



<https://doi.org/10.5559/di.26.3.01>

ŠTO JE POPULIZAM I KAKO GA ISTRAŽIVATI?

Berto ŠALAJ, Marijana GRBEŠA
Fakultet političkih znanosti, Zagreb

UDK: 316.334.3(497.5)
329.7(497.5)

Pregledni rad

Primljeno: 12. 12. 2016.

Populizam je kao pojam široko prisutan u hrvatskom javnom diskursu, no u znanstvenom diskursu taj relevantni i aktualni fenomen skromno je zastupljen. Nastojeći potaknuti znanstveni interes za problematiku populizma u Hrvatskoj, ovaj rad donosi pregled i sintezu najvažnijih uvida iz recentne literature o populizmu, pri čemu se usredotočuje na dva važna pitanja. Prvo se odnosi na pristupe populizmu, odnosno na analizu razumijevanja populizma kao političkoga fenomena, a drugo na metodologiju istraživanja populizma. Autori smatraju kako je pristup koji populizam razumijeva kao "slabu" političku ideologiju istraživački potencijalno najproduktivniji. U dijelu koji se bavi metodologijom istraživanja populizma rad se usredotočuje na problem konceptualizacije i operacionalizacije. Autori zagovaraju konceptualizaciju, prema kojoj je populizam politička metaideologija koju karakterizira istodobna prisutnost dvaju definirajućih obilježja: pozitivno vrednovanje naroda i difuzni politički antielitizam. Pritom autori ističu kako se razumijevanjem populizma kao metaideologije otvara prostor za jasno artikuliranje teze o postojanju više tipova populizma, što smatraju jednom od najpopulzivnijih tema u budućim istraživanjima.

Ključne riječi: populizam, pristupi populizmu, "slaba" politička ideologija, politička metaideologija, tipovi populizma



Marijana Grbeša, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Lepušićeva 6, 10 000 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: marijana.grbesa@fpzg.hr

UVOD

321

Pojam *populizam* u zadnjih se nekoliko desetljeća intenzivno rabi u javnom diskursu demokratskih država. No što je zapravo populizam? Kako možemo utvrditi koje političare i politič-

ke stranke trebamo nazivati populističkima? Koji su glavni uzroci jačanja populističkih aktera u suvremenoj politici i je li populizam zaista prijetnja liberalnoj demokraciji? U ovom radu pokušat ćemo odgovoriti na prva dva pitanja.

Pojam populizma rabi se na nekoliko međusobno više ili manje povezanih razina. Politički analitičari i novinari najčešće rabe pojmove "populizam" i "populistički" kako bi označili ideologiju, diskurs i djelovanje određenih, najčešće novih, političkih stranaka i političara u raznim dijelovima svijeta. Pritom se takvi analitičari i novinari obično ne zamaraju definiranjem koncepata i pojmova, kao ni komparativnim analizama, te su uglavnom usredotočeni na ocjene stanja u svojim domicilnim državama. U skupinu populističkih aktera svrstavaju se vrlo raznoliki akteri, od Čajankarskog pokreta (*Tea Party movement*), Donalda Trumpa i Bernieja Sandersa u Sjedinjenim Američkim Državama, preko Sirize u Grčkoj, Podemosa u Španjolskoj, Stranke Mire Cerara u Sloveniji, Huga Chaveza u Venezueli do Nacionalne fronte (*National Front*) u Francuskoj.

Druga razina uporabe pojma jest ona u političkom diskursu, pri čemu se izraz dominantno rabi u pogrdom smislu, za označavanje političkih aktera koji nastupaju demagoški i skloni su davati nerealna i lažna obećanja kako bi zadobili potporu građana. U političkom natjecanju pojam se, dakle, uglavnom rabi kao retoričko oruđe protiv određenih političkih aktera, odnosno kao izraz kojim se želi diskreditirati političke protivnike.

Treća razina bavljenja pojmom, ona na koju se referira ovaj rad, odnosi se na znanstveno tematiziranje fenomena populizma, koje, logično, prati jačanje populizma kao društveno i politički relevantnoga fenomena. Društveni znanstvenici populizmom se intenzivno bave tek zadnja dva desetljeća. Takav interes rezultirao je brojnim studijama koje tematiziraju razne aspekte populizma diljem svijeta. U većini slučajeva riječ je o radovima koji se bave pojedinim državama ili pojedinim političkim strankama, no u zadnje vrijeme sve su češći i pokušaji komparativnih istraživanja koja uključuju više država iz određene regije ili čak države iz različitih regija. O razvijenosti istraživanja populizma u drugim demokratskim državama svjedoči i činjenica da se u zadnjih nekoliko godina istraživači sve više bave uzrocima jačanja populizma. Prvi korak u takvim istraživanjima jest detektiranje prisutnosti, snage i tipova populizma i populističkih političkih aktera u pojedinim državama, kako bi se u drugoj fazi moglo pokušati odgovoriti na pitanja o najvažnijim uzrocima jačanja populizma. Posljednjih godina sve je veći broj istraživanja i o tzv. *medijskom populizmu*, odnosno ulozi medija u jačanju populističkih opcija, kao i o prisutnosti populističkoga diskursa u izvještavanju o politici (npr. Esser, Stepińska i Hopmann, 2017; Moffitt i Tormey, 2014). Iako ta dimenzija populizma nije u ža-

rištu ovoga rada, ona predstavlja vrlo važan smjer istraživanja.

Nažalost, za razliku od interesa što ga iskazuju istraživači diljem svijeta, fenomen populizma prilično je skromno zastupljen u suvremenoj društveno-znanstvenoj literaturi u Hrvatskoj. U Hrvatskoj o populizmu najviše govore i pišu analitičari, novinari i političari, a najmanje društveni znanstvenici. Pritom analitičari i novinari obično "znaju" koga označiti populistom, ali ne mogu preciznije odrediti što konstituira populizam. Takva situacija i nije neobična, s obzirom na skroman broj sustavnih znanstvenih i stručnih radova o populizmu na koje bi se analitičari i mediji mogli referirati. Jedan dio tih radova, pogotovo onih koji se odnose na tranzicijsko razdoblje, analizira populizam primarno u kontekstu nacionalizma (npr. Bowman, 2005). U zadnje vrijeme pojavilo se nekoliko radova koji nastoje obuhvatnije zahvatiti fenomen populizma (Zakošek, 2010; Šalaj, 2012; Mustapić i Hrstić, 2017) i empirijski ga istražiti (Grbeša i Šalaj, 2014, 2016; Derado, Dergić i Međugorac, 2016; Mustapić i Hrstić, 2016). Ipak, broj radova koji se na sustavan način bave fenomenom populizma još uvijek je skroman, što znači da hrvatskim društvenim znanostima tek predstoji sustavno tematiziranje ovoga fenomena.

Stoga je i glavni cilj ovoga rada, kroz pregled i sintezu najvažnijih uvida iz recentne literature o populizmu, odgovoriti na dva pitanja iz naslova – što je populizam i kako se može istraživati.

Rad je, uz uvod i zaključak, strukturiran u dvije cjeline. Prva daje pregled pristupa fenomenu populizma, nakon čega upućuje na pristup koji, čini se, ima najsnažniji istraživački potencijal. Druga se bavi pitanjima vezanima uz metodologiju istraživanja populizma, pri čemu se zadržavamo na onome što se u literaturi označuje *stranom ponude* populizma (*supply-side of populism*) i fokusiramo se na moguće načine konceptualizacije i operacionalizacije pojma populizma.

Tako strukturiran rad može poslužiti, kako je već spomenuto, kao polazište za neka buduća istraživanja populizma u Hrvatskoj. Međutim, čak i ako ovdje izneseni pleoaje za takva istraživanja ostane mrtvo slovo na papiru, rad može biti koristan u smislu unošenja pojmovne jasnoće u javne, medijske i političke rasprave o populizmu i s njim povezane procese i fenomene.

ŠTO JE POPULIZAM?

O čemu zapravo govorimo kada rabimo izraze "populizam" i "populistički"?¹ Pregled suvremene literature koja se bavi populizmom sugerira kako se mogu razlikovati bar četiri pristupa fenomenu populizma, od kojih su se dva iskristalizirala kao dominantna.

Prema prvom, najrjeđe rabljenom, populizmu se pristupa kao specifičnom obliku organiziranja političkih stranaka. U tom smislu Paul Taggart smatra kako se pod populizmom treba razumijevati "poseban tip ustrojstva političke stranke što ga obilježava visoka razina centralizacije i u kojem ključnu ulogu u stranci ima karizmatični lider" (1995, str. 41). Takav model, smatra Taggart, razlikuje populističke stranke od birokratskoga modela, koji obilježava većinu drugih *mainstream* stranaka. Ipak, i sam Taggart navodi kako centralizirano ustrojstvo i karizmatično vodstvo nisu obilježja isključivo populističkih stranaka. Osim toga, logički je moguće, a možda bi se i empirijski dalo potvrditi, kako potencijalno populističke stranke ne moraju imati izrazito snažno vodstvo. Glavni problem s Taggartovim pristupom jest što se njegova promišljanja zadržavaju na razini iznošenja teza, to jest nisu utemeljena na sustavnim istraživanjima kojima bi se pokušalo utvrditi postoji li specifično populistička organizacija stranačkog organiziranja te koja bi bila njezina glavna obilježja. Naravno, to ne znači da ovaj smjer analize treba potpuno napustiti, no da bi takva istraživanja bila smisljena i produktivna, potrebna nam je sustavnija konceptualizacija populizma kao oblika stranačke organizacije.

U okviru drugoga pristupa populizam se razumijeva kao strategija političke mobilizacije. Paradigmatski primjer primjene takva pristupa jest Robert Jansen, za kojeg je populizam "politička strategija koju obilježava mobilizacija marginaliziranih segmenata društva u političku snagu, koja, koristeći se nacionalističkom i antiintelektualnom retorikom, osporava postojeće stanje, veličajući pritom obične ljude" (2011, str. 82). Jansen, dakle, ide korak dalje od Taggarta, pa populizam određuje kao političku strategiju kojom se mogu koristiti ne samo političke stranke nego i drugi društveni i politički akteri pokušavajući ostvariti neke svoje ciljeve. Međutim, i Jansen se, poput Taggarta, zaustavlja na teorijskim promišljanjima, ne pokušavajući svoju definiciju populizma detaljnije konceptualizirati i operacionalizirati.

Prva dva pristupa, koja populizam primarno razumijevaju kao poseban oblik organizacijske strukture i mobilizacije, predstavljaju svojevrsno "manjinsko" razumijevanje populizma u suvremenim društvenim znanostima, vjerojatno zbog toga što autori koji se služe tim pristupima, iako su definirali populizam, nisu ni pokušali sustavno konceptualizirati pojam. To je, međutim, napravljeno u okviru trećega i četvrtoga pristupa, koji u zadnjim godinama prevladavaju u istraživanjima.

U okviru trećega pristupa, populizam se dominantno razumijeva kao političko-komunikacijski stil. Autori koji se služe tim pristupom (primjerice, Kazin, 1995; Taguieff, 1995; Tarchi, 2002; Jagers i Walgrave, 2007; Moffitt i Tormey, 2014) smatraju

kako se populizam treba tretirati kao političko-komunikacijski stil, odnosno politički diskurs koji je dostupan različitim društvenim grupama. Tako, primjerice, Kazin (1995) određuje populizam kao oblik političke komunikacije koji rabe oni koji tvrde da govore i zastupaju interese većine "običnih" građana, bez obzira na to jesu li po svojem ideološkom profilu lijevo ili desno, odnosno, jesu li liberalniji ili konzervativniji. Prema tom pristupu, kod populizma je riječ o političkom govoru koji ustraje na jednostavnosti i izravnosti i čija je temeljna odrednica pozivanje na narod. Nadalje, zagovornici ovoga pristupa smatraju kako populistički akteri nemaju dovoljno zajedničkih obilježja da bi se populizam mogao smatrati političkom ideologijom. Prema tim istraživačima, populizmu nedostaju središnje vrijednosti, kao što su, primjerice, sloboda, jednakost ili socijalna pravda, pa mu se stoga ne može, u istraživačkom smislu, pristupiti kao političkoj ideologiji.

Nasuprot takvim razmišljanjima, razvio se četvrti pristup, koji populizam razumijeva kao političku ideologiju i koji je u zadnjih 10-15 godina postao dominantan u istraživanjima. Primjer takva razumijevanja fenomena populizma vidi se u vjerojatno najutjecajnijoj suvremenoj definiciji populizma koju je dao politolog Cas Mudde, a prema kojoj je populizam "ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke grupe, pošten narod i korumpiranu elitu, i koja tvrdi da bi politika trebala biti izraz opće volje naroda" (2004, str. 543). Sličnu definiciju navode Albertazzi i McDonnell, koji populizam vide kao "ideologiju koja suprotstavlja jedinstven i moralan narod elitama i opasnim drugima koji zajedničkim snagama suverenom narodu oduzimaju (ili pokušavaju oduzeti) njegova prava i vrijednosti" (2008, str. 3).

Je li opravdano populizmu pristupiti kao političkoj ideologiji? Odgovor na to pitanje ovisi, naravno, i o tome kako definiramo političku ideologiju. Većina analitičara populizma (primjerice, Canovan, 2002; Akkerman, 2003; Mudde, 2004; Stanley, 2008; Van Kessel, 2015) oslanja se na Michaela Freedena i njegovo razumijevanje političkih ideologija. Prema Freedenu (1996, 2003), političke ideologije služe kao konceptualne mape političkoga svijeta koje olakšavaju građanima političko razmišljanje i snalaženje. Ideologije tako, pretvarajući kompleksnost političkoga procesa u slike koje građani mogu razumjeti, predstavljaju most između politike i naroda. Političke ideologije ne razrješavaju sve ambivalentnosti političkoga svijeta, no njihova je glavna funkcija da iz velikoga broja dostupnih političkih ideja izdvajaju neke i kombiniraju ih na određen način.

U kojoj mjeri populizam udovoljava tim uvjetima, odnosno, postoje li kod različitih populističkih stranaka i političara neka zajednička obilježja na temelju kojih bi bilo oprav-

dano tretirati populizam kao političku ideologiju? Analiza definicija istraživača koji populizam tretiraju kao političku ideologiju (primjerice, Mudde, 2004; De Raadt, Hollanders i Krouwel, 2004; Stanley, 2008; Hawkins, 2009; Rooduijn i Pauwels, 2011; Van Kessel, 2015) sugerira kako se bit populizma kao političke ideologije svodi na ideju da je društvo podijeljeno na dvije homogene, međusobno antagonističke skupine – pošten narod i korumpiranu elitu. Populizam stavlja naglasak na jedinstvo i homogenost naroda, ali i na homogenost političke elite. Ključno je obilježje populizma, dakle, što – za razliku od drugih političkih ideologija – smatra kako su sve moguće razlike među pojedincima, poput, primjerice, klase, rase, socijalnoga statusa, profesije ili bilo kojega drugog socioekonomskog ili sociokulturnog obilježja nevažne u odnosu na zajedničku antagonizirajuću poziciju u odnosu na političke elite. Istodobno, i politička elita, to jest politička klasa, tretira se kao homogena kategorija, pri čemu se ističe da među pojedinim političkim elitama postoje deklarativne razlike, pa se tako govori o demokršćanima, liberalima ili socijaldemokratima, ali kako stvarnih razlika među njima nema.

Polazeći od teza iz spomenute literature, smatramo kako populističku ideju prožima ideja dobrog i poštenoga naroda kojeg su prevarile i izmanipulirale korumpirane i nesposobne političke elite. Sastavni dio populizma stoga je i zahtjev za provođenjem društvenih i političkih promjena kojima bi se ukinula dominacija elita i obnovila ideja i praksa politike kao izraza volje naroda. Demokracija je, u populističkom razumijevanju, vladavina suverenoga, homogenog naroda, a ne vladavina političara. Suprotstavljanje političkim elitama zajedničko je obilježje raznih populističkih aktera, ali je istodobno i izvor razlika među njima. Konkretni sadržaj i program nekoga populističkog projekta uvelike, naime, ovisi o vrijednostima i obilježjima dominantnih političkih elita kojima se suprotstavljaju. Ako su te elite uglavnom liberalne, onda će populizam biti dominantno reakcionaran, onakav kakav prevladava u Europi u zadnja dva desetljeća. Ako su, pak, dominantne elite uglavnom konzervativne, populizam će – kako to sugeriraju slučajevi Huga Chaveza u Venezueli i Rafaela Corree u Ekvadoru – biti utemeljen na lijevim političkim vrijednostima, kao što je, primjerice, zagovaranje interesa radnika nasuprot interesima bogatih poduzetnika. Albertazzi i McDonnell (2008) sugeriraju kako slično vrijedi i za odnos populističkih aktera prema ekonomskom modelu što ga zagovaraju. Taj odnos također ovisi o dominantnoj paradigmi kojoj populistički oponiraju, pa se tako u pojedinim slučajevima suprotstavljaju visokim porezima i državi blagostanja, dok u drugim prigodama kritiziraju ideologiju slobodnoga tržišta i traže veće sudjelovanje države u ekonomskim aktivnostima.

Populizam, dakle, može biti i "lijevi" i "desni", i progresivan i reakcionaran, što uglavnom ovisi o političkom i ekonomskom kontekstu u kojem se javlja, kao i o vrijednostima elita kojima se suprotstavlja. Upravo takve različitosti među populističkim akterima navode neke teoretičare na to da odbace razumijevanje populizma kao političke ideologije i da populizam, kao što je prethodno prikazano, tretiraju tek kao političko-komunikacijski stil. Zaista, čini se očitim kako populizam nema istu razinu intelektualne konzistencije, rafiniranosti i obuhvatnosti kao što je to slučaj s "pravim" ideologijama, poput liberalizma, demokršćanstva ili socijaldemokracije. S jedne strane, populizam uvijek ima središnju jezgru koja obuhvaća pozitivno referiranje na narod i antielitizam, ali, s druge strane, dodatni ideološki elementi, ako ih neki populizam iskazuje, mogu biti različiti i stoga ne mogu predstavljati definicijska obilježja. Pokušavajući prihvatiti ovo razlikovanje populizma i "pravih" političkih ideologija, dio istraživača (primjerice, Stanley, 2008) smatra kako se na populizam može primijeniti koncept "slabe" (*thin*) ideologije, što ga je razvio Michael Freedenu (1996, 2003). Prema Freedenu (2003, str. 98), "slaba" ideologija ima, poput *mainstream* ideologije, prepoznatljivu morfologiju, ali, za razliku od *mainstream* ideologije, ta je morfologija vrlo ograničena. 'Slaba' ideologija svjesno odbacuje ili zanemaruje puno pojmova za koje bismo očekivali da će ih politička ideologija uključivati."² Freedenu (2003) navodi kako se "slabe" ideologije, u koje on svrstava nacionalizam i populizam, mogu povezivati, u smislu preuzimanja nekih pojmova i vrijednosti, s "pravim" političkim ideologijama, poput, primjerice, socijalizma ili liberalizma. Brojni primjeri, posebice iz suvremene Europe, svjedoče kako se i te dvije "slabe" ideologije, populizam i nacionalizam, mogu povezivati i nadopunjavati, pa se onda i njihov međusobni odnos sve češće nalazi u fokusu istraživačkog interesa (De Cleen, 2017).

Polazeći od toga da populistički akteri imaju zajedničko razumijevanje strukture politike, ali da to razumijevanje ispunjavaju različitim vrijednostima, pristup populizmu kao "slaboj" političkoj ideologiji postao je, uz onaj koji populizam tretira kao političko-komunikacijski stil, dominantan u suvremenim istraživanjima. Takav pristup čini se plauzibilnim i ako se u obzir uzme određenje prema kojem su političke ideologije "više ili manje koherentan skup ideja koje daju temelj za organizirano političko djelovanje s ciljem očuvanja, modificiranja ili odbacivanja postojećih odnosa moći" (Heywood, 2002, str. 43). Prema Heywoodu, ideologije se međusobno razlikuju s obzirom na tri glavne komponente: opis postojećega stanja, ideju o tome kako bi idealno društvo trebalo izgledati i načine pomoću kojih bismo iz postojeće situacije mogli stići u željeno stanje. Populističke stranke, bez obzira na druge razlike među

njima, imaju zajedničku jezgru s obzirom na tri komponente koje Heywood spominje. Populizam se od ostalih političkih ideologija razlikuje po tome što postojeće stanje opisuje kao izrazito loše, a za to loše stanje okrivljuje korumpirane političke elite (među kojima ne pravi nikakvu razliku) te želi, djelovanjem populističkoga političara ili stranke, obnoviti pravo naroda (među čijim pripadnicima također ne pravi nikakvu razliku) da odluči o svim važnim političkim pitanjima.

Prihvatimo li pristup prema kojem se populizam razumijeva kao "slaba" (*thin*) politička ideologija, sljedeće važno pitanje jest ono o prikladnim načinima njegove konceptualizacije i operacionalizacije.

KAKO ISTRAŽIVATI POPULIZAM?

Jednako kao i kod istraživanja drugih društvenih i političkih fenomena, i kod populizma metodologija proizlazi iz teorijskoga razumijevanja istraživanoga fenomena (Grix, 2002; Mannheim, Rich, Willnat i Brians, 2007). U tom smislu fokusiramo se na metodologiju istraživanja koja populizam razumijeva kao političku ideologiju. No jedan dio te metodologije rabi se u istraživanjima populizma kao političko-komunikacijskoga stila, a ona moraju voditi računa o činjenici da se gotovo sve političke stranke mogu, povremeno ili učestalo, služiti populističkim stilom. Štoviše, pojedine političke stranke mogu tijekom vremena, ovisno o aktualnim društvenim i političkim okolnostima, mijenjati intenzitet upotrebe populističkoga političkog stila. Stoga se čini vrlo plauzibilnim povezati istraživanja populizma kao političko-komunikacijskoga stila i populizma kao slabo utemeljene političke ideologije jer nam tek takva istraživanja omogućuju razlikovanje stranaka i aktera koji se populističkim stilom služe povremeno, u situacijama kada smatraju da će im takva retorika osigurati veću potporu među građanima, od onih kod kojih je populizam stalno prisutan kao bitan dio njihova političkog djelovanja (vidi Grbeša i Šalaj, 2014).

Dva su glavna smjera istraživanja populizma kao političke ideologije u suvremenim društvenim znanostima. Prvi smjer bavi se *stranom ponude* (*supply-side of populism*), a odnosi se na analizu prisutnosti i intenziteta populizma među političarima, političkim strankama i političkim grupacijama. Drugi smjer, kojim se istraživači intenzivno počinju baviti tek u zadnjih nekoliko godina, bavi se *stranom potražnje* (*demand-side of populism*), a podrazumijeva pitanja rasprostranjenosti i distribucije populističkih stavova i vrijednosti, to jest populističke ideologije među građanima (primjerice, Hawkins, Riding i Mudde, 2012; Akkerman, Mudde i Zaslove, 2014; Bakker, Roo-duijn i Schumacher, 2016; Elchardus i Spruyt, 2016). Istra-

živanja koja se bave stranom potražnje još uvijek su u povojima, pri čemu je najzahtjevniji zadatak osmisliti "bateriju" pitanja kojom se može zahvatiti prisutnost i rasprostranjenost populističke ideologije među građanima, a koja će u isto vrijeme razlikovati populističke stavove i vrijednosti od nekih srodnih fenomena. Daljnji razvoj istraživanja populizma ide u smjeru povezivanja *strane ponude* i *strane potražnje*, jer se kao logično istraživačko pitanje nameće ono o "podudaranju" glasa "populističkih građana" za "populističke političare".

U ovom radu naglasak je na *strani ponude*, to jest na prisutnosti populizma kao političke ideologije kod političkih aktera. Dominantan istraživački pristup u ovom segmentu jest uporaba raznih oblika tekstualne analize – kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja, diskurzivne analize itd. U tom smislu posebno su zanimljivi i instruktivni radovi Hawkinsa (2009), koji se koristi tematskom analizom, Groppa (2009), koji upotrebljava diskurzivnu analizu, Rooduijna i Pauwelsa (2011), koji uspoređuju rezultate ljudskoga kodiranja s onima dobivenim računalnom analizom sadržaja te Pauwelsa (2011), koji za analizu populizma u Belgiji rabi kvantitativne tekstualne analize. Takva istraživanja polaze od pretpostavke da se političke ideje, pa onda i političke ideologije, javno posreduju kroz razne vrste komunikacijskih kanala, poput službenih dokumenata (stranačkih programa, statuta itd.), raznih medijskih formata (intervjua, sučeljavanja ili slično) te kontroliranih komunikacijskih platformi (poput društvenih mreža, promidžbenih materijala u izbornim kampanjama itd.). Analizom tih materijala istraživači nastoje utvrditi prisutnost i zastupljenost određenih političkih ideja – u našem slučaju populizma – kod određenih političara ili stranaka. No kako bi "potraga" za tim idejama u komunikacijskim obrascima bila sustavna, odnosno kako bismo znali *što* trebamo tražiti te da bismo prepoznali i ustanovili prisutnost populizma, nužno se s razine teorijskih promišljanja "spustiti" na razinu konceptualizacije i operacionalizacije. Pritom se konceptualizacija općenito razumijeva kao proces određivanja, to jest označavanja osoba, pojava, događaja, procesa itd. koji pripadaju određenom skupu, i to tako da se opisuju kriteriji koje valja ispuniti da bi se članstvo moglo utvrditi (Pennings, Keman i Kleinnijenhuis, 1999; Manheim i sur., 2007). Operacionalizacija pak podrazumijeva navođenje postupaka kojima se prisutnost nekoga koncepta može konstatirati (Sartori, 1970). Proces operacionalizacije može se, prema Sartoriju (2009), izraziti sljedećom formulom: postojanje koncepta *X* može se ustanoviti u slučaju prisutnosti indikatora *a*, *b* i *c*, pri čemu je važno da se postojanje tih indikatora može utvrditi ili opovrgnuti nekom vrstom empirijskoga promatranja.

Definicija koja nam se čini dobrim polazištem za konceptualizaciju i operacionalizaciju jest ona Casa Muddea, prema kojoj je populizam: "ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke grupe, pošten narod i korumpiranu elitu, i koja tvrdi da bi politika trebala biti izraz opće volje naroda" (2004, str. 543). Mudde tomu dodaje da tako definiran populizam ima dvije glavne suprotnosti: elitizam i pluralizam. Elitizam je zapravo zrcalna slika populizma s kojim dijeli manihejski pogled na svijet, ali, nasuprot populizmu, smatra da politika treba biti izraz stavova i vrijednosti moralnih i kompetentnih elita, a ne neobrazovanoga i nemoralnoga naroda. Pluralizam odbacuje dihotomnu podjelu, koju zagovaraju i populizam i elitizam te na društvo gleda kao na heterogenu skupinu pojedinaca i društvenih grupa s različitim političkim stavovima i vrijednostima.

To Muddeovo određenje ovdje ćemo razraditi i dopuniti s pet uvida i objašnjenja, koji, pa našem sudu, imaju važne neposredne implikacije na operacionalizaciju pojma populizma i na empirijska istraživanja. Prvo, smatramo kako se iz Muddeove definicije može izvesti konceptualizacija populizma s dvije glavne dimenzije – pozitivno vrednovanje naroda i negativno vrednovanje političkih elita, odnosno antielitizam.³ Postojanje populizma kao političke ideologije pretpostavlja dakle *istodobnu* prisutnost obaju obilježja, odnosno dimenzija. Drugim riječima, koristeći se Goertzovom (2008) terminologijom o kreiranju koncepata, možemo reći kako istodobna prisutnost obaju obilježja predstavlja i nužan i dovoljan uvjet da bi se nekoga političara ili stranku označilo populističkim u smislu političke ideologije. Smatramo kako se u slučaju postojanja samo jednog obilježja može govoriti o drugim fenomenima. Primjerice, u slučaju postojanja pozitivnoga vrednovanja naroda, a bez istodobno izraženog antielitizma, može se – ako su ustanovljeni i drugi indikatori – govoriti o populizmu kao političkom stilu. Logično je očekivati da će se političari koji zastupaju populizam kao političku ideologiju učestalo koristiti pozitivnim referiranjem na narod. Konceptualno gledano, dimenzija pozitivnoga referiranja na narod zajednička je istraživanjima populizma kao političke ideologije i kao političko-komunikacijskoga stila. Međutim, osim te zajedničke dimenzije, istraživanja populizma kao stila rabe i druge dimenzije, kao što su, primjerice, analiza upotrebe strategija "privatizacije politike" (v. Holtz-Bacha, 2004; Grbeša i Šalaj, 2014), upotreba specifičnih jezičnih figura (Jagers i Walgraave, 2007) itd. S druge strane, može se ustanoviti prisutnost antielitizma koji nije praćen pozitivnim referiranjem na narod ili je čak povezan s negativnim vrednovanjem naroda. U takvim slučajevima smatramo kako se može govoriti o antipolitičkoj tehnokraciji ili nekom sličnom fenomenu, ali ne o populizmu.

Drugo, čini se da iz Muddeove definicije prethodno izvedena i opisana konceptualizacija populizma kao političke ideologije omogućuje pronalaženje prave ravnoteže između onoga što u društvenim znanostima označavamo kao intenzitet (*intension*) i ekstenzitet (*extension*) nekoga koncepta (Sartori, 1970, 1991; Collier i Mahon, 1993). Pritom se intenzitet nekoga koncepta odnosi na broj određujućih obilježja koje taj koncept ima, a ekstenzitet na broj slučajeva na koje se koncept može primijeniti. U pravilu, što više određujućih obilježja neki koncept ima, to će se moći primijeniti na manji broj slučajeva. S druge strane, što je manje određujućih obilježja nekoga koncepta, to se može primijeniti na veći broj slučajeva, no uz istodobnu opasnost da nam takav koncept onemogućuje jasno i precizno razlikovanje među slučajevima. Jedna od glavnih kritika upućenih istraživanjima populizma (Canovan, 1982) odnosila se upravo na izostanak konceptualizacije koja bi uravnotežila potrebu da koncept, s jedne strane, bude dovoljno jasan i precizan kako bi se mogli isključiti slučajevi koji nemaju veze s populizmom, ali istodobno, s druge strane, dovoljno širok da ne isključi relevantne slučajeve. Čini se da konceptualizacija populizma kao političke ideologije s dvije glavne dimenzije uspijeva pronaći tu ravnotežu. Broj određujućih obilježja relativno je malen, riječ je o samo dvije dimenzije, no istodobno su ta određujuća obilježja, posebice uopćeni antielitizam, precizna, što nam omogućuje da isključimo slučajeve koji nisu relevantni.

Treće, navedena konceptualizacija, koja govori o dihotomnoj podjeli na narod i elite, važna je i zbog toga što jasno upućuje na nedovoljno preciznu upotrebu pojma populizma u javnom, medijskom i političkom diskursu. U takvu tipu diskursa svaki politički govor koji kritizira neku određenu, konkretnu, političku elitu, političara ili političku stranku, a koji istodobno sadrži pozitivno vrednovanje naroda, označuje se populističkim. Smatramo kako takva konstatacija može eventualno, u slučaju prisutnosti drugih indikatora, vrijediti za populizam shvaćen kao politički stil, no nikako i za populizam u smislu političke ideologije. Naime, kada pozitivno vrednovanje naroda prati kritika samo jednoga dijela, a ne ukupne političke elite, riječ je o tipičnom pluralističkom, a ne populističkom pogledu na politiku i politički proces. Ključna je razlika u tome što je kod populizma riječ o općenitom, difuznom antielitizmu koji se odnosi na sve političke elite u nekoj zajednici, to jest na ukupnu političku klasu, a ne tek na pojedine političare, političke stranke ili političke grupacije.

Četvrto, u empirijskim istraživanjima populizma kao političke ideologije začuđujuće je malo prostora posvećeno konceptu izravne demokracije. Naime, u teorijskim razmatranjima populizma vrlo se često ističe (primjerice, Canovan, 1999;

Meny i Surel, 2002; Taggart, 2004) kako su populistri kritični prema konceptu predstavničke demokracije te kako se zalažu za izravno odlučivanje naroda o važnim političkim pitanjima. Predstavničke institucije populistri povezuju s političkim elitama, pa je za njih postojeći oblik političkoga predstavništva zapravo proces korumpiranja i pervertiranja narodne volje. Od populista je stoga logično i očekivati da će zagovarati osnaživanje instrumenata izravne demokracije u političkom sustavu. Međutim, konceptualizacije i operacionalizacije populizma koje bi eksplicitno uključivale dimenziju zagovaranja izravne demokracije kao definicijsko obilježje zapravo su vrlo rijetke (primjerice, Raadt i sur., 2004). Jedno je objašnjenje da većina autora smatra kako je dimenzija zagovaranja izravne demokracije implicitno sadržana u dimenziji pozitivnoga vrednovanja naroda te kako je ne treba i eksplicitno isticati. Problem s takvim objašnjenjem leži u tome što se ta implicitna veza vrlo rijetko provjerava u istraživanjima. Dimenzija pozitivnoga vrednovanja naroda vrlo se rijetko operacionalizira kroz indikator zagovaranja izravne demokracije. Taj nedostatak može se, međutim, jednostavno ispraviti upravo na razini operacionalizacije koncepta. Drugim riječima, konceptualizacija s dvije glavne određujuće dimenzije populizma može se zadržati, no prilikom operacionalizacije dimenzije pozitivnoga vrednovanja naroda moguće je, uz indikator učestaloga pozitivnog referiranja na narod, uvrstiti i indikator učestalosti pozitivnoga referiranja na izravnu demokraciju.

Peto, konceptualizacija populizma kroz postojanje dviju glavnih dimenzija – pozivanja na narod i antielitizam – čini se dovoljno širokom da obuhvati sve najvažnije slučajeve populizma u suvremenom svijetu, no to još ne znači da unutar kategorije populizma nećemo imati vrlo raznolike političare i političke stranke. Tako, primjerice, ovdje opisani koncept populizma može obuhvatiti i Sirizu u Grčkoj, i Nacionalnu frontu u Francuskoj. Očito je da i unutar kategorije populizma kao političke ideologije, kao uostalom i unutar kategorije pluralizma koji obuhvaća razne političke ideologije, možemo govoriti o različitim tipovima populizma. Pluralizam i populizam mogu se, dakle, shvaćati kao dvije vrste političkih metaideologija koje unutar sebe sadržavaju brojne podvrste, odnosno tipove. U tom smislu, ovdje ćemo naznačiti nekoliko mogućih smjerova razmišljanja o operacionalizaciji tipova populizma. Jedan od njih oslanja se na koncept "opasnih drugih", koji neki autori vide kao definicijsko obilježje populizma (primjerice, Albertazzi i McDonnell, 2008), što, međutim, nije naišlo na široku primjenu. Smatramo da je takva odluka istraživača opravdana, jer bi dodavanje treće dimenzije – uz pozitivno vrednovanje naroda i antielitizam – proširilo intenzitet koncepta i time smanjilo broj slučajeva obuhvaće-

nih konceptom populizma, čime bi bili isključeni neki slučajevi koje većina istraživača svrstava u kategoriju populizma. Postoji, naime, znatan broj slučajeva u kojima pozitivno vrednovanje naroda i antielitizam nisu praćeni isticanjem nekih društvenih grupa kao "opasnih drugih". Kao takav primjer svojevrsnoga "centrističkoga populizma" (Učeň, 2007) u literaturi se navodi slučaj Mire Cerara u Sloveniji (Havlik, 2015), iako takvu klasifikaciju, s obzirom na recentno Cerarovo tretiranje migranata kao potencijalne prijetnje, treba prihvatiti s rezervom. Primjer populizma kao političke ideologije bez postojanja "opasnih drugih" jest i slučaj Ivana Grubišića u Hrvatskoj (Grbeša i Šalaj, 2014). Stoga držimo opravdanim izostavljanje kategorije "opasnih drugih" kao definicijskog obilježja populizma, no smatramo kako nam ta kategorija može biti korisna u operacionalizaciji različitih tipova populizma.⁴

Pod "opasnim drugima" razumijevamo, na tragu Albertazzija i McDonnela, društvene grupe za koje se smatra kako ugrožavaju jedinstvo i homogenost naroda jer promiču neke posebne interese. Te grupe, iz perspektive populista, predstavljaju prijetnju naporima da se moć i vlast vrate narodu. Ta prijetnja može biti izražena u ekonomskim ili političkim kategorijama ili kombinacijom tih dvaju kriterija. U tu skupinu "opasnih drugih", koje populisti isključuju iz svojeg određenja naroda, vrlo često ulaze imigranti, za koje se misli da će domaćim ljudima oduzeti poslove, ili pak etničke i vjerske manjine, za koje se vjeruje da bi mogle ugroziti način života i kulturu većinskoga naroda. U takvim uvjetima nastaje populizam koji možemo označiti desnim, a koji je netolerantan prema pravima manjina i imigranata. Ako se pak kao prijetnja opstanku percipiraju velika strana poduzeća i poduzetnici, onda populizam poseže za onim što se u *mainstream* političkoj analizi označuje lijevim političkim porukama i mjerama, poput nacionaliziranja imovine stranih poduzeća, pa ga možemo označiti lijevim. Pritom, međutim, u klasifikacijama treba biti oprezan, jer kako nam na primjeru francuske Nacionalne fronte pokazuje John Judis (2016), postoje populističke stranke koje u svojem programu mogu kombinirati svjetonazorski "desne" i ekonomski "lijeve" elemente. Posebno zanimljiv slučaj predstavlja i Europska unija, jer se, u smislu "opasnih drugih", može pojaviti i kod "desnih" i kod "lijevih" populista. Tako se, primjerice, kritičan odnos prema Europskoj uniji mogao pronaći i u određenim fazama djelovanja Sirize, lijeve populističke opcije u Grčkoj, ali je izrazito prisutan i u diskursu Nacionalne fronte, desne populističke opcije u Francuskoj. Na tragu iznesenih primjera čini nam se kako kategorija "opasnih drugih" može biti koristan alat u analiza-
ma i razlikovanjima različitih tipova populizma.

Drugi mogući smjer u takvim analizama tipova jest primjena koncepta "praznih označitelja". Tim se konceptom često u svojem diskurzivnom pristupu fenomenu populizma služio politički teoretičar Ernesto Laclau (2005). Pod njim razumijevamo izraz, frazu ili ideju vrlo eluzivnoga karaktera kojoj ljudi različitih ideoloških opredjeljenja mogu pripisivati različita značenja. Primjeri takvih izraza mogu biti "poštenje", "moral", "pravda" itd. Zanimljivo je u tom smislu istraživanje koje je proveo Kumar (2014), a u kojem pokazuje kako se Barack Obama u svojoj kampanji 2008., koju označuje populističkom, vrlo vješto koristio "praznim označiteljima" kao što su "nada", "promjena" i "promjena u koju možemo vjerovati". Međutim, dosadašnja istraživanja populizma preko "praznih označitelja" uglavnom su se bavila tek prepoznavanjem takvih izraza kod pojedinih političkih aktera. Smatramo kako bi detaljnije izučavanje vrste "praznih označitelja", kojima se pojedini političari koriste, moglo biti korisno u istraživanjima tipova populizma. Primjerice, u analizi provedenoj u Hrvatskoj, populizam Ivana Grubišića je, zbog učestale upotrebe izraza *moral* kao svojevrsnoga "praznog označitelja", detektiran kao "moralistički populizam" (Grbeša i Šalaj, 2014).

Treći prijedlog za razmišljanje o mogućim pristupima istraživanju tipova populizma vezan je uz dimenziju pozitivnoga referiranja na narod, što je, kako je već spomenuto, jedno od dva definicijska obilježja populizma. Pritom se u istraživanjima u obzir, osim naroda, uzimaju i drugi pojmovi – građani, stanovništvo, društvo, javnost, birači itd. – ako se njima izražava ideja naroda kao jedinstvenoga i homogenoga tijela. Većina istraživanja nastoji ustanoviti učestalost, to jest intenzitet, pozitivnoga vrednovanja naroda, no rijetka su ona u kojima se provodi detaljna analiza izraza kojima se pojedini političari referiraju na narod. Smatramo da takva analiza predstavlja produktivan smjer u analizama tipova populizma. Primjerice, logično je očekivati da se populizam koji se uglavnom služi izrazima "Hrvati" ili "hrvatski narod" razlikuje od populizma koji se dominantno služi izrazom "građani". Primjerice, u svojoj analizi populizma na zadnjim predsjedničkim izborima u Hrvatskoj Grbeša i Šalaj (2016) konstatiraju kako je jedan od kandidata, Milan Kujundžić, pojam naroda primarno poistovjećivao s pojmom nacije, pa su takav tip populizma označili kao "nacionalpopulizam".

Drugim riječima, dosadašnja istraživanja populizma kao političke ideologije uglavnom pokušavaju klasificirati pojedine populističke političare ili stranke svrstavanjem u neku od *post-hoc* kreiranih kategorija (v. primjerice Mudde i Kaltwasser, 2013b). Takva istraživanja svakako imaju svoju vrijednost, no sustavan pristup istraživanju tipova populizma pretpo-

stavlja prethodnu osmišljenu i operacionaliziranu tipologiju na temelju koje se onda provodi analiza. Kreiranje takve tipologije predstavlja jedan od najvažnijih izazova za istraživače suvremenoga populizma, a ovdje izneseni prijedlozi o "opasnim drugima", "praznim označiteljima" i analizi konkretnih izraza kojim se označuje narod predstavljaju mogući doprinos tim naporima.

ZAKLJUČAK

U zadnjih desetak godina u hrvatskoj se politici pojavio niz političara i političkih stranaka koje mediji, politički analitičari, ali i politički suparnici, vrlo često nazivaju populistima. Ako bi se o jačanju populizma zaključivalo po učestalosti upotrebe toga pojma u medijskom i političkom diskursu, onda bi taj zaključak nužno konstatirao iznimno jačanje populizma u političkom životu Hrvatske. Međutim, takav zaključak ne bi bio utemeljen na istraživanjima, jer su ona, kad je riječ o populizmu u Hrvatskoj, još sporadična i skromna.

Ostavljajući sada po strani razloge zanemarivanja populizma u istraživačkom smislu, temeljni je cilj ovoga rada napraviti svojevrstan prvi korak u stvaranju pretpostavki za eventualna buduća istraživanja. Stoga se u radu pokušalo odgovoriti na dva pitanja važna za stvaranje istraživačkih pretpostavki. Prvo se odnosi na samu prirodu fenomena populizma, a drugo na pitanje konceptualizacije i operacionalizacije fenomena.

Pregled i sinteza recentne literature o populizmu prikazani u prvom dijelu rada vode prema zaključku kako u suvremenim istraživanjima dominiraju dva pristupa. Prvi razumije populizam kao političko-komunikacijski stil, a drugi kao "slabu" političku ideologiju, s tim da se u istraživačkoj praksi ta dva pristupa dijelom preklapaju. Drugi dio rada usredotočuje se na pristup koji populizam razumije kao političku ideologiju i analizira moguće načine konceptualizacije i operacionalizacije populizma u okviru toga pristupa. Pritom je pozornost usmjerena na ono što se naziva *stranom ponude* populizma (*supply-side*), a odnosi se na prisutnost i snagu populističkih ideja među političkim akterima u nekoj zajednici. U radu se zagovara konceptualizacija prema kojoj je populizam politička ideologija, odnosno metaideologija, koju karakterizira istodobna prisutnost dvaju obilježja: pozitivno vrednovanje naroda i općenit difuzni politički antielitizam. Takva konceptualizacija čini se dovoljno preciznom da omogući isključivanje slučajeva koji nisu relevantni za fenomen populizma, a, s druge strane, dovoljno širokom da uključi vrlo raznolike populističke aktere diljem svijeta. Dapače, razumijevanjem populizma kao metaideologije otvara se prostor za jasno artiku-

liranje pitanja o postojanju različitih tipova populizma. Upravo će to pitanje, uz ono o uzrocima pojave i jačanja populističkih aktera, vjerojatno postati jedna od najpropulzivnijih tema u istraživanjima populizma. U tom smislu ovdje izneseni prijedlozi o ulozi "opasnih drugih", "praznih označitelja" i konkretnih izraza kojima se označuje narod mogu se pokazati metodološki korisnim i vrlo relevantnim u definiranju tipova populizma. Dodatan važni uvid rada odnosi se na potrebu za jasnijim uključivanjem dimenzije odnosa prema izravnoj demokraciji, kao važnoga dijela konceptualizacije i operacionalizacije populizma kao političke ideologije.

BILJEŠKE

¹ O podrijetlu pojma *populizma*, kao i o načinima upotrebe toga pojma u 20. stoljeću, više se može pronaći primjerice u: Canovan, 1981; Kazin, 1995; Taggart, 2000; Šalaj, 2012.

² Kako bismo izbjegli raspravu o tome može li se populizam smatrati političkom ideologijom, a kako bismo ipak naglasili da se kod populizma ne radi tek o određenom tipu političko-komunikacijskog stila nego o skupu specifičnih političkih ideja koje dijele svi populistički akteri, dio istraživača govori o 'ideacionom pristupu' (Mudde i Kaltwasser, 2013a; Carlin, Hawkins, Littvay i Kaltwasser, 2017), koji rabe kao svojevrsan sinonim za pristup "slabe ideologije".

³ Konceptualno gledano, iz Muddeove definicije može se izvesti i treća dimenzija populizma – narodni suverenitet, odnosno pozitivno vrednovanje demokracije. Smatramo kako je dimenzija, na konceptualnoj razini, obuhvaćena pozitivnim vrednovanjem naroda, ali također, u kasnijoj razradbi, upozoravamo na potrebu njezine zasebne operacionalizacije kroz dimenziju zagovaranja izravne demokracije.

⁴ Sličan istraživački pristup može se pronaći u projektu koji se koristi konceptom drugotnosti ("othering") u istraživanjima desnoga populizma u Europi (primjerice, Campani, Benveniste i Lazaridis, 2016).

LITERATURA

Akkerman, A., Mudde, C. i Zaslove, A. (2014). How populist are the people? Measuring populist attitudes in voters. *Comparative Political Studies*, 47(9), 1324–1353. <https://doi.org/10.1177/0010414013512600>

Akkerman, T. (2003). Populism and democracy: Challenge or pathology? *Acta Politica*, 38(2), 147–159. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ap.5500021>

Albertazzi, D. i McDonnell, D. (2008). The Sceptre and the Spectre. U D. Albertazzi i D. McDonnell (Ur.), *Twenty-first century populism: The Spectre of Western European democracy* (str. 1–11). New York: Palgrave.

Bakker, B. N., Rooduijn, M. i Schumacher, G. (2016). The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany. *European Journal of Political Research*, 55(2), 302–320. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12121>

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 26 (2017), BR. 3,
STR. 321-340

ŠALAJ, B., GRBEŠA, M.:
ŠTO JE POPULIZAM...

Bowman, G. (2005). Constitutive violence and the nationalist imaginary: The making of the people's in Palestine and "former Yugoslavia". U F. Panizza (Ur.), *Populism and the mirror of democracy* (str. 118–143). London: Verso.

Campani, G., Benveniste, A. i Lazaridis, G. (Ur.) (2016). *The rise of the far right in Europe: Populist shifts and 'othering'*. New York: Palgrave Macmillan.

Canovan, M. (1981). *Populism*. New York/London: Harcourt Brace Jovanovich.

Canovan, M. (1982). Two strategies for the study of populism. *Political Studies*, 30(4), 544–552. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1982.tb00559.x>

Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47(1), 2–16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>

Canovan, M. (2002). Taking politics to the people: Populism as the ideology of democracy. U Y. Meny i Y. Surel (Ur.), *Democracies and the populist challenge* (str. 25–44). Basingstoke: Palgrave.

Carlin, R., Hawkins, K., Littvay, L. i Kaltwasser, C. R. (Ur.) (2017). *The ideational approach to populism: Theory, method & analysis*. New York & London: Routledge. (u tisku)

Collier, D. i Mahon, J. E. (1993). Conceptual "stretching" revisited: Adapting categories in comparative analysis. *American Political Science Review*, 87(4), 845–855. <https://doi.org/10.2307/2938818>

De Cleen, B. (2017). Populism and nationalism. U R. C. Kaltwasser, P. Taggart, P. Ostiguy i P. Ochoa Espejo (Ur.), *Handbook of populism*. Oxford: Oxford University Press. (u tisku)

De Raadt, J., Hollanders, D. i Krouwel, A. (2004). *Varieties of populism – An analysis of the programmatic character of six European parties*. Working Papers Political Science 2004/04. Amsterdam: Vrije Universiteit.

Derado, A., Dergić, V. i Međugorac, V. (2016). Mladi u Hrvatskoj i populizam: analiza "plodnog tla" za razvoj populizma među mladima u gradu Zagrebu primjenom mješovite metode. *Revija za sociologiju*, 46(2), 141–173. <https://doi.org/10.5613/rzs.46.2.2>

Elchardus, M. i Spruyt, B. (2016). Populism, persistent republicanism and declinism: An empirical analysis of populism as a thin ideology. *Government and Opposition*, 51(1), 111–133. <https://doi.org/10.1017/gov.2014.27>

Esser, F., Stepińska, A. i Hopmann, D. (2017). Populism and the media: Cross-national findings and perspectives. U T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck i C. De Vreese (Ur.), *Populist political communication in Europe* (str. 365–380). New York & London: Routledge.

Freeden, M. (1996). *Ideologies and political theory: A conceptual approach*. Oxford: Clarendon Press.

Freeden, M. (2003). *Ideology*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780192802811.001.0001>

Goertz, G. (2008). Concepts, theories and numbers: A checklist for constructing, evaluating and using concepts or quantitative measures. U J. M. Box-Steffensmeier, H. E. Brady i D. Collier (Ur.), *The*

Oxford handbook of political methodology (str. 87–119). Oxford: Oxford University Press.

Grbeša, M. i Šalaj, B. (2014). *Faces of populism in Croatia*. Izlaganje na konferenciji, IPSA, Montreal, Canada, 21. srpnja 2014.

Grbeša, M. i Šalaj, B. (2016). Textual analysis of populist discourse in 2014/2015 presidential election in Croatia. *Contemporary Southeastern Europe*, 3(1), 106–127.

Grix, J. (2002). Introducing students to the generic terminology of social research. *Politics*, 22(3), 175–186. <https://doi.org/10.1111/1467-9256.00173>

Grosso, A. (2009). *The two princes: Juan D. Peron and Getulio Vargas – A comparative study of Latin American populism*. Cordoba: EDUVIM.

Havlik, V. (2015). *Centrist populism on the rise: The Czech Republic and beyond*. Izlaganje na konferenciji "Solving the Puzzles of Populism", London, UK, svibanj 2015.

Hawkins, K. A. (2009). Is Chávez populist? Measuring populist discourse in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040–1067. <https://doi.org/10.1177/0010414009331721>

Hawkins, K., Riding, S. i Mudde, C. (2012). *Measuring populist attitudes*. International political science association – The committee on concepts and methods.

Heywood, A. (2002). *Political ideologies: An introduction*. London: Palgrave.

Holtz-Bacha, C. (2004). Germany: How the private life of politicians got into the media. *Parliamentary Affairs*, 57(1), 41–52. <https://doi.org/10.1093/pa/gsh004>

Jagers, J. i Walgraave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>

Jansen, R. S. (2011). Populist mobilization: A new theoretical approach to populism. *Sociological Theory*, 29(2), 75–96. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388>.

Judis, J. (2016). *The populist explosion: How the Great Recession transformed American and European politics*. New York: Columbia Global Reports.

Kazin, M. (1995). *The populist persuasion: An American history*. New York: Basic Books.

Kumar, A. (2014). Looking back at Obama's campaign in 2008: "True Blue Populist" and social production of empty signifiers in political reporting. *Journal of Communication Inquiry*, 38(1), 5–24. <https://doi.org/10.1177/0196859913512330>

Laclau, E. (2005). *On populist reason*. London: Verso.

Manheim, J. B., Rich, R. C., Willnat, L. i Brians, C. L. (2007). *Empirical political analysis*. London: Longman.

Meny, Y. i Surel, Y. (2002). The constitutive ambiguity of populism. U Y. Meny i Y. Surel (Ur.), *Democracies and the populist challenge* (str. 1–21). Basingstoke: Palgrave.

- Moffitt, B. i Tormey, S. (2014). Rethinking populism: Politics, mediation and political style. *Political Studies*, 62(2), 381–397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. i Kaltwasser, C. R. (2013a). Populism. U M. Freeden, M. Stears i L. T. Sargent (Ur.) *The Oxford handbook of political ideologies* (str. 493–512). Oxford: Oxford University Press.
- Mudde, C. i Kaltwasser, C. R. (2013b). Inclusionary vs. exclusionary populism: Contemporary Europe and Latin America compared. *Government and Opposition*, 48(2), 147–74. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Mustapić, M. i Hrstić, I. (2016). Populizam u Hrvatskoj između ideologije i političkog stila – temeljne odrednice predizborne retorike predsjedničkog kandidata Ivana Vilibora Sinčića. U I. Šarac (Ur.), *Jezik, ideologija i sjećanje u suvremenom kontekstu* (str. 63–82). Mostar: Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru.
- Mustapić, M. i Hrstić, I. (2017). Croatia: The rise of populism on the path from communism to European integration. U T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck i C. De Vreese (Ur.), *Populist political communication in Europe* (str. 274–284). New York i London: Routledge.
- Pauwels, T. (2011). Measuring populism: A quantitative text analysis of party literature in Belgium. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 21(1), 97–119. <https://doi.org/10.1080/17457289.2011.539483>
- Pennings, P., Keman, H. i Kleinnijenhuis, J. (1999). *Doing research in political science*. London: SAGE Publications.
- Rooduijn, M. i Pauwels, T. (2011). Measuring populism: Comparing two methods of content analysis. *West European Politics*, 34(6), 1272–1283. <https://doi.org/10.1080/01402382.2011.616665>
- Sartori, G. (1970). Concept misformation in comparative politics. *American Political Science Review*, 64(4), 1033–1053. <https://doi.org/10.2307/1958356>
- Sartori, G. (1991). Comparing and miscomparing. *Journal of Theoretical Politics*, 3(3), 243–257. <https://doi.org/10.1177/0951692891003003001>
- Sartori, G. (2009). The tower of Babel. U D. Collier i J. Gerring (Ur.), *Concepts and method in social science: The tradition of Giovanni Sartori* (str. 61–96). New York: Routledge.
- Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, 13(1), 95–110. <https://doi.org/10.1080/13569310701822289>
- Šalaj, B. (2012). Suvremeni populizam. *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 9(1), 21–49.
- Taggart, P. (1995). New populist parties in Western Europe. *West European Politics*, 18(1), 34–51. <https://doi.org/10.1080/01402389508425056>
- Taggart, P. (2000). *Populism*. Buckingham: Open University Press.
- Taggart, P. (2004). Populism and representative politics in contemporary Europe. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 269–288. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263528>

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 26 (2017), BR. 3,
STR. 321-340

ŠALAJ, B., GRBEŠA, M.:
ŠTO JE POPULIZAM...

Taguieff, P. A. (1995). Political science confronts populism: From a conceptual mirage to a real problem. *Telos*, 103, 9–44. <https://doi.org/10.3817/0395103009>

Tarchi, M. (2002). Populism Italian style. U Y. Meny i Y. Surel (Ur.), *Democracies and the populist challenge* (str. 120–138). Basingstoke: Palgrave.

Učeň, P. (2007). Parties, populism and anti-establishment politics in East Central Europe. *SAIS Review*, 27(1), 49–62. <https://doi.org/10.1353/sais.2007.0021>

Van Kessel, S. (2015). *Populist parties in Europe: Agent of discontent?* London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137414113>

Zakošek, N. (2010). Zauzdani populizam: fenomen Milana Bandića. *Političke analize*, 1(1), 6–10.

What is Populism and How to Explore It?

Berto ŠALAJ, Marijana GRBEŠA
Faculty of Political Science, Zagreb

Populism has been vastly present in Croatian public discourse. However, this is not the case with scientific discourse in which this relevant phenomenon remained for the most part neglected. Aspiring to encourage scientific curiosity about populism in Croatia, this paper provides an overview and a synthesis of the most important insights about populism from contemporary literature. In doing so it focuses on two main issues. First is the issue of understanding populism while the second is the issue of methodology in researching populism. The authors consider an approach that regards populism as a "thin" political ideology potentially most productive. In the section that discusses methodology, they focus on the problems of conceptualisation and operationalisation in researching populism. The authors advocate a conceptualisation which treats populism as a meta-ideology characterized by the simultaneous presence of its two defining features: positive evaluation of the people and diffuse political anti-elitism. Understanding populism as meta-ideology enables hypothesizing about different types of populism, which emerges as one of the most propulsive topics in the future research of populism.

Keywords: populism, approaches to populism, "thin" political ideology, political meta-ideology, types of populism



Međunarodna licenca / International License:
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)