

# feljton

FOTO: SANDRA SIMUNOVIC/PIXSELL



## Populizam u Hrvatskoj

Nacional donosi ulomak iz knjige 'Dobar, loš ili zao?' u kojoj autori, politolozi **Marijana Grbeša i Berto Šalaj**, sustavno analiziraju populizam kao fenomen suvremene politike kroz primjere političara Milana Bandića, Željka Keruma, Kolinde Grabar-Kitarović, Ivana Sinčića i ljudi okupljenih u Mostu nezavisnih lista

**T**ri studije prezentirane u ovom poglavlju među prvim su empirijskim istraživanjima populizma u Hrvatskoj. Kroz njih je operacionaliziran i testiran tzv. inkluzivni pristup populizmu koji taj fenomen razumije i istražuje na dvije razine - kao ideologiju i kao populistički stil.

Rezultati dobiveni prvom studijom potvrdili su prisutnost „pravog“ populizma u Hrvatskoj i identificirali četvoricu političara kao populiste - Milana Bandića, Željka Keruma, Ivana Grubišića i Dragutina Lesara. Svi oni inicijalno su uključeni u istraživanje kao „pretpostavljeni“ populist. Dvojica od njih, Ivan Grubišić i Željko Kerum, kategorizirani su kao „jaki populist“, a Milan Bandić i Dragutin Lesar kao „slabi populist“. Grubišić i Kerum u većini su svojih intervjuva glorificirali narod, iskazivali snažan prezir prema elitama, odbijali se prezentirati kao profesionalni političari i zagovarali su „dualističku“ koncepciju politike. Zbog čestog korištenja praznih označitelja koji imaju veze s „moralom“ i „općim dobrom“, Grubišićev smo populizam uvjetno nazvali moralističkim populizmom. S druge strane, Bandićevi intervjui prepuni su pozitivnih komentara o narodu i pokušaja identifikacije s narodom kroz korištenje svakodnevnog ili kolokvijalnog jezika, dok su ostali indikatori „pravog“ populizma vrlo malo zastupljeni. Zbog toga Bandić predstavlja granični slučaj između „pravog“ populista i mainstream političara s vrlo izraženim populističkim stilom. Na kraju, pozitivno referiranje na narod i kritika političkih elita ustanovljeni su u intervjuima bivšeg predsjednika Hrvatskih laburista, Dragutina Lesara, što nam dopušta da i njega kategoriziramo kao populista, ali „slaboga“. Ta njegova „slaba“ populistička pozicija utjelovljena je prije svega u njegovoj percepciji sebe kao profesionalnog političara, što je u suprotnosti s uobičajenim populističkim diskursom, kao i s njegovim konzistentnim prihvaćanjem pluralizma kao najpoželjnijeg političkog uređenja. Ipak, njegov sustavni antielitizam i kritika finansijskih elita koje on kontinuirano identificira kao „opasne druge“ dopušta nam da ga nazovemo predstavnikom lijevog populizma koji je dominantno prisutan u Latinskoj Americi, ali koji posljednjih godina jača i u nekoliko europskih zemalja. Jedan od važnijih nalaza vezanih uz istraživanje populizma kao političke ideologije odnosi se na odsutnost desnog populizma. Desni populizam koji obilježava isključujući odnos prema imigrantima,

#### U KNJIZI 'DOBAR, LOŠ ILI ZAO?'

autori analiziraju populizam kandidata na predsjedničkim izborima 2014./15.: Ive Josipovića, Ivana Vilibora Sinčića, Kolinde Grabar-Kitarović i Milana Kujundžića

## Rezultati dobiveni prvom studijom potvrdili su prisutnost „pravog“ populizma u Hrvatskoj i identificirali četvoricu političara kao populiste - Milana Bandića, Željka Keruma, Ivana Grubišića i Dragutina Lesara



FOTO: PETAR GLEBOV/PXSSELL

etničkim, vjerskim i seksualnim manjinama nije pronađen u diskursu analiziranih hrvatskih političara u istraživanom razdoblju. Taj tip populizma, kao što smo ranije dokumentirali, pojavio se u posljednja dva desetljeća u nizu europskih država i vrlo je iznenađujuće što takav tip populizma nije uočen u Hrvatskoj u razdoblju na koje se istraživanje odnosi, barem kad je u pitanju ovih jedanaestero istaknutih političara. To je tim zanimljivije uzme li se u obzir hrvatska traumatična ratna povijest, čije se posljedice, uz ostalo, još uvijek manifestiraju u problematičnom odnosu prema srpskoj nacionalnoj manjini. Osim toga, istraživanje je pokazalo da hrvatski političari u načelu ne percipiraju Europsku uniju kao opasnost, što ponovno odstupa od teze o rastu antieuropskog sentimenta, potvrđene u nizu zemalja članica Europske unije.

Što se tiče populističkog stila, on je, razumljivo, bio najprisutniji kod detektiranih populista. Bandić i Kerum rado su koristili svakodnevni jezik, uključujući eksplicitno spominjanje članova obitelji, dok je Grubišić ponekad koristio opušteniji jezik, ali je često upotrebljavao prazne označitelje potencirajući svoj moralistički populizam. S druge strane, mainstream političari povremeno su koristili privatni jezik, ali s obzirom na općenito vrlo rijetko spominjanje naroda, teško je govoriti o njihovoj sustavnoj želji da se identificiraju ili pokažu bliskost s narodom. Ivo Josipović, koji je u vrijeme provođenja istraživanja bio hrvatski predsjednik, najčešće je koristio prazne označitelje. To se barem djelomično može pripisati tome što se u razdoblju na koje se analiza odnosi natjecao za predsjednika te je vjerojatno pokušavao naći učinkovit i privlačan način komunikacije s biračima.

Rezultati druge studije koja je analizirala prisutnost i prirodu populističkih elemenata u kampanji za predsjedničke izbore 2014./2015. upućuju na tri zaključka. Kao prvo, analiza dviju određujućih dimenzija populizma - pozitivnog referiranja na narod i antielitizma - sugerira da je dvojicu kandidata, Ivana Vilibora Sinčića i Milana Kujundžića, moguće označiti populistima. Njihovu poziciju „jakih“ populista dodatno učvršćuje njihovo dualističko razumijevanje političkog sustava, koje je posebno naglašeno kod Sinčića. Kao drugo, analiza „opasnih drugih“ kod Sinčića otkrila je intenzivan otpor prema ekonomskim elitama zbog čega smo njegov populizam nazvali lijevim, odnosno, socijalnim populizmom. Njegova kritika elita dobro je odjeknula među biračima, što je rezultiralo vrlo dobrim izbornim rezultatom. S druge strane, Kujundžićeva snažna nacionalističko-populistička retorika, najočitiže izražena u njegovom specifičnom označavanju naroda



FOTO: GORAN JAKUŠ/PXSSELL

**ZAGREBAČKI GRADONAČELNIK MILAN BANDIĆ** predstavlja granični slučaj između 'pravog' populista i mainstream političara s vrlo izraženim populističkim stilom, zaključuju autori

(„hrvatski narod“) nije sadržavala averziju prema konkretnim „opasnim drugima“, zbog čega njegov populizam ne možemo nazvati desnim već, eventualno, nacionalističkim populizmom. Ta vrsta populizma imala je, očito, manje uspjeha kod birača od Sinčićeva socijalnog populizma. Zanimljivo, ni ova studija, kao ni prethodna, nije utvrdila prisutnost desnog populizma kod hrvatskih političara. Na kraju, analiza dvoje vodećih kandidata pokazala je da je Kolinda Grabar-Kitarović, barem što se intervjuja tiče, uglavnom zadržala mainstream poziciju, dok je Ivo Josipović u tijeku kampanje bio općenito skloniji posezati za nekim populističkim elementima. To je bilo najvidljivije u njegovoj snažnoj kritici političkih elita i učestalom korištenju praznih označitelja. Takvu je komunikaciju moguće objasniti nastojanjima da pobijedi na izborima koje je osjećao da gubi. Ipak, izbore je dobila političarka koja se uglavnom držala mainstream pozicije, a kandidat koji je, čini se, profitirao od populizma je tadašnji politički autsajder Sinčić.

Rezultati treće studije, koja je analizirala populizam Mosta na parlamentarnim izborima 2015. godine, pokazali su da nije opravdano tu stranku jednoznačno odrediti kao populističku. Kod Mosta se, u najboljem slučaju, u predizbornoj razdoblju može govoriti o svojevrsnom umjerenom obliku centrističkog populizma. Umjerenom, jer je snažno izraženi antielitizam praćen umjerenom prisutnim referiranjem na narod, pri čemu je to referiranje tek povremeno pozitivno intonirano. Centrističkom, jer u diskursu uglavnom nisu prisutni nikakvi „opasni drugi“, a dominantan izraz koji koristi prilikom referiranja na narod jest „građani“. U postizbornoj razdoblju dodatno je umanjeno ionako slabo prisutno referiranje na narod, ali i antielitizam, a snažno su prisutni prazni označitelji, posebice „reforme“ i „reformrska vlada“. Takvim inzistiranjem na reformama Most se približava profilu antiestablišmentske reformrske stranke, pri čemu je njenoj posebnost u zagovaranju tripartitne vlade, odnosno u ideji da se samo postizanjem homogenosti i jedinstva političkih elita mogu provesti prijeko potrebne reforme.

Pritom je u diskursu Mostovih političara prisutno shvaćanje da upravo Most ima mesijansku dužnost uspostaviti to jedinstvo. O tom njihovom osjećaju da imaju posebnu političku misiju svjedoči i izjava Nikole Grmoje: „Mostov prijedlog Vlade nacionalnog jedinstva neki od analitičara nazivaju nerealnim, jer se navodno HDZ i SDP mogu dogovoriti bez Mosta. Možda i mogu, ali je pitanje što bi nakon toga bilo sa SDP-om i HDZ-om, ali i što bi bilo s provođenjem reformi. Bez Mosta kao moderatora i jamca provođenja reformi takva koalicija nije moguća.“ (Slobodna Dalmacija, 14. studenoga 2015.) Zadatak koji su si Mostovi političari zadali nije, dakle, nimalo jednostavan: nesposobne i korumpirane hrvatske političke elite transformirati, blagotvornim utjecajem Mosta, u jedinstvenu kompetentnu i poštnu političku snagu koja će izvesti Hrvatsku na pravi politički i ekonomski put. Prvi dio priče o političkom profilu Mosta završava sklapanjem političkog dogovora, uspostavljanjem parlamentarne većine i formiranjem vlade s HDZ-om, pri čemu će se već od prvih dana Most početi ponašati kao oporba unutar vlasti. Ta situacija, koja će biti jedan od razloga pada Vlade i održavanja prijevremenih izbora u rujnu 2016. godine, nije neuobičajena niti za populističke (Albertazzi i Mueller, 2013), niti za antiestablišmentske reformrske stranke (Hanley i Sikk, 2016).

Ključni uvidi proizašli iz ovih studija mogu se podijeliti na istraživačke i metodološke. U istraživačkom smislu, studije su, kao prvo, ustanovile postojanje populizma u Hrvatskoj, koji intenzitetom varira od slabog do jakog. Kao drugo, one su potvrdile da je moguće i potrebno razlikovati populističku ideologiju od populističkog stila koji i hrvatski mainstream političari ponekad oportuno, taktički koriste kako bi se dodvorili građanima. Kao



**KOLINDA GRABAR-KITAROVIĆ**, sudeći prema analiziranim intervjuima u predsjedničkoj kampanji, spada u skupinu političara koje nije moguće nazvati populistima

treće, one su pokazale da je kod analiziranih političara moguće govoriti o najmanje četirima tipovima populizma - lijevom, moralističkom, centrističkom i nacionalističkom populizmu. Prvi je ustanovljen kod Dragutina Lesara i Ivana Vilibora Sinčića, drugi kod Ivana Grubišića, treći kod političara Mosta, a četvrti kod Milana Kujundžića. Populizam u obliku političke ideologije ustanovili smo i kod Željka Keruma, no rezultati naših studija ne dopuštaju jednoznačno određivanje tipa populizma u njegovom slučaju. Međutim, s obzirom na to da smo kod Keruma ustanovili kako on sebe ne doživljava kao profesionalnog političara, nego više kao poduzetnika na „privremenom radu“ u politici, te uzimajući u obzir njegovu prethodnu poduzetničku karijeru, njegov bismo populizam, uvjetno gledano, po uzoru na prije spomenutog Berlusconi, mogli nazvati „poduzetničkim“ populizmom (Fieschi i Haywood, 2004). Na kraju, suprotno našim početnim očekivanjima, desni populizam koji obilježava antagonizam prema manjinama, nije otkriven u retorici analiziranih hrvatskih političara. Isto tako, zanimljivo je da u analiziranim materijalima nije detektiran ni sustavan animozitet prema Europskoj uniji, što je često zajedničko obilježje europskih desnih populista. Odgovor na pitanje zašto je tome tako, ostavljamo nekim budućim istraživanjima, no ovdje iznosimo tezu koju je moguće protipitivati u nekim eventualnim predstojećim analizama: „desni“ politički projekti u Hrvatskoj se primarno manifestiraju u obliku nacionalističkih ideja i diskursa, odnosno u naglašavanju dimenzije unutra/van, a puno manje u obliku populističkih ideja i diskursa, to jest u artikuliranju opreka gore/dolje. Čini se da za sada populizam u Hrvatskoj dominantno pokazuje svoje lijevo i centrističko lice, a tek povremeno i svoje nacional-populističko lice. Jesu li ta lica zla, loša ili pak dobra, normativno je pitanje na koje se ne može jednoznačno odgovoriti, o čemu pišemo u sljedećem poglavlju.

**Snažna nacionalističko-populistička retorika Milana Kujundžića nije sadržavala averziju prema konkretnim 'opasnim drugima' pa njegov populizam nije desni već nacionalistički**

Metodološki uvidi proizašli iz ovih istraživanja također su višestruki. Kao prvo, naš inkluzivni pristup koji smo operacionalizirali kroz metodologiju primijenjenu u svim trima studijama pokazao se vrlo učinkovitim u razlikovanju populizma kao ideologije i populizma kao stila. Dodatno, pokazalo se, primarno u slučaju Mosta, da naš pristup omogućuje razlikovanje populizma i ostalih srodnih pojava,



FOTO: IVO CAGALI/PIXSELL

**ŽELJKO KERUM** kategoriziran je kao 'jaki populist' koji je poput Milana Bandića koristio svakodnevni jezik, uključujući eksplicitno spominjanje članova obitelji

poput antiestablišmentskih reformskih stranaka. Naš pristup i naša matrica nam, dakle, omogućavaju da fenomene koje mediji i analitičari olako svrstavaju u zajedničku kategoriju - kao što su to u Hrvatskoj napravili označavajući i Sinčića, odnosno Živog zida, i Most populistima - razlikujemo i kategoriziramo na različite načine, kao lijeve populiste u slučaju prvih i kao kombinaciju antiestablišmentske stranke i centrističkog populizma u slučaju drugih, što pridonosi jasnijem razumijevanju političkih pojava i procesa. Kao drugo, uspješna primjena istog ili sličnog instrumentarija u više različitih studija potvrdila je njegovu replikabilnost, što otvara prostor za standardizirane komparativne analize koje smatramo nužnima u istraživanju teško uhvatljivih koncepata poput populizma. Kao treće i najvažnije, tri kategorije koje smo razvili u okviru naše metodologije pokazale su se izuzetno korisnima u utvrđivanju različitih tipova populizma. Prva je kategorija koja identificira „opasne druge“ i koja se pokazala uspješnom u razlikovanju između desnog i lijevog populizma. Druga je kategorija „praznih označitelja“ koji nam mogu reći nešto o prirodi populizma, kao što je to bio slučaj s Ivanom Grubišićem i Mostom. Treća je kategorija

referiranje na narod, odnosno, analiza pojmova koje akteri koriste u kontekstu „naroda“. Ti izrazi pokazali su se kao korisni indikatori vrste populizma, konkretno kod Milana Kujundžića i Mosta.

Na kraju, važno je nešto reći i ograničenjima, odnosno nedostacima istraživanja predstavljenih u ovim poglavlju, kao i o budućim istraživačkim perspektivama. Materijali zahvaćeni sa sva tri istraživanja vrlo su ograničeni, zbog čega i interpretaciju treba ostaviti u okvirima analiziranog korpusa, ali i analiziranog razdoblja jer se populističke tendencije političkih aktera mijenjaju. Za izvođenje širih zaključaka treba obuhvatiti i puno širi spektar materijala, od ostalih medija (primjerice, televizijskih nastupa) do nefiltriranih materijala, poput stranačkih programa, oglašivačkog materijala ili komunikacije na društvenim mrežama. Nadalje, za izvođenje općenitijih zaključaka o razini populizma u političkom prostoru

Hrvatske nužno je zahvatiti veći broj aktera, uključiti stranke poput Živog zida, ali i opcije poput inicijative U ime obitelji kod koje

bi se, eventualno, mogao detektirati desni populizam. Zbog svega toga, ovdje prezentirane rezultate ne treba shvatiti kao konkluzivnu ocjenu stanja, već kao poticaj za daljnja, sustavna istraživanja fenomena populizma koji je u Hrvatskoj donedavno bio gotovo potpuno zanemaren. Na tragu toga, smatramo da bi u budućim studijama populizma u Hrvatskoj bilo zanimljivo istražiti diskurs Mosta i Živog zida na izborima 2016. godine te posebno odnos medija prema populističkim opcijama, o čemu u Hrvatskoj nema istraživanja. Osim toga, bilo bi važno istražiti ulogu digitalnih medija u usponu populističkih opcija. Ta je uloga, na temelju indikativnih uvida, izuzetno velika, no o tome za sada nema relevantnih empirijskih analiza. Na kraju, pitanje uzroka jačanja populizma u Hrvatskoj još je uvijek prepušteno dnevopolitičkoj analizi i tek čeka ozbiljan znanstveni odgovor.

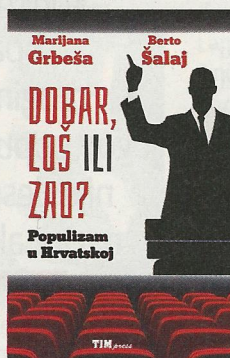
#### POPULIZAM NA PREDsjedničkim izborima 2014./2015.

Predsjednički izbori održani su 28. prosinca 2014. godine (prvi krug) i 11. siječnja 2015. godine (drugi krug). Na njima je HDZ-ova kandidatkinja Kolinda Grabar-Kitarović pobijedila aktualnog predsjednika Ivu Josipovića. U hrvatskoj povijest prvi put se dogodilo da je predsjednik koji se natječe za drugi mandat izgubio izbore. Josipović je izgubio izbore usprkos činjenici što je prema rezultatima istraživanja javnog mnijenja bio najpopularniji hrvatski političar. Sveučilišni profesor i priznat kompozitor klasične glazbe, na početku izborne kampanje uvjerljivo je vodio u anketama i u medijima bio prikazivan kao sigurni pobjednik, iako mu politički i društveni kontekst, obilježen šestogodišnjom ekonomskom krizom, nikako nije išao u prilog (Lalić i Grbeša, 2015). Krivnja za lošu ekonomsku situaciju uglavnom se pripisivala SDP-u koji je, zajedno s još trima strankama, vodio zemlju od 2011. godine. Lalić i Grbeša (2015: 47) smatraju da je takvo razočaranje Vladom bilo velik teret za Josipovića čiji se pozitivan imidž u kampanji počeo raspadati. Kritiziralo ga se jer nije reagirao na nekompetentnost i neučinkovitost Vlade. Njegova glavna protukandidatkinja, Kolinda Grabar-Kitarović, koja se deklarirala kao „moderna konzervativka“, u svojoj se kampanji uglavnom usmjerila na nekompetentnost SDP-ove vlade i nezainteresiranost njihova kandidata Josipovića.

Osim Josipovića i Grabar-Kitarović, u izbornoj utrci sudjelovala su još dva kandidata: Ivan Vilibor Sinčić, vođa Živog zida, i Milan Kujundžić, ugledni liječnik i kandidat desne koalicije stranaka. Sinčić, student elektrotehnike i računarstva, koji je javnosti do izbora bio nepoznat, predstavljao se kao zastupnik zaklinutih i obespravljenih i izbjegavao je pitanja koja bi ga ideološki svrstala na bilo koju stranu političkog spektra. Njegova antielitistička retorika i poruke koje su se odnosile na socijalno ugrožene dobro su „legle“ razočaranim i ekonomski iscrpljenim biračima, pretvarajući ga gotovo preko noći u perspektivnu političku zvijezdu. Mediji su ga nazvali „moralnim pobjednikom prvog kruga izbora“ i „najvećim iznenađenjem izbora“. Sinčić nije imao pravu oglašivačku kampanju nego se uglavnom oslanjao na medijsku pozornost. Kujundžić je, s druge strane, vodio kampanju na rigidnim konzervativnim porukama, sa snažnim

nacionalističkim nabojem. Prema kraju kampanje njegovi nastupi i retorika postajali su sve agresivniji, što je odbilo dio biračkoga tijela. Njegove šanse dodatno su se smanjile pojavom mladog Sinčića koji je uspješnije artikulirao revolt birača spram dviju najjačih stranaka, SDP-a i HDZ-a.

Objavljene analize pokazuju da Hrvatska nije imuna na populizam i rizike koje on nosi, a sama knjiga 'DOBAR, LOŠ ILI ZAO?' podsjetnik je da znanstvena istraživanja mogu pružiti rješenja za te izazove. Izdavač je TIM press



Mediji su Sinčića nazvali 'moralnim pobjednikom prvog kruga izbora' i 'najvećim iznenađenjem izbora' iako nije imao oglašivačku kampanju nego se oslanjao na medijsku pozornost