizmu, odnosno “ono nešto”. (MM, Ž, 19)*

Zanimljivost kod analize rezultata za M. Bandića, bila je analiza percepcije pojma karizma – pozitivna, negativna ili neutralna. Naime od jedanaest studenata njih 37 % (N=4) karizmu percipira kao negativnu, a ostatak od 63 % (N=7) ima pozitivnu percepciju.

Primjer potkrijepe za Milana Bandića – pozitivna percepcija:

*„Milana Bandića sam odabrala kao karizmatičnu osobu zato što, iako ga neki smatraju kradljivcem i kao osobu koja širi korupciju, ja ga ipak smatram kao osobu koja se iznimno trudi te kojoj je zaista stalo do grada Zagreba. Smatram da je Bandić gradonačelnik koji stvarno voli Zagreb i radi sve za njega i za njegove stanovnike. Po meni je, Milan Bandić zaista najbolji gradonačelnik u povijesti, jer malo tko bi ovoliko ulagao u svoj grad. U prilog mu ide i to što je najdugovječniji gradonačelnik glavnog grada Republike Hrvatske.“ (NB, Ž, 19)*

Primjer potkrijepe za Milana Bandića – negativna percepcija:

*„Nesumnjivo je da se šest mandata gradonačelnika glavnog grada RH ne može osvojiti bez izražene karizme, no kada njegova djela, retoriku i generalni dojam sposobnosti sagledamo objektivno, ne možemo reći da znamo odakle ona dolazi. Odgovor se zapravo krije u socio-demografskim prilikama prostora bivše države Jugoslavije gdje se osoba koja je, naizgled, došla iz malog mjesta i uspjela pod svaku cijenu, gleda kao heroj, idolizira te po inerciji odiše karizmom bez obzira na upitnost etičke, moralne i pravne pozadine.“ (MP, M, 25)*

Još treba izdvojiti i rezultate koje je ostvario Dino Dvornik, hrvatski glazbenik čiju karizmu je opisivalo deset studenata. Naime, Dino Dvornik je preminuo prije četrnaest godina, ali ga unatoč tome studenti nisu zaboravili.

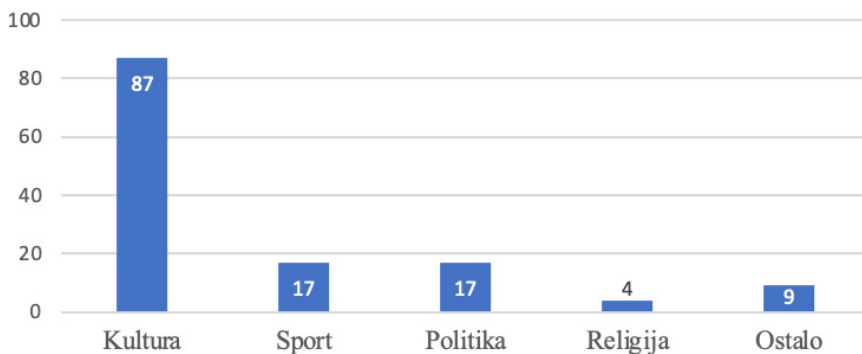
Potkrijepe:

*„Smatram da je Dino Dvornik osoba koja je potaknula veselje u osobama svih uzrasta. Njegove pjesme su zabavne i kvalitetnog zvuka što potvrđuje činjenica da se i dalje sviraju u ugostiteljskim objektima i klubovima iako već dugi niz godina nije "s nama". Tako nešto ne može svatko uspjati čak i ako je nedavno izdao novu pjesmu. Vjerujem da je to pokazatelj njegove karizme. Pokazao je da dobra glazba može popraviti dan i time nas motivirao da nastavimo plesati uz ritmove njegovih vječnih pjesama.“ (MM, Ž, 19)*

Što se tiče ostalih nalaza, kako je vidljivo u Tablici 1., listu čini ukupno 135 osoba iz javnog života u Republici Hrvatskoj koje su studenti Odnosa s javnošću i studija medija prepoznali kao karizmatične, a onda svoje „nalaze“ i potkrijepili odabranim definicijama i primjerima iz njihova života i djelovanja. Detaljnije se analiziralo i objasnilo prvih troje, odnosno četvero s obzirom na to da treće mjesto dijele dvije osobe, kojima su studenti dodijelili više od deset glasova ili više od 3,3 % ukupnih glasova.

Kada je riječ o trećoj postavljenoj hipotezi (H3) koje je pretpostavljala da će studenti najviše karizmatičnih osoba prepoznati u području kulture i sporta, ona je tek djelomično potvrđena. Naime, iz Slike 2. razvidno je kako u području kulture djeluje 65 % (N=87) odabranih osoba, u sportu, ali i politici njih 13 % (N=17+17), u području religije 3 % (N=4) i u ostalim područjima 6 % (N=9). Važno je razlučiti kako u područje kulture pripadaju osobe koje su: pjevači, glumci, novinari (i djelatnici u medijima), književnici, *stand-up* komičari, influenceri te svi ostali djelatnici u kulturi i medijima. Područje „ostalo“ podrazumijeva: poduzetnike, profesore, liječnike, odvjetnike i dr. U svakom slučaju sva područja su iz sfere javnog djelovanja u Republici Hrvatskoj, što je bio i jedan od glavnih kriterija kod odabira primjera dobre/loše prakse, odnosno predmeta analize za studente.

Slika 2. Područja pojavnosti pojma karizma



Izvor: izradila autorica

Kako se može uočiti na Slici 2. treća hipoteza (H3) djelomično je potvrđena zato što je podjednak broj analiziranih osoba u području sporta (N=17) i politike (N=17). No, ono što čini razliku kod ovakvog nalaza može biti činjenica da su svi uzorci u području, sporta njih sedamnaest, percipirani kao pozitivni primjeri dok to nije slučaj u području politike. Naime, uzorak za područje sporta čine akteri: Zdravko Mamić (9), Miroslav Ćiro Blažević (5), Goran Ivanišević (3), Mirko Filipović (2), Luka Modrić (2), Dražen Petrović (2), Ivano Balić (1), Zvonimir Boban (1), Slaven Bilić (1), Lino Červar (1), Drago Ćosić (1), Novak Đoković (1), Iva Olivari Puhalo (1), Sandra Paović (1), Dino Sokolović (1), Blanka Vlašić (1) i Šime Vrsaljko (1). Sve navedene, studenti su pozitivno percipirali.

Uzorak za područje politike čine: Milan Bandić (11), Kolinda Grabar Kitarović (8), Ivo Sanader (8), Josip Broz Tito (5), Zoran Milanović (3), Ivan Pernar (3), Vlado Gotovac (2), Ante Gotovina (2), Željko Kerum (2), Andrej Plenković (2), Franjo Tuđman (2), Ivan Čehok (1), Blaženka Divjak (1), Josip Jelačić (1), Vladimir Vladimirovič Putin (1), Ivica Račan (1) i Nino Raspudić (1). Ovdje je nalaz znatno drugačiji, naime dominantno pozitivna ili dominantno negativna percepcija karizme aktera je u omjeru trinaest pozitivnih (76 %) i četiri negativne percepcije (24 %).

## 2. Zaključak

Kako je navedeno, glavni je cilj ovog rada bio ispitati koje javne osobe u Republici Hrvatskoj studenti studija Odnosa s javnošću i studija medija Sveučilišta VERN' percipiraju kao karizmatične, što je istraživanjem koje je prikazano i uspješno ostvareno. U radu su prikazani rezultati razmišljanja 307 studenata. Sukladno glavnom, a onda i definiranim podciljevima, te zahvaljujući iskustvu rada sa studentima, definirane su tri hipoteze – dvije su potvrđene u cijelosti, a treća djelomično.

Prvu hipotezu (H1) da studenti pojam karizme dominantno pozitivno doživljavaju bilo je lako dokazati i potvrditi. Rezultati su pokazali kako 91 % studenata pojam karizme percipira pozitivno, što su uspješno potkrjepljivali odabranim primjerima dobre prakse, kao i dobrim tumačenjima i pojašnjenjima. Značajno manje, njih 8 %, pojam percipiraju negativno te su, navodeći primjere koje su okarakterizirali primjerima loše prakse i potkrjepama u njihovu djelovanju i pojavnosti to i pojasnili. Samo 1 % ispitanika pojam je okarakteriziralo kao neutralan, odnosno, imali su problem kod jasnijeg ili preciznijeg zauzimanja stava, navodeći kako karizmatična osoba može biti i pozitivno i negativno percipirana, ovisno doživljavamo li je na razini karaktera ili javnog djelovanja.

Nadalje, budući da se pojam karizme u pravilu doživljava kao pozitivan pojam, pretpostavka je bila da će studentima pojam karizme biti lako definirati i objasniti ga svojim riječima uz navođenje primjera dobre prakse kao modela. Ovo je bila druga postavljena hipoteza rada (H2). I ona je u cijelosti potvrđena, ali u nešto manjem postotku jer je jedan dio studenata namjerno ili nenamjerno ipak izbjegao izvršiti ovaj dio zadatka. Za cjelovito dokazivanje u radu ovo nije predstavljalo problem, već se samo reflektiralo na njihovu zaključnu ocjenu kolegija. Na pitanje što za njih označava pojam karizma i kako bi ga sami definirali, izbjeglo je odgovoriti tek 8 % ispitanika, dok je njih 92 % navelo različite definicije iz stručne ili znanstvene literature uz dodatak vlastita dojma.

Treća hipoteza, koja se odnosila na to da će studenti najviše karizmatičnih osoba prepoznati u području kulture i sporta (H3) tek je djelomično potvrđena. Kako se ova hipoteza odnosila na kumulativnu analizu dobivenih rezultata, utvrđeno je da zaista najveći broj primjera dobre prakse djeluje u području kulture (pjevači, glumci, novinari, književnici, *stand-up* komičari, influenceri te svi ostali djelatnici u kulturi i medijima), ali podjednak broj njih djeluje u području sporta i politike, što je dovelo do toga da je treća hipoteza tek djelomično potvrđena.

Dobivene rezultate potrebno je kritički sagledati i s obzirom na kontekst u kojem su prikupljeni. Lako je pretpostaviti da su studenti zbog obveze pisanja zadatka i dobivanja zaključne ocjene temeljito analizirali teorijski dio, ali i prilagođavali praktični dio (primjere dobre prakse), što je onda moglo dovesti do uljepšavanja njihove percepcije promatranog uzorka. U tom svjetlu moguće je pretpostaviti i njihovu nesprijetnost da detaljno promisle o svim postavljenim zadacima.

## Literatura

Albright, L., Kenny, D. A., i Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 387-395.

Borkenau, P., i Liebler, A. (1993). Convergence of stranger ratings of personality and intelligence with self-ratings, partner ratings, and measured intelligence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 546-553.

Conger, J. A., i Kanungo, R. N. (1987). Toward a behavioral theory of charismatic leadership in organizational settings. *Academy of Management Review*, 12, 637-647

Connelly, B. S., i Ones, D. S. (2010). An other perspective on personality: meta-analytic integration of observers' accuracy and predictive validity. *Psychological Bulletin*, 136, 1092-1122.

Fox Cabane, O. (2012). *The Charisma Myth: How Anyone Can Master the Art and Science of Personal Magnetism*, Penguin Books.

Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T., i Morris, M. E. (2002). A room with a cue: Personality judgments based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 379-398.

House, R. J., i Howell, J. M. (1992). Personality and charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 3, 81-108.

Kenny, D. A. (1991). A general model of consensus and accuracy in interpersonal perception. *Psychological Review*, 98, 155-163.

Kišiček, G. (2011). Usporedba antičkoga i suvremenoga poimanja dobrog govornika Diacovensia: teološki prilozi, Vol. 19, No. 1, str. 115-132. <https://hrcak.srce.hr/file/100457>

Klaić, B. (2004). *Rječnik stranih riječi: tuđice i posuđenice*. Nakladni zavod Matice Hrvatske.

Sennett, R. (1974). *The Fall of Public Man*. W. W Norton & Company.

Sveučilište VERN' (bez dat.) *Ključni pokazatelji*. <https://vern.hr/o-vernu/kljucni-pokazatelji/>

Sveučilište VERN' (bez dat.) *Studiji*. <https://vern.hr/studiji/>

Tskhay K. (2016). Charisma in Everyday Life: Conceptualization and Validation of the General Charisma Inventory. [https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/89273/3/Tskhay\\_Konstantin\\_201606\\_PhD\\_thesis.pdf](https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/89273/3/Tskhay_Konstantin_201606_PhD_thesis.pdf)

Tkalac Verčić, A., i Verčić, D. (2011). Generic charisma–Conceptualization and measurement. *Public Relations Review*, 37, 12-19.

Weber, M. (1976b.) *Privreda i društvo*. II. Prosveta

Weber M. (1978). *Economy and Society*. University of California Press.

## Student perception of charismatic persons in the Republic of Croatia

STANA ODAK KRASIĆ

VERN University, Zagreb

### ABSTRACT

For the expertise, as the most important and appreciated characteristic of a good speaker, it can be said that it is still as important today as in ancient times. Cicero said that a good speaker must be wise, possess broad knowledge and a high level of general culture. Contemporary authors also emphasise the importance of expertise, competence and knowledge, as primary ones with addition to some specific determinants such as persuasion, honour and charisma. The aim of this research was to determine how the concept of charisma is perceived by students, how they define it and which public figures they perceive as charismatic. Students were selected from the Public Relations and Media Studies, where public relations experts are educated, made aware and trained to recognize even the smallest traces of exceptional charismatic gifts in each individual.

**Key words:** public figures, charisma, public relations, students, meaning