



PROGRAM ŠKOLE POLITIČKE KOMUNIKACIJE

1. SUVREMENI TRENDOWI U POLITIČKOJ KOMUNIKACIJI

Voditelj modula: doc. Dr. sc. Marijana Grbeša

Opis modula

Svrha modula je upoznati polaznike s temeljnim konceptima suvremene političke komunikacije te im ukazati na razvojne trendove tog fenomena u svijetu i u nas. U sklopu modula bit će riječi o trendu 'amerikanizacije' suvremene političke komunikacije, personalizaciji, popularizaciji i 'privatizaciji' politike te mogućim implikacijama koje suvremeni trendovi političkog komuniciranja mogu imati za demokratski proces.

U sklopu ovog modula polaznici će dobiti kratak presjek ostalih sedam modula.

Tematske cjeline:

- Popularizacija i personalizacija politike - doc. Dr. sc. Marijana Grbeša (2 školska sata)
- Posljedice suvremenih trendova u političkoj komunikaciji: trivijalizacija politike ili obogaćivanje političkog diskursa? - doc. Dr. sc. Marijana Grbeša (1 školski sat)
- Gost predavač - *ime će biti naknadno potvrđeno* (2 školska sata)
- Trendovi u medijskom izvještavanju o politici - dr. sc. Igor Kanižaj (2 školska sata)
- Medijatzacija politike i opći trendovi u suvremenom političkom komuniciranju - prof. Dr. sc. Dražen Lalić (2 školska sata)
- 'Amerikanizacija' hrvatske političke komunikacije - prof. Dr. sc. Dražen Lalić (1 školski sat)



2. STRATEŠKO KOMUNICIRANJE U POLITICI

Voditelj modula: doc. Dr. sc. Božo Skoko

Opis modula

Proces modernizacije, razvoj medijskih tehnologija te eksplozija medijskog tržišta političarima su nametnuli potrebu za sustavnim strateškim komuniciranjem. Alastair Campbell, kontroverzni spin doktor bivšeg britanskog premijere Tonya Blaira, kazao je kako je temeljni zadatak svakog spin doktora 'biti jedan korak ispred medija'. No, tko su zaista spin doktori? Što je njihov posao? Što sve podrazumijeva strateško, a što krizno komuniciranje u politici? Tko danas 'udara ritam', nameće dnevni red i kroji 'sliku stvarnosti', političari ili mediji? Kako se sa svojom pričom probiti u medije? Sve su to pitanja na koja će vam vrlo precizno, kroz teorijske koncepte, istraživanja i praktične primjere, odgovoriti predavači ovog modula.

Kako bi polaznicima približili kako izgleda svijet političke komunikacije u „stvarnosti“ u okviru ovog modula polaznicima će biti prikazan film „**In the Loop**“, koji na vrlo živopisan način prikazuje žrvanj u kojem se svakodnevno nalaze politički stratezi, političari i mediji. Predstava će biti prikazana u **kinu Tuškanac**. Termin prikazivanja filma će biti naknadno potvrđen.

Tematske cjeline:

- Posebnosti odnosa s javnošću u politici - doc. Dr. sc. Božo Skoko (2 školska sata)
- Kreiranje strategija i taktika - doc. Dr. sc. Božo Skoko (2 školska sata)
- Krizno komuniciranje u politici - Krešo Macan (2 školska sata)
- Spin i spin doktori - Krešo Macan (2 školska sata)
- Kreiranje brenda u politici - doc. Dr. sc. Božo Skoko (2 školska sata)



3. PSIHOLOGIJA BIRAČKOG PONAŠANJA

Voditelj modula: prof. dr. sc. Ivan Šiber

Opis modula

Zbog čega birači odlučuju glas dati jednoj opciji, a ne drugoj? Kako znati na temelju čega će birači donijeti odluku na izborima? Cilj ovog modula jest polaznike upoznati s temeljnim modelima biračkog ponašanja kao i promjenama koje su posljednjih desetljeća potencirale važnost „kratkoročnih faktora“ u donošenju biračke odluke (konkretne teme, imidž lidera, izborne kampanje itd.). U sklopu ovog modula bit će govora i o obrascima biračkog ponašanja u Hrvatskoj, a na kraju ćemo od renomiranih hrvatskih znanstvenika saznati kako koncipirati i provesti istraživanje javnog mnijenja koje nam pokazuje glasačke tendencije građana te koje služi kao putokaz za uspješnu izbornu kampanju.

Tematske cjeline:

- Klasični modeli biračkog ponašanja - prof. dr. sc. Ivan Šiber (2 školska sata)
- Društveni rascjepi i politička socijalizacija: uloga političke biografije obitelji - prof. dr. sc. Ivan Šiber (2 školska sata)
- Psihologija vođe i vodstva u politici - prof. dr. sc. Ivan Šiber (1 školski sat)
- Suvremeni trendovi u biračkom ponašanju - dr.sc. Nebojša Blanuša (3 školska sata)
- Biračko ponašanje u Hrvatskoj od 1990. do 2007. - doc. Dr. sc. Goran Čular (2 školska sata)

4. IZBORNE KAMPANJE, MEDIJI I POLITIČKI MARKETING

Voditelj modula: doc. Dr. sc. Marijana Grbeša

Opis modula

U ovom modulu bit će govora o razvoju političkog marketinga kao prakse i istraživačke discipline, o alatima političkog marketinga te o ključnim elementima koji čine uspješnu izbornu kampanju. Posebna pozornost posvetit će se sličnostima i razlikama između



ekonomskog i političkog marketinga, strategijama izbornih kampanja te izbornom oglašavanju kao jednom od ključnih kanala političkog marketinga. U medijaliziranom političkom okruženju, poruke koje u izbornu vrijeme dopiru do birača prolaze filtere medijskih kuća, novinara, političara i političkih savjetnika. U sklopu ovog modula saznat ćete sve o prevladavajućim obrascima izbornog izvještavanja i upoznat ćete modele poput *framinga (uokviravanja)* ili *agenda-settinga (nametanja dnevnog reda)* koji objašnjavaju kako produkcija vijesti i način prezentacije informacija utječu na našu percepciju političkih aktera. Isto tako, u okviru ovog modela saznat ćete sve o regulaciji izbornog izvještavanja, 'amerikaniziranim' formatima predstavljanja kandidata, poput izbornih sučeljavanja te potencijalnom utjecaju medijske prezentacije istraživanja javnog mnijenja na izborne rezultate.

U drugom dijelu ovog modula od poznatog hrvatskog novinara i po mnogima najokrutnijeg kritičara političke scene u Hrvatskoj, Tomislava Klauškog, saznat ćete mnogo o neprestanoj borbi PR-ovaca i novinara. U zadnjem predavanju ovog modula vidjet ćemo kako se političari pripremaju za nastupe u medijima i to kroz živopisno sučeljavanje naših gostiju - komunikacijskog savjetnika, političara i novinara.

Tematske cjeline:

- Politički marketing - prof. dr. sc. Ivan Šiber (3 školska sata)
- Strategija izbornih kampanja i oglašavanje - doc. Dr. sc. Marijana Grbeša (2 školska sata)
- Izborne kampanje u Hrvatskoj - prof. dr. sc. Dražen Lalić (3 školska sata)
- Sučeljavanje komunikacijskog savjetnika, političara i novinara (2 školska sata)

3. prosinca

- Istraživanja javnog mnijenja i njihova medijska prezentacija - dr. sc. Dragan Bagić (2 školska sata)
- Regulacija izbornih kampanja - Dragan Zelić (Gong) (2 školska sata)



5. POP-POLITIKA KAO NOVI POLITIČKI RESURS

Voditelj modula: dr. sc. Helena Popović

Opis modula

Političari sve više posežu za elementima popularne kulture kako bi se približili biračima, dok s druge strane mediji sve češće o političarima izvještavaju kao o zvijezdama iz svijeta *show businessa*. Gostovanja političara u zabavnim emisijama postala su tako svakodnevna pojava, baš kao i pakiranje ozbiljnih informacija u zabavne formate (*infotainment*). Ovaj modul bavi se fenomenom *celebrity* politike i fan demokracije te postavlja pitanje vodi li popularizacija politike do trivijalizacije 'prave', sadržajne politike i u konačnici predstavlja ozbiljnu prijetnju demokratskom procesu ili baš suprotno, zbog svoje atraktivnosti predstavlja politički resurs koji apatične i razočarane građane može privući politici. U drugom dijelu ovog modula ugostit ćemo hrvatske poznate osobe iz svijeta *show businessa*, koje su se angažirale u politici.

Tematske cjeline:

- Celebrity politika, fan demokracija i pop politika i njezine posljedice za demokratski proces - dr. sc. Helena Popović i doc.dr.sc. Marijana Grbeša (3 školska sata)
- Gost predavač - T.B.F. - (2 školska sata)

6. JAVNO KOMUNICIRANJE POLITIČARA/POLITIČARKI

Voditelj modula: prof. dr. sc. Smiljana Leniert-Novosel

Opis modula

Cilj ove tematske cjeline je upoznati polaznike koji se namjeravaju aktivno uključiti u političko djelovanje ili se bave njegovom analizom, s ulogom i značajem političkog komuniciranja, ukazati na ključna načela svake javne komunikacije, dimenzije komunikacijskog odnosa te refleksiju na ostvarivanje interesa pojedinačnog subjekta ali i pojedine političke stranke; kreiranje imidža - primarno osobnog ali i pojedine političke



stranke, upoznavanje s ključnim vrstama komuniciranja u tu svrhu te adekvatnog slušanja sudionika u političkoj komunikaciji. Posebna pozornost bit će usmjerena na razradu faza komunikacijske interakcije, pripremu ključnih elemenata javnog nastupa te komuniciranje u posebnim situacijama vezanim uz političke aktivnosti.

Tematske cjeline:

- Važnost komuniciranja u političkom djelovanju; Temeljna načela komuniciranja; Može li svatko postati dobar komunikator? Komunikacijom prije komunikacije; Pravila dobre komunikacije I; Pravila dobre komunikacije II; Kreiranje poželjnog imidža u politici; Dimenzije komunikacijskih odnosa; Vrste komuniciranja: verbalno i neverbalno; Ključne osobine komuniciranja u političkom djelovanju - prof.dr.sc. Smiljana Leinert-Novosel (3 školska sata)
- Priprema javnog nastupa političara/političarki (sadržajna komponenta i odnosna); Struktura javnog nastupa; Stilovi komuniciranja - prof.dr.sc. Smiljana Leinert-Novosel (2 školska sata)
- Uloga i način slušanja; Upute za raspravu (debatu) - prof.dr.sc. Smiljana Leinert-Novosel (1 školski sata)
- Odjeća kao poruka (od broševa Jadranke Kosor do kratkih hlača Ivana Jakovčića) - Martina Pandžić-Skoko (1 školski sat)
- Kreiranje vlastitog stila političara - stilovi koji se pamte (od pletenica Julije Timošenko do šala Ibrahima Rugove) - Martina Pandžić-Skoko (1 školski sat)



7. POLITIČKA KOMUNIKACIJA U JAVNOJ UPRAVI I CIVILNOM DRUŠTVU

Voditelj modula: dr. sc. Anamarija Musa

Opis modula

Nekad je politička komunikacija za javnu upravu predstavljala samo sredstvo razmjene informacija, no danas je ona postala tzv. *mode of operation* (Crozier, 2004). U tom kontekstu, u okviru ovog modula, pokušat ćemo odgovoriti na pitanje kako komunikacijski stručnjaci u javnoj upravi svakodnevno žive između „dvije vatre“: političara i medija. Saznat ćemo i sve o *javnim informacijskim kampanjama* kao alatu političke komunikacije te o ulozi političke komunikacije u civilnom sektoru.

Tematske cjeline:

- Komuniciranje s javnošću u javnoj upravi - Andrijana Krasnec, MSc (2 školska sata)
- Javne informacijske kampanje - dr.sc. Anamarija Musa (3 školska sata)
- Politička komunikacija i civilno društvo - dr.sc. Anamarija Musa (3 školska sata)
- Odnosi s javnošću u nevladinim udrugama i grupe za pritisak - Tomislav Tomašević, Zelena Akcija, Pravo na grad (2 školska sata)

8. NOVI MEDIJI I POLITIČKA KOMUNIKACIJA

Voditelj modula: dr.sc. Domagoj Bebić

Opis modula

U posljednjem desetljeću najvažnija promjena na području političke komunikacije jest rast i razvoj interneta. Novi mediji postali su područje kojem se u političkoj komunikaciji posvećuje sve veća pažnja. Političke organizacije počele su koristiti online rješenja u svakodnevnom komuniciranju, od izbornih kampanja do projekata koji imaju za cilj povećati političku participaciju građana. Danas je politička komunikacija gotovo nezamisliva bez kanala poput web stranica, blogova, twittera i facebooka. Bez online kampanje političke stranke i kandidati teško da danas mogu računati na dobar izborni ili kakav drugi rezultat. U okviru ovog modula, predavači će govoriti o novim medijima kao



alatu/platformi putem kojeg se građani mogu uključiti u politiku, o konkretnim projektima koji imaju za cilj političko uključivanje građana te o on-line izbornim kampanjama u SAD-u, Europi i Hrvatskoj.

Tematske cjeline:

- Uloga novih medija u političkoj komunikaciji - prof. dr. sc. Nenad Prelog i dr.sc. Domagoj Bebić (2 školska sata)
- On-line izborne kampanje: studija slučaja - dr. sc. Domagoj Bebić (2 školska sata)
- E-demokracija i političko uključivanje građana - doc.dr.sc. Berto Šalaj (2 školska sata)
- Digitalni grad: studija slučaja - predavač će biti naknadno potvrđen (2 školska sata)

MODUL PLUS: PROTOKOL

Zasebna cjelina u zadnjem tjednu predavanja odnosit će se na *protokol* kao na neizostavan proceduralni komunikacijski segment, pogotovo onih zaposlenih u javnoj upravi, bilo na državnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini. **Milada Privora**, koja ima bogato iskustvo stečeno u dugogodišnjem bavljenju državnim protokolom, pokušat će Vam u 4 školska sata predstaviti osnovna pravila protokola.