

Marko Mustapić ♦ Ivan Hrstić

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar u Zagrebu
Marko.Mustapic@pilar.hr – Ivan.Hrstic@pilar.hr

UDK 329.4:316.4.052(497.5)

32(497.5):808.51 Sinčić, I. V.

Izvorni znanstveni članak

POPULIZAM U HRVATSKOJ IZMEĐU IDEOLOGIJE I POLITIČKOGA STILA – TEMELJNE ODREDNICE PREDIZBORNE RETORIKE PREDsjedničkoga KANDIDATA IVANA VILIBORA SINČIĆA

Sažetak

Uporaba pojma *populizam* posljednjih je godina svakodnevna pojava u hrvatskoj javnosti i to primarno s negativnim konotacijama. No, domaća znanstvena istraživanja na ovu temu još su uvijek u začetku, za razliku od zemalja s dugom demokratskom tradicijom. Unatoč tomu, njegove općeprihvaćene definicije još uvijek nema. Posljedica je to prvenstveno razlika u istraživačkim pristupima pojmu pa se populizam promatra i kao oblik političkoga stila i kao ideologija. Cilj je ovoga rada u tom teorijskom kontekstu utvrditi temeljne odrednice političke retorike predsjedničkoga kandidata Ivana Vilibora Sinčića, kojeg se u medijima tijekom predizborne kampanje 2014./15. često etiketiralo populistom. Stoga smo proveli analizu sadržaja svih priloga koji se odnose na predsjedničkoga kandidata Sinčića, objavljenih u novinama *Jutarnji list* i *Večernji list* tijekom predizborne kampanje te tri dana nakon izbora (9. - 31. XII. 2014.), kao i analizu njegove retorike u televizijskim sučeljavanjima predsjedničkih kandidata održanih u tom razdoblju na trima televizijama s nacionalnom koncesijom.

Ključne riječi: populizam, ideologija, politički stil, mediji, izborna kampanja, Ivan Vilibor Sinčić

POPULISM IN CROATIA BETWEEN IDEOLOGY AND POLITICAL STYLE – THE MAIN FEATURES OF THE PRESIDENTIAL CANDIDATE IVAN VILIBOR SINČIĆ'S PRE-ELECTION RHETORIC

Abstract

In the last few years, the term populism has been frequently used in the Croatian public life, primarily with negative connotations. Unlike the countries with long democratic traditions, domestic research projects related to this topic are still in its infancy. Due to differences in research approaches, there is no universally accepted definition of this term. Consequently,

populism is simultaneously considered a form of political style and ideology. Within this theoretical framework, this paper aims to determine the main features of the political rhetoric used by the presidential candidate Ivan Vilibor Sinčić, whom media often labelled as “populist” during the 2014/15 pre-election campaign. We analysed all the articles related to the presidential candidate Sinčić published by Jutarnji list and Večernji list newspapers during the pre-election campaign and three days after the elections (December 9th – December 12th 2014) as well as the rhetoric he used in the presidential election debates broadcast by three national TV stations during the period mentioned.

Key words: populism, ideology, political style, media, election campaign, Ivan Vilibor Sinčić

Uvod

Uporaba pojma *populizam* i njegovih izvedenica posljednjih je godina svakodnevno prisutna u hrvatskoj javnosti i to primarno s negativnim konotacijama. Usprkos tomu znanstvena istraživanja koja se bave ovom tematikom još su u začetcima. Za razliku od Hrvatske, u razvijenijim liberalnim demokracijama populizam se već desetljećima znanstveno istražuje. Dio autora smatra ga oblikom *demokratskog antiliberalizma* koji počiva na populističkoj viziji demokracije i monolitnog koncepta *naroda* implicirajući da je *volja naroda* ključna za sve političke procese u društvu.¹ Stoga populisti snažno nastupaju protiv svakog posredništva između naroda i donositelja odluka, odnosno političke elite i političkih stranaka kao takvih.² Dakle, populizam prema njima ima snažan antiinstitucionalni stav i ideološku podlogu. S druge strane, dio istraživača ističe da je populizam pogrešno odbacivati kao puku patološku pojavu jer je istodobno dio *mainstream* politike te se u kontekstu suvremenoga društva može govoriti o populističkom *duhu vremena*.³ Dakle, populizam se istodobno može proučavati i kao oblik političkoga stila i kao ideologija, a razlike između tih istraživačkih pristupa snažno su izražene. Stoga ni općeprihvaćena definicija populizma još uvijek ne postoji, ali je konsenzus postignut oko važnosti uloge medija u njegovu oblikovanju. Na tom smo tragu proveli i svoje istraživanje. Naime, cilj je ovoga rada utvrditi temeljne odrednice političke retorike predsjedničkoga kandidata Ivana Vilibora Sinčića, kojega su pojedini medijski i politički akteri tijekom predsjedničke predizborne kampanje u Hrvatskoj 2014. etiketirali populistom. U odabiru metodologije istraživanja odlučili smo se za studiju slučaja, u okviru koje smo proveli kvantitativnu analizu sadržaja

¹ Usp. Takis S. PAPPAS, „Why Greece Failed”, *Journal of Democracy*, Washington, god. XXIV., 2013., br. 2., str. 31. – 45.; Takis S. PAPPAS, „Populist Democracies: Post-Authoritarian Greece and Post-Communist Hungary”, *Government and Opposition*, Cambridge, god. XLIX., 2014. br. 1., str. 1. – 23.

² Usp. Gianfranco PASQUINO, „Populism and Democracy”, Daniele ALBERTAZZI – Duncan MCDONNELL (ur.), *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*, New York, 2008., str. 15. – 29.

³ Usp. Cas MUDDE, „The Populist Zeitgeist”, *Government and Opposition*, Cambridge, god. XXXIX., 2004., br. 4., str. 541. – 563.

svih priloga koji se odnose na predsjedničkoga kandidata Sinčića, objavljenih u dnevnim novinama *Jutarnji list* i *Večernji list* u razdoblju od službenoga početka kampanje 9. prosinca do 31. prosinca 2014., odnosno tri dana nakon održavanja prvoga kruga predsjedničkih izbora. Pored toga analizirali smo Sinčićevu retoriku u tim priložima, kao i tijekom svih triju nastupa u emisijama sučeljavanja predsjedničkih kandidata na televizijama s nacionalnom koncesijom (RTL, Nova TV i HTV – 21., 22. i 26. prosinca 2014.). Naša je hipoteza da su u njegovim medijskim istupima u znatnoj mjeri bile prisutne ideološke odrednice populizma te se njegov nastup u predizbornoj kampanji može promatrati unutar teorijskoga koncepta populizma kao „slabo utemeljene“ ideologije. No, prije analize rezultata istraživanja te njihove interpretacije nužno je prvo sažeto prikazati teorijski koncept populizma s naglaskom na hrvatski kontekst.

1. Teorijsko-konceptualni okvir rada

1.1. Teorijsko određenje populizma

Populizam je politički fenomen koji je već desetljećima prisutan u zapadnim demokracijama pa je sukladno tomu već dugo i znanstveno proučavan. No, njegova nekonzistentnost i brojnost oblika u kojima se pojavljuje rezultirali su velikim razlikama u teorijskim i istraživačkim pristupima. Štoviše, neki autori napominju da se sam pojam toliko široko koristi, najčešće u derogativnu značenju, da je to pogubno za njegovu analitičku vrijednost.⁴ Usprkos tomu, važno je nastaviti inzistirati na njegovu proučavanju. Pri tome su se iskristalizirala dva najutjecajnije pristupa pojmu prema kojima se populizam promatra ili kao ideologija⁵ ili kao oblik političkoga stila.⁶

Autori koji interpretiraju populizam kao ideologiju predstavljaju ga kao političke pokrete koji promiču ideju jedinstvena naroda suprotstavljena političkim strankama, drugim etničkim skupinama te vladajućoj i privilegiranoj političkoj, odnosno

⁴ Usp. Benjamin MOFFIT – Simon TORMEY, „Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style”, *Political Studies*, London, god. LXII., 2014., str. 381. - 397.

⁵ Usp. Margaret CANOVAN, „Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy”, *Political Studies*, London, god. XLVII., 1999., br. 1., str. 12. – 16.; C. MÜDDE, *n. dj.*; Lars RENSMANN, „Populismus und Ideologie“, Franck DECKER (ur.), *Populismus: Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?*, Wiesbaden, 2006., str. 59. – 80.

⁶ Usp. Pierre-André TAGUIEFF, „Political Science Confronts Populism: From a Conceptual Mirage to a Real Problem”, *Telos*, god. XXVIII., 1995., br. 103., str. 9. – 43.; Ernesto LACLAU, *On Populist Reason*, London, 2005.; Jan JAGERS – Stefaan WALGRAVE, „Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties Discourse in Belgium”, *European Journal of Political Research*, Colchester, god. XLVI., 2007., br. 3., str. 319. – 345.

ekonomskoj eliti. Cas Mudde tako definira populizam kao ideologiju koja društvo dijeli na dvije homogene i suprotstavljene skupine („pošten narod“ protiv „korumpirane elite“), pri čemu bi politika trebala biti izraz opće volje naroda.⁷ Paul Taggart, pak, iznosi teorijsku definiciju populizma kao političkoga koncepta u smislu ideologije koji počiva na šest ključnih osobina: 1. neprijateljsko raspoloženje naspram predstavničke politike, „establišmenta“, elite i njihovih vrijednosti; 2. poistovjećivanje s narodom kao subjektom, odnosno njegovom idealiziranom koncepcijom zajednice kojoj populistu služe; 3. manjak vrijednosti pa se one ne ističu, već se ističu vrijednosti elite koje napadaju; 4. „kameleonska narav“, odnosno sposobnost prilagodbe društvenom kontekstu; 5. populizam nije politika stabilnih i uređenih društvenih okolnosti, nego reakcija na promjenu, krize i izazove; 6. nepolitička narav populističkih pokreta i uloga karizmatičnih vođa.⁸ Naime, u širenju populističkih pokreta izrazito važnu ulogu imaju *izvanredni* pojedinci, koji vode *sasvim obične* ljude. Stoga populističke vođe ne pripadaju etabliranim strankama i političkoj eliti, već su to svojevrsni „outsajderi“ koji utjelovljuju zahtjeve *naroda* te se u javnosti ponašaju kao njegovi glasnogovornici.⁹

Ključna manjkavost poimanja populizma kao ideologije je u tome što u usporedbi s klasičnim ideologijama predstavlja skučen politički koncept.¹⁰ Nužno ga je razlikovati od etabliranih ideologija kao što su, primjerice, konzervativizam ili liberalizam. Dakle, populizam se može smatrati ideologijom tek u njezinu minimalističkome obliku. Usponu i širenju populizma posljednjih desetljeća nedvojbeno je pogodovala transformacija dominantnih medijskih formi i oblika, posebice njihova komercijalizacija. Pored toga, izrazito je važnu ulogu imao opći modernizacijski proces, jer postindustrijska društva nude široke prostore za ideološki neprofilirane stranke. Uz to je kraj hladnoga rata promijenio odnose unutar samih liberalnih demokracija, ponajprije stoga što je demokracija izgubila „drevnog neprijatelja“ pa se one više uspoređuju s teorijskim ideal-tipovima demokracije nego s totalitarnim društvenim sustavima, dok je globalizacija ukazala na limitiranosti nacionalnih elita u rješavanju društvenih problema.¹¹

Kritičari poimanja populizma kao ideologije brojni su, a među glavnim kritikama ističe se *ideološka skučenost populizma* pa je stoga teorijski koncept za njegovu em-

⁷ Usp. C. MUDDE, *n. dj.*, str. 543.

⁸ Usp. Paul TAGGART, „Populism and Representative Politics in Contemporary Europe“, *Journal of Political Ideologies*, London, god. IX., 2004., br. 3., str. 269. – 288.

⁹ Usp. Hanspeter Kriesi – Takis S. Pappas, „Populism in Europe During Crisis: An Introduction“, *European University Institute*, 2014., <http://www.eui.eu/Projects/POLCON/Documents/kriesiandpappas2014.pdf>, (30. XI. 2015.).

¹⁰ Usp. C. MUDDE, *n. dj.*

¹¹ Usp. *isto*, str. 555. – 556.

